



## **MASTER TOURISME**

Parcours « Tourisme et Développement »

### **MÉMOIRE DE DEUXIEME ANNÉE**

# **L'attractivité touristique des savoir-faire artisansaux, industriels et agricoles**

Présenté par :

**Bérengère Fabre**

Année universitaire : **2017 – 2018**

Sous la direction de : **Jacinthe Bessière**





## **MASTER TOURISME**

Parcours « Tourisme et Développement »

**MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE**

# **L'attractivité touristique des savoir-faire artisansaux, industriels et agricoles**

Présenté par :

**Bérengère Fabre**

Année universitaire : **2017 – 2018**

Sous la direction de : **Jacinthe Bessière**

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès  
n'entend donner aucune approbation, ni improbation  
dans les projets tuteurés et mémoires de recherche.  
Les opinions qui y sont développées doivent être  
considérées comme propres à leur auteur(e).

# Remerciements

---

Tout d'abord, je tiens à remercier l'ensemble de la Communauté de communes Carmausin-Ségala pour m'avoir donné l'opportunité d'effectuer mon stage dans leur structure. Je remercie tout particulièrement Laurent Subra et l'ensemble de l'équipe du Musée/Centre d'art du verre, ainsi qu'Amandine Gonsales et l'équipe de l'Office de tourisme du Ségala tarnais pour leur accueil chaleureux et leur disponibilité durant ces vingt-quatre semaines.

Je voudrais également remercier l'ensemble des acteurs du territoire qui ont accepté de prendre du temps pour me rencontrer et pour partager avec moi leurs visions du territoire et de ses ressources.

Egalement, je remercie mon maître de mémoire Madame Jacinthe Bessière, qui m'a épaulée et suivie tout au long de ce travail de recherche. Je tiens également à citer l'équipe pédagogique et l'ensemble des intervenants qui nous ont accompagnés au cours de notre cursus au sein de l'ISTHIA et dont les enseignements m'ont été d'une aide précieuse dans la rédaction de ce mémoire.

Un grand merci à toute la promotion de master tourisme et développement 2016-2018 pour leurs encouragements et surtout leur bonne humeur. Une pensée particulière pour mes amis et leur soutien dans les moments de doute : Nelly, Valérie, Laura et Denny.

Enfin, je tiens à remercier ma famille, mes parents et ma sœur, qui m'ont soutenue et encouragée. Merci à ma mère pour la relecture et surtout à Audrey qui a accepté de relire mon mémoire et dont la présence est toujours réconfortante et bienveillante. Une pensée également pour Mathilde, sans qui la vie serait beaucoup moins joyeuse.

<b>Introduction.....</b>	<b>8</b>
<b>Partie 1 : Les savoir-faire artisanaux, industriels et agricoles : un patrimoine complexe, contemporain et attractif .....</b>	<b>11</b>
<i>Chapitre 1 : Des activités économiques qui entretiennent une relation forte avec le temps.....</i>	<i>13</i>
1. L'artisanat : une activité de proximité aux multiples facettes .....	13
2. L'industrie : une production de masse en difficulté .....	21
3. L'agriculture : le travail de la terre en perpétuelle mutation .....	26
4. Des activités économiques tiraillées entre passé et présent.....	31
<i>Chapitre 2 : Les savoir-faire liés à une activité économique : un patrimoine multidimensionnel .....</i>	<i>40</i>
1. Un patrimoine aux multiples facettes .....	40
2. Le patrimoine immatériel, indissociable de la culture et des hommes .....	50
3. La valorisation touristique des savoir-faire productifs .....	56
<i>Chapitre 3 : L'attractivité territoriale et touristique grâce à la valorisation du patrimoine .....</i>	<i>63</i>
1. L'attractivité : la recherche de tout territoire .....	63
2. Les outils et stratégies de l'attractivité territoriale .....	70
3. La valorisation des savoir-faire et des patrimoines productifs : un atout pour le développement local.....	77
<b>Partie 2 : Le Carmausin-Ségala : un territoire riche de ses savoir-faire .....</b>	<b>86</b>
<i>Chapitre 1 : Le Carmausin-Ségala, marqué par un passé économique important .....</i>	<i>88</i>
1. La Communauté de communes Carmausin-Ségala : une histoire économique qui a forgé son identité.....	88
2. Un territoire rural, mais avec des activités industrielles encore fortes .....	95
3. La Communauté de communes Carmausin-Ségala, une collectivité résultant des réformes territoriales.....	100
<i>Chapitre 2 : Deux structures culturelles et touristiques en mutation.....</i>	<i>109</i>
1. Le Musée/Centre d'art du verre : un musée contemporain basé sur l'histoire économique du territoire .....	109
2. L'Office de tourisme du Ségala tarnais .....	116

3. Une étude sur la valorisation des savoir-faire qui fait écho à la restructuration des deux régions .....	119
<b>Chapitre 3 : Un état des lieux pour comprendre les enjeux du territoire.....</b>	<b>126</b>
1. Un état des lieux des savoir-faire du territoire.....	126
2. La rencontre avec les acteurs du territoire grâce à l'enquête qualitative.....	137
3. L'étude externe au territoire .....	146
<b>Partie 3 : Un plan stratégique pour valoriser les savoir-faire du Carmausin-Ségala .....</b>	<b>154</b>
<b>Chapitre 1 : L'élaboration d'un diagnostic basé sur l'analyse de l'état des lieux et des entretiens.....</b>	<b>156</b>
1. Des opportunités de valorisation des savoir-faire, malgré des potentialités non exploitées .....	156
2. La parole des acteurs du territoire révélatrice de ses problématiques .....	160
3. Un diagnostic de territoire plutôt favorable à la valorisation des savoir-faire.....	170
<b>Chapitre 2 : La mise en place d'un plan stratégique pour améliorer l'attractivité du territoire grâce aux savoir-faire .....</b>	<b>177</b>
1. Un projet de valorisation basé sur les métiers et les hommes qui construisent le Carmausin-Ségala .....	177
2. Structurer le plan stratégique autour d'une action forte : la création d'un label territorial	188
<b>Chapitre 3 : Des actions permettant de répondre aux missions fixées dans le plan stratégique.....</b>	<b>197</b>
1. Fédérer les acteurs autour d'un projet commun, susceptible d'apporter du développement .....	197
2. Valoriser les savoir-faire pour attirer les touristes et changer l'image du territoire .....	203
3. Favoriser la connaissance des savoir-faire auprès de la population locale afin qu'elle puisse renouer avec l'identité du territoire .....	216
4. Des actions transversales aux différentes missions .....	225
5. La programmation du plan stratégique.....	231
<b>Conclusion .....</b>	<b>236</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>239</b>
<b>Table des annexes .....</b>	<b>2471</b>
<b>Table des figures .....</b>	<b>471</b>
<b>Table des tableaux .....</b>	<b>473</b>
<b>Table des matières .....</b>	<b>474</b>

# Introduction

---

« *L'entreprise devient un objet culturel d'autant plus sollicité aujourd'hui qu'il a longtemps été caché, ignoré, voire mal aimé<sup>1</sup>* ». Cette remarque de Cécile Pierre, secrétaire générale de l'association Entreprise & Découverte, spécialisée dans le tourisme de découverte économique, montre bien l'engouement grandissant des visiteurs pour la découverte de certains métiers, jusque-là pratique peu répandue et peu étudiée par les institutions touristiques. Les activités artisanales, industrielles, voire même agricoles participent avant tout au développement des territoires avant de devenir une ressource touristique et patrimoniale. Cette double casquette n'est pas toujours facile à mener de front, c'est pourquoi beaucoup d'entreprises hésitent à ouvrir leurs portes au grand public.

La Communauté de communes Carmausin-Ségala, située dans le Tarn, est principalement connue pour son histoire minière et sociale autour de Jean Jaurès. Aujourd'hui, le territoire veut se démarquer en développant son attractivité touristique. Les projets de restructuration de ses deux régies, le Musée/Centre d'art du verre et l'Office de tourisme du Ségala tarnais, ainsi que la demande de stage spontanée faite au musée, ont décidé la collectivité à engager une réflexion sur la valorisation de ses savoir-faire. Ainsi, ce mémoire présente le travail effectué durant vingt-quatre semaines, à savoir une étude sur la place des savoir-faire industriels, agricoles et artisanaux du territoire et leur valorisation touristique. Il s'inscrit dans la continuité du mémoire effectué en master 1, qui traitait de la valorisation touristique de l'artisanat local comme vecteur de développement. Les premières recherches se sont donc concentrées autour de la thématique des patrimoines artisanaux et industriels et ont permis de définir la question de départ : *en quoi le patrimoine artisanal et industriel d'un territoire peut être facteur de développement touristique ?* Ensuite, les lectures exploratoires sur différentes thématiques ont permis de cadrer le sujet et d'identifier les principaux enjeux de la valorisation des savoir-faire, permettant de construire la problématique :

---

<sup>1</sup> Mon cher Watson. *Tourisme d'entreprise : quels sont les enjeux pour les entreprises et leur patrimoine* [en ligne]. Disponible sur <https://www.moncherwatson.fr/single-post/2017/06/26/Tourisme-entreprise-enjeux-patrimoine>. (Consulté le 16-08-2018)

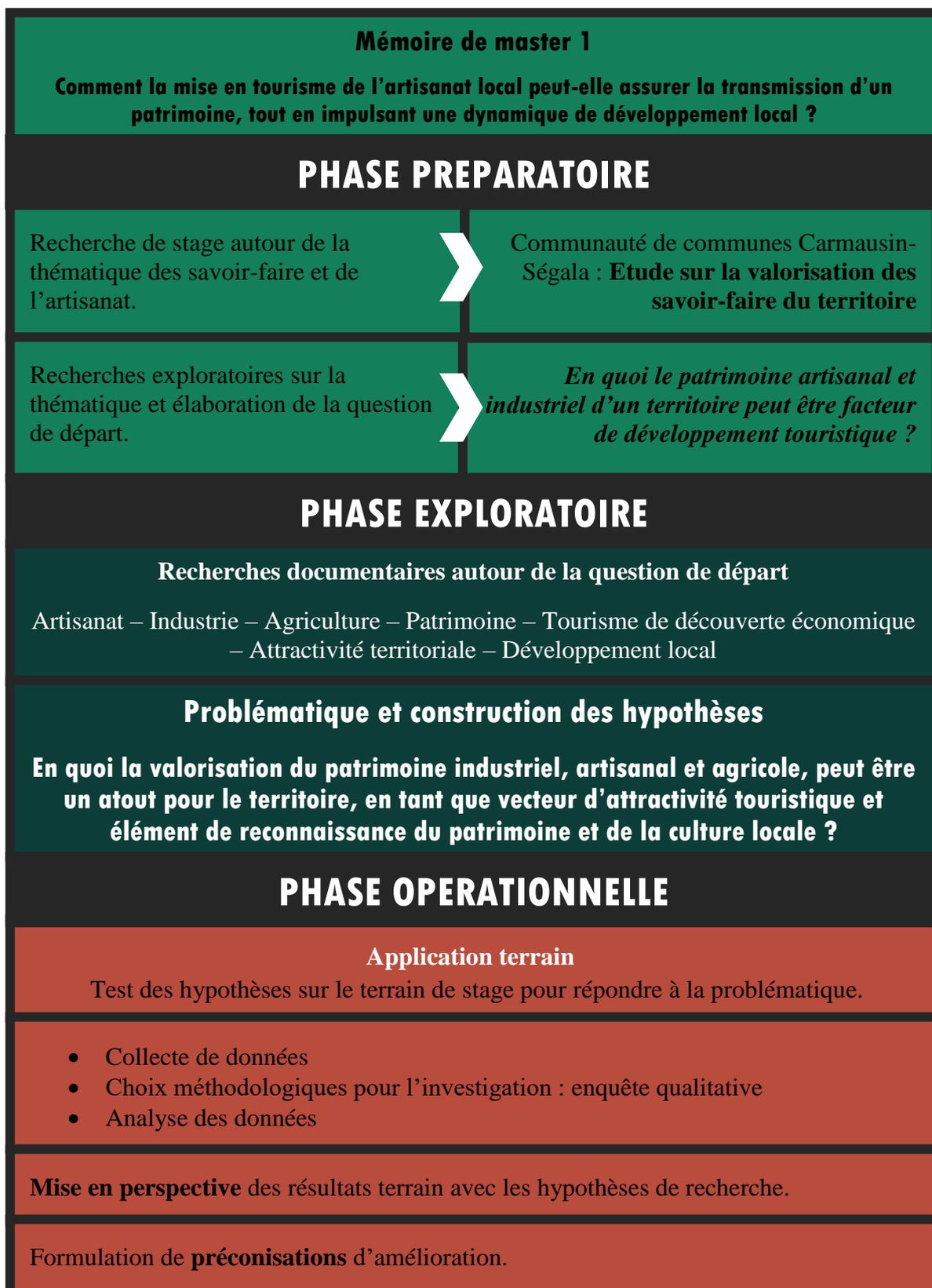
## **En quoi la valorisation du patrimoine industriel, artisanal et agricole peut être un atout pour le territoire, en tant que vecteur d'attractivité touristique et élément de reconnaissance du patrimoine et de la culture locale ?**

Ce travail s'articule donc autour de trois parties. Premièrement, la phase exploratoire présentera les recherches théoriques faites sur la thématique du patrimoine lié à une activité économique. Tout d'abord, une présentation des trois secteurs d'activité étudiés, l'industrie, l'artisanat et l'agriculture, sera présentée pour comprendre les grandes problématiques actuelles auxquelles ils doivent faire face et le lien qu'ils peuvent entretenir entre eux. Ensuite, il sera abordé la question du patrimoine, reliée aux savoir-faire et aux multiples facettes des activités économiques. Ce sera l'occasion de comprendre la relation que le patrimoine entretient avec les populations locales et la manière dont il peut être valorisé touristiquement. Enfin, il sera évoqué la notion d'attractivité territoriale, grâce à des outils marketing spécifiques, adaptés aux territoires, pour essayer de comprendre comment la valorisation du patrimoine et des savoir-faire peut devenir un atout pour le développement local.

La seconde partie sera consacrée à la présentation du terrain d'étude, le Carmausin-Ségala, ainsi qu'à celle de la Communauté de communes et de ses deux régies qui ont été les structures d'accueil pour le stage. L'histoire du territoire et son fonctionnement actuel permettra d'aborder la première phase de l'étude commandée : un état des lieux des savoir-faire et du territoire, afin d'évaluer l'opportunité de développer le tourisme de savoir-faire. Cette première étape se structurera autour de la mise en place d'une enquête qualitative auprès de différents acteurs du territoire.

Enfin, la dernière partie sera plus analytique et opérationnelle, grâce à l'analyse des résultats de l'étude, réalisée dans le but d'établir un diagnostic et des axes d'actions pour améliorer la position du territoire en termes de valorisation de ses savoir-faire. En découlera une proposition de plan stratégique visant à améliorer l'attractivité du territoire, structurée autour d'une action forte : la création d'un label territorial, et d'autres actions détaillées.

Figure 1 : étapes du travail de recherche



Béregère Fabre, 2018

**Partie 1 :**  
**Les savoir-faire artisanaux,**  
**industriels et agricoles : un patrimoine**  
**complexe, contemporain et attractif**

---

## Introduction de la partie I :

L'artisanat, l'agriculture et l'industrie, sont trois secteurs économiques importants en France. De par la maîtrise des savoir-faire, souvent ancestraux, qu'ils mettent en œuvre, ils peuvent faire partie des ressources patrimoniales du pays. Les savoir-faire de ces trois secteurs sont alors valorisés, à la fois pour améliorer l'attractivité territoriale et touristique. Par leur mise en valeur et leur capacité à regrouper les acteurs d'un territoire, les savoir-faire participent activement au développement local des espaces ruraux. Ainsi, cette première partie s'attèlera à montrer la relation entre les activités industrielles, artisanales et agricoles, à la fois passées et présentes, et l'attractivité territoriale, touristique, en lien étroit avec le développement local.

Dans un premier temps, une définition de chacun des trois secteurs, artisanal, industriel et agricole, sera donnée, afin de mieux comprendre leur richesse et leur étendue. Ensuite, certains chiffres permettront de comprendre la place qu'ils occupent, aujourd'hui, en France. Ce chapitre s'attardera également sur les défis et problématiques auxquels ils doivent faire face. Enfin, il sera intéressant de comprendre quels liens ils peuvent entretenir entre eux, liens notamment liés à leur passé et à la maîtrise de savoir-faire spécifiques.

Le deuxième chapitre se concentra sur la notion de patrimoine. En effet, les savoir-faire sont définis dans le patrimoine culturel immatériel, mais sont toutefois beaucoup plus complexes à appréhender. Il est donc intéressant de comprendre leurs différentes facettes, ainsi que leur relation avec les communautés locales, leur culture et leur identité. Enfin, leur valorisation intéressant de plus en plus les touristes. Une partie sera donc consacrée à essayer de situer la découverte des savoir-faire liés à l'économie dans la sphère touristique.

Le dernier chapitre se consacrera à la définition du concept d'attractivité territoriale, notamment des territoires ruraux. En mettant en place des outils se rapprochant du marketing, les territoires essaient d'attirer et de garder certains publics. Enfin, le but de cette attractivité étant de créer du développement au niveau local, il sera explicité le rôle que peuvent avoir les savoir-faire agricoles, artisanaux et industriel, dans la construction de ressources territoriales, dont la mise en valeur aboutit à l'émergence de projets de développement local.

# Chapitre 1 : Des activités économiques qui entretiennent une relation forte avec le temps

L'économie française est aujourd'hui marquée par la prédominance des services, mais les activités de production de biens sont encore très importantes. L'artisanat, secteur traditionnel, propose une personnalisation de prestation unique et entretient une proximité forte avec le territoire et la population. Cet ancrage au territoire se retrouve également dans l'agriculture, dont la diversité des productions et des modes de culture en fait toute sa richesse. Enfin, l'industrie, pourtant plus récente, a marqué de son empreinte l'évolution de la société et est un secteur où les nouvelles technologies prennent de plus en plus de place. Ainsi, ce chapitre va dans un premier temps présenter ces trois secteurs productifs, en essayant de les définir, de comprendre leur place en France et surtout d'identifier les problématiques contemporaines auxquelles ils doivent faire face. Dans un second temps, il mettra en évidence la relation que tous trois entretiennent avec le temps, en étant à la fois très attachés au passé, mais également très attentifs à leur adaptation future.

## 1. L'artisanat : une activité de proximité aux multiples facettes

### 1.1 Une définition complexe, multidimensionnelle

L'artisanat est une notion complexe à aborder, car il n'existe pas de réelle harmonisation entre les pays sur la définition de cette activité économique. Dans le dictionnaire, elle est le plus souvent définie comme étant le métier qu'exerce un artisan.

#### *1.1.1 Une délimitation socioprofessionnelle selon différents critères*

Encore aujourd'hui, l'artisanat est défini par des critères socioprofessionnels<sup>2</sup>. Tout d'abord, il est associé à un travail manuel et personnalisé, pour répondre à des demandes uniques des clientèles. « *L'artisanat se caractérise essentiellement par sa capacité et son orientation en vue de fournir des prestations nettement différenciées suivant le lieu et le temps, et commandées dans la plupart des cas par des désirs spécifiques individuellement exprimés<sup>2</sup>* ».

---

<sup>2</sup> Chevallier Denis, Leretaille Louis. *ARTISANAT*. Universalis éducation [en ligne]. Disponible sur <https://www-universalis--edu-com.nomade.univ-tlse2.fr/encyclopedie/artisanat/>. (Consulté le 28-02-2018)

Un autre élément essentiel à prendre en compte est la taille réduite de l'entreprise. L'artisanat se caractérise par une personne travaillant seule, à son compte. Le terme économique de microentreprise est alors utilisé. Selon l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), il s'agit « *d'une entreprise occupant moins de 10 personnes, et qui a un chiffre d'affaires annuel ou un total de bilan n'excédant pas 2 millions d'euros*<sup>3</sup> ». L'artisan est donc un travailleur plutôt solitaire, qui parfois, peut travailler avec des membres de sa famille ou quelques salariés, mais toujours en comité réduit.

Légalement, le décret n°98-247 du 2 avril 1998 relatif à la qualification artisanale et au répertoire des métiers, prévoit que, toute personne morale ou physique exerçant une activité artisanale doit être immatriculée au répertoire des métiers<sup>4</sup>. Il s'agit d'une liste fixant 510 activités apparentées au secteur artisanal dans les domaines de l'alimentation<sup>5</sup>, du bâtiment, de la production et des services. Selon la loi du 5 juillet 1996, relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat :

*« doivent être immatriculées au répertoire des métiers les personnes physiques et les personnes morales qui n'emploient pas plus de dix salariés et qui exercent à titre principal ou secondaire une activité professionnelle indépendante de production, de transformation, de réparation ou de prestation de services relevant de l'artisanat et figurant sur une liste établie par décret en Conseil d'Etat<sup>6</sup>. »*

Outre ces quatre domaines, l'artisanat d'art, plus rare et tourné vers l'art, a récemment été reconnu comme faisant également partie de l'artisanat.

### *1.1.2 Entre artisanat et artistes : les métiers d'art*

L'Institut National des Métiers d'Art (INMA) rappelle la définition des métiers d'art inscrite dans l'article 22 de la loi n° 2014-626 du 18 juin 2014, relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises :

---

<sup>3</sup> INSEE. *Microentreprise* [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1079>. (Consulté le 08-03-2018)

<sup>4</sup> Service-public.fr. *Déclaration d'activité d'un artisan* [en ligne]. Disponible sur <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23887>. (Consulté le 12-03-2018)

<sup>5</sup> Depuis le 1<sup>er</sup> juin 2017, les cuisiniers peuvent prétendre au statut d'artisan s'ils n'emploient pas plus de dix salariés, s'ils possèdent un diplôme ou une expérience professionnelle de plus de 3 ans, s'ils font de la cuisine entièrement « faite maison ». Source : Chambres de Métiers et de l'Artisanat du Tarn. *Statut d'artisan cuisinier : la famille de l'artisanat s'agrandit !* [en ligne]. Disponible sur <http://www.cm-tarn.fr/>. (Consulté le 30-03-2018)

<sup>6</sup> INSEE. *Artisanat* [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1137>. (Consulté le 12-01-2017)

« relèvent des métiers d'art, [...] les personnes physiques ainsi que les dirigeants sociaux des personnes morales qui exercent, à titre principal ou secondaire, une activité indépendante de production, de création, de transformation ou de reconstitution, de réparation et de restauration du patrimoine, caractérisée par la maîtrise de gestes et de techniques en vue du travail de la matière et nécessitant un apport artistique<sup>7</sup> ».

Trois critères sont majoritairement pris en compte. L'artisan d'art met en œuvre des savoir-faire nécessitant une grande maîtrise, afin de transformer la matière en produits d'exception. Le résultat de cette production est des objets artistiques, à l'unité ou en petite quantité<sup>7</sup>.

**Figure 2** : caractéristiques des métiers d'art<sup>7</sup>



Bérengère Fabre, 2018

Pour compléter cette définition, l'Etat, dans un arrêté du 24 décembre 2015, a défini une liste des Métiers d'Art qui recense 281 activités (198 métiers et 83 spécialités répartis en 16 domaines) (cf. *annexe A : la liste des métiers d'art*). Cette liste a été en partie constituée afin d'atténuer l'ambiguïté qui persiste entre ce qui relève de l'art et ce qui relève de l'artisanat. La valeur esthétique essentielle à l'art, est également l'une des bases de l'artisanat d'art, mais les objets produits ne sont pas les mêmes. Un produit artisanal a une finalité usuelle, tandis que l'œuvre artistique a une vocation purement esthétique, de contemplation. « *L'artisanat doit être en priorité utile et l'art doit être beau* » (Fabre, 2017, p.16). Un autre élément de différenciation est l'ancrage au territoire. L'artiste n'est pas attaché à un territoire particulier, ce qui est moins vrai pour l'artisan, puisque souvent, les productions artisanales sont historiques et participent à l'identité d'un lieu (Perlès, 2007).

Enfin, le dernier point à prendre en compte pour définir l'artisanat est bien entendu le statut d'artisan, élément indispensable de ces métiers.

### *1.1.3 Les artisans : maillon essentiel du secteur des métiers*

Juridiquement, une personne qui dirige une entreprise artisanale n'est pas obligatoirement un artisan. Cependant, ses savoir-faire et sa maîtrise du métier sont indispensables. Ainsi,

---

<sup>7</sup> Institut National des Métiers d'art. *Les métiers d'art en France* [en ligne]. Disponible sur <http://www.institut-metiersdart.org/metiers-d-art-en-France>. (Consulté le 13-03-2018)

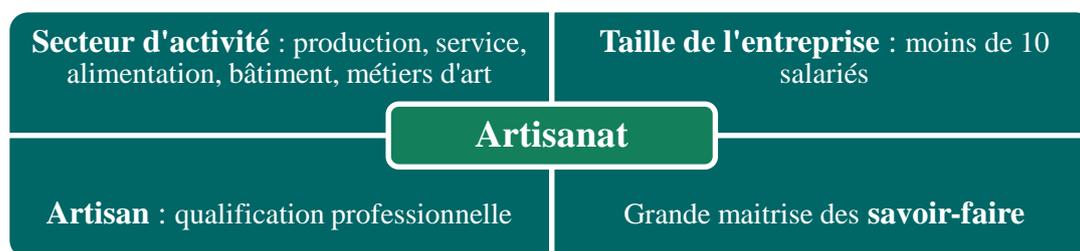
comme l'expriment Frédéric Allard dans les Annales du réseau artisanat-université 2009-2010, « *L'artisan en tant que chef d'entreprise ainsi que la mobilisation de son savoir-faire au sens de compétences techniques apparaissent comme les éléments centraux de l'entreprise artisanale.* » (Allard et al., 2010, p.6). Christian Picard et Catherine Thévenard-Puthod confirment ce propos en affirmant que « *l'entreprise artisanale est en effet un système de gestion particulier, dont le fonctionnement repose sur le rôle central joué par l'artisan, plus proche du technicien ou de l'ouvrier qualifié que de l'entrepreneur dirigeant et sur une focalisation sur le métier* » (Picard et Thévenard-Puthod, 2004, p.97). Pour pouvoir avoir le titre d'« artisan », toute personne doit justifier d'une qualification professionnelle. Il s'agit :

- « soit d'un CAP ou d'un BEP ;
- soit d'un titre équivalent homologué ou enregistré au répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) pour le métier exercé ;
- soit d'une expérience professionnelle dans ce métier de 3 ans minimum ;
- soit d'un certificat ou d'une attestation de capacité professionnelle exigé pour l'exercice d'une profession réglementée ;
- soit, pour un ressortissant de l'Espace économique européen (EEE) d'un diplôme, certificat ou autre titre préparant à l'exercice d'un métier artisanal, ou d'un exercice à titre indépendant de ce métier pendant 3 ans minimum.<sup>8</sup> »

Ces critères sont également valables pour obtenir le statut d'artisan d'art : avoir une qualification professionnelle et exercer un métier présent dans la liste des métiers d'art.

L'artisanat est donc un secteur complexe à définir, car reposant sur la présence de critères, important en France :

**Figure 3** : critères de définition de l'artisanat



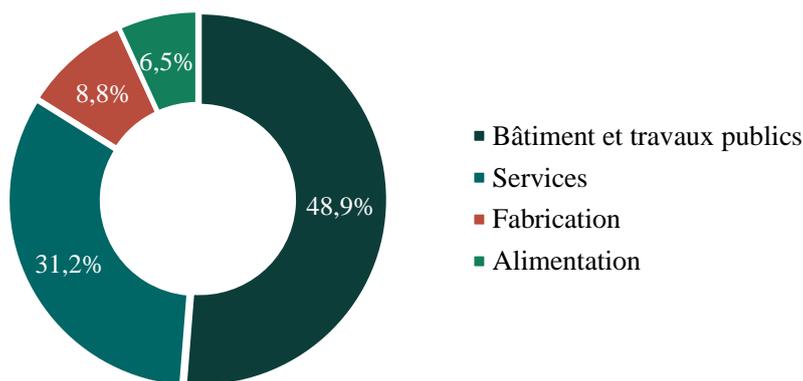
Béregère Fabre, 2018

<sup>8</sup> Service-public.fr. *Déclaration d'activité d'un artisan* [en ligne]. Disponible sur <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F23887>. (Consulté le 18-03-2018)

## 1.2 Un secteur d'activité très présent en France

L'artisanat est souvent appelé « première entreprise de France », car il représentait 1 326 305 entreprises au 1<sup>er</sup> janvier 2015, soit 32.5 % du secteur marchand (Direction générale des entreprises, 2017a, p.2). Les différents secteurs que compte l'artisanat ne sont pas représentés également. Les entreprises dans le domaine du bâtiment et des travaux publics, ainsi que les services dominent.

**Figure 4** : les entreprises artisanales selon leur secteur d'activité



Bérengère Fabre, 2018 (Direction générale des entreprises, 2017a, p.2)

Le Sud de la France compte plus d'entreprises artisanales qu'au Nord, même si elles ont une taille moins importante. Leur poids dans l'emploi total est également plus important au Sud, avec un taux compris entre 14 et plus de 16 % (Direction générale des entreprises, 2017a, p.3). Egalement, bien que les métiers d'art soient très présents en zones urbaines, l'artisanat est essentiel au milieu rural. « *La ruralité fait donc partie structurante de l'identité artisanale* » (Melon, 2017, p.21-22).

### 1.2.1 L'artisanat d'art : des chiffres à part

Les données précédentes ne prennent pas en compte les métiers d'art, qui pourtant représentent 38 000 entreprises en France, pour un chiffre d'affaires (CA) de huit milliards d'euros en 2007<sup>9</sup>. Il n'existe pas pour le moment de données économiques concernant les métiers d'art, c'est pourquoi, Ateliers d'Art de France, syndicat professionnel des métiers d'art, qui regroupe 6 000 artisans, artistes ou manufactures d'art et 125 associations<sup>10</sup>, a développé un observatoire des métiers d'art. Le Baromètre 2014 indique que les

<sup>9</sup> Institut national des métiers d'art. *Les métiers d'art en France* [en ligne]. Disponible sur <http://www.institut-metiersdart.org/metiers-d-art-en-France>. (Consulté le 20-03-2018)

<sup>10</sup> Ateliers d'Art de France. *Nos missions* [en ligne]. Disponible sur <https://www.ateliersdart.com/nos-missions,1,112.htm>. (Consulté le 20-03-2018)

professionnels des métiers d'art, dont l'âge moyen est de 48.5 ans, sont majoritairement des femmes, à hauteur de 65.6 %<sup>11</sup>. De plus, ils sont principalement implantés en région à forte densité comme l'Ile-de-France ou Rhône-Alpes, mais dans des communes de moins de 2 000 habitants pour 34.9 % d'entre eux<sup>11</sup>. Bien que l'artisanat d'art soit souvent séparé du secteur artisanal dans son ensemble, 54.5 % des artisans d'art sont inscrits en Chambre des Métiers et possèdent donc un statut social et fiscal d'artisan<sup>11</sup>. Enfin, la majorité des artisans d'art travaillent dans le secteur de la terre (céramique, poterie, porcelaine, etc...) à hauteur de 35.1 %. Ensuite, il s'agit de la bijouterie, joaillerie, horlogerie pour 14.4 % des ateliers, du verre pour 12.6 % et du métal pour 10.3 %<sup>1111</sup>.

Ainsi, l'artisanat et les métiers d'art sont importants pour l'économie française. Leur développement et leur maintien sont notamment dus à l'engouement des consommateurs pour les produits locaux et de proximité.

### *1.2.2 Des produits adaptés à la consommation des Français*

Les nouvelles attentes de la société en termes de consommation, favorisent le regain d'intérêt pour les produits et services artisanaux. C'est dans ce contexte que l'économie de proximité s'est développée. Elle désigne « *un mode d'organisation de l'économie autour de la relation directe : relation des entreprises avec les consommateurs, relations entre entreprises, ancrage dans la vie locale.* » (Martin, 2010, p.15). Son but est de valoriser les richesses du territoire, en augmentant le bien-être des acteurs et des habitants. « *Les artisans et commerçants de proximité vivent au quotidien ces liens très concrets avec chaque territoire et sa population. Ce sont même les moteurs de leur existence et de leur développement.* » (Martin, 2010, p.42).

Ainsi, les consommateurs cherchent aujourd'hui à relocaliser leurs achats : l'engouement des produits *Made in France* et plus encore des produits locaux en est la preuve. Ils veulent connaître la provenance de ce qu'ils achètent, gage de qualité et de sécurité. Ceci se retrouve également dans la volonté de consommer des produits personnalisés et uniques. (Melon, 2017, p.22-23). L'artisanat correspond tout à fait à ces attentes de par son lien fort avec le territoire, ainsi que par la qualité des savoir-faire qu'il met en place ; mais malgré tout, il doit faire face à de nombreux défis pour assurer sa pérennité.

---

<sup>11</sup> Ateliers d'art de France (Observatoire des métiers d'art). *Baromètre 2014*, 2014, 48 p. [en ligne]. Disponible sur [https://www.ateliersdart.com/fichiers/Site\\_2015/AAF\\_Observatoire\\_2014.pdf](https://www.ateliersdart.com/fichiers/Site_2015/AAF_Observatoire_2014.pdf). (Consulté le 20-03-2018)

### 1.3 L'artisanat en proie à de nombreux défis

Les médias évoquent souvent les difficultés qu'ont les artisans, notamment en milieu rural, à trouver des repreneurs ou simplement à faire face à la concurrence des grandes entreprises. De nombreux défis sont donc à relever pour que ce secteur, important aux territoires, subsiste.

#### 1.3.1 Un manque d'attractivité dû à une image dévalorisée

Les métiers artisanaux souffrent d'une image parfois négative auprès de certains publics, notamment des jeunes. En effet, dans la société actuelle, les études longues et universitaires sont souvent valorisées, au détriment des métiers manuels : « *l'apprentissage a été considéré comme une filière par défaut plutôt que comme une orientation choisie* » (Boutillier et al., 2015, p.11). De plus, l'emploi du terme artisanat possède parfois une connotation négative, associé à « *un procédé de fabrication désuet et rustique, proche du bricolage, du rafistolage du « bidouillage »* » (Melon, 2017, p.26). Pourtant, ces métiers sont caractérisés par la grande maîtrise de savoir-faire et par la qualité des techniques utilisées, chose que les médias et les publicitaires n'hésitent pas à mettre en avant (Melon, 2017, p.26). Ces visions paradoxales et contradictoires ont un impact négatif sur l'image de ces métiers, souvent considérés à tort comme des métiers passés. Pourtant, « *il est aussi un secteur fait du progrès technique et en perpétuelle évolution* » (Melon, 2017, p.27). En effet, aujourd'hui, l'artisanat développe des techniques innovantes et adaptées aux évolutions de la société. « *Longtemps assimilé à une survivance d'un mode d'organisation productif dépassé face à la puissance de la grande entreprise, l'artisanat est aujourd'hui au contraire considéré comme une forme d'avenir, source d'innovations, de créativité et de lien social* » (Boutillier et al., 2015, p.11). D'ailleurs, malgré une attractivité difficile auprès des jeunes, l'artisanat se voit au centre d'un nouveau phénomène de société : de nombreuses personnes, diplômées à haut niveau, choisissent de se reconverter. « *Aujourd'hui, un nouvel artisan commerçant sur quatre est diplômé de l'enseignement supérieur, et un sur dix -affiche un bac + 5 au compteur<sup>12</sup>* ». Face à une société qui va de plus en plus vite, qui se digitalise, certains cadres supérieurs se réorientent vers des métiers qui ont plus de sens, qui sont plus concrets et qui permettent de créer des liens privilégiés avec les clients.

---

<sup>12</sup> Santolaria Nicolas. La ruée des bacs +5 sur les métiers de l'artisanat. *Lemonde.fr*, 25 juin 2017 [en ligne]. Disponible sur [http://www.lemonde.fr/m-perso/article/2017/06/25/la-ruée-des-bac-5-sur-les-metiers-de-l-artisanat\\_5150689\\_4497916.html](http://www.lemonde.fr/m-perso/article/2017/06/25/la-ruée-des-bac-5-sur-les-metiers-de-l-artisanat_5150689_4497916.html). (Consulté le 25-03-2018)

### *1.3.2 Trouver des repreneurs : un défi pour certains artisans*

Le monde de l'artisanat se retrouve confronté à un vieillissement des artisans et chaque année, bon nombre d'entreprises disparaissent faute de trouver des repreneurs. Ces disparitions ont des impacts sur le territoire en termes d'emploi, de développement local et d'aménagement, impactant la pérennisation des savoir-faire (Picard et Thévenard-Puthod, 2004, p.96). Autrefois, « *les reprises d'entreprises artisanales s'inscrivaient dans une logique de succession familiale et de transmission patrimoniale* » (Picard et Thévenard-Puthod, 2004, p.99). Aujourd'hui, la transmission familiale fonctionne toujours, mais les artisans qui n'ont pas de repreneur direct doivent trouver des solutions autres. Deux choix s'offrent à eux, soit transmettre à une personne physique ou morale extérieure, soit léguer l'entreprise à une personne interne, c'est-à-dire à un employé. Cette dernière option est plus sûre, car l'artisan aura pu transmettre, en plus de son entreprise, tout le savoir qu'il possède.

### *1.3.3 Une forte concurrence à gérer*

Une des autres problématiques de l'artisanat, est sa capacité à faire face à la concurrence. Premièrement, certains territoires sont spécialisés dans un secteur d'activité particulier : les pipes à Saint-Claude, la porcelaine à Limoges, le tissu au Pays Basque ou encore les gants à Millau. Sur une zone géographique très limitée, plusieurs artisans coexistent, proposant des produits similaires. Il leur est alors difficile de se démarquer les uns les autres (Fabre, 2017, p.53). Cette concurrence n'est pas uniquement localisée et s'applique à l'ensemble du territoire. Ainsi, « *nombreux d'entre eux [les artisans et commerçants de proximité] ont du mal à faire face à la concurrence, renforcé par l'économie globalisée* » (Pierre, 2010, p.32). La mondialisation met en compétition des entreprises au profil différent, qui n'ont pas les mêmes moyens, ce qui peut pénaliser les entreprises artisanales, souvent petites en taille et en ressources.

Cette question de taille et de production se retrouve dans l'opposition souvent faite entre artisanat et industrie. « *Les processus d'industrialisation ont toujours été considérés comme des menaces pour la survie des Métiers* » (Melon, 2017, p.23). Ainsi, les deux secteurs sont souvent mis en opposition : production à petite échelle face à une production de masse, travail manuel et personnalisé face à un travail d'usine, homogénéisé. L'industrie a longtemps été considérée comme le secteur qui allait remplacer l'artisanat traditionnel. Cependant, « *il peut être même complémentaire voire indispensable à*

*l'industrie* » (Melon, 2017, p.24) grâce à des relations de sous-traitances, notamment dans les secteurs de pointe et accès sur les nouvelles technologies.

## **2. L'industrie : une production de masse en difficulté**

Le mot industrie vient du latin *industria*, signifiant « activité<sup>13</sup> ». Dans le Petit Robert, ce mot prend une orientation économique et désigne « *l'ensemble des activités économiques ayant pour objet l'exploitation de matières premières, de sources d'énergie et leur transformation, ainsi que celle de produits semi-finis en biens de production ou de consommation*<sup>14</sup> ». Ainsi, le secteur de l'industrie est très vaste et se retrouve dans de nombreuses branches, complexifiant l'appropriation de cette notion.

### **2.1 Un secteur d'activité qui englobe de nombreux domaines**

Le terme industrie est employé pour désigner des activités dans de nombreux secteurs, n'ayant pas de réel lien au premier abord : la culture (industrie du disque, du livre, du cinéma...), les nouvelles technologies (industrie de pointe), l'agroalimentaire ou encore l'information et la communication. Ainsi, le mot industrie est rentré dans le langage courant pour désigner des secteurs ou des entreprises plutôt de grande taille et dont le but est de générer du profit. Mais comment réellement définir les entreprises industrielles ?

#### *2.1.1 Une approche statistique grâce aux nomenclatures*

Pour définir l'industrie, il est d'abord possible de se référer à la Nomenclature d'activités française (NAF) qui est « *une nomenclature des activités économiques productives, principalement élaborée pour faciliter l'organisation de l'information économique et sociale*<sup>15</sup> ». La NAF distingue deux formes d'industrie : les industries extractives et les industries manufacturières. Les premières comprennent toutes les entreprises d'extraction de houille et de lignite, d'hydrocarbures, de minerais métalliques ou de soutien à ces industries, notamment pour la préparation à la commercialisation des matières fossiles (tri, nettoyage, etc...)<sup>16</sup>. La Section C, celle des industries manufacturières, correspond aux

---

<sup>13</sup> Grand Dictionnaire Latin. *Industria* [en ligne]. Disponible sur <https://www.grand-dictionnaire-latin.com/dictionnaire-latin-francais.php?parola=industria>. (Consulté le 31-03-2018)

<sup>14</sup> Le Petit Robert de la langue française. *Industrie* [en ligne]. Disponible sur <https://pr-bvdep-com-s.nomade.univ-tlse2.fr/robert.asp>. (Consulté le 31-03-2018)

<sup>15</sup> INSEE. *Nomenclature d'activités française* [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/information/2406147>. (Consulté le 31-03-2018)

<sup>16</sup> INSEE. *Consulter la NAF rév.2* [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/nafr2/section/B?champRecherche=false>. (Consulté le 31-03-2018)

activités de transformation de matière première afin de produire d'autres produits. « *Les matériaux, substances ou composants transformés sont des matières premières produites par l'agriculture, la sylviculture, la pêche ou les industries extractives, des matières premières secondaires issues de la récupération des déchets ainsi que des produits issus d'autres activités manufacturières*<sup>17</sup> ». Cette section comprend des activités très larges et diversifiées qui se décline en plusieurs groupes<sup>17</sup> :

**Tableau 1** : les secteurs de l'industrie manufacturière<sup>17</sup>

industries alimentaires	fabrication de produits en caoutchouc et en plastique
fabrication de boissons	fabrication d'autres produits minéraux non métalliques
fabrication de produits à base de tabac	métallurgie
fabrication de textiles	fabrication de produits métalliques, à l'exception des machines et des équipements
industrie de l'habillement	fabrication de produits informatiques électroniques et optiques
industrie du cuir et de la chaussure	fabrication d'équipements électriques
travail du bois et fabrication d'articles en bois et en liège, à l'exception des meubles ; fabrication d'articles en vannerie et sparterie	fabrication de machines et équipements n.c.a
industrie du papier et du carton	industrie automobile
imprimerie et reproduction d'enregistrements	fabrication d'autres matériels de transport
cokéfaction et raffinage	fabrication de meubles
industrie chimique	réparation et installation de machines et d'équipements
industrie pharmaceutique	

Bérengère Fabre, 2018

Ainsi, grâce à la nomenclature, une première définition de l'industrie peut être donnée : « *production de biens matériels par des procédés autres qu'agricoles, forestiers ou par la pêche* » (Battiau, 1998, p.7). L'une des limites de ces nomenclatures est qu'elles ne prennent pas en compte les modes de production. Il est alors difficile de différencier certaines entreprises artisanales des entreprises industrielles.

### 2.1.2 Des modes de production à plus grande échelle

A la différence de l'artisanat, les produits industriels ne sont pas personnalisés, mais réalisés en grand nombre, en série. La production est basée sur une grande division du travail, selon des tâches et des compétences spécifiques. L'industrie est alors souvent

<sup>17</sup> INSEE. Consulter la NAF rév.2, Section C : industrie manufacturière [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/nafr2/section/C?champRecherche=false>. (Consulté le 31-03-2018)

synonyme de travail à la chaîne, ce qui est de moins en moins le cas et reste très spécifique au secteur de l'assemblage de pièces automobiles par exemple (Battiau, 1998, p.9). Egalement, alors que les produits artisanaux sont fabriqués dans leur intégralité par une même personne, les produits industriels demandent de plus en plus d'intermédiaires : « *si l'on considère que la filière de production inclut tous ceux qui contribuent à la réalisation du produit final, on peut dire qu'au fil des décennies, il faut de plus en plus d'intervenants différents pour élaborer un article* » (Battiau, 1998, p.10). Ainsi, les modes de production industriels sont à plus grande échelle que les modes de productions artisanaux. Cependant « *les coupures entre les différents modes de production ne sont pas toujours bien tranchées. A l'intérieur d'une même filière, deux modes différents peuvent coexister* » (Battiau, 1998, p.11). C'est pourquoi, il n'est parfois pas aisé de différencier l'industrie et l'artisanat, au vu du nombre de domaines que recouvre l'industrie et de son mode de production parfois ambivalent. Sa définition est donc complexe, tout comme l'est sa place dans la société actuelle.

## **2.2 Des secteurs industriels non homogènes en France**

L'industrie (manufacturière et extractive) représente 12.6 % de la valeur ajoutée du PIB de la France en 2016, soit une diminution de 24 % en 16 ans. En 2014, l'industrie comprenait 274 700 entreprises, réalisant 1 025 milliards d'euros de chiffre d'affaires (hors taxes). Il s'agit d'un secteur qui exporte sa production (environ 341 milliards d'euros d'exportation en 2014) (INSEE, 2017, p.165).

### *2.2.1 L'industrie extractive*

En France, l'industrie extractive, qui comprend l'exploitation des carrières et des gisements souterrains, est assez contrastée. Les carrières sont importantes en quantité et fournissent le secteur du bâtiment et des travaux publics. « *En dehors du sel extrait de gisements souterrains en métropole [...] et malgré un passé minier très actif au siècle dernier, la France se trouve maintenant pratiquement démunie d'exploitations minières<sup>18</sup>* ». Ainsi, le pays est devenu dépendant des importations de matières premières minérales, seule la Guyane française connaît une activité importante dans ce secteur.

---

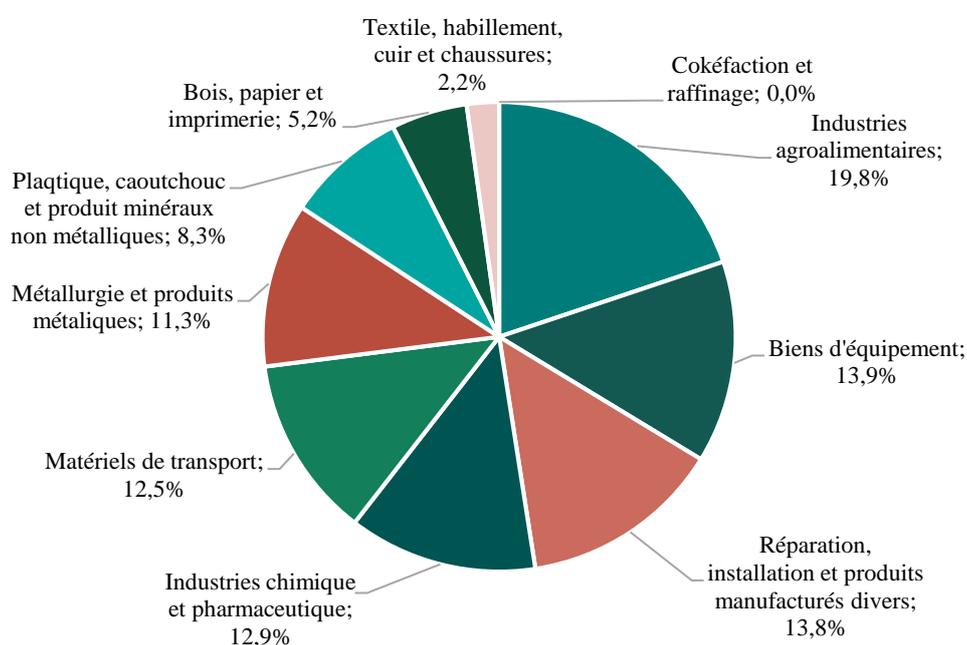
<sup>18</sup> Minéralinfo (Ministères de la Transition énergétique ; de l'Economie et des finances ; de l'Enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation). *Panorama de l'industrie extractive nationale* [en ligne]. Disponible sur <http://www.mineralinfo.fr/page/panorama-lindustrie-extractive-nationale>. (Consulté le 07-04-2018)

L'industrie extractive comprend 1 900 entreprises et emploie 19 200 personnes, pour un chiffre d'affaires de 6.7 milliards d'euros (hors taxes) en 2014 (INSEE, 2017, p.165).

### 2.2.2 L'industrie manufacturière

L'industrie manufacturière française représente 10.2 % de la valeur ajoutée du PIB du pays. Elle totalise un chiffre d'affaires de 868.9 milliards d'euros en 2014, réalisé par 235 100 entreprises. De plus, elle emploie environ 2 659.5 milliers de salariés (INSEE, 2017, p.165). Tous les secteurs de l'industrie manufacturière ne sont pas représentés de la même façon en France (Direction générale des entreprises, 2017b, p.2).

**Figure 5** : poids en valeur ajoutée de l'industrie manufacturière en France



Direction générale des entreprises, 2017b, p.2

Alors que le secteur industriel est souvent assimilé aux grandes entreprises, 88 % des entreprises de l'industrie manufacturière sont des microentreprises. Le sol français ne compte en réalité que 76 grandes entreprises industrielles (Direction générale des entreprises, 2017b, p.3). Malgré une place importante dans l'économie française, l'industrie connaît depuis plusieurs décennies de nombreuses difficultés.

### 2.3 L'industrie française en équilibre précaire ?

Depuis quelques années, il n'est pas rare que l'industrie fasse la une des médias, notamment lorsque de grosses entreprises sont en faillites ou prévoient des suppressions

d'emplois (par exemple Alstom ou Whirlpool). Ces faits divers sont le reflet des difficultés auxquelles le secteur doit faire face.

En dix ans, le nombre de personnes travaillant dans l'industrie a diminué de 15 %<sup>19</sup>, et la production a reculé de 10 %<sup>20</sup>. De fait, l'industrie française devient moins compétitive par rapport à certains pays européens, particulièrement l'Allemagne. Elle est productive, mais n'arrive pas à monter en gamme et accumule du retard en termes d'équipements technologiques et de robotisation<sup>20</sup>. L'industrie lourde, par exemple, fait face à un manque de compétitivité, mais à l'inverse le secteur de l'agroalimentaire est porteur. Egalement, la France est très bien dotée en ce qui concerne les industries du luxe et celles inhérentes au High Tech, même si elles ne représentent que 12 % du chiffre d'affaires de l'industrie<sup>19</sup>.

Ainsi, l'industrie française est dans une situation difficile, mais qui n'est pas totalement vouée à disparaître, notamment avec l'intervention de la France dans certains domaines. Clément Lesaffre, journaliste chez Europe 1, affirme qu'il faut « *identifier, dans des domaines d'excellence et des secteurs stratégiques, des fleurons à aider lors d'éventuels passages à vide*<sup>21</sup> », en se dotant d'une politique industrielle claire. Enfin, l'industrie doit également moderniser ses sites de production, afin de s'adapter aux nouveaux défis qu'engendrent les transitions numériques et écologiques.

Suite à l'analyse de la situation du secteur en France, Lionel Fontagné, a émis dans une Note du conseil d'analyse économique, des recommandations afin de permettre à l'industrie de se maintenir, voire d'évoluer. Tout d'abord, il faut repenser l'industrie, en ne la définissant plus exclusivement que par la production de biens, mais en y associant également les services. En effet, « *le consommateur final est aujourd'hui habitué à acheter des ensembles indissociables de biens et de services vendus par des entreprises industrielles* » (Fontagné, 2014, p.3). Ensuite, il faut favoriser la formation, ainsi que les investissements en recherche et développement, tout en permettant la mobilité des ressources, afin que la France reste compétitive. Enfin, l'Etat doit mettre en place une

---

<sup>19</sup> Lesaffre Clément. L'industrie en France est-elle condamnée ?, *Europe 1*, 21 mars 2017 [en ligne]. Disponible sur <http://www.europe1.fr/economie/lindustrie-en-france-est-elle-condamnee-3008627>. (Consulté le 09-04-2018)

<sup>20</sup> De Calignon Guillaume. Dix ans après la crise, l'industrie française reste convalescente. *LesEchos.fr*, 10 août 2017 [en ligne]. Disponible sur [https://www.lesechos.fr/10/08/2017/lesechos.fr/030489273524\\_dix-ans-apres-la-crise--l-industrie-francaise-reste-convalescente.htm#](https://www.lesechos.fr/10/08/2017/lesechos.fr/030489273524_dix-ans-apres-la-crise--l-industrie-francaise-reste-convalescente.htm#). (Consulté le 09-04-2018)

<sup>21</sup> Lesaffre Clément. L'industrie en France est-elle condamnée ?, *Europe 1*, 21 mars 2017 [en ligne]. Disponible sur <http://www.europe1.fr/economie/lindustrie-en-france-est-elle-condamnee-3008627>. (Consulté le 09-04-2018)

politique industrielle permettant d'aider l'industrie, sans pour autant investir dans le capital, afin d'éviter que l'entreprise ne puisse survivre sans l'aide publique par la suite.

L'industrie doit donc faire face à de nombreux défis pour arriver à se maintenir sur le territoire, tout comme un autre secteur d'activité, très présent lui aussi en France : l'agriculture.

### **3. L'agriculture : le travail de la terre en perpétuelle mutation**

L'agriculture est un secteur essentiel, car c'est lui qui nourrit la population mondiale. Il permet également à chaque région de se différencier grâce à des productions spécifiques. D'autre part, son rôle dans l'entretien des espaces et des paysages a permis à la France d'acquérir une renommée touristique mondiale.

#### **3.1 Des productions multiples de culture et d'élevage**

Selon le dictionnaire Le Petit Robert, l'agriculture correspond à « *l'ensemble des travaux transformant le milieu naturel pour la production des végétaux et des animaux utiles aux humains*<sup>22</sup> ».

##### *3.1.1 Les nomenclatures pour définir les activités agricoles*

Le secteur agricole est très vaste, puisqu'il comprend différentes formes de production, à la fois animale et végétale. Pour faciliter les études statistiques, l'INSEE se base sur la nomenclature pour définir le secteur agricole. Il s'agit de la section A, qui regroupe à la fois agriculture, sylviculture et pêche (*cf. annexe B : la nomenclature de l'agriculture*). Le type de production est l'élément qui différencie les différentes agricultures : les cultures non permanentes (céréales, riz, tabac...), les cultures permanentes (vigne, plantes à boissons, fruits d'arbres...), la reproduction de plantes (bulbes, racines, greffons...) et la production animale (élevage). La suite de la nomenclature comprend deux autres sous-sections : les cultures et élevages associés, qui allient différents modes de productions, et les activités de soutien à l'agriculture et de traitement primaire des récoltes (services effectués par un tiers) (INSEE, 2015, p.2-34). La transformation des produits issus de l'activité agricole, comme la fabrication de fromage, d'huile, de jus de fruits, de terrines et

---

<sup>22</sup> Le Petit Robert de la langue française. *Agriculture* [en ligne]. Disponible sur <https://pr-bvdep-com-s.nomade.univ-tlse2.fr/robert.asp>. (Consulté le 10-04-2018)

pâtés, et de tout autres produits destinés à la consommation, ne sont pas inclus dans cette section, mais associés à l'industrie alimentaire.

### 3.1.2 Des modes de productions répondant aux préoccupations écologiques

L'agriculture se caractérise également par des modes de productions nombreux, résultant de « *la combinaison de motivations diverses, économiques, réglementaires ou éthiques* » (Cazals, Belis-Bergouignan, 2009, p.38), différentes pour chaque agriculteur. Tout d'abord, deux agricultures s'opposent : l'agriculture intensive, très rentable, notamment grâce à l'utilisation d'engrais et de produits phytosanitaires et l'agriculture extensive, avec un rendement moindre, mais qui demande peu de main d'œuvre et moins de traitements chimiques, la rendant plus respectueuse de l'environnement<sup>23</sup>.

L'agriculture a longtemps été considérée comme un secteur d'activité polluant et dégradant l'environnement. Aussi, de nouveaux modes de productions agricoles se sont développés, plus écologiques, privilégiant la qualité à la quantité, en particulier l'agriculture raisonnée (AR) et l'agriculture biologique (AB). Elles ont la même volonté, mais pas la même approche. « *En AB, il s'agit de respecter l'interdiction de toute utilisation de produits chimiques de synthèse alors qu'en AR les exploitants s'engagent à raisonner leur usage* » (Cazals, Belis-Bergouignan, 2009, p.40).

D'autres formes d'agriculture, toujours employées dans un but écologique, se sont répandues au cours des années, en voici deux exemples :

- La biodynamie repose sur les principes énoncés par Rudolf Steiner. Il s'agit d'une méthode qui emploie des préparations à base de plante et de compost, « *les interventions culturales sont basées sur l'observation d'un calendrier planétaire tenant compte de l'influence des astres sur les êtres vivants*<sup>24</sup> » (Larousse, 2002, p.95).
- La permaculture est un « *mode d'aménagement écologique du territoire, visant à concevoir des systèmes stables et autosuffisants et à produire de la nourriture en*

---

<sup>23</sup> Eurostat (Union Européenne). *Glossaire : agriculture extensive* [en ligne]. Disponible sur [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Extensive\\_farming/fr](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Extensive_farming/fr). (Consulté le 12-04-2018)

<sup>24</sup> Larousse (sous la direction de Mazoyer Marcel). *Larousse Agricole*. Montréal : Larousse/VUEF, 2002 767 p.

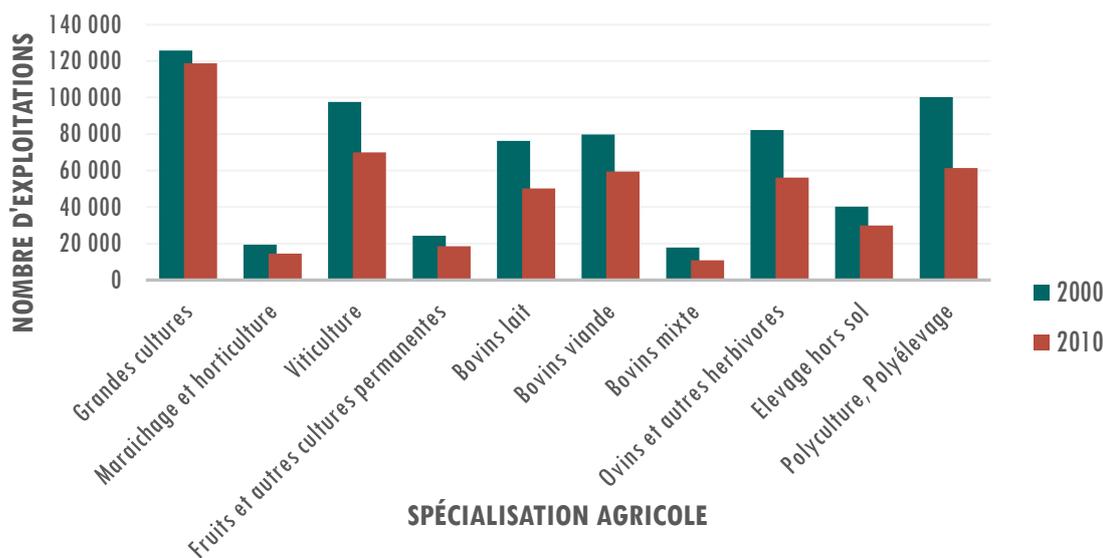
renforçant l'écosystème<sup>25</sup> ». Cette forme d'agriculture se base sur le cycle naturel de la nature, la diversité des productions dans un système en synergie.

L'agriculture est donc un secteur qui regroupe de nombreuses productions, essentielles pour garantir la diversité de l'alimentation française.

### 3.2 Un secteur essentiel, mais en baisse constante

La France est un pays très marqué par la présence de l'agriculture, puisque 54 % des sols métropolitains sont utilisés pour l'agriculture. D'ailleurs, la France est le premier pays producteur de l'Union Européenne, devant l'Espagne et l'Italie. La valeur de la production agricole en 2016 était en effet de 70,7 milliards d'euros, soit 3.5 % du PIB national<sup>26</sup>. Cependant, le nombre d'exploitations ne cesse de diminuer depuis le début du siècle, puisque le pays a perdu 26 % de ses exploitations entre 2000 et 2010, tout secteur confondu.

**Figure 6** : évolution des exploitations agricoles selon l'orientation économique<sup>27</sup>



Agreste, 2012

La grande culture est la production agricole la plus répandue en nombre d'exploitations et la surface moyenne des exploitations céréalières est d'environ 87 hectares, suivie de la viticulture et du polyélevage - polyculture. Les productions végétales : céréales, fruits,

<sup>25</sup> Le Petit Robert de la langue française. *Permaculture* [en ligne]. Disponible sur <https://pr-bvdep-com-s.nomade.univ-tlse2.fr/robert.asp>. (Consulté le 14-04-2018)

<sup>26</sup> LeMonde.fr. *Dix chiffres clés sur l'agriculture française* [en ligne]. Disponible sur <https://lemde.fr/2IgDoJK>. (Consulté le 18-04-2018)

<sup>27</sup> Agreste (Ministère de l'agriculture et de l'alimentation). *Exploitations* [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2HXZcGN>. (Consulté le 17-04-2018)

légumes, vins, etc... correspondent aux deux tiers des productions agricoles. Les résultats économiques sont très hétéroclites, selon les orientations productives<sup>28</sup>. Même si le nombre d'agriculteurs diminue, l'agriculture, associée à l'industrie agro-alimentaire représente tout de même 5.5 % de l'emploi national en 2016<sup>29</sup>.

Les réalités économiques agricoles sont difficiles et de nombreuses exploitations ne survivent que grâce aux aides de l'Etat et de l'Europe. En 2016, 89 % des exploitations ont touché au moins une subvention, ce qui montre bien la complexité de la situation. L'agriculture en France, demeure un secteur économique essentiel. Cependant, depuis quelques temps, en plus de crises économiques et sanitaires successives, l'agriculture doit faire face à des mouvements de société qui impactent son image.

### 3.3 Une image à double facette

L'agriculture possède une image plutôt positive auprès de la population française, mais depuis quelques années, les préoccupations environnementales, ainsi que les phénomènes de société, viennent écorner son image.

#### 3.3.1 Un secteur populaire qui a besoin d'aide

Selon un sondage Odoxa<sup>30</sup>, pour le Le Parisien et Aujourd'hui, 82 % des personnes interrogées ont une opinion plutôt positive de l'agriculture. L'une des preuves de cette popularité est l'engouement pour le Salon de l'Agriculture qui se déroule chaque année à Paris, et accueille des milliers de personnes, désireuses de découvrir les spécificités des régions françaises et de se rapprocher du monde rural. 70 % des enquêtés estiment que le secteur devrait être prioritaire, et souhaitent que les aides aux agriculteurs soient maintenues. En effet, depuis quelques années, le monde agricole et notamment de l'élevage, connaît des crises successives. « *On estime que 30 % des agriculteurs auraient un revenu inférieur à 350 euros par mois* » (Pluvinage, 2016, p.61). Ces difficultés économiques, renforcées par les politiques de régulations qui disparaissent, « *ont génér[é] chez les agriculteurs un sentiment d'abandon par la Nation et l'Europe* » (Pluvinage, 2016, p.60).

---

<sup>28</sup> Agreste (Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation). *Statistique Agricole*, 2017, 36 p. [en ligne]. Disponible sur [http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/memo17\\_integral.pdf](http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/memo17_integral.pdf). (Consulté le 16-04-2018)

<sup>29</sup> Agreste (Ministère de l'agriculture et de l'alimentation). *Exploitations* [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2HXZcGN>. (Consulté le 17-04-2018)

<sup>30</sup> Odoxa. *Les français et l'agriculture*, 2015 [en ligne]. Disponible sur <http://www.odoxa.fr/sondage/1623-2/>. (Consulté le 19-04-2018)

Les français soutiennent donc le secteur et montre leur attachement au monde agricole. De plus, depuis quelques années, le mode de vie lié au travail de la terre attire de plus en plus de citoyens, en quête de retour à la nature. C'est ainsi que s'est vu développé le concept d'agriculture urbaine et périurbaine qui « *consiste à cultiver des plantes et à élever des animaux à l'intérieur et aux alentours des villes*<sup>31</sup> ». Cependant, l'image de l'agriculture extensive, polluée et peu soucieuse de la santé de la population persiste et s'intensifie même.

### 3.3.2 Des phénomènes sociétaux qui dénoncent les pratiques agricoles

51 % des personnes interrogées par Odoxa<sup>32</sup> estiment que les agriculteurs ne sont pas assez attentifs à l'environnement. Aujourd'hui, les inquiétudes environnementales « *concerne[nt] désormais les pollutions diffuses d'origine agricole liées aux engrais (phosphates et nitrates) et aux produits phytosanitaires* » (Tiberghien, 2012, p.39). L'utilisation de produits chimiques pour le traitement des cultures à participer à donner à l'agriculture cette image négative. De plus c'est « *l'un des secteurs économiques qui utilisent le plus d'eau à l'état brut* » (Tiberghien, 2012, p.37), notamment pour l'irrigation des terres ou pour l'élevage. Les pénuries d'eau de certains pays, les sécheresses successives posent la question de l'optimisation de l'utilisation de l'eau par l'agriculture.

L'image de l'agriculture est également mise à mal par des phénomènes de société qui prennent de plus en plus d'ampleur. Ainsi, les problèmes sanitaires ou la maltraitance animale sont souvent associés au secteur, entraînant des débats contradictoires. Par exemple, Jocelyne Porcher, de l'INRA de Montpellier, annonce ouvertement son désaccord avec les mouvements sociétaux radicaux, qui prônent l'arrêt de l'élevage. Elle dénonce le rôle des start-up agroalimentaires, qui développent des gammes de produits végétariens ou végans, et qui entretiennent une confusion « *entre élevage et productions animales, entre élever les animaux et les produire, entre travailler avec des animaux et les exploiter comme des choses industrielles* » (Porcher, 2016, p.255). Avec un parti pris non dissimulé, l'auteur défend l'élevage français et notamment les liens affinitaires qu'entretiennent les éleveurs avec leur bétail. « *Le capitalisme et la recherche effrénée du profit ont fait de nos relations aux animaux un repoussoir moral dont le stade ultime est*

---

<sup>31</sup> Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. *L'agriculture urbaine* [en ligne]. Disponible sur <http://www.fao.org/urban-agriculture/fr/>. (Consulté le 19-04-2018)

<sup>32</sup> Odoxa. *Les français et l'agriculture*, 2015 [en ligne]. Disponible sur <http://www.odoxa.fr/sondage/1623-2/>. (Consulté le 19-04-2018)

*aujourd'hui l'exclusion des animaux du lien social* » (Porcher, 2016, p.261). Sans faire de généralité sur ces mouvements, il est évident que les débats sur la condition animale et sur certains modes alimentaires, souvent très médiatisés, entachent quelque peu l'image de l'agriculture française, en ne différenciant pas les spécificités de ses modes de production, pourtant très larges.

Pour conclure, l'artisanat, l'industrie et l'agriculture, sont des secteurs économiques riches, pluridimensionnels et présents sur le territoire français, mais qui connaissent aujourd'hui des difficultés. Pourtant, ils ont toute une relation au temps forte, qui a marqué l'histoire et qui se projette vers l'avenir.

## **4. Des activités économiques tirillées entre passé et présent**

Une question se pose : quels liens ces activités (artisanat, industrie, agriculture) peuvent-elles avoir entre-elles ?

### **4.1 Des activités fortement marquées par l'histoire passée**

L'évolution de l'Homme a été marquée par l'essor de l'agriculture, en premier lieu pour survivre. Ensuite, l'apparition de l'artisanat et de l'industrie ont permis à la société de se développer. Ces trois activités sont donc étroitement liées les unes aux autres et sont à l'origine du développement des pratiques humaines.

#### *4.1.1 L'agriculture, aux prémices de l'évolution de l'humanité*

L'agriculture apparaît au Néolithique, lorsque certains nomades se sont sédentarisés et ont commencé à cultiver la terre et à élever des animaux pour subvenir à leurs besoins. L'évolution des pratiques et notamment le déploiement de systèmes d'irrigation et l'amélioration des outils ont permis peu à peu de développer l'agriculture et de l'étendre à l'ensemble de la planète. Cependant, « *la conversion de ces sociétés de prédateurs en sociétés d'agriculteurs se nourrissant principalement des produits issus des cultures et des élevages a pris des siècles*<sup>33</sup> ». Certaines techniques de culture, contraintes par des outils sommaires, ont engendré les premières grandes modifications écologiques, comme le défrichement par abattis-brûlis. « *Il a entraîné une réduction de la fertilité des écosystèmes cultivés, une érosion accrue, surtout dans les zones accidentées, et un assèchement du*

---

<sup>33</sup> Roudart Laurence, Mazoyer Marcel. *Agriculture, Histoire des agricultures jusqu'au XIXe siècle*. Universalis éducation [en ligne]. Disponible sur <https://www-universalis--edu-com.nomade.univ-tlse2.fr/encyclopedie/agriculture-histoire-des-agricultures-jusqu-au-xixe-siecle/>. (Consulté le 21-04-2018)

*climat dans de vastes régions*<sup>34</sup> ». Le développement de l'agriculture s'est fait par étapes, alternant période de famines et de pénuries, et période d'accroissement des rendements agricoles grâce à l'amélioration des techniques. A partir de l'Antiquité, mais surtout du Moyen-Age, les outils agricoles se sont développés, et avec eux d'autres métiers, des métiers artisanaux.

#### 4.1.2 Les artisans : bâtisseurs du passé

L'artisanat est un secteur de métier qui existe depuis des centaines d'années. Maçons, charpentiers, tailleurs de pierre, ont construit les villes et les monuments qui ont permis aux sociétés de se développer.

Dans les sociétés antiques et plus particulièrement dans la société romaine, les artisans avaient une place importante, mais mal considérée par l'élite, puisque le travail était vu comme une pratique ingrate. Cela n'empêchait pas certains artisans de s'enrichir considérablement grâce à la vente de leur production. (Fabre, 2017, p.11). A l'époque médiévale, l'artisanat se développe grâce à l'ambition des puissances politiques et religieuses de l'époque, avec la construction de nombreux monuments tels les châteaux et les cathédrales. Les premiers artisans étaient des serfs affranchis, qui se sont peu à peu regroupés au sein de *geldoniae* (guildes) et *confratrinae* (confréries), le plus souvent à caractère religieux, vers le IXe siècle. Au sein de ces corps de métier, il existait une hiérarchie particulière, toujours présente aujourd'hui : apprentis, valets ou sergents et maîtres (Fabre, 2017, p.11). D'autre part, à cette époque, les artisans en créant de nouveaux outils ont permis l'évolution des pratiques agricoles. Ainsi, c'est au Moyen-Age que d'autres secteurs d'activité peuvent se développer grâce à l'amélioration de l'agriculture et des conditions de vie de la population :

*« la population, mieux nourrie, a plus que triplé et une fraction plus importante de celle-ci, bien qu'encore modeste, a pu se consacrer à des activités non agricoles qui ont entraîné un réel essor artisanal, urbain, architectural et culturel. De nouvelles catégories sociales (paysans ou artisans indépendants, entrepreneurs, ouvriers...) ont émergé<sup>34</sup>. »*

---

<sup>34</sup> Roudart Laurence, Mazoyer Marcel. *Agriculture, Histoire des agricultures jusqu'au XIXe siècle*. Universalis éducation [en ligne]. Disponible sur <https://www-universalis--edu-com.nomade.univ-tlse2.fr/encyclopedie/agriculture-histoire-des-agricultures-jusqu-au-xixe-siecle/>. (Consulté le 21-04-2018)

#### 4.1.3 Une histoire plus récente de l'industrie

Beaucoup plus récemment dans l'histoire, l'industrie a pris le pas sur les autres « *formes traditionnelles de l'activité économique (agriculture et artisanat)*<sup>35</sup> » en Angleterre, durant la deuxième moitié du XVIIIe siècle, lors de la révolution industrielle.

« *La prédominance de la technique dans les sociétés modernes est si essentielle que faire l'histoire de l'industrialisation, c'est faire celle des progrès de la technique des deux derniers siècles*<sup>35</sup> ». Ainsi, le développement de l'industrie s'est fait grâce à l'amélioration des techniques, à l'innovation et à l'invention de nouvelles machines et nouveaux procédés. La machine à vapeur a notamment révolutionné le monde de l'industrie textile, ainsi que celui des transports. Le développement de ces derniers a entraîné un besoin croissant en fer, engendrant par là même des innovations dans le secteur de la métallurgie et la sidérurgie. La deuxième révolution industrielle de la fin du XIXe siècle est étroitement liée à l'électricité, au pétrole et à la chimie. Ceci a entraîné la disparition de certaines industries, moins rentables et moins productives. C'est le cas par exemple des industries textiles n'utilisant pas de fibres synthétiques, mais du coton ou de la laine, dans les années 1940.

---

<sup>35</sup> Amin Samir. *Industrie, industrialisation et formes de société*. Universalis education [en ligne]. Disponible sur <https://www-universalis--edu-com.nomade.univ-tlse2.fr/encyclopedie/industrie-industrialisation-et-formes-de-societe/>. (Consulté le 21-04-2018).

**Tableau 2** : synthèse des Révolutions industrielles depuis 1750

Dates	1 <sup>ère</sup> Révolution industrielle (1780-1850)	2 <sup>ème</sup> Révolution industrielle (1880-1950)	3 <sup>ème</sup> Révolution industrielle (1970-2020)
<b>Industrie</b>	.Semi-mécanique (petits ateliers)	.Mécanique (chaînes de montage) .Production de masse	.Techniques commerciales .Informatique
<b>Inventions techniques majeures</b>	.Machine à vapeur .Métier à tisser mécanique	.Moteur à explosion .Plastique	.Microprocesseur .Satellites
<b>Nouvelles sources d'énergie</b>	.Hydraulique .Charbon	.Electricité .Pétrole .Gaz	.Nucléaire .Energies renouvelables
<b>Moyens de transport</b>	.Navires à vapeur et voies navigables .Locomotives et chemin de fer	.Automobile et réseaux routiers .Avions	.Trains à grande vitesse
<b>Canaux de diffusion de l'information</b>	.Télégraphe .Courrier .Presse écrite	.Téléphone .Radio	.Email .Télévision .Internet

Deloitte, G-SCOP, SATIE, 2017, p.9

La croissance de l'industrie « *marque d'une manière si évidente les sociétés modernes que des sociologues américains comme J.K. Galbraith (et en France Raymond Aron) ont assimilé modernisation et industrialisation et qualifié les sociétés contemporaines avancées de sociétés industrielles<sup>36</sup>* ».

Cependant, l'artisanat et l'agriculture sont deux secteurs d'activité où les techniques ancestrales sont importantes et se transmettent. Il s'agit également d'entreprises qui travaillent souvent seules, mais le développement de l'industrie, dans les secteurs des transports et de la chimie, a permis à l'agriculture d'être plus productive et d'alléger certaines tâches difficiles et éprouvantes. Elle a également permis à l'artisanat de s'adapter aux besoins de la société en développant des matériaux et des outils plus performants. Ces trois activités sont donc étroitement liées.

#### 4.2 Des activités actuelles, tournées vers l'avenir

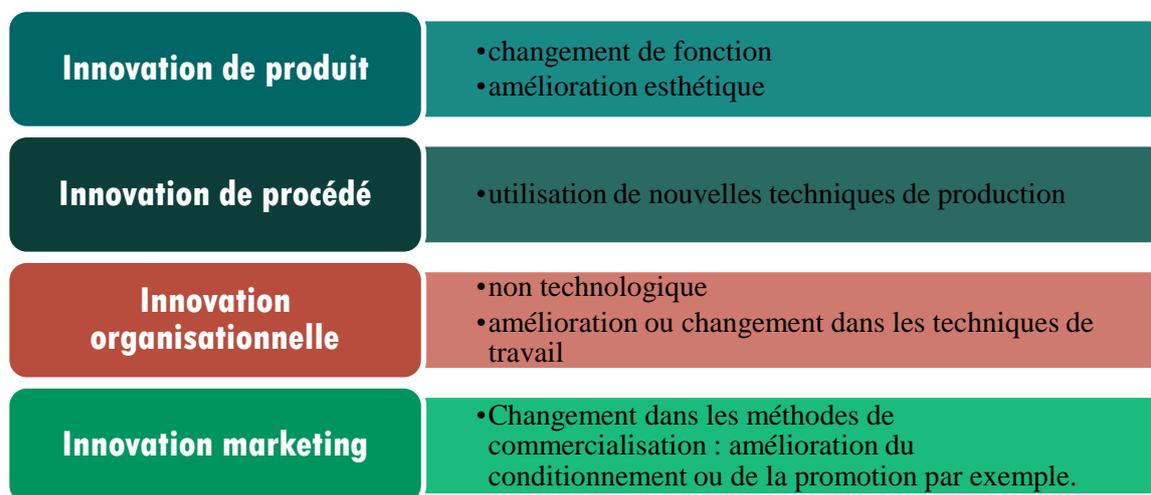
L'artisanat et l'agriculture ont beau être des activités économiques dites traditionnelles, elles sont, tout comme l'industrie, marquées par les processus d'innovation, qui les ancrent dans le futur.

<sup>36</sup> Amin Samir. *Industrie, industrialisation et formes de société*. Universalis education [en ligne]. Disponible sur <https://www-universalis--edu-com.nomade.univ-tlse2.fr/encyclopedie/industrie-industrialisation-et-formes-de-societe/>. (Consulté le 21-04-2018).

#### 4.2.1 Retour sur le concept d'innovation

L'innovation correspond au fait « d'introduire dans une chose établie quelque chose de nouveau, d'encore inconnu<sup>37</sup> ». Elle peut prendre plusieurs formes et toucher autant les produits d'une entreprise, que sa façon de fonctionner.

**Figure 7** : les formes d'innovation dans l'entreprise



Bérengère Fabre, 2018

Ces innovations, lorsqu'elles sont développées dans les entreprises, quel que soit leur secteur, peuvent être de deux formes. Les innovations radicales vont entraîner des changements fondamentaux, créant une rupture avec les anciennes pratiques et impactant la production et l'entreprise de manière importante. Les innovations incrémentales se font au contraire plus en douceur, en s'intégrant progressivement à l'entreprise (Fabre, 2017, p.64). L'innovation est importante pour les entreprises, quelle que soit leur secteur d'activité ou leur taille. Elle leur permet de s'adapter à la concurrence, au marché et aux changements de l'environnement.

#### 4.2.2 L'innovation en agriculture : un retour vers le passé ?

L'agriculture, telle qu'elle est présente aujourd'hui, est le fruit de nombreuses innovations techniques, technologiques et organisationnelles. Ainsi, dans l'histoire récente de la France, cette activité est passée d'une agriculture familiale, à une agriculture plus productiviste, encouragée par les politiques publiques, afin de faire du pays une véritable puissance agricole. Pour cela, plusieurs étapes ont été nécessaires : mécaniser les exploitations avec des machines plus performantes, spécialiser les productions en confiant

<sup>37</sup> Le Petit Robert de la langue française. *Innover* [en ligne]. Disponible sur <https://pr-bvdep-com-s.nomade.univ-tlse2.fr/robert.asp>. (Consulté le 26-04-2018)

la commercialisation à d'autres intervenants (coopératives, etc.), augmenter les rendements grâce aux intrants chimiques, agrandir la surface exploitable tout en s'affranchissant du terroir. « *Les techniques nouvelles issues de la recherche agronomique permettent de se libérer de certaines contraintes propres aux milieux naturels* » (Le Clanche, Pluvinage, 2011, p.33). Ainsi, durant cette période de la fin du XXe siècle, l'agriculture française s'est modernisée, développée grâce aux innovations, mais elle a également eu tendance à s'uniformiser. Aujourd'hui, de nombreuses exploitations tendent à revenir à des modèles plus traditionnels, en développant de nouvelles techniques de vente comme la vente en direct, en transformant elles-mêmes leur production ou en diversifiant leur activité. Les auteurs Le Clanche et Pluvinage, avancent que « *ces professionnels sont des entrepreneurs et qu'ils introduisent des innovations dans des systèmes d'exploitation classiques qui montrent de plus en plus leurs limites* » (Le Clanche, Pluvinage, 2011, p.34). Même si les agriculteurs reviennent à certaines pratiques du passé, ils changent la structure et l'organisation traditionnelle du secteur. « *En revisitant des savoir-faire anciens, des principes issus d'une agriculture séculaire, ces agriculteurs mettent souvent en œuvre des combinaisons productives nouvelles et transforment significativement l'équation initiale de la fonction de production en agriculture* » (Le Clanche, Pluvinage, 2011, p.34). Ainsi, l'innovation marque l'agriculture à la fois par le développement de certaines technologies, mais également par des changements dans la façon de faire de l'agriculture.

#### 4.2.3 Le numérique : la quatrième révolution industrielle ?

Le développement du numérique et des nouvelles technologies changent l'industrie, si bien que certains spécialistes parlent de quatrième révolution industrielle.

**Tableau 3** : la quatrième révolution industrielle

Dates	4 <sup>ème</sup> révolution industrielle 2020-2050
<b>Industrie</b>	Numérique
<b>Inventions techniques majeures</b>	Impression 3D, systèmes cyber physique, réalité virtuelle / augmentée, intelligence artificielle
<b>Nouvelles sources d'énergie</b>	Hydrogène
<b>Moyens de transport</b>	Véhicules autonomes
<b>Canaux de diffusion de l'information</b>	Réseaux sociaux, cloud computing, réseaux LPWAN ( <i>communication d'objets connectés à grande distance</i> ).

Deloitte, G-SCOP, SATIE, 2017, p.9

L'innovation est au cœur des industries, qui doivent s'adapter au contexte du marché et essayer d'être les plus performantes possibles, afin de faire face à la concurrence. C'est ce

qui a fait de ce secteur, un grand incubateur d'innovation : « *les technologies numériques sont présentes depuis plus d'un demi-siècle dans l'industrie et ont progressé de manière régulière pour arriver aujourd'hui à ce nouveau mode de production qu'est l'industrie du futur* » (Deloitte, G-SCOP, SATIE, 2017, p.34). Cependant, ces innovations de pointe sont coûteuses et parfois non adaptées à tous les secteurs que compte l'industrie. « *Il reste encore de nombreux verrous scientifiques et techniques pour généraliser l'industrie du futur* » (Deloitte, G-SCOP, SATIE, 2017, p.35).

#### 4.2.4 *L'artisanat innove en se rapprochant de l'art*

L'artisanat, malgré son statut d'activité traditionnelle, est un secteur où l'innovation est importante. Afin de répondre aux demandes personnalisées des clients, les artisans sont parfois dans l'obligation d'inventer de nouveaux procédés de fabrication, de nouvelles méthodes de travail, c'est l'un des cas les plus fréquents d'innovation dans l'artisanat (Fabre, 2017, p.65). C'est également une façon de se différencier de la concurrence, parfois très forte pour des productions géographiquement localisées. De plus, l'innovation permet au secteur de changer son image parfois négative d'activité passéiste, notamment en se rapprochant d'autres secteurs. Les métiers d'art sont souvent proches de l'art et du design, en créant des pièces uniques, modernes et parfois en collaboration avec de grands artistes ou architectes afin de « *redynamiser le champ de la création dans son ensemble* » (Zovko, 2012, p.2). Ces collaborations peuvent permettre d'une part de redynamiser une entreprise traditionnelle, en créant des objets plus contemporains, tout en déployant tous les savoir-faire des artisans. En effet, « *de nombreuses entreprises métiers d'art ont cessé leur activité ces dernières années en raison de l'inadaptation de leur production aux besoins du marché* » (Zovko, 2012, p.8), alors que le caractère unique, patrimonial et durable des objets des métiers d'art est très sollicité. Egalement, intégrer une gamme de produit créée par des personnes de renommée internationale telles que Philippe Starck, ou des artistes venant du luxe tel que Jean-Paul Gaultier, permet de changer l'image de l'entreprise, c'est-à-dire d'« *associer savoir-faire et design au service de l'identité de la maison* ».

Ces trois activités sont donc fortement liées à l'histoire, tout en étant au cœur des problématiques présentes. Elles tentent de survivre et de s'adapter aux évolutions de la société en intégrant des pratiques et des produits innovants. En plus de ce lien au temps, elles sont toutes trois basées sur la maîtrise de techniques et de savoir-faire.

### 4.3 Le point commun entre ces trois activités : la maîtrise de savoir-faire

L'artisanat, l'agriculture et l'industrie, bien qu'appartenant à trois secteurs d'activité bien distincts, ont de nombreux points communs. Ils ont marqué l'histoire, mais ils sont encore très actuels. Les métiers qui sont présents dans ces trois secteurs sont tous basés sur la maîtrise de savoir-faire. Selon le Petit Robert, il s'agit d'une notion traduite de l'anglais *know how*, qui correspond à « *l'ensemble des connaissances, expériences et techniques accumulées par un individu ou une entreprise*<sup>38</sup> ». Dans le cas d'une activité économique, comme l'artisanat ou l'agriculture, le terme *savoir-faire technique* est employé, et désigne :

*« l'ensemble des connaissances et savoirs humains, conscients ou inconscients, qui permettent la mise en œuvre d'une technique. Les savoir-faire peuvent être gestuels et intellectuels, collectifs et individuels, et ils dépendent toujours à la fois des rapports des hommes entre eux et des rapports entre les hommes et les lois de la matière. »* (Chamoux, 1978, p.48)

L'auteur considère que plus les outils utilisés pour produire des biens sont simples, plus l'initiative de l'Homme sera présente, ce qui demande une grande maîtrise de certaines techniques, correspondant aux savoir-faire. « *La manière d'utiliser un outil s'incarne concrètement dans les connaissances techniques conscientes ou non du travailleur, et dans les gestes qu'il effectue au cours du procès de travail* » (Chamoux, 1978, p.49). Selon l'auteur les techniques industrielles emploient moins les savoir-faire, car les outils sont plus complexes et remplacent les actions de l'Homme. Cependant, avec les évolutions technologiques récentes, les savoir-faire industriels sont importants, notamment pour la recherche et le développement, pour l'amélioration des techniques et pour faire fonctionner les procédés technologiques nécessaires à la production. De plus, certaines petites industries se rapprochent plus de l'artisanat, que de certaines grandes entreprises équipées de robots modernes. Egalement, d'après la définition des savoir-faire, les gestes sont très importants. La notion de geste, vient du latin *gestus*, qui signifie « *attitude, mouvement du corps* », le geste est donc « *la manière de mouvoir le corps, les membres et, en particulier, manière de mouvoir les mains dans un but de préhension de manipulation*<sup>39</sup> ».

Par conséquent, l'agriculture, l'artisanat et l'industrie sont des secteurs d'activité qui ont marqué le passé économique de la France, qui ont permis au pays de se développer.

---

<sup>38</sup> Le Petit Robert de la langue française. *Savoir-faire* [en ligne]. Disponible sur <https://pr-bvdep-com-s.nomade.univ-tlse2.fr/robert.asp>. (Consulté le 01-05-2018)

<sup>39</sup> Larousse. *Geste* [en ligne]. Disponible sur <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/geste/36848>. (Consulté le 02-05-2018)

Aujourd'hui, leur place est toujours aussi importante, bien que les entreprises de ces secteurs connaissent de nombreuses difficultés. C'est pourquoi innover est devenu essentiel à leur pérennité. C'est là le point commun de ces trois secteurs : leur lien fort au temps.

### **Conclusion du chapitre 1 :**

Ainsi, l'artisanat, l'agriculture et l'industrie sont trois activités productives importantes pour la France. Il est parfois complexe d'identifier les points communs qu'elles peuvent entretenir, pourtant elles possèdent de nombreux liens. Ce sont toutes trois des activités multidimensionnelles et riches, qui au sein d'un même secteur, regroupent de nombreux métiers, et produisent des biens très différents les uns des autres. De plus, elles font aujourd'hui face à de nombreuses difficultés d'image et économiques, qui les rendent vulnérables. Ce sont également des activités marquées par le passé, mais tournées vers le futur, en innovant pour assurer leur survie. Enfin, elles sont détentrices de savoir-faire techniques anciens ou non, mais essentiels à l'exercice de leur métier. Par leur lien passé et les gestes et techniques utilisés, l'artisanat, l'agriculture et l'industrie ont marqué la société et de nombreux vestiges, anciens ou actuels, constituent aujourd'hui un patrimoine riche.

## Chapitre 2 : Les savoir-faire liés à une activité économique : un patrimoine multidimensionnel

Les savoir-faire, qu'ils soient passés ou présents, correspondent à un patrimoine. Il s'agit d'un héritage, d'une mémoire importante pour la compréhension de l'évolution de la société et pour les générations futures. Très fortement lié à l'identité des populations, son potentiel touristique est donc indéniable.

### 1. Un patrimoine aux multiples facettes

Les savoir-faire liés aux activités économiques font partie du patrimoine immatériel, mais sont également indissociables d'autres formes de patrimoines.

#### 1.1 Les savoir-faire, partie intégrante du patrimoine culturel immatériel

Le patrimoine est une notion ancienne, apparue au XIIe siècle pour désigner « *l'ensemble des biens, des droits hérités du père*<sup>40</sup> », qui a pris un sens collectif à partir du XXe siècle. L'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), est l'organisme mondial en charge de la protection du patrimoine dans le monde. Pour être un patrimoine, un objet, un bien doit être « *considéré comme ayant une valeur exceptionnelle pour l'humanité* » (Fabre, 2017, p.23).

##### 1.1.1 La notion de patrimoine selon l'UNESCO

La définition donnée par l'UNESCO pour définir le patrimoine est la suivante. Il s'agit de « *l'héritage du passé dont nous profitons aujourd'hui et que nous transmettrons aux générations à venir*<sup>41</sup> ». Il apparaît clairement que la protection est un élément essentiel du patrimoine, puisqu'il faut que ce dernier soit accessible dans le futur. Brice Duthion et Lionel Walker complètent ce propos en intégrant à leur définition le rôle important des communautés. Le patrimoine est donc « *ce qui est transmis à une personne ou une collectivité par les ancêtres et les générations précédentes, et qui est considéré comme un héritage commun* » (Fabre, 2017, p.23).

---

<sup>40</sup> CNRTL. *Patrimoine* [en ligne]. Disponible sur <http://www.cnrtl.fr/etymologie/patrimoine>. (Consulté le 08-02-2017)

<sup>41</sup> UNESCO. *Notre patrimoine mondial* [en ligne]. Disponible sur <http://whc.unesco.org/fr/apropos/>. (Consulté le 13-11-2016)

En parallèle de cette définition, l'UNESCO a également différencié plusieurs formes de patrimoine dans la Convention relative à la protection du patrimoine mondial naturel et culturel, adoptée le 16 novembre 1972. Il s'agit tout d'abord du patrimoine culturel, qui regroupe les monuments (œuvres artistiques et architecturales, élément archéologiques, grottes), les ensembles (groupes de constructions), ainsi que les sites où l'action de l'homme en lien avec la nature est importante d'un point de vue historique, archéologique ou esthétique (UNESCO, 1972, p.2). Ensuite, il définit le patrimoine naturel qui correspond à tous les sites naturels dont les formations physiques, biologiques, géologiques sont exceptionnelles et qui peuvent abriter des espèces animales ou végétales menacées (UNESCO, 1972, p.2).

Par conséquent, le patrimoine culturel correspond à tous les patrimoines matériels, et le patrimoine naturel à tout ce qui relève de l'environnement et des paysages. L'une des valeurs essentielles de ces patrimoines est leur caractère universel et exceptionnel, qui implique leur reconnaissance d'un point de vue mondial afin de les préserver. (Fabre, 2017, p.24). Toutefois, cette définition ne prend pas en considération tous les éléments intangibles et qui pourtant font partie de l'héritage des communautés.

### *1.1.2 Un patrimoine récemment reconnu : le patrimoine culturel immatériel*

Plus récemment, l'UNESCO a défini une nouvelle forme de patrimoine dans la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, adoptée le 17 octobre 2003. Le patrimoine immatériel regroupe :

*« Les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel. » (UNESCO, 2003, p.2-3)*

Ce patrimoine comprend différents domaines qui sont : les traditions et expressions orales, ainsi que les langues ; les arts du spectacle ; les pratiques sociales, rituels et événements festifs ; les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ; les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel<sup>42</sup>.

Pour qu'un patrimoine immatériel soit reconnu comme tel, il doit répondre à quatre critères. Il doit être traditionnel, mais à la fois contemporain et vivant, c'est-à-dire pratiqué

---

<sup>42</sup> UNESCO. *Domaines du patrimoine immatériel selon la Convention de 2003* [en ligne]. Disponible sur <https://ich.unesco.org/fr/domaines-du-patrimoine-immateriel-00052>. (Consulté le 06-05-2018)

par les groupes culturels. Il doit être inclusif : les personnes de la communauté auquel il appartient doivent avoir un sentiment d'identité, d'appartenance au groupe et se sentir responsable de la protection et de la transmission de ce patrimoine. Comme l'affirme l'UNESCO :

*« les expressions de notre patrimoine culturel immatériel [...] font toutes parties du patrimoine culturel immatériel en ce sens qu'elles ont été transmises de génération en génération, qu'elles ont évolué en réaction à leur environnement et qu'elles contribuent à nous procurer un sentiment d'identité et de continuité, établissant un lien entre notre passé et, à travers le présent, notre futur<sup>43</sup>. »*

Le patrimoine culturel immatériel doit être représentatif de la communauté à laquelle il appartient, car *« il se développe à partir de son enracinement dans les communautés et dépend de ceux dont la connaissance des traditions, des savoir-faire et des coutumes est transmise au reste de la communauté<sup>43</sup> »*. Enfin, il doit être fondé sur les communautés, c'est-à-dire qu'elles doivent reconnaître ce patrimoine comme faisant partie de leur identité et de leur culture. Le patrimoine immatériel et la communauté impliquée sont indissociables. En effet, c'est elle qui le fait vivre et qui lui permet d'exister. La protection engagée est donc complexe : la communauté internationale ne peut pas demander à une population de ne pas évoluer dans ses pratiques par soucis de conservation et de préservation des pratiques anciennes. Il faut que cette volonté vienne de la communauté elle-même.

### *1.1.3 Les savoir-faire : un patrimoine immatériel*

Les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel sont inclus dans la convention sur le patrimoine culturel immatériel. L'UNESCO considère qu'*« au lieu de se concentrer sur la préservation des objets artisanaux, les efforts de sauvegarde devraient plutôt s'attacher à encourager les artisans à en poursuivre la production et à transmettre à d'autres leurs savoirs et leurs savoir-faire, en particulier au sein de leur communauté<sup>44</sup> »*. Ce ne sont pas les bijoux, les instruments de musique, les objets utilitaires ou les costumes qui sont pris en compte, mais la façon dont ils ont été fabriqués. La transmission est dans ce cas essentielle, mais fragilisée par la concurrence des pratiques productivistes mondialisées (Fabre, 2017, p.26).

---

<sup>43</sup> UNESCO. *Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel ?* [en ligne]. Disponible sur <https://ich.unesco.org/fr/qu-est-ce-que-le-patrimoine-culturel-immateriel-00003>. (Consulté le 07-05-2018)

<sup>44</sup> UNESCO. *Savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel* [en ligne]. Disponible sur <https://ich.unesco.org/fr/artisanat-traditionnel-00057>. (Consulté le 08-05-2018)

L'UNESCO prend uniquement en considération les savoir-faire liés aux pratiques artisanales. Cette délimitation semble réductrice, puisque d'autres secteurs détiennent et utilisent des savoir-faire. Les auteurs Jean-Baptiste Grison et Laurent Rieutort ont élargi cette notion de savoir-faire à tous les systèmes productifs, c'est-à-dire à « *l'ensemble des facteurs et des acteurs concourant à la production, à la circulation et à la consommation de richesses* » (Grison, Rieutort, 2017, p.8). Ainsi, les savoir-faire productifs peuvent être définis comme étant les pratiques et techniques agricoles, artisanales et industrielles, permettant de produire des richesses. La patrimonialisation de ces savoir-faire est complexe, car il réside une ambiguïté entre la notion de patrimoine, qui fait référence aux traditions et au passé, et le côté vivant et contemporain de ces pratiques. Ils ne sont pas toujours considérés comme des ressources patrimoniales et bien souvent, c'est un événement venant fragiliser ou compromettre l'activité qui va faire que les communautés prennent conscience de leur importance et de l'intérêt de leur préservation (Grison, Rieutort, 2017, p.177).

Les savoir-faire sont donc partie intégrante du patrimoine culturel immatériel. Mais la notion de patrimoine autour des activités productives est beaucoup plus vaste, mêlant à la fois patrimoine matériel, immobilier ou encore technique.

## **1.2 Un lien avec d'autres formes de patrimoine**

Le patrimoine, comme il a été abordé plus tôt, est souvent divisé en catégories, selon des caractéristiques particulières : la matérialité, la thématique qu'il aborde, etc. Le patrimoine lié à une activité économique est complexe à appréhender car il appartient à plusieurs catégories de patrimoine. Il est immatériel par les savoir-faire qu'il met en œuvre, mais également technique, matériel ou industriel.

### *1.2.1 Un patrimoine industriel et technique*

Considérer les objets, bâtiments, techniques issus du passé industriel et économique comme faisant partie d'un patrimoine à part entière est encore très récent. En France, cette prise de considération ne s'est opérée qu'à partir des chocs pétroliers, dans les années 70, lorsque de nombreuses industries se sont délocalisées à l'étranger<sup>45</sup>. Etablir une définition d'un tel patrimoine est complexe, puisqu'il est à la fois passé pour les entreprises ou

---

<sup>45</sup> Ministère de la Culture (DRAC Pays de la Loire). *Patrimoine industriel, scientifique et technique (PIST)* [en ligne]. Disponible sur <http://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Pays-de-la-Loire/Politique-et-actions/Monuments-historiques2/Patrimoine-industriel-scientifique-et-technique-PIST>. (Consulté le 10-05-2018)

pratiques disparues, mais toujours vivant pour le secteur industriel contemporain. Il est parfois associé à des épisodes douloureux comme les licenciements, le chômage ou les revendications sociales, qui ont fait naître une « *réaction de méfiance, ou plutôt d'amour-haine pour la science et la technique* ». (Halleux, 2010, p.30), ce qui a entraîné de nombreuses destructions avant sa reconnaissance en tant que patrimoine.

En 1973 est créé le Comité international pour la conservation du patrimoine industriel (TICCIH) chargé de sa reconnaissance et de sa protection. Il conseille également le Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS) dans ce domaine. Une première définition du patrimoine industriel avait été donnée en 2003 par le TICCIH, complétée en 2011 lors des Principes de Dublin (principes conjoints ICOMOS-TICCIH pour la conservation des sites, constructions, aires et paysages du patrimoine industriel).

*« Le patrimoine industriel comprend les sites, les constructions, les complexes, les territoires et les paysages ainsi que les équipements, les objets ou les documents qui témoignent des procédés industriels anciens ou courants de production par l'extraction et la transformation des matières premières ainsi que des infrastructures énergétiques ou de transport qui y sont associées. Il exprime une relation étroite entre l'environnement culturel et naturel puisque les procédés industriels – anciens ou modernes – dépendent de ressources naturelles, d'énergie et de voies de communication pour produire et distribuer des biens sur les marchés. Ce patrimoine comporte des dimensions immatérielles comme les savoir-faire techniques, l'organisation du travail et des travailleurs ou un héritage complexe de pratiques sociales et culturelles résultant de l'influence de l'industrie sur la vie des communautés et sur la mutation des sociétés et du monde en général. » (ICOMOS, TICCIH, 2011, p.1)*

Ainsi, le patrimoine industriel et technique est à la fois matériel, regroupant l'architecture des bâtiments, les objets produits ou les outils et innovations, et immatériel, voire culturel. Ce qui caractérise l'industrie est qu'un grand nombre de personnes sont impliquées dans son fonctionnement et leur travail et leur mode de vie ont généré l'apparition de coutumes et de pratiques partagées. Cet aspect social se retrouve moins dans le patrimoine artisanal et agricole, mais là aussi, les savoir-faire sont liés à bien plus que le patrimoine immatériel.

### *1.2.2 Un patrimoine matériel, agricole ou paysager*

Les activités productives et économiques ont laissé des traces physiques et tangibles : usines, ateliers d'artisans ou bâtiments liés aux pratiques agricoles. Il s'agit donc d'un patrimoine architectural, parfois très spécifique comme l'architecture industrielle du XIX<sup>e</sup>

siècle, tout en verrières et poutres en fer. Les objets produits font également partie du patrimoine matériel, tout comme les outils et machines servant à la production.

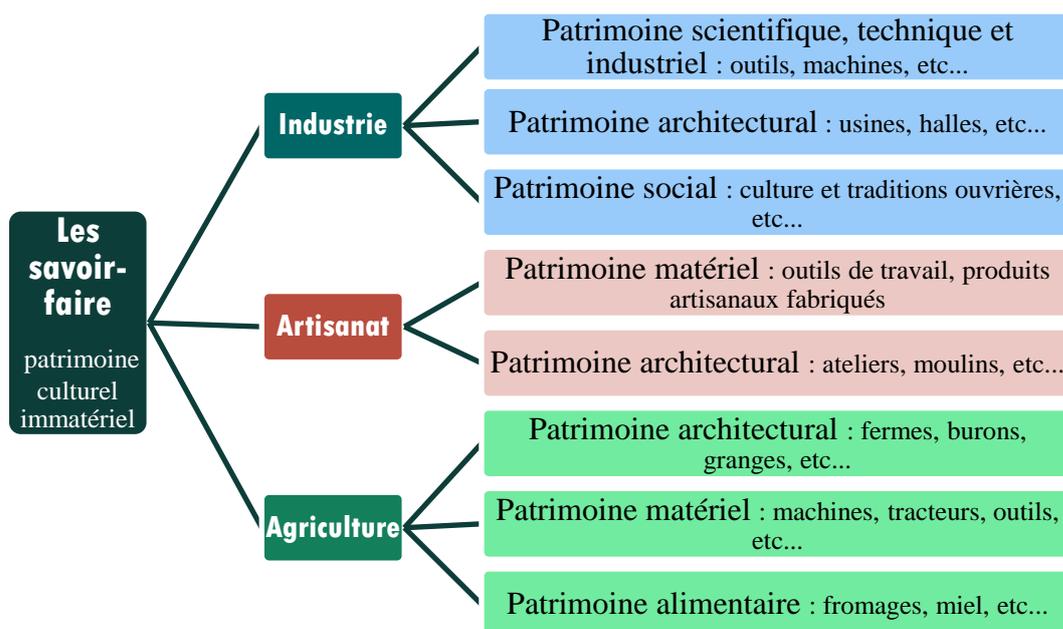
L'agriculture, en plus de ces aspects, participe également à la construction du patrimoine alimentaire, puisqu'elle est la base de la création de ces produits. Les sociologues Jacinthe Bessière et Laurence Tibère définissent le patrimoine alimentaire comme étant :

*« l'ensemble des produits agricoles, bruts et transformés, des savoirs et savoir-faire mobilisés pour les produire, ainsi que les techniques et les objets culinaires liés à leur transformation. Enfin, ce patrimoine comprend également les savoirs et pratiques liés à la consommation (manières de table, formes de sociabilité, symbolique des aliments, objets de la table, etc.) et à la distribution alimentaire (marché de pays, vente à la ferme) » (Gendre, 2016, p.46-47).*

Enfin, le patrimoine lié aux activités productives est également lié aux paysages, car certaines de ces activités, notamment l'industrie et l'agriculture, ont façonné la nature. C'est le cas par exemple des découvertes, exploitations minières à ciel ouvert. L'agriculture par le travail de la terre ou par l'élevage permet d'entretenir et de créer les paysages.

Par conséquent, les savoir-faire, bien que définis par le patrimoine culturel immatériel, ne peuvent exister sans les hommes qui les détiennent, ni sans les activités auxquelles ils sont reliés. Ces dernières laissent et ont laissé des traces dans différents patrimoines, à la fois matériels et immatériels.

**Figure 8** : les patrimoines en lien avec les savoir-faire productifs



Bérengère Fabre, 2018

### 1.2.3 La reconnexion de toutes ces formes de patrimoine

Pour valoriser au mieux ces patrimoines, des travaux ont été menés afin de reconnecter les différentes formes d'un même patrimoine. Vouloir le valoriser uniquement sous une seule de ses formes serait lui faire perdre de sa cohérence. De plus, les visiteurs ne veulent plus visiter de simples lieux ou voir des objets, ils veulent comprendre leur contexte, la culture à laquelle ils appartiennent. Le propos de ces travaux est de réassocier le patrimoine matériel avec les pratiques auxquelles il fait référence, afin de valoriser le patrimoine dans toutes ses dimensions. Par exemple, on ne va pas visiter un moulin uniquement pour son architecture, mais aussi pour découvrir les savoir-faire, les outils utilisés, les produits créés, voire même les pratiques et les coutumes des personnes travaillant dans ce moulin : « *pour extraire toute la richesse d'un site ou d'un objet matériel, il est capital de tenir compte de sa valeur d'usage social* » (Fabre, 2017, p.28). L'association des objets et des biens matériels avec les savoir-faire et les pratiques permet de rendre ce patrimoine vivant. Au Québec, cette nouvelle approche du patrimoine est appelée *esprit du lieu*. Selon Michèle Prats et Jean-Pierre Thibault, il s'agit de « *la synthèse des différents éléments, matériels et immatériels, qui contribuent à l'identité d'un site* » (Fabre, 2017, p.28). Le patrimoine doit ainsi être présenté de manière globale et non segmentée. Cette démarche est d'ailleurs appuyée par l'ICOMOS, qui, lors de sa 16<sup>ème</sup> assemblée générale en 2008, a avancé des préconisations visant à favoriser la sauvegarde de l'esprit du lieu.

Par conséquent, les savoir-faire productifs sont définis dans le patrimoine immatériel, mais ils sont surtout liés à des activités économiques, présentes dans des formes de patrimoines bien plus larges. Il est donc important de considérer toutes ces formes, qui sont au final indissociables les unes des autres, afin de protéger et de valoriser toute la richesse de ces patrimoines économiques.

### 1.3 La complexe préservation de ce patrimoine

La reconnaissance du patrimoine en tant que tel implique que des mesures de protection, de conservation et de valorisation soient mises en place, pour qu'il soit transmis aux générations futures. Plusieurs moyens sont possibles, notamment au travers de labels et de classements.

### 1.3.1 Le classement du patrimoine par l'UNESCO

La communauté mondiale, au lendemain de la Première Guerre mondiale, s'est aperçue de la nécessité de protéger le patrimoine à la fois culturel et naturel. C'est de cette prise de conscience qu'est née la Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel en 1972. Les Etats ayant ratifié cette convention ont ainsi accès aux Fonds du patrimoine mondial qui s'élève à quatre millions de dollars chaque année. Ces fonds servent à « *identifier, préserver et promouvoir des sites du patrimoine mondial*<sup>46</sup> ». Il existe également une assistance d'urgence qui permet d'avoir des aides en cas de dommages causés par des catastrophes naturelles ou par l'Homme. En France, certains biens classés par l'UNESCO sont des patrimoines liés à l'activité économique de l'Homme : la grande saline de Salins-les-Bains et la saline royale d'Arc-et-Senans ; les Causses et les Cévennes, paysage culturel de l'agro-pastoralisme méditerranéen ; le bassin minier du Nord-Pas de Calais ; les Coteaux, maisons et caves de Champagne ; les Climats du vignoble de Bourgogne.

La sauvegarde du patrimoine immatériel est, elle, définie dans la convention de l'UNESCO de 2003. La première phase de protection est l'inventaire du patrimoine, pour qu'ensuite les Etats membres prennent des mesures de protection : création d'organismes de gestion, réalisation d'études scientifiques et de recherches, mesures juridiques, financières ou techniques afin de valoriser le patrimoine sans le mettre en danger. (Fabre, 2017, p.56). La convention intègre également les notions de transmission et de sensibilisation auprès de la population et du public. Un fonds spécifique au patrimoine culturel immatériel est également disponible afin de favoriser et d'aider les projets de protection (UNESCO, 2003). Certains savoir-faire français liés à l'artisanat sont inscrits sur la liste de l'UNESCO : le compagnonnage, la dentelle au point d'Alençon, la tapisserie d'Aubusson, la tradition du tracé dans la charpente française.

Ainsi, l'UNESCO est le premier organisme mondial qui permet de sauvegarder le patrimoine. Cependant, même sans une labellisation, d'autres actions sont possibles, comme l'application de la loi concernant la propriété.

---

<sup>46</sup> UNESCO. *La Convention du patrimoine mondial* [en ligne]. Disponible sur <https://whc.unesco.org/fr/convention/> (Consulté le 11-05-2018)

### 1.3.2 La protection légale de la propriété

L'agriculture, l'artisanat et l'industrie sont des activités contemporaines et non passées. Pour protéger leurs innovations, leurs créations, ou leurs marques, elles peuvent s'adresser à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI). Cet organisme public a pour mission de protéger les innovations en délivrant des titres de propriété, tout en sensibilisant à la protection des œuvres et en luttant contre la contrefaçon. Toutes les créations de l'esprit peuvent être protégées : musique, nouvelle technologie, savoir-faire, etc... Deux propriétés existent selon le type de créations à protéger : la propriété industrielle ou la propriété littéraire et artistique.

**Tableau 4** : la protection de la propriété par l'INPI<sup>47</sup>

Propriété industrielle	Propriété littéraire et artistique
<p><b>Créations techniques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>› <i>Brevets</i> : ils protègent les inventions techniques. Ils permettent d'obtenir un monopole d'exploitation sur le territoire pour une durée de 20 ans, en contrepartie d'une diffusion légale. Sont brevetables les inventions nouvelles impliquant une activité inventive et susceptible d'application industrielle.</li> </ul> <p><b>Créations ornementales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>› <i>Dessins et modèles</i> : ils permettent de protéger le design des produits et d'obtenir un monopole d'exploitation pour cinq ans.</li> </ul> <p><b>Signes distinctifs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>› Marques</li> <li>› Dénominations sociale, nom commercial, enseigne</li> <li>› Noms de domaine</li> <li>› Appellations d'origine</li> <li>› Indications de provenance</li> </ul>	<p><b>Droits d'auteurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>› Œuvres littéraires, musicales, plastiques, graphiques</li> <li>› Logiciels</li> </ul>

Bérengère Fabre, 2018

Ces dispositions permettent aux artisans et aux industriels de protéger leurs créations, d'assurer la pérennité des techniques et des savoir-faire utilisés. Ils permettent également

<sup>47</sup> INPI. *Qu'est-ce que la propriété intellectuelle ?* [en ligne]. Disponible sur <https://www.inpi.fr/fr/comprendre-la-propriete-intellectuelle/les-enjeux-de-la-propriete-intellectuelle>. (Consulté le 16-11-2017)

de garantir la provenance des objets aux consommateurs, tout comme celle des produits issus de l'agriculture, comme le font également certains labels.

### 1.3.3 Des labels pour valoriser les savoir-faire

Les labels permettent de reconnaître l'excellence et la qualité des productions françaises. Ils sont un moyen de protection et de valorisation des biens exceptionnels, ainsi qu'un moyen de reconnaissance auprès du public.

Le label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) est un label qui valorise les savoir-faire d'excellence de la France. A l'initiative de l'Etat en 2005, il vise à apporter « *une meilleure visibilité aux métiers d'art, de l'industrie et de la gastronomie recourant à un savoir-faire rare, avancé ou traditionnel*<sup>48</sup> ». Attribué pour une durée de cinq ans, il permet aux entreprises d'avoir une plus grande



visibilité, mais également de recourir à des aides telles que le soutien à l'exportation ou les crédits d'apprentissage « *qui permettent de faciliter la transmission des métiers et ainsi de contribuer à [leur] protection* » (Fabre, 2017, p.59). Comme l'affirme la Direction générale des entreprises (DGE), le rôle de ce label est « *d'éviter la disparition de talents économiques et culturels d'exception, trop souvent menacés*<sup>49</sup> ». De nombreux autres labels existent pour valoriser les savoir-faire et produits des activités économiques françaises. En voici quelques-uns, la liste n'étant pas exhaustive.

**Tableau 5** : les labels de valorisation des activités économiques

	<p><b>Valoriser le patrimoine du siècle dernier tout en accompagnant les actions de sensibilisation et de diffusion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimoine du XXe siècle</li> </ul>
---	--

<sup>48</sup> Entreprise du patrimoine vivant. *Les métiers d'art, industriels ou de la gastronomie aux savoir-faire avancés valorisés par le label EPV* [en ligne]. Disponible sur <http://www.patrimoine-vivant.com/fr/metiers-d-art-gastronomie-industrie-avantages-label-epv>. (Consulté le 01-02-2017)

<sup>49</sup> DGE. *Le label Entreprise du Patrimoine Vivant* [en ligne]. Disponible sur <http://www.entreprises.gouv.fr/politique-et-enjeux/entreprises-patrimoine-vivant>. (Consulté le 01-03-2017)

	<p><b>Garantir l'origine des produits manufacturés et des ressources naturelles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indication géographique</li> </ul>
	<p><b>Garantir l'origine des produits agricoles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indication Géographique Protégée</li> <li>• Appellation d'Origine Contrôlée</li> <li>• Appellation d'Origine Protégée</li> </ul>
	<p><b>Garantir une recette traditionnelle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spécialité traditionnelle garantie</li> </ul>

Bérengère Fabre, 2018

Ces labels, beaucoup plus développés dans le secteur agricole et agroalimentaire, permettent de garantir la provenance et la qualité des produits. Ils ont pour objectifs de « *protéger et de valoriser un bassin de production par la spécification d'un produit en lien avec une origine géographique à travers sa définition, ses conditions et ses moyens de production* » (Filippi, Triboulet, 2006, p.104). Le label spécifique au patrimoine du XXe siècle montre bien que tous les patrimoines, mêmes récents, peuvent être valorisés.

Tous ces patrimoines, qu'ils soient passés ou présents, ont un point commun, ils ne peuvent exister qu'au travers des Hommes qui détiennent les savoir-faire et qui les font vivre. Le patrimoine immatériel est donc indissociable des groupes communautaires.

## **2. Le patrimoine immatériel, indissociable de la culture et des Hommes**

Comme il a été évoqué en amont, la notion de patrimoine et notamment le patrimoine immatériel, est fortement liée à la culture du groupe auquel il appartient. Cependant, il est parfois difficile d'appréhender ce terme de culture, souvent rattaché à l'identité.

### **2.1 La culture : un objet d'étude aux multiples aspects**

La culture et l'identité sont deux notions complexes en sciences humaines, dont les définitions diffèrent selon les courants de pensées et les auteurs.

### 2.1.1 La culture : une question récurrente toujours sans réponse

Dans le langage courant, le mot « culture » est employé pour désigner beaucoup de choses : culture artistique, culture de la terre, identité d'une personne, etc... D'abord employé pour parler d'agriculture, la notion de culture prend un sens figuré à partir du milieu du XVI<sup>e</sup> siècle pour désigner le fait de développer une faculté. (Cuche, 2010, p.10). C'est un aspect propre à l'homme, renvoyant à des notions humanistes du siècle des Lumières, lié au progrès et à l'éducation. Cette notion s'est peu à peu structurée dans les sciences sociales, mais souvent confondue ou associée à la notion de civilisation, qui pourtant possède une acceptation plus large. La culture correspond plutôt à une individualité, alors que la civilisation se rapporte plutôt à un collectif (Cuche, 2010, p.11). S'en suivent de nombreux débats sur le concept de culture, différents selon les courants de pensées. L'une des premières définitions scientifiques est donnée par Tylor en 1871.

*« Culture ou civilisation, pris dans son sens ethnologique le plus étendu, est ce tout complexe qui comprend la connaissance, les croyances, l'art, la moral, le droit, les coutumes et les autres capacités ou habitudes acquises par l'homme en tant que membre de la société »* (Cuche, 2010, p.18)

Cette définition est descriptive et généraliste, pouvant s'adapter à l'ensemble de l'humanité. C'est pourquoi d'autres auteurs comme Boas s'y sont opposés, en étudiant les différentes cultures dans leur particularisme, sans essayer d'en donner une définition universelle (Cuche, 2010, p.22). C'est aux Etats-Unis que la notion de culture s'est le plus développée, car l'immigration a constitué les fondements de la société américaine. Ainsi, s'est développé le fédéralisme culturel qui démontre que les cultures originelles ne se reproduisent pas, mais s'adaptent, se réinterprètent suivant le nouvel environnement social et national des personnes immigrées (Cuche, 2010, p.34).

Sylvie Chevrier, dans son ouvrage sur le management interculturel, synthétise trois débats autour du concept de culture. Les auteurs diffèrent tout d'abord sur l'échelle d'étude de la culture. Certains, comme Tylor, considèrent la culture d'un point de vue universel tandis que d'autres l'appréhendent d'un point de vue particulier, où chaque individu est différent. Pour Tylor, il existe une unité dans le genre humain, mais une multitude de différences entre les différents peuples : *« chaque culture est l'expression particulière d'une humanité unique »* (Chevrier, 2013, p.16). Ensuite, plusieurs niveaux d'analyse existent. Certains prennent en compte la culture matérielle (les savoir-faire et les objets) comme le reflet d'une manière de penser. La culture n'est alors étudiée que partiellement, puisque les

pratiques ne sont pas remises dans leur contexte. D'autres privilégient l'étude des interactions entre les membres du peuple étudié, ou encore se basent sur les institutions (économiques, politiques, juridiques, éducatives...) et les conventions qui régissent les groupes (Chevrier, 2013, p.18-19). Enfin, le dernier point de divergence est le fait de considérer que la culture est permanente ou évolutive. Selon les évolutionnistes, la culture est perçue comme un enchaînement d'étapes. Les fonctionnalistes, eux, pensent que la permanence de la culture est due à une unification des mécanismes non-évolutifs (Chevrier, 2013, p.23). Comme l'affirme l'auteur « *toute culture est développée et partagée par une communauté humaine ; elle renvoie donc à un groupe social, ce qui situe le niveau d'analyse entre les particularités individuelles et les caractéristiques universelles de l'espèce humaine* ». (Chevrier, 2013, p.26). La notion de culture est donc très complexe à appréhender, surtout parce qu'un individu peut appartenir à plusieurs groupes sociaux et à plusieurs cultures.

### *2.1.2 Les classes sociales : des groupes particuliers qui partagent une culture commune ?*

La culture se construit par rapport à l'existence de groupes sociaux : « *si la culture n'est pas un donné, un héritage qui se transmettrait tel quel de génération en génération, c'est qu'elle est une production historique, c'est-à-dire une construction qui s'inscrit dans l'histoire, et plus précisément dans l'histoire des rapports des groupes sociaux entre eux.* » (Cuhe, 2010, p.77). Les groupes sociaux qui sont souvent étudiés en France sont les classes sociales (ouvriers, cadres, etc...), qui possèdent leurs propres codes, leur propre façon d'agir. Définir avec exactitude la classe sociale n'est pas chose aisée, car comme pour la notion de culture, les acceptations divergent selon les courants de pensées, notamment entre les sociologues Marx et Weber.

**Figure 9** : les classes sociales selon Marx et Weber<sup>50</sup>

<b>Marx</b>	<b>Weber</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• "Les classes sociales sont des collectifs structurés par une position spécifique dans le système économique notamment au travers de la propriété des moyens de production, marqués par un conflit central (l'exploitation), animés éventuellement par la conscience collective de leur être, de leur intérêt, de leur dynamique."</li><li>• Phénomène conscient</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• "Les classes sociales sont des groupes d'individus semblables partageant une dynamique probable similaire, sans qu'ils en soient nécessairement conscients"</li><li>• Phénomène inconscient</li></ul>

Bérengère Fabre, 2018

Cependant, certains critères permettent de définir une classe sociale : les classes ne sont pas représentées de la même façon dans le système productif et les individus sont marqués par une forte identité. Une identité temporelle tout d'abord, qui assure la pérennité de la catégorie, souvent grâce à l'homogamie (mariage au sein de la même classe sociale). L'identité collective ensuite qui est la capacité de la classe à se mobiliser dans un mouvement conflictuel pour défendre les intérêts du groupe face aux politiques. Enfin, l'identité culturelle, qui est le fait de partager des modes de vie, des « références symboliques » au sein de la classe (Chauvel, 2001, p.318). Comme le dit l'auteur, « la classe ne se réduit pas à la taille du porte-monnaie, mais intègre des éléments subjectifs, culturels et collectifs porteurs de conflictualité » (Chauvel, 2001, p.318). Ainsi, l'étude des classes sociales n'est qu'un exemple parmi tant d'autre.

### 2.1.3 L'identité culturelle

La question de l'identité est fortement liée à la notion de culture, cependant, la culture est un processus inconscient, tandis que l'identité est un processus conscient, puisque l'individu reconnaît appartenir à un groupe ou partager des valeurs communes. L'identité culturelle pour un individu est d'abord sociale c'est-à-dire « l'ensemble de ses appartenances dans le système social : appartenance à une classe sexuelle, à une classe d'âge, à une classe sociale, à une nation, etc... L'identité permet à l'individu de se repérer dans le système social et d'être lui-même repéré socialement. » (Cuhe, 2010, p.98).

---

<sup>50</sup> Chauvel, 2001, p.316-317

Deux points de vue s'opposent pour parler de l'identité. La conception objective considère que l'identité fait en quelque sorte partie génétiquement de l'individu, qu'elle préexiste à l'individu. Il s'agit d'un héritage culturel acquis par socialisation, et l'individu ne peut s'identifier qu'à son groupe d'origine, avec qui il partage une langue, une culture, un territoire propre (Cuche, 2010, p.99). Le point de vue subjectiviste considère au contraire que l'identité n'est pas figée et qu'il s'agit « *d'un sentiment d'appartenance ou une identification d'une collectivité plus ou moins imaginaire* » (Cuche, 2010, p.100), qui sous-entend qu'il s'agit d'un choix délibéré d'un individu. Pour Barth, l'identité est un moyen de distinguer les groupes les uns des autres, d'affirmer leurs différences. C'est pourquoi, certains courants de pensées estiment que l'identité est une perpétuelle reconstruction selon les situations relationnelles : l'identité n'est pas en soi, ni pour soi, elle se crée dans un rapport à l'autre et aux autres groupes (Cuche, 2010, p.101). La complexité de l'identité réside dans le fait qu'un individu peut s'identifier à plusieurs groupes et donc posséder plusieurs identités. Les sciences sociales ne peuvent pas définir ce qui fait l'identité de tel ou tel groupe culturel, ce sont les individus qui constituent ces groupes et qui s'y identifient qui peuvent le faire (Cuche, 2010, p.106).

## **2.2 Une relation forte entre culture, appartenance territoriale et patrimoine**

Le patrimoine et la culture d'un groupe sont deux notions indissociables, mais à cela s'ajoute la question de l'identité, lorsque les populations considèrent qu'un patrimoine fait partie intégrante de ce qu'ils sont, toujours fortement attaché à un lieu, un territoire.

### *2.2.1 Le patrimoine indissociable de la culture et de l'identité*

« *Dans une société où rien ne dure, où tout se remplace, ce qui justement s'inscrit dans la durée, a une dimension historique, est valorisé* » (Morel, 1993, p.70). Cette citation d'Alain Morel montre bien que les Hommes ont besoin de se rattacher à ce qu'ils connaissent, aux éléments de leur passé. Or souvent, pour des questions de progrès et de modernité, ces éléments passés ont été détruits, puis réhabilités, afin de reconstruire ou de construire une identité collective. Ces patrimoines sont le moyen qui permet aux populations de s'approprier un territoire, une histoire, leur histoire et ainsi de développer un sentiment d'appartenance à un groupe (Morin, 1993, p.70). « *Il est l'intérêt d'être singulier, d'être attaché à un lieu, et donc de se prêter facilement à une identification emblématique* » (Morin, 1993, p.70). Ce phénomène marche dans le sens inverse, c'est-à-dire que le patrimoine participe à la création de l'identité, mais l'identité est nécessaire à la

valorisation du patrimoine. En effet, le processus de patrimonialisation nécessite la reconnaissance en tant que tel par les populations, qui considèrent le patrimoine comme faisant partie intégrante de leur culture. « *Ainsi la construction d'une identité territoriale est indissociable de l'action de groupes localisés qui construisent la patrimonialisation de certaines ressources exclusives* » (Requier-Desjardins, 2009, p.15). Ce patrimoine, lié à la culture et à l'identité d'une population est nécessairement ancré sur un territoire, qui lui aussi participe à la construction de l'identité des individus.

### 2.2.2 L'identité territoriale

L'identité territoriale est définie par France Guérin-Pace comme étant « *l'ensemble du parcours géographique et le sens donné aux lieux, passés ou présents, vécus, pratiqués ou même imaginaires, qui constituent un élément essentiel de compréhension des appartenances et des comportements individuels.* » (Guérin-Pace, 2006, p.300). C'est un élément important de l'identité d'un individu, qu'il peut partager avec plusieurs personnes, attachées au même territoire. Cependant, ce concept d'identité territoriale est complexe, puisqu'il est tentant d'attribuer une identité commune à tous les habitants d'un même territoire. Or, « *plusieurs groupes, chacun possédant sa propre identité, peuvent habiter le même territoire, sans avoir pour autant les mêmes rapports à ce territoire en termes d'appartenance, d'appropriation ou de revendications.* » (Guérin-Pace, 2006, p.289). Yves Guermond confirme ce propos en affirmant : « *on s'est laissé aller trop souvent à l'essentialisme quand on parle des territoires en cherchant à leur affecter une « personnalité culturelle »* » (Guermond, 2006, p.294). De plus, l'identité liée à un espace défini est de plus en plus difficile à cerner de nos jours, avec les mouvements de population. L'utilisation du patrimoine et de la culture peut alors permettre de rapprocher les individus sur un même territoire : créer une cohésion, intégrer les nouvelles populations et maintenir les liens. « *Le patrimoine et la culture apparaissent aujourd'hui, être des leviers identitaires qui permettent aux sociétés rurales et périurbaines, de reconstruire leur lien social et de s'approprier leur propre développement.* » (Jousseume, David, Delfosse, 2007, p.7).

Par conséquent, cette notion de territoire est essentielle à la construction de l'identité des individus, qui souvent se définissent en fonction des lieux auxquels ils sont attachés (pays, région, commune, département, etc...). « *Quel que soit le rôle attribué aux lieux dans la construction identitaire, ceux-ci semblent indissociables de l'ensemble des appartenances*

*qui constituent le registre identitaire de chacun et qui permettent de comprendre la place occupée par chacun, avec son parcours, dans notre société.* » (Guérim-Pace, 2006, p.308). De plus, il permet de souder une population autour d'une appartenance commune et de valoriser un patrimoine, qui lui est indissociable de son lieu d'implantation. Ces éléments combinés ensemble sont à la fois importants pour les populations locales, mais également pour le développement des territoires qui peuvent ainsi valoriser leurs spécificités par le biais du tourisme.

### **3. La valorisation touristique des savoir-faire productifs**

La découverte de l'artisanat, de l'industrie et de l'agriculture est une forme de tourisme qui se développe de plus en plus, notamment parce qu'elle s'adapte aux attentes des touristes. Plusieurs formes de tourisme peuvent être associées à ces pratiques, dont le tourisme de découverte économique.

#### **3.1 La visite d'entreprise : un moyen de découvrir les savoir-faire**

Les activités qui consistent à participer à une visite guidée d'une entreprise, à pénétrer dans une ancienne usine aujourd'hui fermée ou à visiter un musée sur le passé économique d'une région, constituent une forme de tourisme à part entière.

##### *3.1.1 Le tourisme de découverte économique*

Tourisme industriel, tourisme de découverte économique, tourisme de visites d'entreprises, tourisme technique, autant de noms pour désigner une même forme de tourisme : la visite d'une entreprise, d'un bâtiment, d'un site lié à une activité économique passée ou présente. Ce concept est encore flou et difficile à définir, même si plusieurs auteurs ont essayé d'en appréhender les contours. La Direction du Tourisme a ainsi défini le tourisme industriel, scientifique et technique comme étant « *aussi bien la visite de certains musées ou d'entreprises que de certaines réalisations spectaculaires ou de certains sites comme la Cité des sciences et de l'industrie de Paris* » (Cuvelier, 2001, p.21). Pascal Cuvelier juge cette définition trop faible, car elle se rapproche plus de la liste, au risque de laisser de côté certains aspects de cette forme de tourisme. Le terme tourisme de découverte économique, aujourd'hui l'un des plus employés, regroupe trois formes : la visite d'entreprise, la découverte du patrimoine industriel et le tourisme scientifique (Fabre, 2017, p.20). La visite d'entreprise se fait auprès d'« *entreprises commerciales, industrielles, agricoles ou artisanales qui « mettent en tourisme » leur site* » (Cuvelier, 2001, p.22). Le patrimoine

industriel regroupe les musées, écomusée, musées de sites en rapport avec une activité industrielle passée. Le tourisme scientifique comme son nom l'indique correspond aux sites en lien avec les sciences (parcs naturels, musées des sciences, centres de recherche, etc...). Là encore, Pascal Cuvelier n'est pas satisfait de cette définition, la jugeant trop restrictive. Pour lui ce qui importe c'est le contexte dans lequel se trouve le visiteur (un contexte de loisir ou non) et le site ou l'objet de la visite qui doit appartenir au patrimoine économique et social<sup>51</sup>. Après avoir évalué les différentes définitions de la littérature, Pascal Cuvelier définit le tourisme industriel comme étant « *l'ensemble des pratiques touristiques dont les motifs de déplacement sont la découverte des « Mondes du travail » passés, présents ou futur, c'est-à-dire de l'ensemble des lieux, des techniques, des organisations et des cultures liés au travail.* » (Cuvelier, 2001, p.26). Il considère deux axes pour évaluer ce tourisme : l'organisation ou non de l'activité touristique et le caractère passé ou présent du patrimoine.

**Tableau 6** : les dimensions du tourisme industriel

	Activités touristiques organisées	Activités touristiques non-organisées
Patrimoine industriel vivant	Entreprises ouvertes à la visite	Entreprises occasionnellement ouvertes à la visite
Patrimoine industriel mort	Ecomusées, sites miniers animés, musées techniques	Promenade autour d'une friche, d'un canal abandonné ; éléments paysagers, etc...

Cuvelier, 2001, p.27

Ainsi une partie du tourisme de découverte est basée sur l'ouverture des entreprises au public, chose complexe car comme le dit Jean-René Morice, « *aucune entreprise industrielle ou artisanale n'est touristique en soi, elle le devient* » (Fabre, 2017, p.20), l'autre sur la préservation et la valorisation d'un patrimoine passé.

### 3.1.2 L'ouverture au public des entreprises en activité

L'ouverture d'une usine, d'un atelier, d'une exploitation agricole, au public n'est pas chose aisée. Une entreprise, en tant que lieu, est faite pour faciliter la production et n'a pas pour vocation d'accueillir des personnes extérieures. Il faut donc que les organisations prévoient

<sup>51</sup> « *ensemble d'objets et de produits auxquels une collectivité attache de la valeur parce qu'il s'agit de réalités qui témoignent de l'identité de cette collectivité en établissant un lien temporel entre le passé de cette collectivité et son présent et/ou entre son présent et ce qu'elle imagine de son avenir* » (Cuvelier, 2001, p.23-24)

des aménagements en termes de sécurité et d'accessibilité, mais aussi qu'elles mettent en place des actions de communication et de médiation auprès des publics. Allier deux métiers, la production et l'activité touristique, n'est pas accessible à tous, puisque cela demande du temps, des compétences, des moyens humains et financiers importants.

Malgré tout, l'ouverture au public peut constituer un atout important, touchant plusieurs domaines. Tout d'abord, c'est un moyen de communication qui peut permettre d'améliorer l'image de l'entreprise, de la faire connaître en étant présente sur les documents touristiques. Cela permet également de fidéliser les clientèles qui créent un lien plus fort avec les produits, car elles voient comment ils sont fabriqués. Il s'agit d'un outil de marketing direct qui permet de faire tester et goûter les produits. La visite d'entreprise favorise également la commercialisation des produits, la vente directe après la visite étant un avantage considérable. Les études montrent que 59 % des visiteurs effectuent un achat à la fin de la visite d'une entreprise (Fabre, 2017, p.45). Les prestations payantes, visites, animations, stages de découverte, constituent également un apport financier non négligeable. Au niveau managérial, ouvrir son entreprise permet d'impliquer les salariés dans un projet commun, valorisant pour leur métier, ce qui renforce la motivation et la culture d'entreprise. Enfin, l'ancrage territorial est renforcé, car la structure consolide les liens qu'elle entretient avec le tissu économique, touristique et avec la population locale, tout en participant à la valorisation globale du territoire.

Le tourisme de découverte économique peut donc être un atout important pour les activités actuelles, mais il comprend également le patrimoine passé lié à l'industrie, s'apparentant à une autre forme de découverte : le tourisme de mémoire.

### *3.1.3 Le tourisme de mémoire pour les sites industriels*

La découverte des sites industriels passés s'apparente au tourisme de découverte économique, mais ils peuvent constituer également une part du tourisme de mémoire. Même si cette forme de tourisme est récente, la pratique qui consiste à se rendre sur le lieu d'un drame, d'une bataille, d'un événement marquant n'est pas chose nouvelle. A la fin de la Première Guerre mondiale, beaucoup de familles ayant perdu des proches allaient se recueillir aux endroits de leur mort. C'est là qu'apparaît le concept de mémoire qui est utilisé dans le langage courant comme étant la « *faculté de conserver et de rappeler des*

*états de conscience passés et ce qui s'y trouve associé*<sup>52</sup> ». La mémoire renvoie donc aux souvenirs et lorsque ces derniers sont partagés par un grand nombre de personnes, là elle devient collective. S'installe alors un devoir de mémoire partagé, qui correspond au besoin et à la nécessité de se rappeler des actions révolues, de leurs conséquences, afin de ne pas reproduire les erreurs du passé dans le futur. Le tourisme de mémoire désigne donc les pratiques qui visent à se rendre sur un lieu où la mémoire collective est forte, dans un but de comprendre et de se remémorer les événements passés. Il s'agit d'une forme de tourisme particulière car très marquée affectivement : *« ce n'est pas un déracinement par rapport au quotidien qui est recherché, mais, au contraire, un ré-enracinement dans ce qui fut le quotidien de proches »* (Chevalier, 2013, p.214). Le tourisme de mémoire fait automatiquement référence aux lieux de commémoration des deux guerres mondiales par exemple, mais il est possible également d'y rattacher le patrimoine industriel. En effet, les luttes sociales et syndicales nées dans les usines et dans l'industrie, comme dans les mines, font partie du tourisme de mémoire. Les conflits ont souvent été violents, voire même parfois tragiques, et ils ont permis de construire le pays. Même si la mémoire est résolument tournée vers le passé, elle a un rôle à jouer dans l'avenir : *« l'intérêt pour la mémoire ne se donne jamais comme entièrement tourné vers le passé, mais au contraire la portée « pédagogique » d'un tourisme de mémoire se comprend toujours par rapport au présent et par rapport à l'avenir. »* (Gauchon, 2010, p.205).

Ainsi, le tourisme industriel est un tourisme vaste, qui regroupe plusieurs formes de patrimoine et d'entreprises, à la fois actuelles et passées. La découverte d'une activité humaine et de savoir-faire se retrouve également dans d'autres formes de tourisme, plus spécialisées.

### **3.2 D'autres formes de tourisme qui valorisent les savoir-faire**

La découverte d'une activité humaine ne se fait pas exclusivement par le tourisme de découverte économique, de nombreuses formes de tourisme proposent cette activité de loisir.

---

<sup>52</sup> Le Petit Robert de la langue française. *Mémoire* [en ligne]. Disponible sur <https://pr-bvdep-com-s.nomade.univ-tlse2.fr/robert.asp>. (Consulté le 29-05-2018)

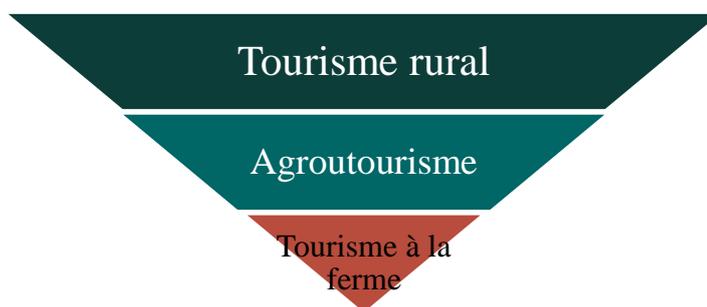
### 3.2.1 L'agrotourisme et le tourisme à la ferme

La visite d'exploitation agricole est une forme de tourisme permettant aux visiteurs de découvrir les métiers de la terre et de l'élevage, d'échanger directement avec les producteurs, d'acheter les produits sur place, tout en les dégustant au préalable. Cependant, il est difficile de s'y retrouver entre tous les termes utilisés pour désigner ces visites : visites à la ferme, agrotourisme, tourisme rural. Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau et Maurice Doyon, dans leur article *Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ?*, ont essayé de les différencier. Tout d'abord, le tourisme rural correspond à l'ensemble des pratiques touristiques situées dans un espace rural, il vient donc en opposition au tourisme urbain. L'utilisation des termes agrotourisme et agritourisme change selon le pays, mais leur signification est sensiblement la même. Il s'agit d'« *une expérience qui se réalise lors d'un voyage dans un milieu à vocation agricole* » (Marcotte, Bourdeau, Doyon, 2006, p.62). Les activités peuvent être de l'ordre de la découverte d'une exploitation, mais également concerner l'hébergement, les repas en ferme auberge, etc... Pour désigner la découverte du milieu agricole, le terme de tourisme à la ferme est alors privilégié.

*« Ces trois éléments ne sont pas synonymes, mais spécifient, tel que leur nom l'indique, une spécialisation territoriale de l'activité touristique. Alors que le tourisme rural englobe l'ensemble des activités touristiques pratiquées dans le territoire rural humanisé, l'agrotourisme se pratique dans un milieu agricole ou à vocation agricole, alors que le tourisme à la ferme se limite au territoire de la ferme. »* (Marcotte, Bourdeau, Doyon, 2006, p.62)

Les auteurs représentent ces spécialisations sous forme pyramidale :

**Figure 10** : distinction entre tourisme rural, agrotourisme et tourisme à la ferme



Marcotte, Bourdeau, Doyon, 2006, p.64

L'activité qui consiste à découvrir le travail d'un agriculteur est donc comprise dans le tourisme à la ferme, lui-même intégré dans l'agrotourisme.

### 3.2.2 La tourisme créatif

Le tourisme créatif est une forme de tourisme assez récente, en lien avec le besoin d'expérience des visiteurs. En 2006, lors de la conférence Creative Cities Network (Réseau des villes créatives) de Santa Fe, les académiciens du secteur ont donné une définition du tourisme créatif : « *Creative tourism is travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and it provides a connection with those who reside in this place and create this living culture.* » (Gombault, 2014, p.2). Ainsi cette définition montre que le tourisme créatif est une forme de tourisme participatif, où le touriste apprend en faisant dans le domaine de l'art, du patrimoine et entretient une relation privilégiée avec les habitants du territoire. De nombreuses destinations ont développé cette forme de tourisme, comme Paris avec Creative Paris, qui est une action de l'Office de tourisme visant à faire découvrir la ville de manière particulière, en immersion. Il est ainsi proposé aux visiteurs de fabriquer des baguettes traditionnelles, de participer à des cours de cuisine, des ateliers artisanaux, etc... Le tourisme créatif est donc en lien avec la découverte des savoir-faire et des activités artisanales, industrielles ou agricoles, puisqu'il permet au visiteur de s'immerger dans ces entreprises lors de stages, d'ateliers ou d'initiations. Le touriste partage donc un lien privilégié avec les détenteurs de ces métiers.

### 3.2.3 Le tourisme culturel : ombrelle de ces formes de tourisme

Enfin, lorsque la découverte d'un métier, passé ou présent, est en lien avec un patrimoine ou un musée, elle fait partie du tourisme culturel. Ce dernier est une forme très large du tourisme qui regroupe de nombreuses activités. Il peut être défini comme étant « *un déplacement (d'au moins une nuitée) dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire.* » (Origet du Cluzeau, 2013, p.7). C'est donc une définition très large qui peut regrouper de nombreuses thématiques : le religieux (pèlerinage, retraite), la découverte culturelle d'un territoire, l'histoire, le souvenir (tourisme de mémoire), l'artistique et l'artisanal (circuits et stages), la technique et l'industriel, la gastronomie, les festivals, etc...

Au final la découverte des activités économiques de l'homme peut s'inclure dans de multiples formes de tourisme. Pour pouvoir les regrouper, l'approche des savoir-faire peut être retenue, il s'agit alors du tourisme de savoir-faire.

**Figure 11** : les formes de tourisme liées à la découverte des activités humaines



Bérengère Fabre, 2018

### **Conclusion du chapitre 2 :**

Pour conclure, la mise en tourisme des savoir-faire productifs et des activités économiques constituent une forme de tourisme à part entière, très vaste. Les activités sont à la fois passées et présentes et peuvent se pratiquer sur tous les territoires, autant en ville, qu'à la campagne, à la mer et à la montagne. La découverte de ces activités est à cheval sur plusieurs formes de tourisme, mais ces dernières peuvent être regroupées sous le terme générique de « tourisme de savoir-faire ». Grâce à la valorisation de ces patrimoines, les territoires peuvent renforcer leur attractivité, voire même créer du développement local.

## Chapitre 3 : L'attractivité territoriale et touristique grâce à la valorisation du patrimoine

La valorisation du patrimoine est l'un des éléments qui permet de rendre un territoire attractif, d'un point de vue touristique, mais qui a également un impact sur l'ensemble de ses activités économiques, sociales, etc... Ce chapitre s'attellera donc à comprendre ce qu'est l'attractivité d'un territoire, notamment d'un territoire rural, les actions et outils permettant de l'améliorer, ainsi que le rôle que joue le patrimoine dans le développement local.

### 1. L'attractivité : la recherche de tout territoire

Chaque ville, collectivité territoriale, région, met en place des moyens pour être attrayante aux yeux de différents publics et les retenir durablement. Tous les territoires, quelle que soit leur taille ou leur situation géographique, sont concernés par une même mission : développer leur attractivité territoriale.

#### 1.1 Un espace bien défini : le territoire

La notion de territoire, apparue au XIII<sup>e</sup> siècle, est complexe car elle relève de plusieurs disciplines. En géographie, un territoire possède une dimension matérielle, puisqu'il s'agit d'un espace contraint par des potentialités naturelles qui influencent son aménagement. Il a également une dimension organisationnelle, c'est-à-dire que les acteurs présents sur cet espace s'organisent afin de créer des rapports hiérarchiques et de coopération. Enfin, il a une dimension identitaire qui « *est caractérisée par son nom, ses limites, son histoire et son patrimoine, mais aussi par la manière dont les groupes sociaux qui l'habitent se le représentent, se l'approprient et le font exister aux yeux des autres* » (Chamard, 2014, p.15). Pour Di Méo, « *le territoire est une appropriation à la fois économique, idéologique et politique (sociale, donc) de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation particulière d'eux-mêmes, de leur histoire* » (Chamard, 2014, p.16). Cependant, il arrive souvent que le territoire soit simplement administratif et qu'il perde de la cohérence culturelle et géographique. Afin de se renforcer et de vivre, les territoires cherchent à maintenir les populations et à en faire venir de nouvelles.

## 1.2 Les caractéristiques de l'attractivité territoriale

L'attractivité est un mot du langage courant qui correspond au « *caractère attirant et attrayant de quelque chose*<sup>53</sup> ». Au niveau territorial, cette question d'attractivité est devenue essentielle et de nombreux travaux ont été réalisés sur la question, avec la mise en place d'outils spécifiques pour l'améliorer. Il s'agit de la « *capacité d'un territoire à être choisi par un acteur comme zone de localisation (temporaire ou durable) pour tout ou partie de ses activités* » (Poirot, Gérardin, 2010, p.27). L'attractivité est essentielle aux territoires puisque c'est elle qui les fait vivre d'un point de vue social, économique, touristique. Ils cherchent alors à attirer plusieurs acteurs.

### 1.2.1 L'attractivité des territoires auprès de différents acteurs

Une ville, une commune ou encore un département va tout d'abord chercher à attirer des ménages, des résidents. Ils peuvent être temporaires comme les touristes ou les étudiants. Certains territoires sont d'ailleurs très dépendants de ces acteurs, comme les villes universitaires ou les stations touristiques. L'installation peut également être plus durable, lorsque la durée de séjour est supérieure à un an, et peut être à caractère uniquement résidentiel, si les personnes travaillent sur un autre territoire (Poirot, Gérardin, 2010, p.28). Ces personnes vont consommer sur place, créer de la vie et donc être bénéfiques à l'équilibre du territoire. Lorsque des personnes ne résidant pas sur le territoire viennent pour des actions de consommations, de promenades, de travail, il s'agit d'une localisation temporaire. Ensuite, un territoire va chercher à attirer des investisseurs, des entreprises. Cette attirance peut se faire auprès de structures déjà présentes, pour qu'elles s'agrandissent, ou auprès d'entreprises externes. L'arrivée d'entreprises va permettre de créer des emplois dans le secteur, de générer des retombées économiques et d'attirer de potentiels nouveaux résidents. Pour attirer ces deux catégories d'acteurs, il faut que le territoire réunisse plusieurs atouts. (Poirot, Gérardin, 2010, p.29)

### 1.2.2 Les facteurs d'attraction des acteurs

Pour pouvoir attirer les acteurs, les territoires doivent trouver les éléments qui les différencient des autres. Pour prendre l'exemple des villes, certaines vont avoir des atouts historiques et patrimoniaux qui vont de fait être un atout. Les villes qui n'en possèdent pas

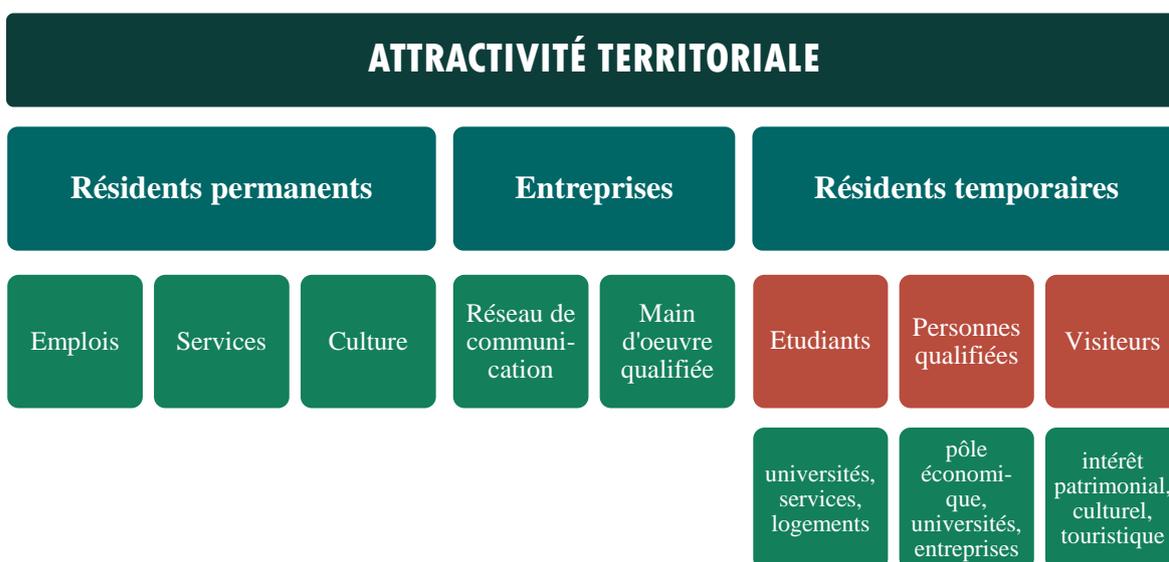
---

<sup>53</sup> Le Petit Robert de la langue française. *Attractivité* [en ligne]. Disponible sur <https://pr-bvdep-com-s.nomade.univ-tlse2.fr/robert.asp>. (Consulté le 06-06-2018)

ou peu doivent alors être originales, en développant des concepts novateurs, afin de combler ce manque (Moonen et al., 2015, p.14).

Les résidents vont tout d’abord chercher un endroit où ils peuvent se loger, avoir un emploi, subvenir à leurs besoins en termes de consommation, d’accès à la santé, etc....  
 « Un territoire, véritablement attractif, offrira à ses résidents de plus grandes libertés que les autres, ce qui contribue à retenir la population et à attirer les habitants des autres territoires » (Poirot, Gérardin, 2010, p.31). Pour attirer les entreprises, il faut que le territoire soit accessible avec des réseaux de transports développés, ainsi qu’une main d’œuvre qualifiée. Cependant, attirer les entreprises est plus complexe, car elles n’ont pas toutes les mêmes besoins et tous les territoires ne sont pas propices à leur installation (Poirot, Gérardin, 2010, p.32).

**Figure 12** : les facteurs d’attractivité territoriale selon les acteurs



Bérengère Fabre, 2018

Les auteurs Alexandre, Cusin et Julliard, différencient l’attraction, qui est la capacité d’un territoire à attirer des flux, à fixer durablement la population et les activités, et ce qui relève de l’attrait, qui correspond aux motifs pour lesquels les populations viennent (Chamard, 2014, p.18). Ces mêmes auteurs ont établi un tableau permettant de comprendre les différentes ressources, objectives ou symboliques, d’un territoire qui peuvent attirer les résidents.

**Tableau 7** : les composantes de l'attractivité résidentielle

<b>Composantes</b>	<b>Ressources objectives</b>	<b>Ressources symboliques</b>	<b>Exemples d'indicateurs</b>
<b>Géographie et climat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Géographie physique (proximité de la mer, d'un fleuve, zone frontalière)</li> <li>• Espaces naturels. Le territoire tel qu'il a été façonné à travers l'histoire</li> <li>• Climat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valeur paysagère attribuée au territoire</li> <li>• Valeur symbolique (lieu de mémoire)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mers, fleuves, montagnes</li> <li>• Ressources naturelles</li> <li>• Ensoleillement / températures</li> </ul>
<b>Accessibilité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Position au sein des réseaux de transports interurbains</li> <li>• Externalités des réseaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sentiment de centralité des habitants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Densité des réseaux maritimes, fluviaux, automobiles, ferroviaires et aériens</li> <li>• Situation transfrontalière</li> <li>• Centralité géographique nationale ou internationale</li> </ul>
<b>Démographie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poids et dynamisme démographiques</li> <li>• Caractéristiques et évolutions des populations présentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Image des populations et de leurs modes de vie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'habitants</li> <li>• Croissance démographique</li> <li>• Répartition par âge, profession, pays d'origine</li> </ul>
<b>Organisation politique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Position dans le système politique national et international</li> <li>• L'organisation du pouvoir local</li> <li>• Montant des recettes fiscales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rayonnement politique de la ville</li> <li>• Image médiatique et rayonnement national ou international des élus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Statut politique de la ville</li> <li>• Nombre d'institutions internationales présentes</li> <li>• Rôle politique national et international</li> </ul>
<b>Economie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dynamisme économique</li> <li>• Secteurs d'activité</li> <li>• Situation du marché de l'emploi</li> <li>• Niveau des rémunérations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Image de la ville auprès des actifs, des entrepreneurs et des médias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolution du PIB local</li> <li>• Nombre, chiffre d'affaires et évolution des établissements</li> <li>• Présence de sièges sociaux</li> <li>• Investissements et innovation</li> <li>• Nombre, structure et évolution de l'emploi</li> <li>• Niveau des salaires disparités économiques</li> </ul>
<b>Urbanisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Densité du tissu urbain</li> <li>• Qualité des espaces publics</li> <li>• Projets urbains structurants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notoriété des projets urbains</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Densité de population</li> <li>• Ampleur des projets structurants à potentiel de rayonnement</li> </ul>
<b>Logement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre de logement</li> <li>• Coût du logement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinions des habitants sur les conditions de logement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolution du nombre de logement</li> <li>• Caractéristiques du</li> </ul>

			parc : individuel / collectif, logement social, ancienneté, nombre moyen de pièces
<b>Conditions sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inégalités sociales</li> <li>• Coût de la vie</li> <li>• Sécurité</li> <li>• Cohésion sociale</li> <li>• Capacité à intégrer les nouveaux entrants</li> <li>• Politiques sanitaires et sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Image de la ville, qualité de vie, convivialité, ambiance</li> <li>• Cosmopolitisme mesuré et vécu</li> <li>• Capacité de la ville à se construire une identité et à diffuser auprès des populations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de commerces, de lieux de loisirs</li> <li>• Indice du coût de la vie</li> <li>• Quantité et qualité des logements</li> <li>• Nombre de médecins par habitant</li> <li>• ZEP</li> <li>• Taux de criminalité</li> </ul>
<b>Infrastructures</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre d'équipements et services aux personnes</li> <li>• Services de transport</li> <li>• Ressources éducatives</li> <li>• Services sanitaires et sociaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appréciations et réputation de la qualité des services</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'utilisateurs des transports collectifs</li> <li>• Densité du réseau routier</li> <li>• Nombre de places en crèche</li> <li>• Classement des écoles</li> <li>• Nombre de médecins et de lits d'hôpitaux par habitant</li> </ul>
<b>Culture et patrimoine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monuments historiques et architecturaux</li> <li>• Infrastructures culturelles</li> <li>• Production culturelle</li> <li>• Sites touristiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notoriété touristique et médiatique</li> <li>• Rayonnement scientifique et universitaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'étoiles au Michelin des monuments historiques</li> <li>• Patrimoine classé par l'UNESCO</li> <li>• Lieux de pèlerinage religieux</li> <li>• Nombre et fréquentation des musées et sites touristiques</li> <li>• Offre de théâtre</li> <li>• Nombre d'étudiants</li> <li>• Classements des universités</li> <li>• Nombre de brevets scientifiques déposés</li> </ul>
<b>Environnement et politique de développement durable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espaces verts</li> <li>• Nuisances environnementales et mesures visant à les réduire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacité à être emblématique des villes durables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficie d'espaces verts</li> <li>• Propriété</li> <li>• Niveau de pollution</li> <li>• Présence ou projet d'écoquartiers</li> <li>• Budgets dépensés pour l'environnement</li> </ul>

Hervé Alexandre, François Cusin et Claire Julliard, 2010 (Charmard, 2014, p.19-21)

L'attractivité est donc un concept qui touche tous les territoires, mais les territoires ruraux, parfois isolés et loin des grands axes de communication ont des problématiques différentes des grands centres urbains.

### 1.3 Les spécificités des territoires ruraux

Les territoires ruraux connaissent depuis quelques années un regain d'intérêt, notamment auprès des personnes en quête d'une qualité de vie plus saine. Les ménages s'installant dans ces zones sont un atout : « *elle [la mobilité des ménages] génère des revenus qui irriguent les territoires indépendamment de leur capacité productive, et elle valorise des avantages de nature culturelle, environnementale, paysagère et patrimoniale.* » (Doré, 2008, p.60). Ainsi, même si les ménages travaillent dans un autre territoire, ce qu'ils viennent chercher dans ces territoires, c'est le confort et le bien-être, tout en générant des retombées grâce aux revenus engendrés ailleurs. Pour attirer cette économie dite résidentielle, les territoires ruraux doivent d'abord développer une offre de services de proximité permettant aux individus de subvenir à leurs besoins. Bien souvent, les néo-ruraux recherchent la même qualité de service qu'ils avaient auparavant en milieu urbain. Ensuite, ces territoires doivent préserver et valoriser ce qui fait leur richesse première : les paysages. « *La conjonction de ces deux axes doit rendre le territoire attractif, y compris pour l'ancrage et l'implantation d'entreprises.* » (Doré, 2008, p.60-61).

Cette fonction résidentielle, qu'elle soit permanente ou saisonnière, n'empêche pas les territoires ruraux d'attirer les entreprises. Alors qu'avant l'implantation des ménages se faisait souvent en fonction du facteur travail, « *désormais, les entreprises suivent les ménages : les préférences de localisation du facteur travail, en fonction principalement d'éléments du cadre de vie, peuvent favoriser des retournements de localisation d'entreprises.* » (Doré, 2008, p.64). Les territoires doivent donc essayer de combiner attractivité des ménages et attractivité des entreprises, mais tous ne sont pas attractifs de la même façon. « *Les territoires qui gagnent sont surtout ceux qui offrent à la fois un cadre naturel remarquable (cf. littoral), une offre de services éducatifs, culturels et sanitaires de bon niveau, et une accessibilité aisée aux métropoles régionales.* » (Doré, 2008, p.66).

Ainsi, les territoires ruraux sont des territoires de plus en plus attractifs pour les ménages en quête d'un bien-être lié à une qualité de vie différente des villes. Il s'agit aussi d'une image créée et entretenue par la société, qui à l'heure actuelle pose des questions en termes de développement durable. Pour l'auteur Robert Levesque, « *le rêve, entretenu, mythifié, de la maison individuelle avec pelouse, piscine, atelier, garage, ne peut plus être satisfait sans porter une atteinte grave à l'environnement* » (Levesque, 2007, p.78). Tout d'abord, parce que l'éloignement des centres urbains nécessite des transports plus importants et plus

énergivores, car plus individualisés. Également, l'essor des campagnes résidentielles engendre « *une consommation importante de surfaces naturelles, notamment agricoles* » (Levesque, 2007, p.78). En une dizaine d'année, ce sont 40 000 hectares de terres françaises qui ont été artificialisés (Levesque, 2007, p.78), alors que l'augmentation de la population mondiale va nécessiter d'avoir accès à plus de terres naturelles. « *Toute artificialisation des sols, tant en milieu périurbain qu'en zones rurales, complique la lutte contre l'effet de serre, la fourniture alimentaire et bioénergétique et la préservation des ressources naturelles (eau, biodiversité...)* » (Levesque, 2007, p.78-79).

L'attractivité des territoires ruraux est donc complexe, notamment en termes d'environnement, surtout que la nature et les paysages sont l'élément central de leur attractivité, notamment touristique.

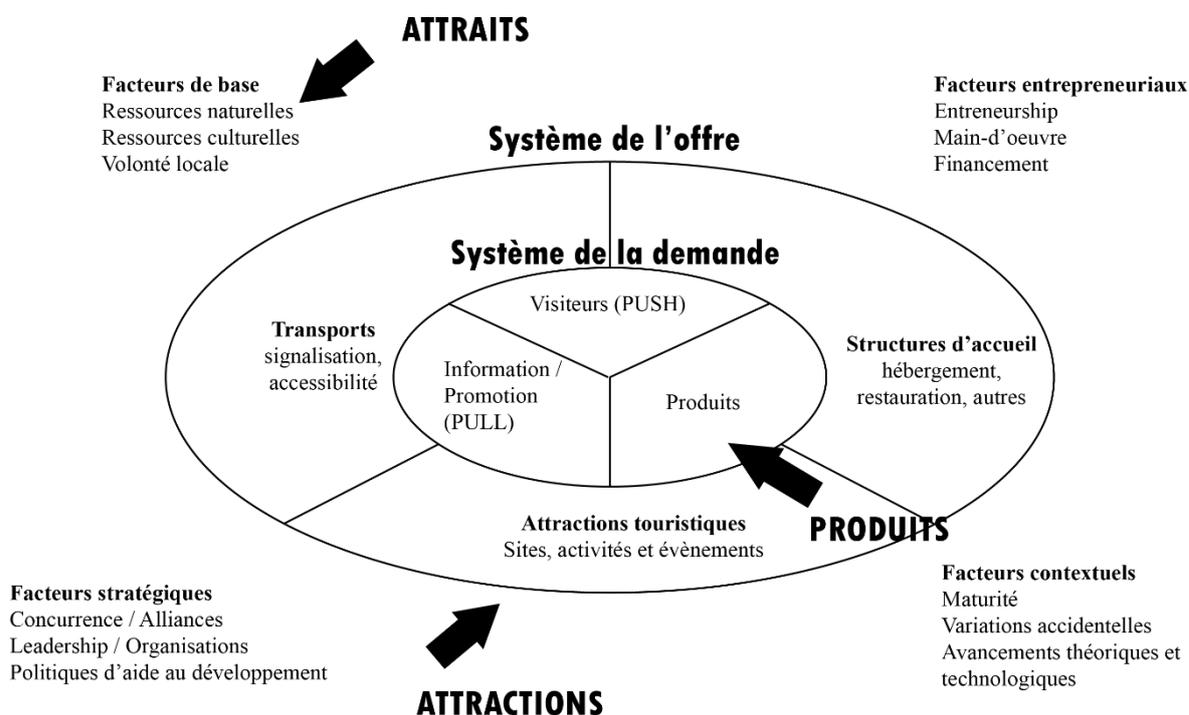
#### **1.4 Les touristes : des résidents temporaires tout aussi importants**

Un territoire peut en plus d'attirer des résidents permanents et des entreprises, faire venir des visiteurs temporaires, autrement dit des touristes. L'attractivité touristique peut alors être définie comme étant la « *capacité d'une destination à générer des flux touristiques vers elle* » (Hmioui, Haoudi, 2016, p.151). Joliet et Martin en donnent également une définition, pour eux il s'agit de « *la ou les zones d'un périmètre destiné aux loisirs qui font l'objet d'une attirance plus forte que d'autres, induisant une concentration de fréquentation en ces points. Cette concentration des attraits peut être due à la disposition d'équipements, leur qualité ou encore au cadre paysager de ces derniers* » (Hmioui, Haoudi, 2016, p.152). Cette attractivité repose à la fois sur des éléments patrimoniaux et paysagers, voire culturels et des représentations que les visiteurs se font d'une destination. Il faut également que le territoire en question possède une offre de services et d'infrastructures permettant aux visiteurs de se déplacer, de s'héberger, de manger, de se divertir, etc...

François De Grandpré, chercheur québécois, différencie les attraits, les attractions et les produits touristiques. Un produit touristique est « *un assortiment d'activités, de services et de bénéfices qui constitue l'expérience touristique dans sa globalité* » (De Grand, 2007, p.13), alors qu'une attraction rassemble « *tous les éléments localisés ailleurs qui attirent le voyageur hors de son lieu de résidence* » (De Grand, 2007, p.14), et qui peuvent être des paysages, des activités etc... Enfin, « *les attraits sont les ressources naturelles et culturelles, présentes sur le territoire, qui ont le potentiel de contribuer au produit*

*touristique* » (De Grand, 2007, p.14). Les attraits d'une destination font partie des éléments extérieurs susceptibles de favoriser ou non son image. Les attractions font partie de l'offre touristique, et correspond à la mise en valeur d'un attrait par les institutions touristiques. « *L'attrait naturel (plan d'eau, montagne, climat, etc.) ou culturel (fait historique, production culturelle, art, etc.) est ainsi organisé, transformé et publicisé dans le but explicite d'intéresser des touristes* » (De Grand, 2007, p.16). Enfin, le produit touristique correspond aux représentations qu'a le visiteur de la destination et de son voyage. Ces trois éléments sont inclus dans ce que l'auteur appelle le *modèle touristique régional*.

**Figure 13** : le Modèle touristique régional



De Grand, 2007, p.15

Ainsi, ce schéma cherche à montrer que l'attractivité est un élément important dans le contexte touristique d'une destination. C'est pourquoi de plus en plus de territoires mettent en place des stratégies et des outils, afin de la renforcer.

## 2. Les outils et stratégies de l'attractivité territoriale

Afin de renforcer leur attractivité, les territoires, qu'ils soient ruraux ou non, mettent en place des stratégies, souvent empruntées au commerce, notamment au travers du marketing territorial.

## 2.1 Le marketing territorial : difficile adaptation des concepts économiques

Le marketing territorial est une forme particulière de marketing, puisqu'il s'applique non pas à un objet, mais à un lieu, qui plus est, est vivant et évolutif, donc difficile à maîtriser (Chamard, 2014, p.14). Les bases du marketing marchand ont été utilisées et adaptées en partant du principe que le but de toute organisation est de répondre aux besoins de ses parties prenantes, grâce à des outils. Le marketing devient donc « *la fonction de l'organisation qui permet de rester en contact constant avec les consommateurs de l'organisation, de connaître leurs besoins, de développer des produits qui satisfassent ces besoins et de construire un programme de communication pour exprimer les objectifs de l'organisation* » (Chamard, 2014, p.28). Cependant, le marketing n'est pas toujours bien accepté de la part des organisations non marchandes, souvent considéré comme manipulateur. Il est donc difficile à mobiliser face à la mission d'intérêt général des organisations publiques. Egalement, les acteurs ne sont pas les mêmes, ils ont une double casquette : « *tous les acteurs de la demande publique sont à la fois citoyens et clients intéressés respectivement par la valeur publique et privée que crée l'action publique* » (Chamard, 2014, p.33). Ils ont donc un rôle beaucoup plus important puisqu'ils ont un pouvoir décisionnaire : ce sont eux qui choisissent leurs représentants.

Il faut donc arriver à créer un marketing adapté aux spécificités des territoires, plutôt que d'essayer d'adapter les concepts économiques. L'utilisation du marketing territorial peut répondre à plusieurs enjeux. Des enjeux économiques tout d'abord, en attirant une nouvelle population (entreprises, touristes, habitants). Des enjeux politiques sur une zone géographique particulière, à ne pas confondre avec le marketing politique qui concerne les partis et les personnalités. Enfin, des enjeux sociaux, notamment au niveau de la promotion de l'identité territoriale, vecteur d'appartenance de la population (Chamard, 2014, p.40). Ainsi, selon l'auteur Vincent Gollain, « *le marketing territorial s'adresse à des clients internes ou externes au territoire et vise à mettre en place un certain nombre d'actions à court et moyen terme pour les convaincre de l'attractivité dudit territoire et les convaincre d'y investir et réinvestir.* » (Chamard, 2014, p.41). Il peut s'appliquer à plusieurs échelles de territoire : régions, départements, communautés de communes, villes, etc... Le marketing territorial peut alors être défini comme étant :

*« une démarche qui vise à élaborer, sur la base de la connaissance de l'environnement (géographique, démographique, culturel, économique, social, politique), l'offre territoriale dans l'optique d'accroître l'attractivité et*

*l'hospitalité du territoire. Les dirigeants élus au sein d'une collectivité territoriale (ville, communauté, conseil général, conseil régional), accompagnés par les services, cherchent à répondre aux attentes des divers publics : touristes, résidents, associations, entreprises, investisseurs. »* (Chamard, 2014, p.42)

Le marketing territorial suit donc une démarche avec plusieurs étapes, que chaque acteur adapte ensuite à son projet.

## **2.2 La démarche stratégique du marketing territorial**

Tout territoire qui veut améliorer son attractivité grâce au marketing territorial doit mettre en place une méthode, afin de s'assurer de la réussite de son action. *« Trop de démarches ont connu l'échec en voulant aller trop vite, notamment en déployant un kit de communication appuyé sur une trop faible connaissance des avantages comparatifs du territoire face à ses compétiteurs et surtout sans tenir compte des attentes des clientèles<sup>54</sup> ».*

### *2.2.1 Les étapes de la démarche marketing*

Plusieurs auteurs ont proposé leur méthodologie afin de permettre aux territoires de réussir au mieux leur démarche marketing. Vincent Gollain, qui a écrit des ouvrages sur le sujet et a dédié un site internet au marketing territorial, a mis en place une démarche en quatre séquences. La première, qui se situe avant la mise en œuvre, concerne la posture dans laquelle doivent se mettre les décideurs, afin d'adopter une démarche la plus juste possible. L'un des éléments clés est la mobilisation collective des acteurs, car un territoire compte de nombreux acteurs, plus qu'une entreprise seule, essentiels à l'attractivité de leur territoire. Il faut donc arriver à créer une synergie et impliquer l'ensemble des parties prenantes dans un but commun. *« Investir du temps au début à construire une alliance d'acteurs locaux est essentiel et évitera, outre les risques d'échec, de perdre énormément de temps par la suite.<sup>54</sup> »*

---

<sup>54</sup> Gollain Vincent. *Les 10 étapes clés pour construire sa démarche de marketing territorial* [en ligne]. Disponible sur <http://www.marketing-territorial.org/page-233793.html>. (Consulté le 16-06-2018)

**Figure 14** : les 8 leviers d'un « bon » marketing territorial



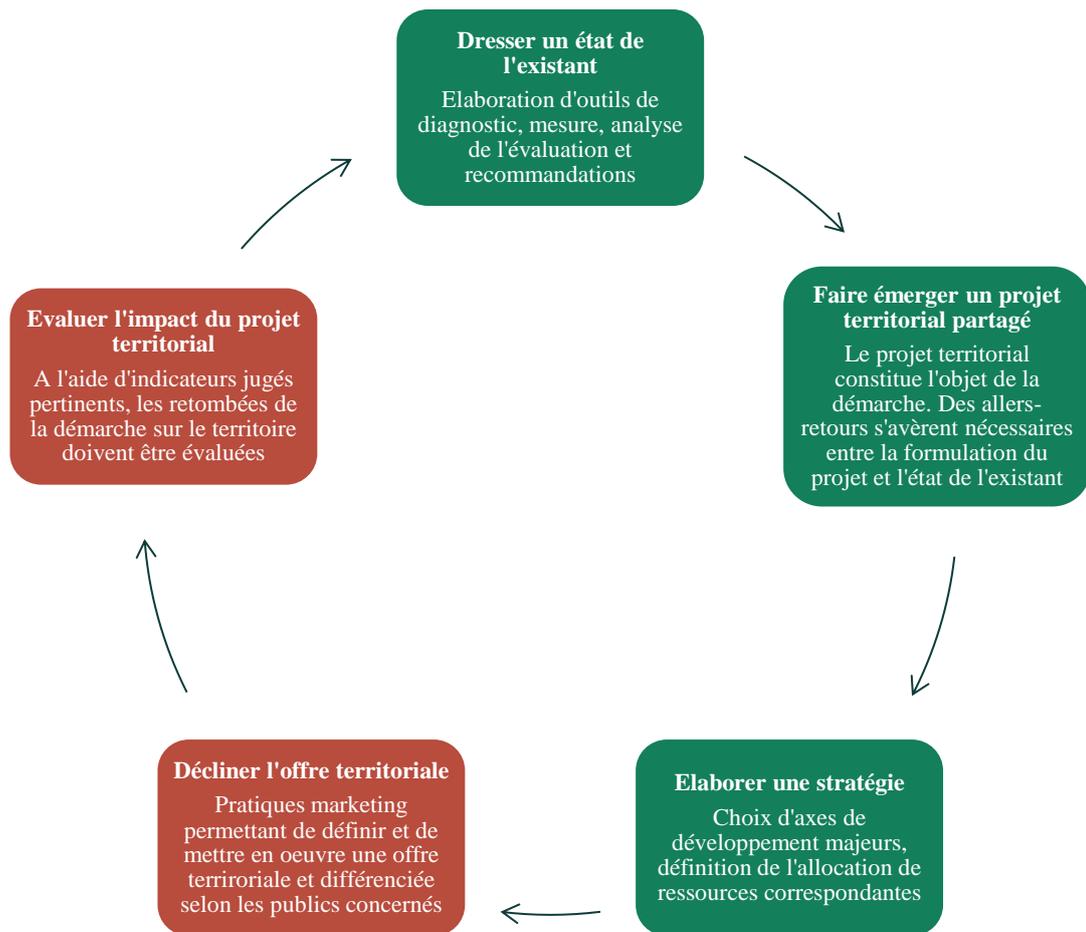
Gollain, 2013<sup>55</sup>

Ensuite, la démarche de marketing territorial se déroule en trois phases. Tout d'abord, le diagnostic du territoire, qui se fait grâce à de la récolte d'informations, vise à analyser les marchés, l'environnement dans lequel se situe le territoire et à évaluer la place que tient ce dernier par rapport à ses concurrents. La seconde phase est cette fois stratégique en définissant l'ambition, les objectifs et la stratégie à mettre en place au vu du diagnostic préalablement effectué. Cette phase permet de positionner le territoire et de construire une promesse. Enfin, la troisième étape est la mise en œuvre concrète de la stratégie grâce au marketing mix<sup>56</sup> et à la formulation du plan d'action, sans oublier l'évaluation de la stratégie mise en place. Camille Chamard résume cette démarche dans un schéma qui reprend bien ces différentes étapes :

<sup>55</sup> Gollain Vincent. *Les 10 étapes clés pour construire sa démarche de marketing territorial* [en ligne]. Disponible sur <http://www.marketing-territorial.org/page-233793.html>. (Consulté le 16-06-2018)

<sup>56</sup> Le marketing mix correspond aux décisions prises afin de garantir le succès d'un produit ou d'une marque. Les domaines d'action du marketing mix sont : le prix, le produit (caractéristiques, format), la communication et la distribution.

**Figure 15** : la démarche du marketing territorial



**Légende :**

Phase amont du marketing territorial : réflexion, discussion, mobilisation, décision

Phase aval du marketing territorial : mise en œuvre, action, adhésion, évaluation

Chamard, 2014, p.47

Le marketing territorial est donc une construction commune avec tous les acteurs d'un territoire, supervisée par un organisme qui met en place les différentes étapes essentielles à son bon déroulement. A côté de cette démarche générale, des formes de marketing, centrées sur des éléments précis se sont développées.

*2.2.2 Les nouvelles pratiques du marketing territorial*

Le développement du marketing territorial a permis l'apparition de différentes formes de marketing. Le marketing intégré est une stratégie qui vise à impliquer les parties prenantes de tous les secteurs d'activités permettant de rendre le territoire attractif. Il correspond à la « construction de projets transversaux et holistiques d'attractivité, concrétisée à travers

*l'élaboration d'une stratégie partagée, englobant tous les acteurs et secteurs concernés du territoire* » (Gayet, 2015, p.40). De plus en plus d'entreprises privées s'impliquent dans les démarches du marketing territorial, ce qui entraîne des exigences et des objectifs supplémentaires de la part des décideurs. Cette implication entraîne également une recherche de qualité de plus en plus grande : *« les territoires les plus performants cherchent à passer de la qualité à « l'excellence » »* (Gayet, 2015, p.44). Cette excellence se retrouve dans la professionnalisation des acteurs, dans la mise en place d'évaluations des actions poussées, ainsi que dans l'intégration du développement durable. Les territoires font également de plus en plus appel à la population locale, afin d'améliorer leur communication et d'assurer la pérennité de leur attractivité. Cette démarche s'appelle le *placemarketing*, qui est un *« mouvement de pensée, des démarches méthodologiques et des outils qui proposent de transformer et de construire le futur d'un territoire par la mobilisation de sa communauté »* (Gayet, 2015, p.46). Ainsi, les habitants peuvent devenir des ambassadeurs de leur territoire, en participant à la construction de l'offre, en faisant des visites personnalisées (greeters), en devenant des supports de communication et de diffusion. Enfin, comme dans tous les domaines le marketing se centre de plus en plus sur l'expérience donnée au client : *« le but essentiel du marketing territorial aujourd'hui devient ainsi la création et l'animation d'un mouvement »*. (Gayet, 2015, p.51). Toutes ces formes de marketing territorial sont donc mises en place par les territoires et notamment les villes, mais il est parfois difficile pour les plus petites d'entre elles de suivre le mouvement.

### *2.2.3 Le marketing territorial pour les petites villes*

Les petites villes sont souvent méconnues, sans image forte, ce qui complexifie leur attractivité. Mettre en place une démarche de marketing territorial peut alors leur permettre d'attirer, mais surtout de conserver leurs acteurs. Le marketing relationnel qui *« met l'accent sur l'attachement et l'implication afin de maintenir des relations fructueuses sur le long terme »* (Alaux, 2015, p.64) est adapté à ces territoires de petite taille. Il se base sur l'image et l'identité de la ville et surtout sur la perception qu'en ont les parties prenantes. L'émotion et l'affect jouent donc un rôle très important dans cette forme de marketing. *« Bien qu'elles soient parfois conflictuelles, ce sont les relations entre les différents acteurs qui favoriseront la coproduction d'une image partagée »* (Alaux, 2015, p.66-67). Le marketing doit s'adapter aux petites villes qui cherchent plus à conserver les acteurs sur le territoire et à améliorer les conditions de vie, plutôt que d'attirer beaucoup d'acteurs

externes (Alaux, 2015, p.73). L'auteur définit trois étapes qui permettent d'adapter le marketing territorial aux petites villes :

**Figure 16** : le marketing territorial adapté aux petites villes



Fabre, 2018 (Alaux, 2015, p.73-74)

Le marketing territorial est donc la stratégie mise en place par les territoires afin d'augmenter leur attractivité auprès de différentes cibles. L'un des outils les plus mis en place est alors la marque territoriale.

### **2.3 Les marques territoriales : l'outil par excellence du marketing territorial**

La marque territoriale, autrement appelée stratégie de *place branding*, est utilisée par les territoires dans le cadre de leur stratégie de marketing territorial. Les marques territoriales se multiplient à toutes les échelles de territoire, utilisées dans un but de différenciation. Elles sont « *façonnées par la coopération entre parties prenantes des territoires, que ce soit pour le développement de zones d'attraction touristique, dans le cadre de pôles de compétitivité ou pour la promotion d'une image globale commune* ». (Vuignier, 2017, p.60). Certaines marques, à des échelons territoriaux différents, ont prouvé leur efficacité comme les marque Bretagne ou Alsace pour les régions, la marque Only Lyon pour la ville du même nom ou I Amsterdam pour la capitale hollandaise. Cependant, les stratégies de *place branding* ne sont pas faciles à mettre en place notamment pour deux raisons principales. Tout d'abord, le territoire est un élément complexe à appréhender, puisqu'il existe, surtout en France, un enchevêtrement de plusieurs échelles : régions, départements, intercommunalités, pôles d'équilibre territorial, villes, etc. « *L'enjeu réside dans la capacité à mettre en œuvre la ou les stratégies de place branding à des niveaux économique-territoriaux appropriés à travers un cadre organisationnel adéquat [...] et une collaboration entre divers échelons institutionnels* » (Vuignier, 2017, p.61). Ensuite, la marque territoriale ne s'adresse pas à une seule cible, mais à différents publics (habitants,

entreprises, touristes...) qui n'ont pas non plus les mêmes attentes. Les marques ombrelles sont alors privilégiées, car elles permettent de regrouper sous un même nom des produits hétérogènes, et ainsi donner de la cohérence à la multiplicité de positionnement. Basé sur le succès des grandes marques territoriales citées plus haut, de nombreux territoires ont voulu se différencier en créant leur propre marque. « *En résulte la pléthore de démarches de place branding sans contenu spécifique, nombreux territoires mettant en avant « des éléments différenciateurs qui sont finalement plutôt banals »* » (Vuignier, 2017, p.61). Le succès d'une marque territoriale n'est donc pas garanti, elle doit s'appuyer sur une gouvernance forte, souvent supervisée par un organisme spécialement créé et surtout mettre en avant ce qui fait la spécificité du territoire. C'est ce qu'a fait le canton du Valais en Suisse, avec la marque Valais. « *Le succès de la démarche semble s'expliquer par la forte identité de la région et le périmètre du canton qui fait référence à un ensemble considéré comme homogène depuis l'extérieur.* » (Vuignier, 2017, p.61). Ainsi, la marque territoriale est un outil efficace du marketing territorial, si elle est bien menée grâce à une gouvernance adéquate et surtout si elle s'appuie sur l'identité du territoire.

La recherche d'attractivité, qu'elle soit touristique, résidentielle ou économique, a pour principal but de permettre au territoire en question de se développer et de créer des projets valorisants et porteurs.

### **3. La valorisation des savoir-faire et des patrimoines productifs : un atout pour le développement local**

Les actions de valorisation du patrimoine industriel, de protection des savoir-faire artisanaux, d'aide aux filières agricoles ou les politiques d'attractivité territoriale, ont pour principale motivation le développement du territoire qui possède ces ressources.

#### **3.1 Le développement local, basé sur les spécificités des territoires**

Le développement local est une forme de développement relocalisée à une échelle plus petite. Il s'est développé, dans un contexte où l'intervention unique de l'Etat n'est plus suffisante pour résoudre les grandes problématiques de déséquilibres économiques et géographiques présents en France. Une échelle moindre permet alors aux territoires de mieux contrôler leur développement eux-même (Fabre, 2017, p.34). Deberre définit ce concept comme étant un « *mouvement aux dimensions culturelles, économiques et sociales, qui cherche à augmenter le bien-être d'une société, à valoriser les ressources*

*d'un territoire par et pour les groupes qui l'occupent* » (Fabre, 2017, p.34). Bernard Pecqueur, auteur de référence pour le développement des territoires, affirme que « *ni mode ni modèle, le développement local est une dynamique qui met en évidence l'efficacité des relations non exclusivement marchandes entre les hommes pour valoriser les richesses dont ils disposent* » (Fabre, 2017, p.35).

Le développement local est donc un processus, basé sur les spécificités territoriales présentes en un lieu. Selon Pecqueur, ce qui crée le développement c'est l'association des organisations locales dans des projets communs, afin de valoriser les richesses du territoire. « *Les sociétés locales ont conscience de partager des valeurs communes, mais pas toujours de la solidarité qu'elles entretiennent pour faire face aux contraintes extérieures et c'est ce qui crée du développement* » (Fabre, 2017, p.35). Ainsi, le réseau est l'un des éléments les plus importants pour une entreprise dans le développement local. Il est constitué autant d'organismes publics (administrations publiques, organismes de formations), que d'organismes privés, voire même de relations informelles et personnelles (réseau professionnel ou réseau familial).

Le développement nécessite également que les territoires s'adaptent à l'environnement, bien entendu sans délaisser leur histoire et leurs ressources spécifiques. Cette évolution passe d'abord par l'innovation, qui permet à la fois à l'entreprise, mais également au territoire de se différencier et de devenir plus compétitif. Ensuite, il faut que le territoire soit capable de s'adapter en créant un réseau fort qui permettra aux entreprises d'entretenir des liens de solidarité forts. Il doit pouvoir mettre en place des cadres, des règles (implicites ou explicites) qui permettent de pérenniser la dynamique de développement local, en harmonisant les pratiques (Fabre, 2017, p.36).

Pecqueur explique que le développement local s'appuie en général sur les systèmes productifs locaux (SPL). Ils correspondent « *à un rapprochement d'entreprises qui tirent parti de leur proximité sur un même territoire pour améliorer leur efficacité économique grâce à une stratégie de mutualisation des moyens et de développement des complémentarités*<sup>57</sup> ». Ils sont souvent caractérisés par la présence en un même lieu de productions spécifiques (porcelaine à Limoges, cuir à Graulhet etc...). Dans les SPL, deux profils d'entreprises existent. En premier lieu, les entreprises traditionnelles, qui

---

<sup>57</sup> Senat. *Projet de loi de finances pour 2010 : Politique des territoires* [en ligne]. Disponible sur <https://www.senat.fr/rap/a09-105-6/a09-105-611.html>. (Consulté le 19-06-2018)

entretiennent un lien fort avec le territoire et son histoire, mais qui innovent tout de même pour rester compétitives. Ensuite, les systèmes incubateurs qui sont basés sur l'innovation de produits et le développement technologique. « *Les deux systèmes sont localement situés, mais il est plus facile de créer un réseau fort, essentiel au développement local, pour les entreprises ayant une même culture et perpétuant les mêmes traditions* » (Fabre, 2017, p.36). Ainsi, le développement local, est essentiellement basé sur la valorisation des ressources territoriales.

### **3.2 Les ressources territoriales : élément central du développement local**

« *La nature de la relation du système territorial avec son contexte de dépendance, ainsi que sa capacité à maintenir et à reproduire sa spécificité reposent avant tout sur les ressources propres au territoire.* » (François et al., 2006, p.686). Ainsi, les ressources spécifiques d'un territoire permettent de différencier son économie locale des autres. Ces ressources, qu'elles soient naturelles, patrimoniales, historiques, sont des constructions sociales et ne peuvent être considérées comme telles que si la population locale les reconnaît. « *La ressource est donc toujours relative (Brunet, Ferras, Thery, 1992) et n'a pas de valeur en elle-même, sa valeur d'usage dépendant de sa socialisation, de son appropriation par les acteurs et de leurs interactions au sein du territoire.* » (François et al., 2006, p.687). Cependant, ce processus de reconnaissance de la ressource n'est pas facile, car il faut que les acteurs du territoire arrivent à prendre de la hauteur sur leur histoire et leur identité, d'autant plus que la ressource en question est souvent liée à un patrimoine.

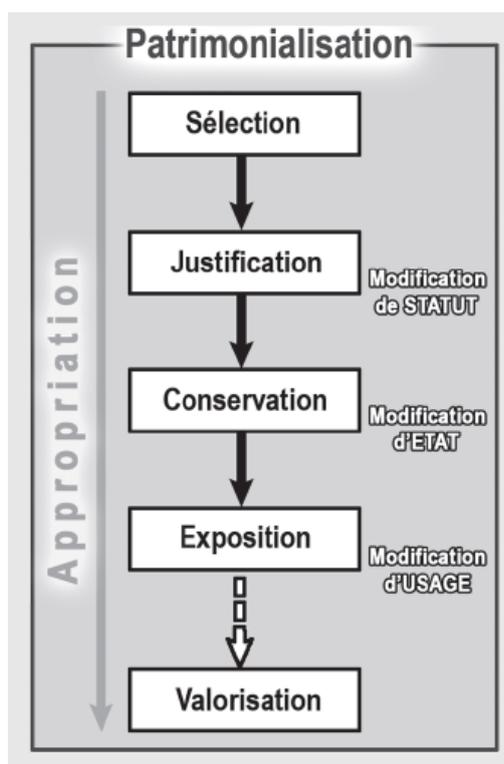
#### *3.2.1 Les ressources territoriales liées à un patrimoine*

Les ressources territoriales sont très proches du patrimoine. Ils partagent tous deux un lien fort avec les communautés locales et sont définis dans un espace donné. De plus, le patrimoine est un élément essentiel à la construction des territoires, qui lui donne du sens :

« « *Les éléments patrimoniaux matériels ou immatériels, retrouvés, mis en valeur ou même totalement recréés, contribuent très largement à marquer l'espace social, à lui donner du sens, à générer ou conforter des pratiques collectives et donc à fabriquer des territoires qui, à leur tour, façonnent ceux qui y vivent et renforcent les pouvoirs existants sur des bases culturelles à la fois sélectives et symboliques* » (PERON, 2001) » (François et al., 2006, p.689-690).

Les ressources territoriales, qui permettent le développement local, sont souvent en lien avec un patrimoine, ou un élément fort culturellement et symboliquement sur le territoire (une production agricole spécifique, un artisanat particulier, etc...). Afin, qu'il devienne une ressource, ce patrimoine doit d'abord être considéré comme tel, que les acteurs prennent conscience du bien-fondé de sa valorisation et mettent en place des actions en ce sens. C'est ce qui est communément appelé le processus de patrimonialisation. Dans l'article *Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources*, les auteurs schématisent ce processus.

**Figure 18** : les étapes de la patrimonialisation



François et al., 2006, p.691

Pour commencer, il faut que les communautés choisissent ce qui constitue le patrimoine ou non (sélection). La phase de justification recontextualise l'objet dans son environnement et engendre par la même occasion des réflexions sur sa conservation : « *ensemble des actions ou processus qui visent à sauvegarder les éléments caractéristiques d'une ressource culturelle afin d'en préserver la valeur patrimoniale et d'en préserver la vie physique* » (François et al., 2006, p.691). Enfin, l'exposition est la mise en lumière de la ressource patrimoniale auprès du public, qui engendre sa valorisation. Au final, toute cette démarche permet à la population de s'approprier le patrimoine. Elle peut être positive et générer chez les acteurs des actions collectives, tout comme être source de conflits. Pour expliciter cette

patrimonialisation de ressource, l'auteur prend les produits agricoles comme référence : « *Lors d'une reconnaissance en AOC, par exemple, la constitution du cahier des charges permet aux acteurs de s'interroger sur ce qui les unit et de prendre conscience des éléments identitaires et traditionnels.* » (François et al., 2006, p.692). Une production agricole traditionnelle n'est cependant pas toujours considérée comme un patrimoine, c'est le regard que lui portent les acteurs qui va la faire passer de pratique à patrimoine.

### *3.2.2 La valorisation des ressources révélées*

Une fois révélées, les ressources territoriales doivent être valorisées. Souvent le tourisme participe à cette mise en valeur, car il apporte une vision externe sur le territoire et il permet la création de produits en lien avec les spécificités des territoires. « *Le regard positif porté sur la destination par le touriste constitue l'engrenage déclencheur du développement* » (François et al., 2006, p.693). Cependant, la ressource territoriale étant fortement liée à l'identité et la culture du territoire, sa marchandisation doit être faite avec précaution. De plus, comme évoqué précédemment, tous les territoires essaient de se démarquer et d'être attractifs grâce à leurs ressources. Si plusieurs territoires valorisent la même ressource, l'huile d'olive pour reprendre l'exemple de l'article, ils auront du mal à se démarquer. Egalement, tous ne doivent pas se développer de la même manière, en mettant en place les mêmes pratiques. Chaque territoire est unique et vouloir à tout prix valoriser une ressource ne garantit pas son succès. « *Ainsi, apparaît le risque de « plaquer » sur des territoires existants une spécificité imaginaire et en décalage avec les réalités locales.* » (François et al., 2006, p.694).

Le développement local basé sur les ressources patrimoniales permet donc à la fois de conserver les éléments spécifiques du territoire, tout en permettant des retombées économiques. Les paysages sont un bon exemple : « *son entretien, assuré par un groupe particulier (dans ce cas les agriculteurs) peut leur profiter [les territoires], par le biais de produits de terroir porteurs des savoir-faire non seulement en matière de transformation mais aussi en matière de gestion de l'espace, tout en apportant une valeur ajoutée à l'ensemble de l'offre (par exemple, les gîtes).* » (François et al., 2006, p.696).

Pour conclure, une ressource territoriale, permettant d'engendrer un processus de développement local, est « *une ressource spécifique qui peut être révélée selon un processus intentionnel, engageant une dynamique collective d'appropriation par les acteurs du territoire, de nature différente selon qu'elle emprunte ou non le circuit de la*

*valorisation* » (François et al., 2006, p.696). Ces ressources sont d'ailleurs souvent associées à un patrimoine agricole, agroalimentaire ou artisanal.

### **3.3 Les savoir-faire comme ressource territoriale et acteur du développement touristique**

Tout ce processus de patrimonialisation des ressources s'applique aux savoir-faire productifs. Cette reconnaissance en tant que patrimoine est favorisée par le développement touristique de ces ressources : « *la mise en tourisme d'activités de production contemporaines, ainsi que des techniques qui leur sont associées, témoigne d'un mouvement de patrimonialisation construit* » (Grison, Rieutort, 2017, p.8). Tout d'abord, les savoir-faire d'un territoire répondent à plusieurs objectifs. Ils participent au développement économique, grâce à la création d'emplois et de revenus ; ils ont un rôle social, car ils favorisent la coordination des acteurs ; et un rôle identitaire, en renforçant l'identification d'un groupe à un territoire (Grison, Rieutort, 2017, p.8).

Les AOP sont un bon exemple de ressource territoriale permettant à la fois un développement économique et un renforcement de l'attractivité, notamment touristique. En effet, ce sont des productions fortement liées au territoire et à son identité qui sont labellisées. Ensuite, l'appellation permet d'impliquer activement les acteurs dans une co-construction de stratégie et de maintenir un organisme superviseur, qui permet de pérenniser cette valorisation. Ainsi, toutes les conditions pour impulser une démarche de développement territorial sont réunies (Durrance-Moreau, 2017, p.62). Les offres touristiques développées pour mettre en valeur ces productions agricoles « *vont au-delà de la dimension alimentaire de l'AOP (achat direct, dégustation) et concernent aussi les dimensions symboliques et culturelles (savoir-faire, modes de production, élevage des bêtes, alpage, vie paysanne, valeur, culture montagnarde, paysages, etc...)* » (Durrance-Moreau, 2017, p.64).

L'auteur, en menant une étude de cas sur la production de fromage AOP Beaufort, a révélé des facteurs de succès de la valorisation de cette ressource productive. Certains éléments ne sont pas imitables, car spécifiques à ce territoire (image positive de l'alpage, zone touristique à proximité, renommée de l'AOP, etc...) et donc peu transférables à tous les cas de figure. Cependant, elle met en lumière certains éléments reproductibles :

**Tableau 8** : les facteurs de succès transférables

Facteur de succès	Commentaire
Une identité forte, une réputation établie, un produit emblématique	Une AOP participe à l'identité et à la notoriété d'un territoire, car elle est liée à des traditions spécifiques.
Une volonté locale déjà à l'œuvre	L'obtention de l'AOP s'est d'abord faite par des acteurs qui se sont regroupés. Il est donc plus facile de développer du tourisme autour de cette ressource.
Des institutions en ordre de marche	L'aire de délimitation de l'AOP est déjà limitée et les institutions sont déjà établies.
Un état d'esprit ouvert sur les échanges extérieurs	L'AOP se construit en lien avec différentes échelles territoriales, et connaît la nécessité d'échanger avec l'extérieur.
Une démarche stratégique bien ancrée et sur les temps longs	Une AOP met longtemps à se construire et est vouée à perdurer dans le temps.

Durance-Moreau, 2017, p.69

Cet exemple de l'AOP, permet de voir qu'un savoir-faire productif peut devenir un élément de développement local et touristique. « *Le type de développement visé est un développement moins immédiat et plus durable, moins quantitatif que qualitatif, au moyen d'innovations moins fondées sur les capacités technologiques du territoire que sur ses capacités socio-organisationnelles* » (Lahmer, 2017, p.164). Les savoir-faire sont donc des ressources importantes, ancrées profondément et localement, associant mobilisation et valorisation du patrimoine, permettant de renforcer les liens avec le territoire ; création de territorialités grâce aux projets de développement et synergie des acteurs et des formes de gouvernance (Grison, Rieutort, 2017, p.181).

*« Nous pouvons affirmer que la valorisation des savoir-faire productifs dégage des stratégies de développement territorial relativement nouvelles, dont les potentiels sont réels, bien qu'ils supposent la mobilisation d'acteurs nombreux et variés. La mise en œuvre de ces stratégies repose sur un double mouvement. Il s'agit, d'une part, de renforcer la territorialisation des savoir-faire (voire de les « reterritorialiser »), de manière à les mettre directement en relation avec l'identité locale et, d'autre part, de les mettre en lien avec les dynamiques du territoire, dans le cadre de projet de territoire plus large. »* (Grison, Rieutort, 2017, p.181).

### **Conclusion du chapitre 3 :**

Par conséquent, l'attractivité territoriale, qui passe par la mise en place de stratégies de marketing territorial cohérentes, vise à attirer sur un lieu, à la fois des résidents permanents, temporaires, ainsi que des entreprises. Le but de ces démarches est de créer du développement. Dans les territoires ruraux, les ressources patrimoniales et notamment les savoir-faire, peuvent devenir le moteur des stratégies de développement, le regroupement des acteurs et la reconnaissance de l'identité locale étant alors essentiels.

## Conclusion de la partie 1 :

Les recherches théoriques effectuées précédemment ont permis de mettre en lumière plusieurs éléments. Tout d'abord, l'artisanat, l'industrie et l'agriculture sont des activités qui ont façonné l'histoire de nos sociétés, qui sont toujours présentes sur le territoire français, mais qui connaissent de nombreuses difficultés. Ainsi, les crises à la fois économiques et d'image ont impacté ces secteurs, qui doivent aujourd'hui plus que jamais trouver des moyens de perdurer dans le temps. Ils utilisent des savoir-faire techniques importants et parfois ancestraux, considérés comme faisant partie du patrimoine. Cependant, étant à la fois matériels et immatériels, passés et présents, et indissociables de l'identité et de la culture des individus qui les détiennent, il est parfois complexe d'en appréhender toute la richesse, ce qui peut entraîner leur disparition. Intervient alors la nécessité de les préserver et de mettre en place des moyens de valorisation qui peuvent passer par leur mise en tourisme. Là encore, il est difficile de catégoriser la découverte des savoir-faire, car à cheval entre plusieurs formes de tourisme. Enfin, cette mise en valeur vise à rendre plus attractifs les territoires d'un point de vue résidentiel, économique ou touristique. En mettant en place des stratégies de marketing territorial, les collectivités cherchent à se différencier, mais tous les territoires ne font-ils pas la même chose ? Il faut donc qu'ils mettent en avant leurs spécificités et leurs ressources propres et patrimoniales.

Par conséquent, tous ces éléments amènent à se demander : **en quoi la valorisation du patrimoine industriel, artisanal et agricole, peut être un atout pour le territoire, en tant que vecteur d'attractivité touristique et élément de reconnaissance du patrimoine et de la culture locale ?**

Dès lors, trois hypothèses de recherche peuvent être avancées :

*Hypothèse 1* : La valorisation du patrimoine industriel, artisanal et agricole contribue à améliorer l'attractivité touristique d'un territoire rural.

Cette première hypothèse tenterait de prouver que la découverte des savoir-faire peut correspondre aux attentes des touristes, notamment en termes d'expérience. Valoriser les activités économiques d'un territoire, grâce à des moyens innovants, permettrait de véhiculer une image vivante et dynamique du lieu qui aurait un impact positif sur son attractivité.

***Hypothèse 2*** : Le regroupement des acteurs d'un territoire autour d'un projet de valorisation des savoir-faire permet de renforcer son attractivité et de créer du développement.

La valorisation des savoir-faire étant à la croisée de plusieurs domaines : touristique, économique, culturel, il est nécessaire que les acteurs de ces différents secteurs se réunissent autour d'un projet commun. En créant une synergie cohérente et globale sur le territoire, la mise en valeur des savoir-faire peut aboutir à améliorer l'attractivité du territoire, en le rendant plus cohérent. Il peut également permettre de faire émerger d'autres projets, renforçant ainsi son développement, tout en le rendant durable.

***Hypothèse 3*** : La valorisation des savoir-faire productifs permet à la population locale de renouer avec l'identité et la culture du territoire.

Ce dernier point émet l'hypothèse qu'une meilleure implication de la population locale et des acteurs du territoire dans les projets de valorisation des savoir-faire productifs, leur permettrait de se réappropriier la culture du territoire. En effet, les savoir-faire sont souvent très fortement liés à l'histoire des territoires, car leur développement s'est fait autour de différents métiers et secteurs d'activité. Ainsi, grâce à différentes actions, les populations qui composent le territoire (jeunes, natifs, néo-arrivants) pourraient connaître le passé et les spécificités du lieu où ils vivent, pour mieux le comprendre dans ses dimensions actuelles. Ces actions pourraient également permettre de recréer du lien entre ces différentes populations, autour du patrimoine.

Ces hypothèses sont interdépendantes les unes des autres, car l'attractivité territoriale est favorisée par l'implication de la population locale et par l'action commune des différents acteurs du territoire. Leurs résultats vont donc impacter, à plus ou moins grande échelle, le résultat des autres.

Elles ont pu être alors testées sur le territoire de la Communauté de communes Carmausin-Ségala, dans le Tarn. Ce territoire à l'image complexe se pose la question de l'opportunité de valoriser ses savoir-faire productifs d'un point de vue touristique, afin d'améliorer son attractivité.

**Partie 2 :**

**Le Carmausin-Ségala : un territoire riche  
de ses savoir-faire**

---

## Introduction de la partie 2 :

La problématique, ainsi que les hypothèses de réponse amenées par les recherches bibliographiques, doivent maintenant être testées sur un terrain d'étude approprié. La Communauté de communes Carmausin-Ségala, par le biais de sa structure culturelle le Musée/Centre d'art du verre et de sa structure touristique l'Office de tourisme du Ségala tarnais, semble être un territoire propice à la réflexion. En effet, suite à une demande de stage spontanée au sein du Musée/Centre d'art du verre, la collectivité a réfléchi à la possibilité de commander une étude globale sur l'opportunité de valorisation des activités industrielles, artisanales et agricoles de son territoire, afin d'améliorer son attractivité, surtout touristique. C'est ce qui a constitué la mission de stage effectuée, qui correspond tout à fait à la problématique posée et qui permettra de répondre aux hypothèses formulées.

Dans un premier temps, cette seconde partie s'attachera à présenter le territoire d'application, à savoir l'histoire du Carmausin Ségala, ses données économiques et socio-démographiques, ainsi que ses équipements et services. Ensuite, la collectivité locale sera présentée, ainsi que ses missions et son fonctionnement. Dans un second temps, les deux régies directes associées à la Communauté de communes (le musée du verre et l'Office de tourisme), seront toutes deux présentées avec un tour d'horizon de leur histoire, de leur fonctionnement et de leurs missions. Egalement, étant en pleine réflexion stratégique, ce qui a contribué à la formulation de la mission de stage, leurs projets de restructuration seront présentés, afin de mieux comprendre dans quel contexte s'est déroulé le stage. Enfin, la première étape de l'étude sur la valorisation des savoir-faire sera présentée. Il s'agit de l'état des lieux interne et externe au territoire, réalisé grâce à différents outils méthodologiques. L'étude qualitative auprès des acteurs du territoire a constitué la principale source de récolte de données.

# Chapitre 1 : Le Carmausin-Ségala, marqué par un passé économique important

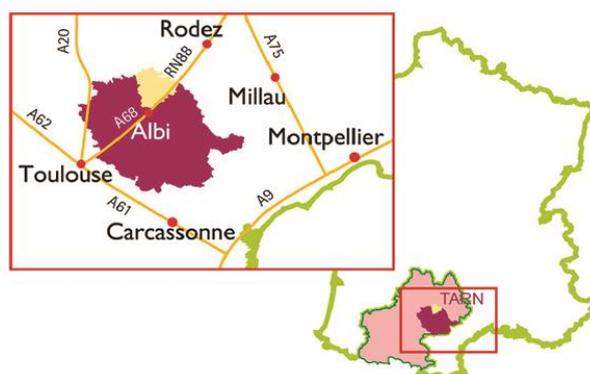
Le territoire de la Communauté de communes Carmausin-Ségala (3CS), est situé au Nord du département du Tarn, à la limite avec l'Aveyron. La ville de Carmaux et ses alentours, constitue le cœur de ce territoire rural, qui possède une histoire économique très forte, dont certaines traces sont encore visibles aujourd'hui.

## 1. La Communauté de communes Carmausin-Ségala : une histoire économique qui a forgé son identité

La Communauté de communes Carmausin-Ségala est une intercommunalité née en 2014, lors de la fusion de la Communauté de communes du Carmausin et de la Communauté de communes du Ségala carmausin. Elle se compose de 32 communes (depuis janvier 2018), totalisant en 2014 plus de 30 000 habitants.

La 3CS est située au Nord du Tarn, à 15 km de la ville d'Albi, sur l'axe Toulouse-Rodez. Pour une superficie d'environ 493 km<sup>2</sup>, elle compte moins de 8 % de la population tarnaise. Elle se structure autour du pôle urbain de Carmaux, le reste du territoire étant de petites communes rurales (DDT, CCI, 2013, p.6). Sa situation géographique lui permet d'être « *un espace de transition entre le bassin albigeois et les plateaux du Ségala aveyronnais* » (DDT, CCI, 2013, p.7).

**Figure 19** : la situation géographique du territoire d'étude



Communauté de communes Carmausin-Ségala

Les paysages sont très contrastés et forment trois entités différentes. Au Nord et à l'Est, le Ségala est un plateau entaillé profondément par la rivière du Viaur, frontière naturelle avec

le département de l'Aveyron. Au Sud et à l'Ouest, le plateau cordais possède un sol calcaire et une architecture typique de pierres blanches. Au centre, l'ancien bassin houiller de Carmaux, est un territoire beaucoup plus urbanisé, dont les paysages industriels rappellent son passé économique (DDT, CCI, 2013, p.10-11). Plus largement le territoire se situe autour de grands sites patrimoniaux et touristiques : la cité épiscopale d'Albi, classée au patrimoine mondial de l'UNESCO, Rodez, les Bastides aveyronnaises (Najac, Sauveterre de Rouergue).

Le Carmausin-Ségala a été marqué au fil du temps par des activités économiques fortes, qui résonnent encore aujourd'hui.

## **1.1 Une histoire industrielle, minière et verrière**

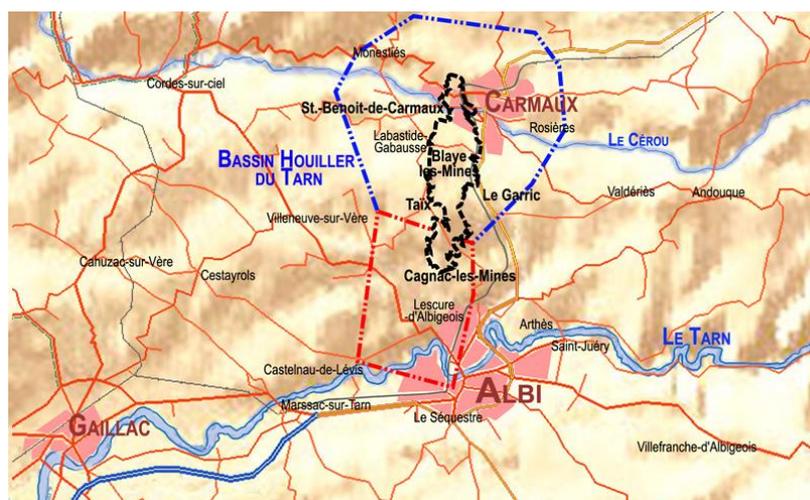
### *1.1.1 Les mines de charbon*

Les premières traces de l'exploitation minière de charbon à Carmaux remontent au XIII<sup>e</sup> siècle, au bord des deux rives du Cérou. Ce sont les paysans qui profitaient du minerai trouvé dans leurs parcelles. « *Le sol était criblé d'excavations dont on réussissait à grand-peine à arracher quelques lambeaux de gisement*<sup>58</sup> ». L'exploitation s'est ensuite structurée avec la famille de Solages, au XVIII<sup>e</sup> siècle. A l'époque, toute exploitation minière devait être assujettie à une autorisation et suivre des normes spécifiques telles que la taille et la forme des puits ou la mise en place de mesures de sécurité. En 1752, Gabriel de Solages, vicomte de Carmaux, également appelé Chevalier de Solages, obtient du Roi les droits exclusifs d'exploitation de charbon à Saint-Benoît et à Carmaux pour une durée de 20 ans. Cette concession est renouvelée deux fois, avant de devenir perpétuelle en 1810, permettant aux investisseurs d'entamer des travaux d'aménagement. « *En 1875, l'exploitation des mines de Carmaux comprenait huit puits : du Ravin, Peyrotte, des Caves du Bois, de Saint-Roch ou de l'Ecuelle, de la Grillatié, des Acacias, de Sainte-Barbe [...] et du Castillan*<sup>58</sup> ». D'autres puits ont par la suite été construits, soit pour remplacer ceux qui ont été fermés, soit pour augmenter la production. Durant cette période, la Société des Mines de Carmaux, qui extrayait 500 000 tonnes de charbon par an, employait quelques 3 000 ouvriers.

---

<sup>58</sup> Historicarm (association pour l'histoire des mines du carmausins). *Petite histoire du bassin houiller de Carmaux* [en ligne]. Disponible sur [http://historicarm.free.fr/Histo\\_Cx.htm](http://historicarm.free.fr/Histo_Cx.htm). (Consulté le 26-06-2018)

**Figure 20** : le bassin houiller de Carmaux



**En bleu et rouge** : limites des deux concessions

**En noir** : limite des houillères

Historicarm<sup>59</sup>

A la fin du XIXe siècle, une nouvelle veine de charbon est découverte à Cagnac, qui nécessite la demande d'une nouvelle concession. En 1946, les deux sociétés sont nationalisées, mais la nouvelle politique énergétique du pays, plus portée sur le pétrole, impacte fortement l'industrie minière du territoire. Les puits ferment alors les uns après les autres, jusqu'en 1982. Pour essayer de faire perdurer cette économie, un projet d'exploitation d'une mine à ciel ouvert est lancé en 1975. La Découverte, située au Garric, s'étend sur un kilomètre carré et 300 mètres de profondeur. Elle sera exploitée de 1984 à 1997<sup>60</sup>.

L'industrie minière nécessitait également l'implantation d'usines de traitement du charbon. Il y avait par exemple, une cokerie. « *L'opération de « cokéfaction » du charbon consiste à en éliminer les matières volatiles dans un four, à l'abri de l'air afin d'éviter sa combustion en présence d'oxygène<sup>61</sup> ».*

Aujourd'hui, beaucoup d'éléments du bassin houiller ont été détruits. Il ne reste plus de puits en place, seuls deux chevalements ont été conservés, un à la Mairie de Blaye-les-Mines et un autre, toujours sur site, au niveau du Musée-mine départemental. La cokerie a entièrement disparu, seule une maquette d'époque, aujourd'hui en cours de restauration, permet d'appréhender l'étendue du site. Lors de l'exploitation des mines, des maquettes

<sup>59</sup> Historicarm. *Cartes du bassin houiller Carmaux – Cagnac* (France) [en ligne]. Disponible sur [http://histocarm.free.fr/pages\\_cartes/Carre\\_03.htm](http://histocarm.free.fr/pages_cartes/Carre_03.htm). (Consulté le 26-06-2018).

<sup>60</sup> Carmaux. *Patrimoine minier* [en ligne]. Disponible sur [http://www.carmaux.fr/Patrimoine-minier-\\_32.php](http://www.carmaux.fr/Patrimoine-minier-_32.php). (Consulté le 26-06-2018).

<sup>61</sup> Connaissance des énergies. *Qu'est-ce que le coke ?* [en ligne]. Disponible sur <https://www.connaissancedesenergies.org/quest-ce-que-le-coke-160118>. (Consulté le 26-06-2018)

étaient réalisées par des artistes spécialisés et exposées dans les salons pour montrer l'étendue du savoir-faire français. Enfin, le lavoir à charbon, bien qu'à l'abandon et en mauvais état, est l'un des plus imposants vestiges de l'époque minière de Carmaux.

**Figure 21** : les vestiges du lavoir à charbon



Thierry Llansades

### 1.1.2 La verrerie royale

Le Tarn est depuis la fin du Moyen-Age une terre de verrerie, avec la présence de nombreuses verreries forestières au sud du département. A l'origine, les nobles, notamment les chevaliers, n'avaient pas le droit de travailler, sous peine de perdre leur titre. Vivant principalement du revenu de leurs terres, ils possédaient beaucoup de bois et de forêts. C'est pourquoi, le Roi leur a accordé le droit d'exercer l'art et la science du verre, qu'ils ont perpétué au fil des siècles : « *cet art se transmet par apprentissage de gentilhomme verrier à fils de gentilhomme* » (Musée/centre d'art du verre, Comité départemental d'archéologie du Tarn, 2016). Les verreries forestières employaient plusieurs personnes et de nombreux métiers gravitaient autour comme les potiers et les forgerons qui créaient et réparaient les outils. Les réglementations de l'exploitation des forêts, ainsi que la perte du statut de Gentilhomme verrier après la Révolution française, ont entraîné la fermeture progressive de ces verreries<sup>62</sup>. C'est alors que de riches bourgeois ont commencé à créer des verreries à charbon.

En 1752, Gabriel de Solages obtient l'autorisation de créer une verrerie à bouteilles à Carmaux : « *Le roi, en son conseil a permis au Chevalier de Solages d'établir auprès des mines de Charbon qu'il fait exploiter dans les juridictions de Carmaux, Saint-Benoît et*

<sup>62</sup> Riols Alain. *Gentilshommes verriers et Verreries forestières du Languedoc*, 2012, 10 p. [en ligne]. Disponible sur [http://www.museeverre-tarn.com/IMG/pdf/article\\_alain\\_riols.pdf](http://www.museeverre-tarn.com/IMG/pdf/article_alain_riols.pdf). (Consulté le 27-06-2018)

*Puellat du diocèse d'Albin une verrerie à bouteilles dans laquelle il ne pourra consommer aucun bois, mais seulement du charbon de terre* » (Vareilles, 1992, p.33). La capacité maximale de la production est de 500 000 bouteilles par an (Vareilles, 1992, p.34). « *Pour la fabrication des bouteilles en verre noir, il fait appel à des verriers de la Grésigne et du Champenois, hautement qualifiés*<sup>63</sup> ». La famille de Solages va exploiter cette verrerie jusqu'au milieu du XIXe siècle, puis elle sera mise en location. En 1862, Eugène Ressiguiet rachète la verrerie et décide de la déplacer à côté de la gare. Ce sera la Verrerie Sainte-Clotilde, employant jusqu'à 985 verriers. Ces derniers avaient un statut particulier puisqu'ils avaient le salaire le plus élevé de France. Cependant, l'arrivée de la mécanisation a changé les pratiques, le travail nécessitant alors une main-d'œuvre moins qualifiée. A la suite de nombreuses revendications sociales, la verrerie est déplacée à Albi. Appelée la Verrerie Ouvrière d'Albi, elle est encore aujourd'hui en activité.

L'industrie verrière et minière a marqué l'économie du carmausin, entraînant la création d'autres industries et corps de métier. C'est le cas d'une briqueterie, présente dans la verrerie jusqu'à la Révolution française, de forges et d'ateliers de poteries qui fabriquaient et entretenaient les outils. Cette histoire a également fortement marqué les paysages avec les cités ouvrières, les bâtiments industriels (puits, lavoir à charbon, centrale hydroélectrique...) et la mine à ciel ouverte.

## **1.2 Un artisanat traditionnel et rural**

L'artisanat s'est développé sur le territoire à partir de la fin du XIXe siècle, grâce à l'amélioration des voies de communication et l'essor des marchés et des foires. Il s'agit d'un artisanat traditionnel fortement lié au travail agricole : maçons, tisserands, menuisiers, sabotiers, fabricants de jougs, charrons, forgerons, tailleurs et couturières, boulangers, etc... (Loddo, 2002, p.195). Aujourd'hui, la plupart de ces métiers ont disparu, seul subsiste un artisanat « de base » lié au bâtiment et à l'agroalimentaire. L'artisanat typique de Carmaux reste tout de même la fabrication d'échaudés, qui perdure encore aujourd'hui, même si la production a fortement diminué.

Dans le secteur de Salles, les carrières de gré rose, dont la pierre extraite est appelée Pierre de Salles, ont fait la renommée de ce village de tailleur de pierres.

---

<sup>63</sup> Musée/centre d'art du verre. *Une longue tradition verrière...* [en ligne]. Disponible sur <http://www.museeverre-tarn.com/spip.php?rubrique13&lang=fr>. (Consulté le 27-06-2018)

Le long des cours d'eau et notamment du Viaur, les moulins étaient essentiels. On en comptait une cinquantaine, un tous les trois kilomètres environ. Leur présence répondait au besoin des paysans. Ils venaient y faire de la farine de seigle essentiellement et de blé. Ils faisaient également de l'huile de noix, se servant du moulin comme moteur.

### **1.3 Une agriculture pauvre, mais qui s'est adaptée**

Au Sud du territoire, le sol calcaire, sec et pierreux est très fertile et a facilité l'implantation et le développement de la vigne. Egalement, on trouvait beaucoup de truffes à l'état sauvage. Au Nord, la terre était pauvre et souffrait de très peu de productivité. La seule céréale qui pouvait pousser sur ces terrains était le seigle, d'où le nom Ségala (Loddo, 2002, p.31). L'agriculture était donc une agriculture de subsistance, la châtaigne étant alors la base de l'alimentation. Afin d'améliorer la productivité des terres, la technique du chaulage (épandage de chaux sur les terres) a été progressivement introduite, notamment grâce à la liaison ferroviaire avec Rodez (et la construction du Viaduc du Viaur, ouvrage d'art imposant). Le chaulage permet d'amoindrir l'acidité de la terre et ainsi de faire pousser des cultures plus riches, telles que le blé ou le maïs.

L'industrie des fours à chaux s'est donc développée en conséquence, notamment grâce au four à chaux du Chevalier de Solages, présent non loin de la verrerie. La chaux était également employée pour sulfater les fruitiers et les vignes ou dans la construction : « *les cendres de chaux et de charbon récupérées dans les fours après la carbonisation étaient employées comme liant, lequel remplaçait le mortier des constructions de la région jusqu'à une époque relativement récente.* » (Loddo, 2002, p.118).

L'élevage était beaucoup moins répandu qu'aujourd'hui. Les paysans élevaient quelques bovins, mais aussi des ovins pour la viande et la laine, notamment sur le causse. Chaque famille possédait des volailles et des cochons pour sa consommation personnelle. L'élevage des pigeons, permettait d'avoir un complément de revenu et la colombine (fiente de pigeon) était utilisée comme fertilisant pour la vigne et les jardins.

### **1.4 Une histoire d'Hommes**

L'histoire du territoire est avant tout une histoire d'Hommes, travaillant durement pour survivre et pour faire entendre leur voix.

Les mineurs étaient des *paysans mineurs*, ils travaillaient à la mine tout en ayant des exploitations agricoles dans le Ségala. Pour garder cette main d'œuvre proche des puits, des cités ouvrières ont été créés. Puis, pour faire face à l'augmentation de la production, des populations étrangères sont arrivées. C'est le cas notamment des Polonais, pour la plupart logés à la cité des Homps à Cagnac, ainsi que des communautés italiennes et espagnoles.

L'histoire de Carmaux ne peut être évoquée sans parler du passé social et militant de ses ouvriers, qu'ils soient mineurs ou verriers. L'une des grèves les plus marquantes est celle des verriers en 1895, soutenue par les mineurs et grâce notamment à la présence de Jean Jaurès. En soutenant les travailleurs pour faire reconnaître leurs droits, Jean Jaurès, député de la circonscription, est devenu le symbole des luttes sociales du territoire. Cette grève, qui a duré quatre mois, est survenue pour contester contre la mise à pied d'un verrier, suite à son absence, alors qu'il faisait valoir ses droits syndicaux. S'en est suivie une bataille politique avec Eugène Ressaiguier, qui refusait le retour des verriers. « *Afin de diviser les syndicalistes socialistes, le patron procède à un recrutement individuel, dans le Carmausin, couplé à un appel de candidature dans la France entière. Mais les verriers restent solidaires et au 15 octobre, seuls 8 souffleurs ont accepté de reprendre le travail*<sup>64</sup>. » Le 26 octobre 1896, avec l'aide de Jean Jaurès, une nouvelle verrerie implantée à Albi est créée : la Verrerie Ouvrière d'Albi, devenant un symbole pour tout le prolétariat français. Cette grève sans précédent se déroule dans un contexte particulier, tendu. Tout d'abord, la crise du phylloxera dans les vignobles fait chuter considérablement les ventes de bouteilles. Ensuite, il s'agit d'une crise idéologique, opposant patronat et prolétariat, qui se répand partout en France à la fin du XIXe siècle. Enfin, elle se déroule sur ce territoire, dans un contexte politique fort, opposant les socialistes, autour de Jean Jaurès, et les conservateurs qui veulent prendre leur revanche : « *L'humiliation infligée par les mineurs et les verriers en 1892 au Marquis de Solages et au baron Reille était dans toutes les mémoires : celle de la victoire du prolétariat par l'élection de Jean-Baptiste Calvignac, mineur, au siège de maire de Carmaux*<sup>65</sup> ». Jean-Jaurès était également très proche du monde paysan, il n'hésitait pas à faire campagne dans le territoire très rural du Ségala.

---

<sup>64</sup> Musée/centre d'art du verre. *La grève de 1895* [en ligne]. Disponible sur <http://www.museeverretarn.com/spip.php?rubrique18&lang=fr>. (Consulté le 28-06-2018)

<sup>65</sup> Musée/centre d'art du verre. *Grève de 1895 – Les intérêts politiques* [en ligne]. Disponible sur <http://www.museeverretarn.com/spip.php?rubrique20&lang=fr>. (Consulté le 28-06-2018)

L'emploi du patois lui a notamment permis de se rapprocher des habitants du territoire et de rassembler les mineurs, les verriers et les paysans.

La fermeture des mines et la désindustrialisation ont entraîné le déclin du territoire, qui a cherché à développer de nouvelles activités. Cette reconversion est difficile et a profondément marqué le territoire. Aujourd'hui l'industrie n'a plus la même place qu'avant, mais l'agriculture a bien évolué et est devenue un atout.

## **2. Un territoire rural, mais avec des activités industrielles encore fortes**

Le Carmausin-Ségala est un territoire vaste et rural comptant 29 619 habitants en 2015<sup>66</sup>, avec une densité moyenne de 60.1 habitants au km<sup>2</sup>. Depuis 1968, la variation moyenne de population est plutôt négative (sauf de 2010 à 2015).

### **2.1 Les activités économiques du territoire**

Le Carmausin-Ségala est encore marqué par l'industrie dans le secteur de Carmaux, mais le reste du territoire, très rural, a su se développer, notamment autour d'une activité agricole de qualité.

#### *2.1.1 Une agriculture riche et de qualité*

Aujourd'hui, les principales productions agricoles sont l'élevage ovin et bovin, à la fois pour la viande et pour le lait. Une production de porc est également présente du côté de Tanus. Ce sont essentiellement des petites ou moyennes exploitations. Le secteur agricole est très important sur le territoire, mais le nombre de structures ne cesse de diminuer, plus vite que dans le reste du département. Pour pallier ces difficultés, les circuits courts et les ventes directes se sont développés afin de créer du lien et d'élargir les retombées économiques. Egalement, les signes officiels de qualité que comporte le territoire permettent d'apporter une plus-value et une image positive aux productions agricoles (DDT, CCI, 2013, p.12).

Le signe de qualité le plus spécifique au territoire, et qui porte d'ailleurs son nom, est le Veau d'Aveyron et du Ségala. Les veaux, issus d'une sélection génétique des meilleures races bovines, ont un régime alimentaire particulier. Ils sont nourris au lait de la mère matin et soir et après chaque tétée, ils peuvent manger des céréales fermières. La viande

---

<sup>66</sup> INSEE. *Dossier complet Intercommunalité-Métropole de CC Carmausin-Ségala* [en ligne]. Disponible sur [https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=EPCI-200040905#graphique-POP\\_G2](https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=EPCI-200040905#graphique-POP_G2). (Consulté le 12-06-2018)

prend ainsi une couleur rosée. Pour sa qualité et son cahier des charges spécifique, le Veau d'Aveyron et du Ségala a obtenu le Label Rouge en 1993, garantissant la qualité supérieure des produits. Egalement, il s'agit d'une Indication Géographique Protégée (IGP) depuis 1996. Ainsi, les consommateurs ont la garantie que les produits qu'ils achètent proviennent d'un secteur géographique spécifique (Aveyron, Tarn, Tarn et Garonne, Lot, Cantal).

Ensuite, le territoire est compris dans le secteur de différents labels et signes de qualité. C'est le cas de l'Agneau fermier des Pays d'Oc, qui est un agneau nourri *sous la mère*. Les producteurs sont engagés dans une démarche qualité et les agneaux sont reconnus Label Rouge depuis 1992. Ensuite, les Volailles fermières du Quercy et du Ségala, sont des volailles élevées en plein air, sur de grands parcours herbeux et leur quantité par élevage est limitée. Cette production est Label Rouge depuis 1988. Au niveau du vin, le Carmausin-Ségala est à la limite du secteur du gaillacois. La diversité du terroir, pas moins de six, permet aux vins de Gaillac d'avoir une palette large de saveurs et de couleurs. L'obtention de l'AOP pour les vins blancs s'est faite en 1938 et en 1970 pour les vins rouges. Enfin, le vignoble des Côtes du Tarn, IGP pour les vins rouges, rosés et blancs, s'étend sur 117 communes du nord-ouest du Tarn. En plus de ces signes de qualité, certains producteurs ont adhéré à la marque collective Saveur du Tarn, qui « *met en avant des Hommes, des produits et des savoir-faire<sup>67</sup>* ». La marque cherche à valoriser les productions locales, à favoriser l'emploi dans le secteur de l'agroalimentaire et s'engage dans une démarche environnementale en limitant les transports.

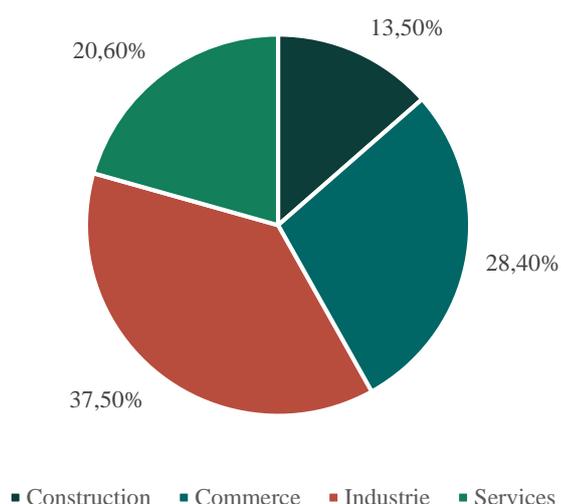
### *2.1.2 L'industrie toujours présente malgré son déclin*

Malgré la chute du secteur industriel à la fermeture de la mine, le territoire reste profondément attaché à l'industrie. Elle représente un tiers des établissements, pour 39 % des actifs, ce qui en fait toujours le plus gros pourvoyeur d'emplois du carmausin.

---

<sup>67</sup> Saveur du Tarn. La marque [en ligne]. Disponible sur <http://www.saveursdutarn.fr/fr/saveurs-du-tarn-la-marque-2.html>. (Consulté le 05-04-2018)

**Figure 22** : répartition des établissements par secteurs d'activités



OBSéco, 2018, p.2

Ce graphique montre bien que l'industrie est le premier secteur d'activité du territoire, les services étant également très développés. La construction est le premier secteur industriel, suivi de la métallurgie-mécatronique (premier secteur en termes d'emplois industriels), de l'agroalimentaire et des énergies. La force du territoire est qu'il se spécialise dans quelques secteurs de niche, qui peuvent fonctionner même dans un territoire moins accessible que les grandes métropoles (DDT, CCI, 2013, p.38-39).

Les établissements ayant le plus d'effectifs sur le territoire sont : CCA international SASU (centre d'appel) avec plus de 250 personnes en 2016, l'industrie SAPA, Sogarda et COM.ACMD (Albi Conception Metallique) (OBSéco, 2018, p.5).

### *2.1.3 L'emploi marqué par l'industrie et un fort taux de chômage*

Le taux de chômage s'élève à 10.9 % (en 2017), plus que la moyenne nationale. Le territoire compte 7 531 emplois, la majorité située dans le secteur des services, suivie de près par l'industrie (OBSéco, 2018, p.6). Fortement dépendants du bassin d'emploi albigeois, beaucoup d'individus vivent sur le territoire, notamment autour de Carmaux et sur les communes proches d'Albi, mais travaillent à l'extérieur. 70.4 % d'entre eux travaillent dans une commune autre que leur commune de résidence, c'est pourquoi les déplacements se font principalement avec des véhicules personnels et utilisent peu les transports en commun.

## 2.2 Les habitants du territoire et les services qui leur sont apportés

Depuis 1999, la population du territoire n'a pas connu beaucoup d'évolution, elle augmente de 0.21 % en moyenne chaque année. La grande majorité des habitants réside dans le sud du territoire. Pendant longtemps le Carmausin-Ségala a souffert d'une image négative, associé à la désindustrialisation et au manque d'emplois, ce qui a entraîné un départ des jeunes vers des bassins plus dynamiques en termes de travail. « *Désormais, pour la première fois depuis de nombreuses années, ce territoire semble ne plus souffrir de la désaffection constatée jusque-là et accueille plus de nouvelles populations qu'il n'en perd* » (DDT, CCI, 2013, p.15). Cependant, ce n'est pas le cas pour l'ensemble du territoire. En effet, les communes isolées des axes de communication et d'Albi ne sont toujours pas attractives.

### 2.2.1 Des retraités très présents

La population du territoire est plutôt âgée avec 35.8 % de la population ayant plus de 60 ans et 21 % ayant entre 45 et 59 ans en 2015. Cette donnée se retrouve également dans le profil des catégories socioprofessionnelles, avec une part importante de retraités :

**Tableau 9** : catégories socioprofessionnelles du territoire selon l'âge

	Hommes	Femmes	Part en % de la population âgée de		
			15 à 24 ans	25 à 54 ans	55 ans ou +
<b>Ensemble</b>	11 862	13 208	100	100	100
<b>Agriculteurs exploitants</b>	376	172	0.2	4.1	1.1
<b>Artisans, commerçants, chefs d'entreprise</b>	652	308	0.6	7.3	1.8
<b>Cadres et professions intellectuelles supérieures</b>	415	370	0.2	5.7	1.8
<b>Professions intermédiaires</b>	1 216	1 349	6.2	19.7	3.8
<b>Employés</b>	841	3 074	13.5	29.6	5.4
<b>Ouvriers</b>	2 571	483	19.6	22.4	3.0
<b>Retraités</b>	4 528	4 680	0.0	0.7	71.2
<b>Autres personnes sans activité professionnelle</b>	1 262	2 733	59.6	10.7	11.9

INSEE, 2017<sup>68</sup>

<sup>68</sup> INSEE. *Dossier complet Intercommunalité-Métropole de CC Carmausin-Ségala* [en ligne]. Disponible sur [https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=EPCI-200040905#graphique-POP\\_G2](https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=EPCI-200040905#graphique-POP_G2). (Consulté le 12-06-2018)

Ainsi, les retraités sont les plus nombreux, suivis des employés et des ouvriers. Les logements sont des résidences principales, seules 6.9 % sont des résidences secondaires ou des logements occasionnels<sup>68</sup>.

### 2.2.2 La formation sur le territoire

Les habitants du secteur sont majoritairement peu diplômés. En effet, 39.89 % d'entre eux ne possèdent aucun diplôme ou un équivalent au brevet des collèges. 27.68 % ont un CAP ou un BEP et environ 16 % ont un niveau bac et 16 % un diplôme d'études supérieures (OBSéco, 2018, p.12).

Le territoire est pourtant bien doté en établissements scolaires (cf : tableau 10). Il possède également des formations supérieures : BTS économie sociale et familiale, BTS maintenance des matériels de construction et de manutention, BTS techniques et services en matériels agricoles, licence professionnelle Manager en maintenance des matériels. Le domaine agricole est très présent, preuve de l'importance de ce secteur dans l'économie et la vie du Carmausin-Ségala.

**Tableau 10** : l'enseignement dans le Carmausin-Ségala

Type d'établissement	Nombre d'établissement	Effectifs
Ecole maternelle	6	
Groupe scolaire : école maternelle et élémentaire	22	
Collège	2	918
Lycée général et technologique	1	488
Lycée professionnel	1	418

OBSéco, 2018, p.14

### 2.2.3 Les équipements culturels et de loisirs

Le territoire, malgré sa situation rurale, présente des équipements de loisirs comme la piscine l'Odysée, la base de loisirs de la Roucarié, ou encore les structures sportives (stades, courts de tennis, etc...). Le territoire est également présent dans le domaine culturel. Il compte notamment six médiathèques, dont cinq sont structurées en un réseau, D'Lire & plus. Il possède aussi de nombreux musées : le Musée/centre d'art du verre, le Musée-mine départemental, le Musée Bajèn Véga, la Chapelle Saint-Jacques avec des statues en pierre datant du XVe siècle, classées aux Monuments historiques et l'Espace

Jaurès à Pampelonne. Le cinéma de Carmaux est également un élément structurant de la politique culturelle du territoire. Des acteurs privés comme la Grange et l'Etable, lieu de spectacles et d'expositions, ainsi que des associations, essayent de faire vivre le territoire, en apportant à la fois aux habitants et aux visiteurs, du contenu culturel.

Ainsi, toutes ces données permettent de mettre en lumière certains éléments : le territoire possède une population plutôt vieillissante et les actifs sont principalement tournés vers Albi : « *un déficit d'image et une faible lisibilité derrière l'Albigeois ne lui permettent pas d'avoir une forte dynamique dans l'installation de nouvelles activités* » (DDT, CCI, 2013, p.50). Cependant, ce territoire rural possède une agriculture intéressante, notamment par la qualité de ses productions et grâce à des actions qui visent à rapprocher les gens et à créer du lien, par la culture ou encore le sport.

### **3. La Communauté de communes Carmausin-Ségala, une collectivité résultant des réformes territoriales**

Le territoire d'étude est la Communauté de communes Carmausin-Ségala. Il s'agit d'une collectivité territoriale, créée suite à la mise en place de la loi de la nouvelle organisation territoriale de la République, dite loi NOTRe.

#### **3.1 Un Etablissement public de coopération intercommunale**

Promulguée le 7 août 2015, la NOTRe vise à réorganiser le territoire en modifiant le découpage administratif, notamment régional et en attribuant de nouvelles compétences aux collectivités territoriales. Ces dernières sont des « *personnes morales de droit public distinctes de l'Etat et bénéficient à ce titre d'une autonomie juridique et patrimoniale*<sup>69</sup> ». Elles sont autonomes et leurs représentants sont élus au suffrage universel direct. L'Etat leur délègue des compétences administratives, afin de gérer le territoire national. Plusieurs collectivités territoriales se superposent : Région, département, Etablissement public de coopération intercommunale (EPCI), commune. Les Communautés de communes ont le statut d'EPCI, autrement dit ce sont « *des regroupements de communes ayant pour objet l'élaboration de « projets communs de développement au sein de périmètres de solidarité* »<sup>70</sup> ». La loi NOTRe a renforcé le rôle des régions, en créant de nouveaux

---

<sup>69</sup> Vie Publique (Direction de l'information légale et administrative). *Qu'est-ce qu'une collectivité territoriale ou une collectivité locale ?* [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2KGhnlO>. (Consulté le 01-07-2018)

<sup>70</sup> INSEE. *Etablissement public de coopération intercommunale / EPCI* [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1160>. (Consulté le 01-07-2018)

découpages et en leur donnant de nouvelles compétences. Les intercommunalités ont également été renforcées, en se regroupant pour passer de 5 000 habitants à 15 000 habitants. Certaines compétences des communes leur ont alors été transférées. Ainsi, elles sont désormais en charge du développement économique, de la promotion du tourisme avec la création d'Offices de tourisme intercommunautaires (sauf pour les stations classées de tourisme et les communes ayant une marque territoriale partagée), de la gestion des aires d'accueil des gens du voyage, de la gestion des milieux aquatiques et de la prévention contre les inondations, de la gestion de l'eau, de l'assainissement et de la collecte des déchets, ainsi que l'élaboration des plans locaux d'urbanismes<sup>71</sup>.

La 3CS, fusion de deux Communauté de communes, est d'abord le résultat de la loi du 16 décembre 2010, qui réforme les collectivités territoriales, puis celui de la loi NOTRe avec la réorganisation des compétences.

### **3.2 La Communauté de communes Carmausin-Ségala**

#### *3.2.1 Le processus de création de la Communauté de communes Carmausin-Ségala*

La construction de la Communauté de communes Carmausin-Ségala (3CS), s'est faite en plusieurs étapes depuis 2014. Voici un schéma récapitulant ses étapes, jusqu'à l'officialisation de l'EPCI comme il existe aujourd'hui.

---

<sup>71</sup> Vie Publique (Direction de l'information légale et administrative). *Quelles sont les compétences reconnues aux intercommunalités par la loi NOTRe ?* [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2lQyhDv>. (Consulté le 01-07-2018)

**Figure 23** : la création de la Communauté de communes Carmausin-Ségala



Bérengère Fabre, 2018<sup>72</sup>

Normalement, la 3CS aurait dû fusionner avec la Communauté de communes du Cordais et du Causse (4C), par décision du préfet en 2016, considérant que les bassins de vie de la population étaient les mêmes (condition nécessaire à la constitution des intercommunalités). Cependant, la 4C a fait appel plusieurs fois de cette décision et aujourd'hui, les deux EPCI sont encore deux entités distinctes. Ainsi, la 3CS est à ce jour constituée de 32 communes.

**Figure 24** : les communes composant la Communauté de communes



Almayrac, Blaye-Les-Mines, Cagnac-Les-Mines, Carmaux, Combefa, Crespin, Jouqueviel, Labastide-Gabausse, Le Garric, Le Ségur, Mailhoc, Milhavet, Mirandol-Bourgnouac, Monestiés, Montauriol, Montirat, Moularès, Pampelonne, Rosières, Saint-Benoit-De-Carmaux, Saint-Christophe, Saint-Jean-De-Marcel, Sainte-Croix, Sainte-Gemme, Salles, Taix, Tanus, Treban, Trévien, Valderiès, Villeneuve-Sur-Vère, Virac

Carte : Communauté de communes Carmausin-Ségala

<sup>72</sup> Communauté de communes Carmausin-Ségala. *Historique de la communauté de communes carmausin-ségala* [en ligne]. Disponible sur <https://www.carmausin-segala.fr/historique-de-la-communaute-de-communes-carmausin-segala>. (Consulté le 01-07-2018)

### 3.2.2 L'organisation de la collectivité

L'organe décideur de la collectivité territoriale est un Conseil communautaire, composé de 56 membres, élus pour six ans. Le nombre de conseillers communautaires est fixé en fonction du nombre d'habitants des communes membres, chaque commune ayant au moins un siège. Ce Conseil se réunit au minimum une fois par trimestre et élit le Président. Ce dernier est le représentant de la Communauté de communes. Il met en œuvre les décisions et gère le budget<sup>73</sup>. Il fait également parti du Bureau communautaire, accompagné des vice-présidents et d'autres membres du conseil communautaire. Le bureau est chargé de donner les orientations d'actions et budgétaires, mais il n'a pas de pouvoir de décision. Pour aider dans la réflexion stratégique, des commissions thématiques, en lien avec les compétences de la Communauté de communes, permettent à des groupes de travail d'échanger sur ses compétences. Ainsi la 3CS possède des commissions thématiques pour : les actions sociales et la politique de la ville, l'administration générale et la communication, l'aménagement du territoire et le développement durable, la collecte des ordures ménagères, la culture, l'économie et l'emploi, les finances, l'habitat et l'urbanisme, la petite enfance-enfance-jeunesse, les services techniques et équipements sportifs, le tourisme.

Pour l'aider dans ses fonctions, la Communauté de communes s'appuie sur des agents qualifiés, répartis dans différents services. Au total, elle compte près de 120 agents (cf. figure 25, p.105)

### 3.2.3 Les actions de la 3CS et son financement

La 3CS, au titre de son statut de collectivité territoriale, se voit confiée des compétences obligatoires et des compétences optionnelles. Voici quelques exemples d'actions qu'elle mène dans l'exercice de ses compétences. Au niveau économique, elle développe des zones artisanales, afin de favoriser l'implantation d'entreprises et la création d'emplois. Elle s'occupe également de la collecte et du traitement des ordures ménagères, ainsi que de leur transformation en électricité, grâce au biogaz émis. La 3SC est impliquée dans l'action sociale, en gérant deux crèches et en aidant les acteurs tels que le Centre Social du Ségala Tarnais. Elle intervient aussi pour aider les populations, notamment avec le transport à la demande. Elle soutient les activités culturelles grâce à des subventions pour les

---

<sup>73</sup> Communauté de communes Carmausin-Ségala. *Fonctionnement* [en ligne]. Disponible sur <https://www.carmausin-segala.fr/fonctionnement>. (Consulté le 01-07-2018)

associations ou des aides pour les médiathèques du territoire. Elle est également présente dans le domaine des loisirs, avec la création en 2013 du pôle aquatique l'Odysée et l'entretien de l'espace de baignade de La Roucarié. Les chemins de randonnée pédestre et VTT sont également un axe qu'elle développe, conjointement avec le département<sup>74</sup>.

Les structures intercommunales fédératives ont un régime fiscal propre qui peut prendre deux formes. Tout d'abord, le régime de fiscalité additionnelle, qui est le plus utilisé. Les intercommunalités collectent les quatre taxes directes locales, tout comme le font les communes. La collecte de taxes de l'EPCI se rajoute donc à celle des communes. Afin d'éviter cette superposition il existe un autre régime possible : le régime de la fiscalité professionnelle unique (FPU). Dans ce cas, « *l'EPCI se substitue progressivement aux communes pour la gestion et la perception, sur l'ensemble de son périmètre, du produit de la fiscalité professionnelle*<sup>75</sup> ». Chaque commune donne alors une contribution budgétaire à l'EPCI, qui est en réalité un supplément de fiscalité pour les ménages, ajouté à leurs taxes directes locales. En plus des taxes qu'elle récolte, les ressources de l'intercommunalité sont également constituées des dotations provenant de l'Etat. Le montant de cette dotation est fonction de la population, du coefficient d'intégration fiscale et de la mise en commun des compétences et de la fiscalité des communes. La 3CS reçoit donc : la dotation globale de fonctionnement, la taxe d'habitation, la taxe foncière sur les propriétés bâties, la taxe foncière sur les propriétés non bâties, la cotisation foncière des entreprises, une fraction sur la valeur ajoutée des entreprises, la moitié des impositions forfaitaires sur les réseaux de gaz et d'électricité, le fonds de péréquation des ressources intercommunales et communales (fonds reversé par les EPCI les plus riches pour aider celles qui sont plus en difficulté)<sup>7675</sup>. En 2016, le montant du budget global de la 3CS était de 11 910 000 € et par exemple, les dotations de l'Etat représentaient 600 000 €<sup>77</sup>.

En plus, de ces services, la Communauté de communes compte deux régies directes pour ses missions culturelles et touristiques, qui ont un statut particulier.

---

<sup>74</sup> Communauté de communes Carmausin-Ségala. *Les compétences* [en ligne]. Disponible sur <https://www.carmausin-segala.fr/les-competences>. (Consulté le 02-07-2018)

<sup>75</sup> Vie publique (Direction de l'information légale et administrative). *Le financement de l'intercommunalité* [en ligne]. Disponible sur <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/finances-publiques/approfondissements/financement-intercommunalite.html>. (Consulté le 02-07-2018)

<sup>76</sup> Communauté de communes Carmausin-Ségala. *Les moyens financiers* [en ligne]. Disponible sur <https://www.carmausin-segala.fr/les-moyens-financiers>. (Consulté le 02-07-2018)

<sup>77</sup> Communauté de communes Carmausin-Ségala. *Les moyens financiers de la Communauté de communes Carmausin-Ségala, Budget 2016* [en ligne]. Disponible sur [https://www.carmausin-segala.fr/sites/carmausin-segala.fr/files/pdf/3cs-moyens\\_financiers\\_-\\_budget\\_2016.pdf](https://www.carmausin-segala.fr/sites/carmausin-segala.fr/files/pdf/3cs-moyens_financiers_-_budget_2016.pdf). (Consulté le 02-07-2018).

### **3.3 Deux services en régie directe : l'Office de tourisme de territoire et le Musée/Centre d'art du verre**

L'Office de tourisme du Ségala tarnais et le Musée/Centre d'art du verre sont deux entités de la collectivité qui fonctionnent en régie directe. La régie est un mode de gestion des services publics. « *Un service est organisé en régie quand la personne publique dont il dépend en assure la direction de principe et le fait fonctionner avec ses propres biens et avec ses propres agents*<sup>78</sup> ». Ainsi, c'est la collectivité qui gère directement et sans intermédiaires le service en régie, qui est simplement doté d'une autonomie financière, avec un budget annexe voté en commission.

#### *3.3.1 La régie directe pour les Offices de tourisme*

L'Office de tourisme en régie directe est géré par un Conseil d'exploitation, élu par l'organe délibérant. Il est composé de membres de la collectivité, autrement dit d'élus locaux, leur nombre devant être majoritaire, mais il peut également compter des personnes qualifiées en lien avec le secteur touristique. Le Conseil d'exploitation n'a qu'une fonction de conseil, il ne peut pas prendre de décisions. Cependant, il est « *l'instance de travail et de réflexion privilégiée sur toutes les questions liées au tourisme*<sup>79</sup> ». Il fait donc des propositions sur les orientations que l'Office de tourisme doit prendre.

#### *3.3.2 La régie directe pour les musées*

Les musées gérés en régie directe, fonctionnent de la même manière que l'Office de tourisme, c'est-à-dire qu'ils dépendent totalement de la collectivité et leur budget est annexé à celui de l'organe délibérant. Cependant, ils n'ont pas besoin de Conseil d'exploitation, contrairement à l'organisme touristique. Une grande majorité des musées en France sont gérés en régie directe. La collectivité gère elle-même le personnel du musée, le matériel, la maintenance du matériel, le financement notamment lors de l'organisation d'expositions ou pour l'acquisition d'œuvres, ainsi que toutes les démarches réglementaires pour les assurances, la sécurité de travaux, etc... La gestion en régie directe d'un musée peut tout de même être contraignante, car les décisions, mêmes les plus minimales comme le changement de la grille tarifaire par exemple, doivent passer en délibération et être votées par la collectivité délibérante. Également, ce n'est pas le mode

---

<sup>78</sup> Chapuisat Louis-Jérôme. *Régie, Universalis* [en ligne]. Disponible sur <https://www.universalis.fr/encyclopedie/regie/>. (Consulté le 02-07-2018).

<sup>79</sup> Lafforgue Laurence. *Droit du tourisme*. Cours de Master 1 Tourisme et développement, Université Toulouse Jean-Jaurès, 2017

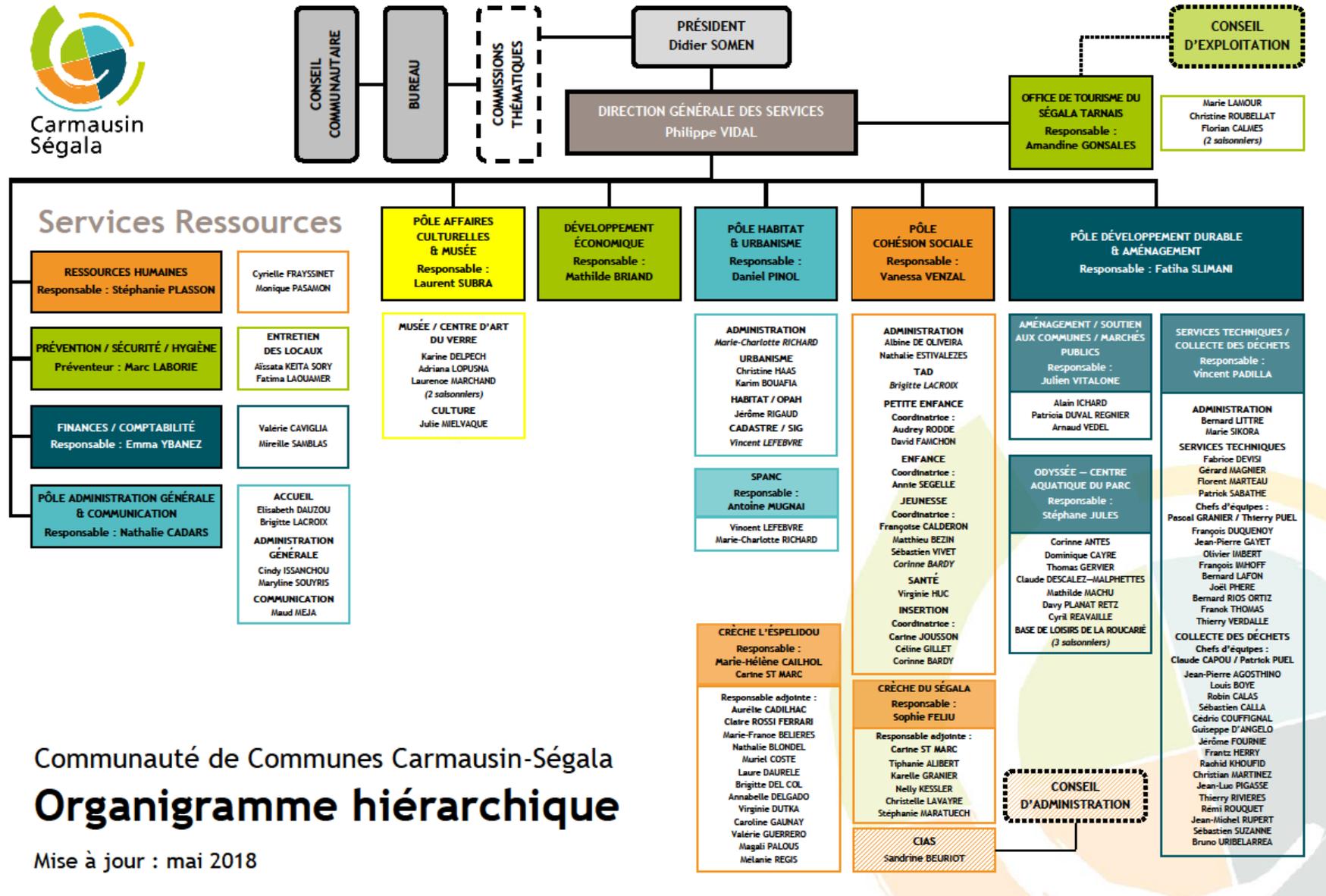
de gestion le plus rentable, car « *les gestionnaires du Musée ne peuvent récupérer au budget du musée les revenus supplémentaires ou les économies en fonctionnement qu'ils obtiennent*<sup>80</sup>. »

Au final, l'Office de tourisme du Ségala tarnais et le Musée/centre d'art du verre sont deux structures particulières, mais dépendantes directement de la Communauté de communes.

---

<sup>80</sup> Centre national de la Fonction publique territoriale. *Les modes de gestion des musées* [en ligne]. Disponible sur <http://www.wikiterritorial.cnfpt.fr/xwiki/bin/view/vitrine/Les+modes+de+gestion+des+musées>. (Consulté le 03-07-2018)

Figure 25 : organigramme des services de la Communauté de communes



Communauté de Communes Carmausin-Ségala  
**Organigramme hiérarchique**

Mise à jour : mai 2018

## **Conclusion du chapitre 1 :**

Le territoire d'étude est le Carmausin-Ségala, une Communauté de communes du Nord du Tarn. Son histoire économique riche, industrielle et agricole, a forgé son identité et même si certains secteurs comme l'industrie ont décliné, le territoire est encore très marqué par ces métiers. Les deux régies, le Musée/Centre d'art du verre (MCDAV) et l'Office de tourisme, sont en pleine restructuration et essaient de devenir des éléments importants du territoire, impulsant des dynamiques de développement, notamment touristiques.

## Chapitre 2 : Deux structures culturelles et touristiques en mutation

Le Musée/Centre d'art du verre, ainsi que l'Office de tourisme du territoire, sont les deux structures du territoire en lien direct avec le tourisme et la culture. Aujourd'hui, elles sont en pleine restructuration, avec des investissements importants à la clé. Ce chapitre va donc présenter ces deux établissements, lieux d'accueil pour mener l'étude, ainsi que leur projet de restructuration, qui explique leur souhait de travailler sur la valorisation des savoir-faire.

### 1. Le Musée/Centre d'art du verre : un musée contemporain basé sur l'histoire économique du territoire

#### 1.1 Le domaine de la verrerie

Le Musée/Centre d'art du verre (MCDAV), est un musée dit de site, « *son propos, le verre, se rapportant directement à la fonction initiale du lieu qu'il occupe, à savoir : une ancienne Verrerie Royale créée en 1754 par le Chevalier de Solages* » (Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.14). La manufacture produisait des bouteilles en verre, sa production comptait neuf types de contenants, dont la « grande frontignane » qui était la principale.

##### 1.1.1 Un site multifonctions qui a connu de nombreux changements

« *Pendant le siècle de production de la manufacture de Carmaux, il a été choisi de domicilier toutes les activités nécessaires sur le Domaine de la Verrerie, en faisant un site multifonction* » (Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.17). Ainsi, sur un même site coexistait la demeure des propriétaires, les halles de la verrerie (avec deux fours), le logement des ouvriers, ainsi que des bâtiments utilitaires. Tout le site était organisé de façon fonctionnelle afin de faciliter la production. En effet, une fois le four allumé, il le restait pendant toute la période de la production, c'est-à-dire dix mois. L'attention devait être constante, c'est pourquoi tout le domaine est construit à proximité de la verrerie (Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.18).

Lorsque la famille De Solages a vendu la verrerie, le nouveau propriétaire l'a déplacée à côté de la gare. Le domaine, appartenant toujours aux De Solages est alors modifié. A la fin du XIXe siècle, la demeure est remplacée par un édifice beaucoup plus imposant, les logements des ouvriers et les bâtiments industriels sont détruits, la verrerie est modifiée : « *seul le soubassement des halles est conservé, une vaste orangerie a pris place à l'étage* »

(Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.18). De nouveaux bâtiments sont construits : bâtiments de stockage, bâtiment des domestiques, etc. « *Cela témoigne à la fois d'une volonté d'oblitérer le passé récent de la manufacture et d'une réappropriation des lieux par la famille de Solages* » (Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.18).

**Figure 26** : le château de la famille De Solages



Musée/Centre d'art du verre

Le site de la verrerie est donc passé de site industriel à site d'agrément, avec l'aménagement du parc (présence d'une île artificielle, d'une glacière) et la création d'équipements de loisir (court de tennis, bassin, serre...). En 1895, un grave incendie détruit la demeure dans son intégralité. Elle n'est pas reconstruite, la famille de Solages préférant transférer le logement dans celui des domestiques, en l'agrandissant en 1914. De plus, les travaux de déviation de la route située plus au nord au début du XXe siècle, entraînent une grande modification des lieux, avec notamment la destruction du portail d'entrée et de l'horloge située au Sud.

Une partie du domaine est cédée à la commune en 1963, mais ne fait pas l'objet d'un programme de protection ou de labellisation, ce qui a entraîné de nouveau de profondes modifications. A

**Figure 27** : le domaine de la verrerie aujourd'hui



Musée/Centre d'art du verre

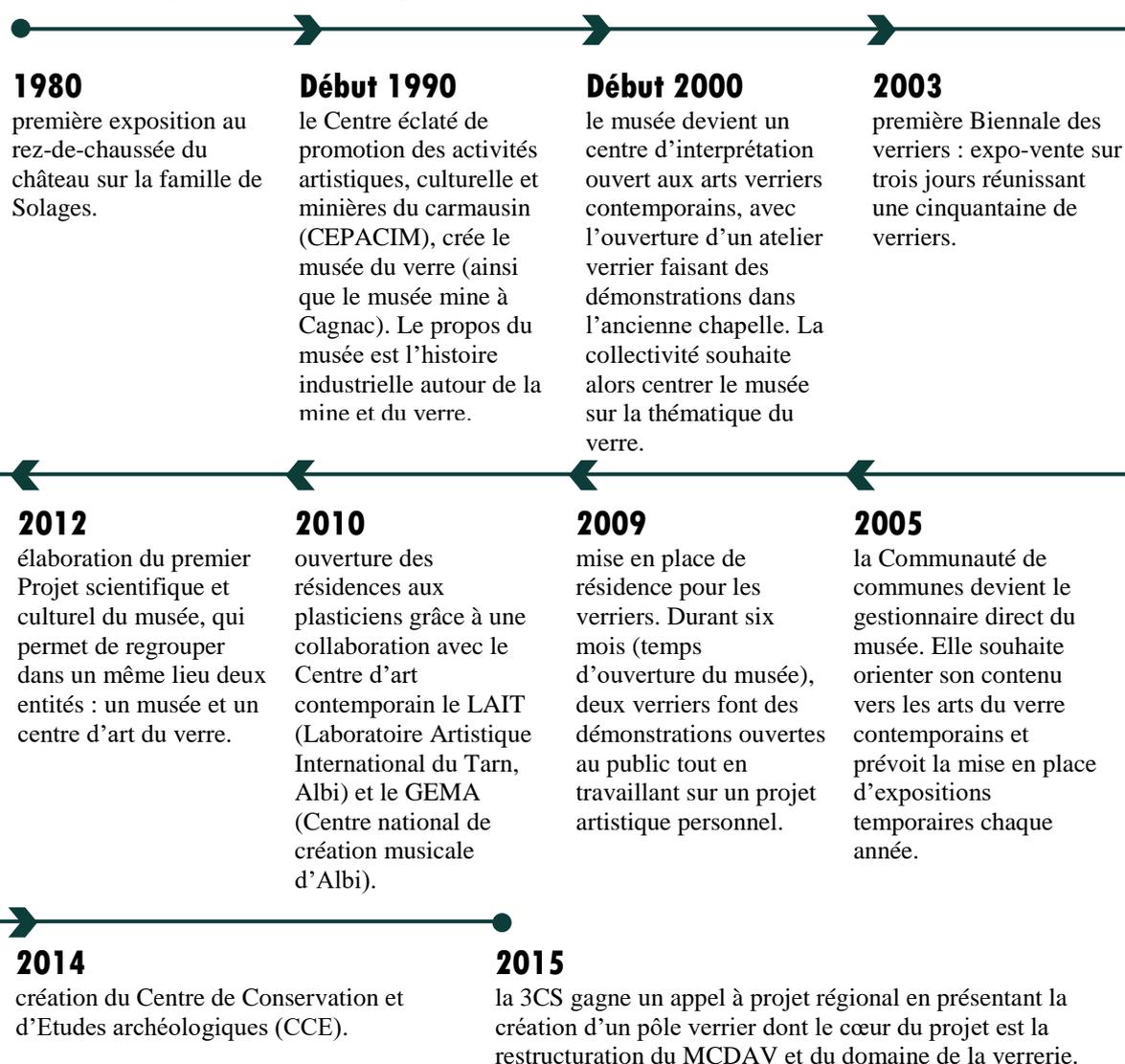
cette époque (et encore aujourd'hui), il ne reste plus que *le château* (l'ancien bâtiment des domestiques devenu résidence de la famille de Solages), l'orangerie/verrière (actuel

bâtiment du musée) et la chapelle (l'atelier verrier). L'autre partie du domaine est vendue au département qui y construit une école agronomique (INRA). Sans protection particulière, le site de la verrerie a connu plusieurs fonctions : bureau administratif pour le district urbain de Carmaux, entité administrative de la 3CS, construction d'un lycée, centre d'hébergement pour la jeunesse, camping, site de loisir (cours de gymnastique, club photo, etc...) (Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.21).

### 1.1.2 L'évolution du musée dans le temps

Le Musée/Centre d'art du verre actuel, situé sur le site de l'ancienne verrerie, est le résultat de nombreuses évolutions depuis sa création, représentées ici dans une frise chronologique (Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.22-23).

**Figure 28** : chronologie de l'histoire du Musée/Centre d'art du verre



Béregère Fabre, 2018

## 1.2 Le Musée/Centre d'art du verre : un équipement culturel complet

Le Musée/Centre d'art du verre est un lieu culturel présentant trois fonctions : un musée, un centre d'art et un centre d'étude et de conservation. Il s'agit aujourd'hui du seul lieu en France réunissant ces trois structures<sup>81</sup>.

### 1.2.1 Un site, trois fonctions

Le musée présente des objets historiques et des œuvres contemporaines principalement en verre autour de plusieurs thématiques :

- la Verrerie royale et le Domaine de la verrerie, avec des objets datant du XVIIIe, XIXe siècles ;
- les verreries forestières du Languedoc aux XVIIe, XIXe siècles ;
- la Société des Verreries de Carmaux et un fonds de la Verrerie Ouvrière d'Albi ;
- la Société des mines de Carmaux ;
- le verre contemporain.

L'exposition permanente retrace l'histoire de la verrerie de l'époque romaine, avec des vestiges archéologiques, à l'histoire des ateliers verriers du Tarn et du Languedoc au Moyen-Age, ainsi que l'histoire de la verrerie royale et des luttes syndicales et politiques jusqu'à la création de la Verrerie Ouvrière d'Albi. Ensuite, chaque année, une exposition temporaire est installée. En 2018, elle est intitulée *Aujourd'hui & Demain* et présente les créations de 70 artistes et designers de la jeune génération. « *Elle réunit des créateurs émergents qui incarnent une multitude d'expressions : de l'objet design et décoratif à la vidéo/performance en passant par la sculpture et les usages du numérique...* »<sup>82</sup>.

Le musée est également devenu un Centre d'art, grâce à la présence de son atelier verrier. Ces structures sont définies par l'Association française de développement des centres d'art contemporain (D.C.A) comme étant :

*« des lieux de production et de diffusion de l'art contemporain. Ils entretiennent des rapports privilégiés avec la création artistique vivante et se tiennent au plus près de l'actualité artistique. Conçus comme des lieux de recherche et de création leurs activités se déploient à travers un programme*

---

<sup>81</sup> Musée/Centre d'art du verre. *1 musée + 1 centre d'art + 1 centre de conservation et d'études* [en ligne]. Disponible sur <http://www.museeverre-tarn.com/spip.php?rubrique12&lang=fr>. (Consulté le 07-07-2018)

<sup>82</sup> Musée/Centre d'art du verre. *Exposition « Aujourd'hui & Demain »* [en ligne]. Disponible sur <http://www.museeverre-tarn.com/spip.php?article787&lang=fr>. (Consulté le 20-03-2018)

*annuel d'expositions, des éditions et un travail de médiation auprès des publics les plus larges*<sup>83</sup>. »

Il s'agit donc d'un lieu de production et de diffusion de l'art contemporain. Le Musée participe ainsi activement à la production et à la valorisation auprès du public d'œuvres contemporaines. Du fait de ce statut, le musée possède plusieurs missions parmi lesquelles : la prospection, la recherche et l'expérimentation, la conception d'exposition d'œuvres significatives de la création contemporaine, la production d'œuvres présentant les formes actuelles de l'art, ainsi que l'accueil du public et la mise en place d'outils de médiation adaptés. Egalement, un centre d'art peut organiser des manifestations et des événements autour de l'art contemporain, des résidences d'artistes, ou encore avoir des activités éditoriales (Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.75). Associer un centre d'art au musée est d'abord né d'une volonté politique de changer l'image du territoire, en créant un équipement structurant qui contribue à donner une image positive et vivante du Carmausin. Ensuite, cette démarche est une réponse à un manque de structures permettant aux artistes non verriers de manipuler le verre, mais également à un manque d'équipement pour les jeunes verriers qui n'ont pas les moyens de s'installer. L'atelier constitue ainsi la partie vivante du site, qui attire le plus les visiteurs. Les verriers, en plus de travailler sur un projet de création personnelle, font des démonstrations de différentes techniques devant le public. (Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.78).

Enfin, le MCDAV est également un Centre d'étude et de Conservation (CCE). Il s'agit d'une initiative de l'Etat qui vise à conserver de façon pérenne les collections des musées, de les rendre accessibles aux scientifiques et chercheurs, ainsi que de valoriser les œuvres en facilitant leur accès aux Musées de France. Deux missions fondamentales incombent aux CCE : garantir la conservation des mobiliers dans le temps, ainsi que l'étude de ces derniers. Ils ont également une autre mission : « *effectuer le transfert de mobiliers à vocation patrimoniale (collections archéologiques) aux musées de France dont dépend le projet scientifique et culturel et les réserves le permettant* » (Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.65).

---

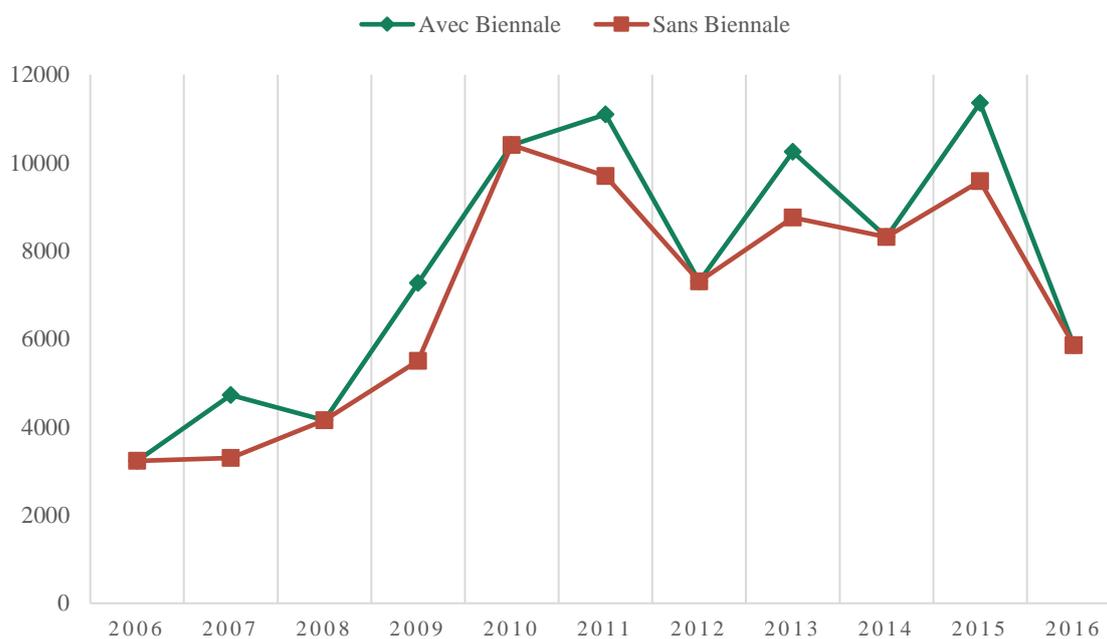
<sup>83</sup> Association française de développement des centres d'art contemporain. *Qu'est-ce qu'un centre d'art ?* [en ligne]. Disponible sur <https://www.dca-art.com/les-centres-dart-contemporain/quest-ce-quun-centre-dart>. (Consulté le 07-07-2018)

### 1.2.2 Le fonctionnement du Musée/Centre d'art du verre

Le musée n'a qu'une ouverture périodique sur cinq mois, d'avril à mi-octobre. La visite des expositions peut se faire en visite libre ou en visite guidée, pour une durée d'1h30 environ, démonstration des verriers incluse.

En plus de ces visites, un événement grand public autour du verre est organisé tous les deux ans : la Biennale des verriers. Il s'agit du 1<sup>er</sup> salon contemporain de France, accueillant plus de 8 500 visiteurs sur trois jours (données 2013). C'est est une exposition/vente qui accueille 54 verriers, artistes et artisans travaillant selon différentes techniques et proposant des créations très diversifiées. Cet événement se veut un moment de partage et de découverte au travers de démonstrations, d'ateliers créatifs, de projections de films, d'initiations, d'expositions, de conférences (Musée/Centre d'art du verre, 2017, p. 138-140). Les années de l'organisation de la Biennale, la fréquentation du MCDAV s'en ressent fortement, avec une augmentation significative des entrées.

**Figure 29** : évolution annuelle de la fréquentation totale du MCDAV



Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.123

Les visiteurs sont principalement des Tarnais. Ils représentent près de la moitié des entrées. Ensuite, viennent les visiteurs hors région (entre 28 et 36 %), les visiteurs de Midi-Pyrénées (sauf le Tarn), qui représentent 13 à 19 % des visiteurs, fortement marqués par

l'Aveyron et la Haute-Garonne. Les étrangers par contre représentent moins de 5 % des visiteurs (Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.128). Le musée reçoit également des groupes, surtout adultes, mais aussi des scolaires. La médiation est alors travaillée en fonction de ces différents publics, avec des outils de diffusion différents. Tout d'abord, des documents pédagogiques sont édités afin d'aider les visiteurs à s'approprier les œuvres. Il s'agit de livrets d'aide à la visite pour l'exposition permanente et temporaire, de livret-jeu pour les familles et ce pour chaque exposition temporaire, de livrets anglophones, et d'un dossier pédagogique à destination des enseignants. Ensuite, des animations pédagogiques étaient organisées comme des ateliers créatifs dès l'âge de 3 ans pour réaliser des objets avec la technique du thermoformage (sans manipulation à chaud) ou des stages découverte allant jusqu'à quatre jours suivant différentes thématiques. Ces deux animations se sont arrêtées, car elles n'ont pas connu l'adhésion du public. Enfin, le musée participe à des événements nationaux et européens tels que les Journées des Métiers d'Art, la Nuit des musées, les Journées Européennes du Patrimoine ou la fête de la science, en proposant des animations spécifiques. Pour toutes ses missions le musée est organisé de la façon suivante :

**Tableau 11** : organigramme du Musée/Centre d'art du verre

<b>Président de la 3CS</b>		
<b>Vice-présidente en charge de la culture</b>		
Directeur général des services de la 3CS		
<b>Coordination générale de l'équipement</b>		
<i>Laurent Subra</i> : Directeur - responsable scientifique des collections, de la direction artistique et de l'animation de l'équipe		
<b>Pôle administration, communication, événementiel</b>  <i>Laurence Marchand</i> : chargée de communication et de mécénat	<b>Pôle conservation, régie des expositions, gestion des équipements</b>  <i>Adriana Lopusna</i> : responsable de la conservation des collections et de la gestion des bâtiments	<b>Pôle des publics, accueil, boutique</b>  <i>Karine Delpech</i> : chargée des publics
<b>Personnel saisonnier :</b>		
<i>Christel Martinez</i> : médiatrice semi-permanente (sept mois dans l'année) Un agent d'entretien semi-permanent (pendant l'ouverture du musée) Un médiateur (en juillet et août)		

Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.94

Le service culture de la Communauté de communes est géré par Laurent Subra, directeur du musée. Julie Mielvaque est chargée du développement culturel. Etant également

assistante territoriale de conservation du patrimoine, elle est affectée au musée à hauteur de 20 % équivalent temps plein, durant les six mois d'ouverture.

Pour finir, le budget général du MCDAV, comme évoqué plus tôt est intégré au budget général de l'EPCI, puisque son statut est une régie directe. Tout de même, il est important de noter que les années de Biennale, le budget de fonctionnement est plus élevé, s'élevant aux alentours de 320 000 € (Musée/Centre d'art du verre, 2017, p.99).

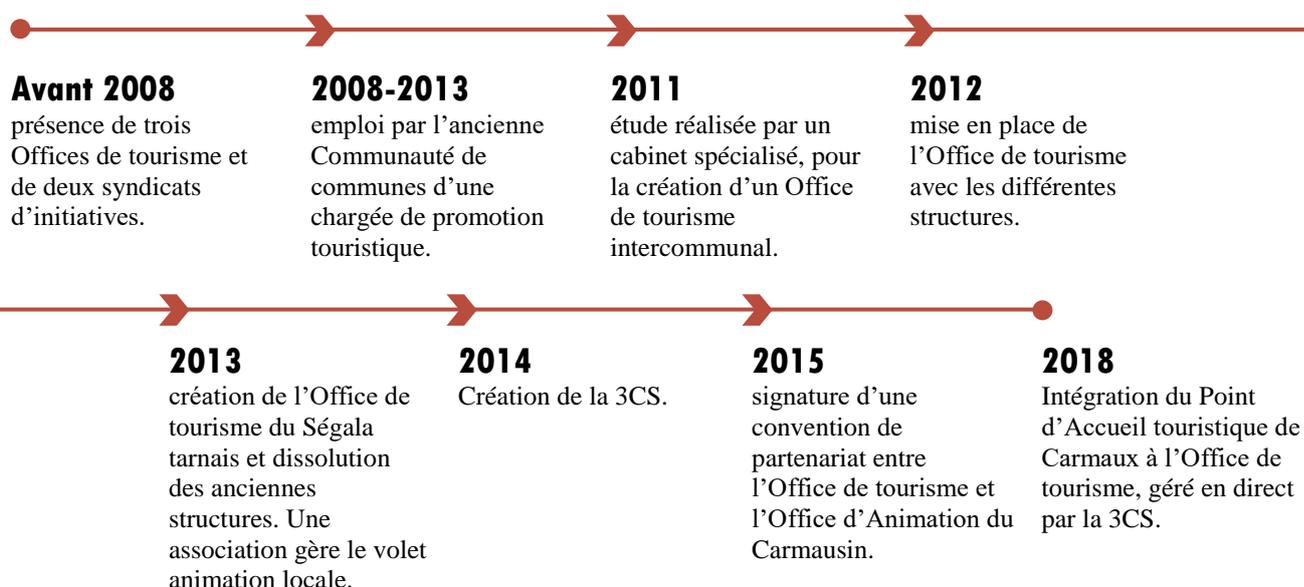
## 2. L'Office de tourisme du Ségala tarnais

Le second organisme géré en régie directe par la collectivité est l'Office de tourisme du Ségala tarnais. Il s'agit d'une structure plutôt récente, qui anime la promotion touristique du territoire.

### 2.1 Une structure récente qui s'organise

La Communauté de communes s'est attelée depuis 2006 à développer l'attractivité touristique du territoire, en centrant sa valorisation sur les loisirs de pleine nature. Pour cela elle a développé des chemins de randonnée et axé sa communication sur le patrimoine et les produits locaux<sup>84</sup>. Voici une frise reprenant les grandes étapes de la création de l'Office de tourisme intercommunal.

**Figure 30** : chronologie de la création de l'Office de tourisme du Ségala tarnais



Bérengère Fabre, 2018<sup>84</sup>

<sup>84</sup> Office de tourisme du Ségala tarnais. *Dossier de presse*, 2018, 11 p.

### 2.1.1 Les missions de l'Office de tourisme

L'Office de tourisme du Ségala tarnais possède les missions qui incombent à ces structures. Ainsi, un Office de tourisme doit d'abord accueillir les visiteurs, qu'ils soient touristes ou habitants du territoire, et les conseiller. Pour cela, il met en place des outils de diffusion, comme les sites internet ou les brochures, afin de faciliter l'accès à l'information. Ces outils permettent aussi de répondre à une autre de ses missions, qui est la promotion et la valorisation du territoire. Pour cela, il développe des outils en ligne, des stratégies d'animation des réseaux sociaux, des campagnes de communication, pour mettre en avant les atouts de la destination. Egalement, les Office de tourisme sont des animateurs locaux, qui coordonnent les professionnels du tourisme et les acteurs du territoire. Ils accompagnent les socio-professionnels dans leurs démarches, notamment de labellisation, ils développent des animations et des projets permettant d'impliquer la population locale. Ils ont donc un rôle central de coordinateurs, pour fédérer les différents acteurs du territoire autour d'une identité commune<sup>85</sup>. L'Office de tourisme doit également développer le tourisme sur le territoire « *en élaborant et en mettant en œuvre la politique locale de tourisme*<sup>86</sup> ». Cette mission passe par le montage de produits et par la recherche de partenaires externes au territoire.

L'Office de tourisme est donc une structure centrale du développement du territoire, qui travaille en relation étroite avec plusieurs secteurs d'activité : la culture, l'économie, l'aménagement, etc....

### 2.1.2 Le fonctionnement de l'Office de tourisme

L'Office de tourisme du Ségala tarnais est divisé en plusieurs lieux. Le *back office*, c'est-à-dire le travail de communication et de développement de l'activité touristique, se situe dans les locaux de la Communauté de communes. Trois points d'accueil sont ensuite présents sur le territoire : à Carmaux, Monestiés et Mirandol-Bourgnounac. Egalement, cela fait quatre ans que l'Office de tourisme organise un accueil hors les murs. Durant la saison estivale, un agent se déplace sur le territoire, notamment lors des différentes animations et festivités, pour renseigner les touristes.

---

<sup>85</sup> Offices de tourisme de France. *Les missions des Offices de tourisme* [en ligne]. Disponible sur <http://www.offices-de-tourisme-de-france.org/les-offices-de-tourisme/les-missions-des-offices-de-tourisme>. (Consulté le 12-07-2018).

<sup>86</sup> Office de tourisme du Ségala tarnais. *Dossier de presse*, 2018, 11 p.

Pour mener à bien toutes ses missions, la structure emploie plusieurs personnes, plus des saisonniers lorsque la saison touristique est au plus haut.

**Figure 31** : organigramme de l'Office de tourisme du Ségala tarnais



Office de tourisme du Ségala tarnais, 2018

Pour son fonctionnement, l'Office a dépensé 176 509,55 € en 2017, pour des recettes s'élevant à 220 180,20 € (Office de tourisme du Ségala tarnais, 2018, p.42-43).

## **2.2 Le tourisme sur le territoire : un tourisme de proximité marqué par la nature**

Bien que récemment structuré, l'Office de tourisme du Ségala tarnais développe des actions et des stratégies pour attirer le plus de touristes possible.

### *2.2.1 Des visiteurs de proximité*

En 2017, l'Office de tourisme a accueilli 13 685 visiteurs, soit une baisse de 18 % par rapport à 2016. Parmi ces visiteurs, 32.5 % sont des résidents du territoire qui recherchent des renseignements pratiques ou viennent pour les fêtes et manifestations. Ce sont principalement des retraités, âgés de 56 ans et plus, qui ont l'habitude de se rendre dans les points d'accueil touristiques (Office de tourisme du Ségala tarnais, 2018, p.24).

En se rendant à l'Office de tourisme, les touristes recherchent en majorité des renseignements pratiques, des plans de ville, les fêtes et manifestations, les visites culturelles, ainsi que les visites à faire sur l'ensemble du territoire. Ils viennent principalement de la région Occitanie (72 %) et d'Ile-de-France (5 %) (Office de tourisme du Ségala tarnais, 2018, p.11). Il s'agit donc d'une destination de proximité.

L'Office de tourisme propose des visites pour les groupes autour de sept produits, ainsi que des visites guidées spéciales, comme par exemple la visite de la Maison du Polonais<sup>87</sup>. Au total, il a reçu 14 groupes en 2017 (Office de tourisme du Ségala tarnais, 2018, p.14).

### 2.2.2 L'atout du territoire : la nature

« Notre territoire attire pour la proximité et pour notre belle vallée du Viaur en termes de verdure. Les randonnées pédestres sont très recherchées ainsi que les sentiers VTT et véloroute » (Office de tourisme du Ségala tarnais, 2018, p.28). Ainsi, le tourisme de pleine nature est très recherché par les visiteurs, c'est pourquoi la collectivité a aménagé de nombreux sentiers de randonnée. Les sites patrimoniaux sont également plébiscités, notamment le village médiéval de Monestiés classé parmi les Plus beaux villages de France, ou le Musée-mine départemental. Le site recevant le plus de visiteurs est Cap'Découverte, un site multi-activités, centré sur les sports et la pleine nature.

Cependant, malgré ces nombreux atouts, le territoire n'est pas identifié comme une réelle destination, car possédant peu de notoriété. En effet, lorsque l'Office de tourisme participe à des salons, de nombreuses personnes s'interrogent. « La plupart de visiteurs de notre stand connaissent ces sites [les sites patrimoniaux du territoire]. En revanche, la destination Ségala Tarnais interroge encore les gens. Mais où est-ce que cela se trouve ? Et qu'est-ce que c'est ? » (Office de tourisme du Ségala tarnais, 2018, p.28). Afin de devenir une réelle destination et monter en gamme, les deux régies de la 3CS sont en pleine restructuration.

## 3. Une étude sur la valorisation des savoir-faire qui fait écho à la restructuration des deux régies

L'Office de tourisme et le musée du verre, ont tous les deux entrepris des réflexions sur leur avenir. Pour le musée, le projet scientifique et culturel pose les bases de sa

---

<sup>87</sup> Maison dans la cité minière des Homps à Cagnac-les-Mines, rachetée par la collectivité et réaménagée comme dans le temps. Elle montre la vie quotidienne et les coutumes des mineurs d'origine polonaise.

restructuration. L'Office de tourisme quant à lui, articule son projet autour d'une étude stratégique, réalisée par un cabinet d'étude en tourisme.

### **3.1 Le nouveau projet scientifique et culturel 2017-2022 du musée**

L'élaboration d'un projet scientifique et culturel (PSC) est un document réglementé par la loi relative aux musées de France du 4 janvier 2002. Il est obligatoire dans le cadre de construction ou de rénovation de musée, notamment pour avoir accès aux subventions de l'Etat. Il permet également de justifier les choix stratégiques et les orientations prises par le musée en termes de muséographie, de programmation culturelle ou d'action<sup>88</sup>. Le MCDAV n'est pas labellisé musée de France, (il souhaiterait le devenir), mais il a quand même élaboré un PSC pour les années 2017 à 2022.

#### *3.1.1 Les raisons du projet de restructuration*

Ce projet a pour but de revaloriser le site de la verrerie et de faire du musée un établissement structurant du territoire. Il vient d'abord d'une nécessité d'entreprendre des travaux de rénovation sur l'ensemble des bâtiments, qui se dégradent de plus en plus. Le musée connaît des problèmes de sécurité, de conservation des œuvres. L'atelier verrier n'est pas fonctionnel ni pour les verriers ni pour les visiteurs et le matériel devient vétuste. Egalement, le parcours muséographique tel qu'il est présenté aujourd'hui est décousu et ne valorise pas l'histoire des lieux. L'accueil du public est aussi à améliorer notamment en termes de signalétique, de boutique, de parking ou d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite (Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.152). « *Une rénovation est nécessaire, associée à la production d'une exposition permanente étayée par un discours scientifique et sensible sur l'histoire du site et sur la matière du verre, et à la conception d'une offre des publics cohérente et structurée* » (Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.153).

Le projet de rénovation a été sélectionné lors de l'appel à projets *Grands projets pour la croissance et l'Attractivité des territoires* de la région Midi-Pyrénées, en février 2015. La première phase de rénovation du domaine de la verrerie a un coût de 2,08 million d'euros, dont 750 000 € proviennent de subventions.

---

<sup>88</sup> Ministère de la Culture (DRAC Nouvelle Aquitaine). *Réaliser un projet scientifique et culturel* [en ligne]. Disponible sur <http://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Nouvelle-Aquitaine/Patrimoines-Architecture/Musees/Realiser-un-projet-scientifique-et-culturel>. (Consulté le 15-07-2018).

### 3.1.2 Les axes de développement du musée

Le projet du nouveau musée se résume en quatre mots : « *un musée, un site, une matière, un territoire* » (Musée/centre d'art du verre, 2018, p.161). Il vise à remettre en contexte le site avec ses fonctions initiales, tout en valorisant l'ensemble du domaine de la verrerie avec un parcours extérieur. Egalement, il est prévu que le musée se reconnecte avec l'histoire globale du territoire : trois parcours de randonnée partiront du musée et permettront de découvrir les cités minières (cité de Fontgrande), le centre-ville de Carmaux ou encore le site de la découverte. Egalement, le PSC veut permettre de recréer un lien entre le verre et la mine, notamment grâce à des relations avec le musée-mine ou des éléments architecturaux rappelant les matières (contraste entre transparence du verre et opacité du charbon). Le nouveau musée sera pluridisciplinaire, en abordant une approche universelle du verre grâce à plusieurs sciences (géologie, sociologie, ethnologie, histoire, architecture, etc...), tout en s'appuyant sur le contexte local (Musée/centre d'art du verre, 2018, p.165). Le projet muséographique doit permettre de présenter les collections selon différentes thématiques :

**Figure 32** : la nouvelle muséographie du MCDAV

<b>Section 1 : le domaine de la verrerie</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• présentation du site, de son histoire, de l'histoire de la famille De Solages (unité de lieu)</li></ul>
<b>Section 2 : le mur du temps</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• repère temporel sur l'histoire du verre en général et sur l'histoire locale (unité de temps)</li></ul>
<b>Section 3 : matières</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• évolution de la matière obtenue selon les périodes (couleur, opacité, texture)</li></ul>
<b>Section 4 : énergies et outils</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• évolution des techniques et des sources d'énergies utilisées pour produire le verre</li></ul>
<b>Section 5 : formes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• catalogue de forme : typologie selon les périodes, originalité de certaines pièces.</li></ul>
<b>Section 6 : verriers</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• témoignages, évolution du métier, place des femmes</li><li>• impact social des revendications et les grèves</li></ul>
<b>Section 7 : création</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• création contemporaine du début du XXe siècle à aujourd'hui</li></ul>

Béregère Fabre, 2018 (Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.168-190)

Ce projet doit permettre d'établir un lien entre les bâtiments, leurs anciennes fonctions et les collections du musée. La muséographie doit mettre en avant les vestiges et les usages

passés du lieu. Egalement, le numérique sera développé afin que les visiteurs puissent s'approprier la visite de manière active et expérientielle.

Le PSC prévoit aussi de placer la politique des publics au centre de la stratégie du musée. Ainsi, ce dernier va développer des offres de visites, de médiation et une scénographie des lieux adaptées à tous les publics : scolaires, personnes à mobilité réduite, personnes en situation de handicap, groupes, chercheurs et scientifiques, entreprises, etc... Certains dispositifs conçus pour une catégorie de personne profiteront à tous. C'est le cas des fac-similés pour les malvoyants, qui permettront à tous de pouvoir s'approprier les œuvres par le toucher. Plusieurs offres pour les familles et les groupes pourront être développées autour de six thématiques : les savoir-faire, le verre et la science, les collections, la rencontre entre un artiste et une œuvre, le patrimoine citoyen, la botanique du parc. Par exemple, les visites centrées sur les savoir-faire montreront le travail et les techniques du métier de verrier, les offres plutôt axées sur les collections exposeront la manière dont elles sont conservées, mises en valeur, en dévoilant les coulisses du musée. Egalement, des rencontres avec les artistes seront organisées (Musée/centre d'art du verre, 2018, p.241).

Pour mettre en œuvre cette restructuration, le musée a constitué un comité de pilotage comprenant la Communauté de communes (le président, les élus de la commission culture, les services du musée, de l'Office de tourisme, de la culture et de l'aménagement), le département du Tarn (notamment des agents de la Conservation départementale des musées), la Région, l'Etat, ainsi que le Pôle territorial de l'Albigeois et des Bastides. Un conseil scientifique vient compléter le projet, consulté pour l'élaboration de l'exposition permanente (Musée/Centre d'art du verre, 2018, p.304).

Ainsi, le projet du nouveau musée du verre vise à renouer avec l'histoire du site et du territoire, tout en continuant à valoriser l'art contemporain, pour ensuite devenir un lieu structurant du territoire. L'Office de tourisme est également en train d'évoluer dans ce sens.

### **3.2 L'étude stratégique et les changements de l'office de tourisme**

L'Office de tourisme est en pleine réflexion sur son avenir. Il possède un projet de changement de lieu, pour le replacer au cœur de la ville de Carmaux et a fait appel à un cabinet d'études pour travailler sur sa future stratégie.

### 3.2.1 Les premiers résultats de l'étude stratégique

L'Office de tourisme est tout d'abord en pleine réflexion stratégique pour les trois années à venir. Pour l'aider dans sa démarche elle a fait appel à un cabinet d'études spécialisé. « *Ceci s'inscrit dans la volonté politique d'avoir un pôle touristique cohérent et fort sur le territoire mais aussi d'affirmer notre territoire comme destination touristique*<sup>89</sup> ». L'étude se compose de trois phases, d'abord une phase de diagnostic, puis la définition d'un positionnement stratégique, pour finir la phase d'élaboration d'un programme d'actions. Les objectifs attendus sont multiples, d'abord en termes de développement économique et touristique du territoire. Egalement, l'étude et ses préconisations doivent permettre de fédérer les acteurs et de positionner le territoire par rapport aux pôles touristiques extérieurs. Enfin, le plus gros enjeu est de permettre au territoire de s'affirmer et d'être reconnu comme une réelle destination touristique, notamment grâce à son histoire forte<sup>89</sup>.

### 3.2.2 Un changement de lieu pour une plus grande cohérence

En parallèle à cette étude stratégique, l'Office de tourisme réfléchit également à un projet de déménagement, afin de réunir l'accueil touristique (*front office*) et la partie stratégique (*back office*) dans un même lieu, au cœur de la ville de Carmaux. L'objectif est ici de permettre une simplification des démarches administratives et de la gestion du personnel. « *L'existence sur le territoire d'un lieu clairement identifié « Office de tourisme » pour les habitants et les touristes en un même lieu est aujourd'hui plus que jamais nécessaire* » (Office de tourisme, 2018, p.45). Le site évoqué est le bâtiment du Café des Arts, lieu de rassemblement du Cercle des travailleurs, qui a vu naître les soulèvements sociaux qui ont marqué l'histoire du territoire. Une étude de faisabilité, réalisée en collaboration avec le Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement du Tarn, a permis de conseiller la collectivité sur les travaux et les aménagements à réaliser. Le montant total des travaux et de l'étude s'élèverait à 1 160 000 € hors taxes (Office de tourisme, 2018, p.45).

Ce déménagement au cœur de la ville, doit permettre à l'Office de tourisme d'être un point central pour l'accueil des visiteurs et la promotion du territoire. Pour cela, tout l'espace sera aménagé de manière à valoriser le territoire avec : un espace d'accueil, une boutique de produits locaux, un espace de valorisation du territoire avec des supports de découverte sensoriels, un espace extérieur pouvant accueillir des expositions temporaires et des

---

<sup>89</sup> Office de tourisme du Ségala tarnais. *Dossier de presse*, 2018, 8 p.

événements culturels. La décoration intérieure sera également étudiée pour mettre en valeur les spécificités du territoire et notamment son passé industriel. Ces changements seront l'occasion d'étayer son offre, avec par exemple le développement des visites guidées pour les individuels, ou la création de produits pour les groupes (Office de tourisme du Ségala tarnais, 2018, p.46).

### **3.3 Une réflexion autour de la valorisation des savoir-faire**

Les deux projets de réorientation de l'Office de tourisme du Ségala tarnais et du Musée/Centre d'art du verre, deux structures fortes du Carmausin-Ségala au niveau touristique et culturel, montre l'envie de la collectivité de faire évoluer le territoire, grâce à une dynamique commune. Elle est consciente du fait que le territoire est situé au centre de pôles touristiques à très forte notoriété et attractifs : Albi et sa cité épiscopale classée au patrimoine mondial de l'UNESCO ; Rodez et le Musée Soulages de rayonnement mondial et son agglomération classée Pays d'art et d'Histoire ; les Bastides du Rouergue (Villefranche de Rouergue et Najac) labellisées Grand site Midi-Pyrénées et Pays d'art et d'histoire. Les projets pour l'avenir des deux structures visent entre autres à permettre au territoire d'acquérir une image plus forte et structurée, afin de faire face à cette concurrence proche. Pour cela, il faut que la collectivité arrive à mettre en avant des éléments spécifiques, qui la différencient de ces grands sites.

Egalement, les deux structures ont fait le constat qu'il serait intéressant de mieux valoriser le passé industriel du territoire, qui fait intégralement partie de son identité, mais qui pour l'instant est dénigré et peu mis en avant. La mine est valorisée par le musée-mine et l'industrie verrière par le MCDAV, mais une réflexion sur une valorisation plus large des savoir-faire pourrait être un moyen de différencier le Carmausin-Ségala et de lui donner une réelle image. C'est dans ce contexte de changement et de réflexion que s'inscrit la mission de stage.

Ainsi, afin d'avoir un point de vue extérieur sur la thématique des savoir-faire, la Communauté de communes du Carmausin-Ségala, par le biais de ses deux régies, a demandé la réalisation d'une étude sur la place du patrimoine artisanal, industriel et agricole du territoire, afin qu'il devienne un élément d'attractivité touristique fort. L'objectif est d'évaluer le potentiel des savoir-faire présents sur le territoire comme outil de valorisation. Ainsi, sous la direction du musée et en étroite collaboration avec l'Office de tourisme, le stage réalisé a constitué une mission unique : la réalisation d'une étude,

comprenant une phase d'état des lieux du territoire concernant la thématique des savoir-faire, un diagnostic, pour finir par l'élaboration d'une stratégie de valorisation avec la déclinaison de fiches action.

### **Conclusion du chapitre 2 :**

Pour conclure, la Communauté de communes du Carmausin Ségala, semble un territoire approprié pour tester les hypothèses élaborées et répondre à la problématique choisie. En effet, les projets de restructuration de ses deux régions montrent l'envie du territoire de devenir plus attractif. Pour arriver à se différencier des territoires proches, elle se pose la question de l'opportunité de valoriser ses savoir-faire. C'est pourquoi elle a accepté de mettre en place cette mission de stage : l'élaboration d'une étude sur la place des savoir-faire sur le territoire. Cette étude s'est alors découpée en trois étapes successives :

**Figure 33** : étapes de réalisation de la mission de stage



Bérengère Fabre, 2018

Ces trois étapes ont donné lieu à l'élaboration de deux documents écrits, l'un reprenant l'état des lieux des savoir-faire du territoire, l'analyse des données et le diagnostic, l'autre étant la proposition de projet de valorisation.

## Chapitre 3 : Un état des lieux pour comprendre les enjeux du territoire

Afin de mener à bien la mission confiée par la structure de stage, la première étape a été de s'appropriier le territoire, de le connaître, afin de mettre en avant les différentes pratiques en lien avec les savoir-faire. Il s'agit de recenser les actions de valorisation présentes, de comprendre la relation entre la population locale et le territoire et de le replacer dans l'environnement externe.

**Figure 34** : première étape de l'étude : la collecte d'informations



Bérengère Fabre, 2018

### 1. Un état des lieux des savoir-faire du territoire

L'état des lieux a été essentiellement réalisé grâce à des recherches documentaires, afin de voir quels secteurs d'activité ont marqué le territoire, quels savoir-faire spécifiques sont présents, quelles actions de valorisation sont mises en place. Il a permis de faire un recensement des sites en lien avec le passé ou le présent économique, des savoir-faire présents et des structures les mettant en valeur. Les outils de recherche ont d'abord été des ouvrages sur l'histoire minière et industrielle du territoire, sur les grèves et les revendications sociales, afin de comprendre le contexte dans lequel s'est construit le Carmausin Ségala. Egalement, le Projet scientifique et culturel du Musée/Centre d'art du verre a permis de mieux comprendre l'histoire du verre et sa valorisation contemporaine. Les documents de l'Office de tourisme (livret d'accueil, guide touristique), ainsi que les

recherches sur les sites internet des structures ont permis de compléter le propos, tout comme les échanges avec les personnes rencontrées.

### 1.1 Le répertoire des savoir-faire : un recensement des pratiques passées et présentes

La première chose faite pour évaluer l'opportunité de valorisation des savoir-faire sur le territoire a été de les recenser. Cette recherche s'est centrée autour de trois secteurs d'activité : l'artisanat, l'industrie et l'agriculture. Elle a permis d'identifier les savoir-faire les plus présents, ceux qui ont marqué le territoire et surtout elle a servi à voir si des savoir-faire spécifiques ou avec un intérêt touristique particulier, étaient mobilisables pour augmenter l'attractivité du territoire. Cet état des savoir-faire a été matérialisé par l'élaboration d'un répertoire comportant deux parties.

Tout d'abord, le répertoire des savoir-faire recense toutes les pratiques et les métiers qui nécessitent une technique particulière, et dont le résultat est souvent de grande qualité. Il comprend le savoir-faire et sa description, le secteur d'activité dans lequel il s'insère, sa temporalité (s'il est ancien ou récent), son état sur le territoire (présent, disparu, en voie de disparition), sa localisation (s'il est spécifique à un lieu), ainsi que les patrimoines qui sont en lien avec ces savoir-faire (bâties, objets, produits). Au total, 49 savoir-faire liés à l'agriculture et l'agroalimentaire, à l'artisanat et l'art, aux traditions, à l'industrie et à la mine ont été recensés.

**Figure 35** : extrait du répertoire des savoir-faire

Savoir-faire	Description / Explication
Agneaux	Le territoire bénéficie de plusieurs Labels Rouge, qui garantissent la qualité de la viande issue de l'élevage d'agneaux : Label Rouge "Lou Paillol" et Label Rouge Agneau fermier des Pays d'Oc.
Apiculture - Miel	Elevage d'abeilles pour la production de miel et sa transformation en produits.
Archetier	Fabrication et réparation d'archers pour les instruments à cordes.
Béton poli	Technique de polissage du béton grâce à de l'abrasif contenant des diamant, afin de rendre la surface plus ou moins lisse.
Broderie	Savoir-faire détenu par les femmes de mineurs, essentiellement d'origine polonaise.
Canard à foie gras du Sud Ouest	Le Tarn fait partie du secteur de l'IGP Canard à foie gras du Sud Ouest. L'IGP implique de suivre un cahier des charges précis de l'élevage, à la nourriture et au gavage, en passant par la transformation.
Charpente métallique	Construction et pose de charpente métallique pour des bâtiments, des passerelles, des immeubles, etc...
Cokéfaction	Synthèse de coke et de gaz manufacturé à partir de charbon par un procédé de distillation à sec. Le coke est recherché pour produire de la fonte (sidérurgie).

Secteur d'activité	Temporalité	Etat du savoir-faire sur le territoire	Localisation	Patrimoine
Agriculture & Agro-alimentaire	Savoir-faire ancien	Présent		Produits
Agriculture & Agro-alimentaire	Savoir-faire ancien	Présent		Ruches - Produits
Artisanat - Art	Savoir-faire ancien	Présent	Monestiés	
Artisanat - Art	Savoir-faire récent	Présent		
Traditions	Savoir-faire ancien	Disparu	Cité des Homps	Maison du Polonais
Agriculture & Agro-alimentaire	Savoir-faire ancien	Présent		Produits
Industrie	Savoir-faire récent	Présent		
Mine	Savoir-faire ancien	Disparu	Carmaux	Maquette de la Cokerie

Béregère Fabre, 2018

La deuxième partie est un répertoire des entreprises, présentant 70 acteurs qui sont en lien avec les savoir-faire recensés précédemment. Ils sont regroupés suivant leur secteur d'activité et des éléments tels que le type d'entreprise, sa spécialité, les labels ou distinctions. Egalement, il est précisé s'ils sont ouverts ou non à la visite pour le grand public.

Figure 36 : extrait du répertoire des entreprises

AGRICULTURE	Description	Type d'entrepr	Secteur	Spécialité
<b>Alain Guilloux</b>	Elevage ovins et caprins. Vente de colis de viande sur place.	Producteur	Agriculture & Agro-alimentaire	Ovins et bovins
<b>Brin de terre</b>	Cet agriculteur boulanger cultive les céréales, moule la farine dans son moulin et confectionne du pain au levain, des fouaces ou des madeleines dans un four de briques familial datant de 1918. Vente sur place mais pas de visites	Producteur Boulangier	Agriculture & Agro-alimentaire	Céréales, pain
<b>Didier Albinet</b>	Elevage bovins et buffles. Vente sur place	Producteur	Agriculture & Agro-alimentaire	Bovins et buffles
<b>Distillerie Castan</b>	Distillerie familiale fabricant du whisky en cultivant directement l'orge servant à sa fabrication. Le domaine fait également du Gin, des liqueurs et des eaux de vie. Il possède également un vignoble de vin de Gaillac.	Producteur - Distillerie	Agriculture & Agro-alimentaire	Vin et spiritueux - Whisky
<b>Distillerie Cazottes</b>	Culture d'arbres fruitiers, de vignes. Production d'eaux de vie de fruits, de liqueurs, de vins. Travail entièrement fait main. L'exploitation se visite.	Producteur - Distillerie	Agriculture & Agro-alimentaire	Vin et spiritueux
<b>Domaine d'Escausse</b>	Visite de la vigne et dégustation sur place.	Producteur	Agriculture & Agro-alimentaire	Vin
<b>Domaine Gaillard</b>	Visite du vignoble en agriculture biologique. Propose des visites du domaine et des séjours thématiques.	Producteur	Agriculture & Agro-alimentaire	Vin et truffe

Autres renseignements	Visites / Ouverture	Adresse	Téléphone	Mail	Site internet
Label Rouge agneau	Non (vente sur place sur rendez-vous)	Le Rigoules 81190 Jouqueviel	06 81 32 36 56	<a href="mailto:alain.guilloux.81@gmail.com">alain.guilloux.81@gmail.com</a>	
Bienvenue à la Ferme (vente)	Non - Vente sur place	Le village 81130 Villeneuve-sur-Vère	07 84 07 57 66	<a href="mailto:benoit.fraysses@orange.fr">benoit.fraysses@orange.fr</a>	
	Non - Vente sur place	Le Mas Grand 81130 Cagnac-les-Mines	05 63 60 73 71 06 11 53 42 57	<a href="mailto:sebast81@live.fr">sebast81@live.fr</a>	
Médaille d'argent concours général agricole 2018 / Saveur du Tarn / AOP Gaillac	Oui	La Souparie 81130 Villeneuve sur Vère	05 63 53 04 61	<a href="mailto:contact@distillerie-castan.com">contact@distillerie-castan.com</a>	<a href="http://www.distillerie-castan.com">http://www.distillerie-castan.com</a>
Agriculture biologique, mention Nature & Progrès, pratique de la Biodynamie	Oui	Le Carlus 81130 Villeneuve-sur-Vère	05 63 56 85 39	<a href="mailto:contact@distillerie-cazottes.com">contact@distillerie-cazottes.com</a>	<a href="http://www.distillerie-cazottes.com">www.distillerie-cazottes.com</a>
Vignoble et découverte - AOC Gaillac	Oui	32 Route de La Salamandrie 81150 Sainte-Croix	05 63 56 80 52	<a href="mailto:contact@famillebalaran.com">contact@famillebalaran.com</a>	<a href="http://www.famillebalaran.com">www.famillebalaran.com</a>
Bienvenue à la ferme - Côte du Tarn IGP - AOC Gaillac	Oui	Capendut 81130 Milhavet	06 12 09 01 34	<a href="mailto:contact@maison-gayrard.com">contact@maison-gayrard.com</a>	<a href="https://www.maison-gayrard.com">https://www.maison-gayrard.com</a>

Béregère Fabre, 2018

Ce recensement s'est voulu le plus exhaustif possible, afin de permettre à la collectivité de se rendre compte de l'état des savoir-faire sur le territoire. Cependant, la mission de stage n'étant pas centrée sur ce recensement, certains éléments ont pu ne pas être cités. Une mission plus approfondie avec un protocole de collecte bien établi permettrait de pousser la démarche. Une fois les savoir-faire identifiés, il a fallu se renseigner sur les sites culturels, touristiques et patrimoniaux importants pour le territoire, en lien avec ses activités productives.

## 1.2 Les principaux sites patrimoniaux industriels, artisanaux et agricoles

L'état des lieux du territoire a consisté à identifier les lieux patrimoniaux importants pour la thématique des savoir-faire. Il se trouve que les trois sites recevant le plus de visiteurs sont des lieux qui ont marqué l'histoire économique du territoire. Il s'agit du Musée-mine départemental, de Cap'Découverte et du MCDAV. Ce dernier ne sera pas décrit ici car évoqué plus haut.

### 1.2.1 Le Musée-mine départemental : la mémoire du passé industriel

Le musée-mine départemental a été créé en 1989, à l'initiative de six anciens mineurs bénévoles sur la commune de Cagnac-les-Mines. Depuis 2007, il est géré par le département du Tarn. Situé sur un ancien carreau de mine du XIXe siècle, il s'agit du dernier vestige sur site de l'époque minière du territoire. Ses missions sont de trois ordres. Tout d'abord, le musée a pour vocation de conserver et de valoriser le patrimoine minier matériel (machines, outils, photographies, films) et immatériel (témoignages des anciens mineurs). Ensuite, il doit diffuser la connaissance au plus grand nombre grâce à

l'organisation de manifestations et d'activités : expositions temporaires, ateliers pédagogiques ou conférences. Enfin, étant un musée départemental<sup>90</sup>, il contribue à la mise en réseau du patrimoine tarnais<sup>91</sup>.

L'exposition permanente du musée retrace l'épopée minière du territoire, grâce à plusieurs salles évoquant le travail dans les mines, les conditions de vie des mineurs, les revendications sociales. La salle Jean Jaurès présente le contexte géographique, historique et technique de la mine, avec des explications sur les industries annexes, sur le contexte social et politique, sur les hommes qui ont contribué à forger l'identité du bassin carmausin, comme Jean Jaurès. La sécurité et la formation dans les mines sont également abordées, ainsi que l'histoire de l'exploitation des mines jusqu'à la création de la Découverte et à sa reconversion en parc de loisirs. Cet espace traite aussi de l'exploitation du charbon de nos jours dans le monde. Dans la salle Emile Grand, des films sont projetés pour montrer les machines en situation, afin que les visiteurs comprennent les techniques d'extraction du charbon. Une exposition semi-temporaire, composée d'affiches et de photographies sur la sécurité, complète le propos. Le parcours muséographique se situe également en extérieur avec le jardin des machines où les machines servant à l'exploitation de la houillère sont exposées, classées selon leur fonction : transport de mineurs, chevalement, etc.... Elles constituent le plus gros élément de fonds de collection du musée. Les bâtiments sont également très importants, car comme il a été évoqué précédemment, le musée se situe sur l'ancien carreau de mine et le parcours extérieur permet de découvrir la fonction des différents bâtiments. L'élément le plus important du musée et qui constitue son principal attrait est les 350 mètres de galerie reconstituées. Les anciens mineurs à l'origine du projet ont décidé de recréer des galeries, comme ils avaient l'habitude de le faire dans la mine, pour montrer à leur famille comment ils travaillaient au fond. Aujourd'hui, la descente se fait toujours à l'aide d'une cage, comme le faisaient les mineurs. Des machines sont mises en situation pour bien comprendre le travail de la mine et être plongé dans cet univers<sup>92</sup>. Pour remplir sa mission de diffusion de la connaissance, le musée propose aussi des ateliers en direction du public scolaire.

---

<sup>90</sup> Le département du Tarn gère trois musées dont deux sont en lien direct avec des savoir-faire industriels : le musée-mine et le musée départemental du textile. La troisième structure est le Château-musée du Cayla, une maison d'écrivain.

<sup>91</sup> Musées départementaux du Tarn. *Musée-mine départemental* [en ligne]. Disponible sur <http://musees-departementaux.tarn.fr/index.php?id=mine-presentation>. (Consulté le 19-07-2018).

<sup>92</sup> Musées départementaux du Tarn. *Le Musée-mine départementale, passeur de mémoire* [en ligne]. Disponible sur <http://musees-departementaux.tarn.fr/index.php?id=mine-expo-permanente>. (Consulté le 19-07-2018).

Le musée-mine est l'un des sites liés au patrimoine industriel les plus importants du territoire, car il se situe sur les derniers vestiges de cette époque. Cap'Découverte, situé non loin du musée est également important pour cette période de l'histoire.

### *1.2.2 Cap'Découverte : un site patrimonial important en difficulté*

Le site recevant le plus de visiteurs sur le territoire de la Communauté de communes est Cap'Découverte. Il s'agit d'une ancienne mine à ciel ouvert, appelée *découverte*, transformée en site multi-activités. Il propose à la fois des activités sportives et de pleine nature (skate parc, tyrolienne, paint-ball...), un site culturel avec la Maison de la musique et un site de mémoire avec le Parc des Titans. L'hébergement et la restauration sont également présents sur place. Depuis sa création en 2003, le parc a beaucoup fait parler de lui, notamment pour ses difficultés financières et d'exploitation. En effet, les prévisions de fréquentation, malgré une augmentation significative entre 2007 et 2012, et de création d'emplois, n'ont jamais été atteintes et la structure a du mal à répondre à ses objectifs. De plus, la notoriété du site est essentiellement régionale, ce qui limite son développement. L'activité est également très saisonnière, le site n'étant pas ouvert toute l'année. Enfin, la cohérence du produit dans son ensemble est difficile à capter pour les visiteurs, puisque le site propose des activités sportives, culturelles et artistiques mais aussi des activités liées au tourisme de mémoire. Ces différents pôles n'attirent pas les mêmes publics, ce qui crée une certaine confusion puisqu'ils n'ont pas les mêmes attentes (Cours des comptes, 2013). Cependant, il reste un site majeur et structurant du territoire, accueillant plus de 68 000 visiteurs en 2016<sup>93</sup>. Il est l'un des témoins phares du passé minier et industriel de la région, matérialisé par deux actions :

a) ***Le parc des Titans***<sup>94</sup> : le Syndicat Mixte pour l'Aménagement de la Découverte (SMAD) et l'Association pour la Sauvegarde du Patrimoine Industriel Carmaux Cagnac (ASPICC) ont développé une visite guidée, uniquement accessible pour les groupes de plus de dix personnes, appelée *Si la découverte m'était contée*. Cette visite, faite par d'anciens mineurs, permet aux visiteurs de comprendre le travail dans la mine, avec l'exposition des machines servant à l'extraction du charbon dans ce site à ciel ouvert : excavateur à roue pelle et sauterelle, bulldozer, etc.

---

<sup>93</sup> CDT du Tarn. *Fréquentation par secteur d'activité en 2016* [en ligne]. Disponible sur <http://www.tourismetarn-pro.com/vos-chiffres-et-statistiques/chiffres-cles-du-tourisme>. (Consulté le 27-03-2018)

<sup>94</sup> Office de tourisme du Ségala tarnais. *Guide touristique 2018*, 2018.

b) *Le sentier du charbon au soleil*<sup>94</sup> est un parcours permettant de découvrir la découverte sous l'angle des énergies. Il met en avant le passé minier du lieu, tout en montrant les nouvelles sources d'énergie, plus durables, qui peuvent être mises en place. Ce sentier associe également les nouvelles technologies via une application mobile permettant au visiteur d'avoir des compléments d'informations ludiques, grâce à la réalité augmentée. Ce nouveau sentier, ouvert en 2018, est l'occasion de revaloriser le lieu et les vestiges des machines servant à l'exploitation de la mine.

Ces trois sites sont les équipements culturels et touristiques accueillant le plus de visiteurs, notamment car ils sont situés sur des lieux patrimoniaux, qui ont participé au développement industriel du territoire.

### *1.2.3 Le petit patrimoine : d'autres vestiges des savoir-faire*

Du patrimoine bâti (autre que le patrimoine lié à la mine et au verre, déjà abordé) est visible sur le territoire, vestige des activités artisanales et agricoles passées, étroitement liées aux savoir-faire. Tout d'abord, il existe autour du village de Labastide-Gabause plus d'une vingtaine de pigeonniers, dont la majorité a été restaurée depuis 1999. Ils permettaient de récupérer la colombine (fiente de pigeon) utilisée comme engrais dans le vignoble et certaines cultures. Les moulins présents sur le Viaur sont la preuve de l'importance des meuniers d'autrefois. Aujourd'hui, aucun moulin n'est encore en fonction sur le secteur, ni ne se visite. Certains sont en ruine ou ont disparu, ceux qui ont été conservés ou rénovés sont des propriétés privées, mais les traces de leur existence sont toujours visibles le long des cours d'eau. Dans les champs du Ségala se trouvent des cabanes, appelées *Oustalous*. Réalisées à la main avec les matériaux trouvés sur place, elles servaient d'abri aux cultivateurs et éleveurs.

Les activités économiques, passées et présentes, ont également façonné les paysages du territoire. Certaines sont des marques du passé industriel, d'autres sont les résultantes du travail de la terre.

### **1.3 Des initiatives de valorisation du passé économique du territoire**

Enfin, l'état des lieux du territoire est également passé par la recherche des actions menées afin de valoriser tous ces savoir-faire. Il prend en compte les actions impulsées par la collectivité et les associations, mais également l'organisation de fêtes et de manifestations.

### 1.3.1 Des initiatives de la part des acteurs du territoire

La collectivité a tout d'abord aménagé des sentiers de randonnée thématiques, équipés de panneaux explicatifs, pour présenter les richesses du territoire. Sur une dizaine de sentiers, quatre présentent l'activité économique passée, notamment autour du verre et de la mine (Terre d'ombre et de lumière sur les deux industries, Balade en sol mineur qui raconte la vie quotidienne des mineurs, *Lo Camin dels carboniers* explique l'exploitation minière dans le temps, Le sentier des *oustalous* permet de découvrir les cabanes présentes sur le Ségala). Ces sentiers présentent essentiellement les pratiques passées, mais l'Office de tourisme a développé une offre de balades accompagnées, axées principalement sur la découverte des savoir-faire gastronomiques et agricoles. Les *balades gourmandes* sont des randonnées accompagnées d'un guide, qui raconte aux visiteurs l'histoire du territoire, des anecdotes et des légendes. La balade se termine par une dégustation de produits locaux chez les producteurs eux-mêmes. Sur le même principe, il a mis en place des *Ré-crétions gourmandes*, qui sont des visites à la ferme pour les familles. Les producteurs expliquent leur métier, les enfants peuvent participer à certaines tâches : traite, nourrissage, etc... La sortie se termine par une dégustation de produits. Egalement, l'Office de tourisme propose de plus en plus des produits pour les groupes, qui permettent de découvrir les savoir-faire passés ou présents du territoire. Par exemple, il a développé des produits autour du patrimoine, des truffes et du vignoble ou encore des visites autour du patrimoine minier et verrier, notamment avec les visites des cités minières. La Communauté de communes est également impliquée dans la valorisation du patrimoine lié à l'histoire économique. Voici deux actions qu'elle a menées en ce sens :

a) *La maison du polonais* : dans la cité minière des Homps, la collectivité a acheté une maison et l'a réaménagée avec du mobilier d'époque. Cette rénovation permet aux visiteurs de s'immerger dans le quotidien des mineurs polonais (la cité des Homps avait pour but de loger la main d'œuvre étrangère, essentiellement polonaise).

b) *Le collectage des mémoires* : le service culture de la Communauté de communes, suite à l'ouverture de la Maison du polonais, a voulu collecter la mémoire des immigrés polonais pour comprendre : pourquoi ils sont venus en France, pourquoi ils y sont restés, quelle était la situation en Pologne à ce moment-là, comment ils vivaient le cloisonnement de la population, quel était leur quotidien. Une deuxième phase de collectage s'est intéressée aux migrants espagnols. Leurs témoignages concernaient essentiellement la situation en

Espagne sous Franco et leur choix de venir en France. Une troisième phase est actuellement en cours, et elle concerne cette fois-ci les mémoires paysannes. Le centre social de Valderiès s’occupe de collecter les pratiques autrefois présentes dans le monde agricole et rural (veillées, travaux des champs, artisanat, école...).

La collectivité n’est pas la seule à valoriser le patrimoine lié aux activités économiques. Les acteurs mettant en œuvre directement ces savoir-faire, comme les artisans ou les agriculteurs, peuvent également directement s’adresser au public grâce à des visites. Cependant, sur le territoire de la 3CS, peu d’artisans font des visites de leur atelier. La plus notable est celle de la Biscuiterie Deymier, qui est une fabrique traditionnelle d’échaudés. Elle propose des visites pour expliquer le processus de fabrication de ces biscuits typiques du carmausin. Certains artisans d’art et artistes, notamment des verriers, ouvrent leur porte pour des stages de découverte, d’initiation ou de perfectionnement. Certains agriculteurs faisant de la transformation ont également choisi de vendre leur production sur place, proposant parfois des visites de leur exploitation en lien avec les actions de l’Office de tourisme, ou indépendamment.

Enfin, la grande majorité des communes du Carmausin-Ségala possèdent des associations de valorisation du patrimoine, certaines directement liées aux savoir-faire :

**Tableau 12** : les associations de valorisation du patrimoine

Association	Rôle
<b>Histoire et Patrimoine du Carmausin</b>	L’association a pour objectif de valoriser l’histoire du grand Carmausin en faisant des recherches historiques et en publiant des articles. Elle organise des visites, des expositions et des animations pour faire découvrir au public le patrimoine du territoire, essentiellement concentré sur la ville de Carmaux et ses alentours proches. Elle a également un rôle de restauration du patrimoine. Les derniers chantiers en date sont l’enclave de la famille De Solages dans le cimetière Sainte-Cécile ou la maquette de la cokerie.
<b>La Confrérie de l’échaudé de Carmaux</b>	Cette organisation promeut l’échaudé et la ville de Carmaux lors d’événements et auprès d’autres confréries.
<b>Association de Sauvegarde du Patrimoine Industriel de Carmaux Cagnac</b>	D’anciens mineurs se sont rassemblés afin de sauvegarder, valoriser et promouvoir le patrimoine minier et industriel du territoire, au travers notamment de visites guidées. Ils viennent en soutien sur des animations au Musée-mine départemental et

(ASPICC)	participent à des visites des galeries à deux voix (un mineur et un guide).
<b>Les gueules noires d'Inde</b>	L'association organisait la biennale de la mine, en alternance avec le pays decazevillois dans l'Aveyron. Cette manifestation visait à valoriser le patrimoine minier par le biais : d'une bourse d'échange pour les collectionneurs, d'expositions et de conférences sur le thème de la mine. L'objectif était « <i>la sauvegarde de la mémoire ouvrière du bassin Albi Carmaux et la valorisation du patrimoine des mines</i> <sup>95</sup> ». Cet événement n'a pas perduré dans le temps.
<b>Syndicat des Producteurs de Truffes du Tarn</b>	Association qui fédère les producteurs de truffes autour d'actions de communication, telles que les marchés. Elle organise également la fête de la truffe à Villeneuve-sur-Vère. Elle propose des formations pour relancer la plantation d'arbres et a un rôle d'animateur « <i>du savoir-faire par diffusion et transfert de connaissances issues de l'expérimentation sur la trufficulture</i> <sup>96</sup> ».
<b>Passé pierre</b>	L'association valorise le patrimoine local et notamment la Pierre de Salles lors d'animations telles que le Festival de la Pierre de Salles ou encore le chapitre de la Confrérie de la Pierre de Salles.

Bérengère Fabre, 2018

Ces associations sont également très actives en ce qui concerne l'organisation d'événements sur le territoire.

### 1.3.2 Les fêtes et événements qui valorisent les métiers du territoire

La dernière étape de cet état des lieux a été de recenser les événements et fêtes en lien avec les savoir-faire. En effet, il s'agit d'actions de valorisation fortes, porteuses pour le territoire.

**Tableau 13** : les fêtes et événements en lien avec les savoir-faire

<b>Événement</b>	<b>Description</b>
<b>Fête de la truffe</b>	La fête de la truffe se déroule en février à Villeneuve-sur-Vère, capitale tarnaise de la truffe. Elle associe un marché de la truffe, un marché de produits du terroir, une dégustation d'omelette aux

<sup>95</sup> Biennale de la Mine. *Biennale de la Mine 2011* [en ligne]. Disponible sur <http://biennalemine81.free.fr./index.html>. (Consulté le 13-04-2018)

<sup>96</sup> Mairie de Villeneuve-sur-Vère. *Syndicat des Producteurs de Truffes du Tarn* [en ligne]. Disponible sur [http://www.villeneuve-sur-vere.fr/syndicat-des-trufficulteurs\\_fr.html](http://www.villeneuve-sur-vere.fr/syndicat-des-trufficulteurs_fr.html). (Consulté le 13-04-2018)

	truffes, des démonstrations de cavage (travail des chiens).
<b>Fête de la Sainte-Barbe</b>	Sainte-Barbe est la protectrice de toutes les corporations liées au feu. Sur le territoire, le 4 décembre a donc une résonance particulière puisqu'elle est la protectrice des mineurs et des verriers. Ce jour-là est l'occasion de plusieurs animations : cérémonie commémorative au monument aux morts des mineurs, marché de Noël avec produits artisanaux (notamment une boutique temporaire du MCDAV) et gastronomie locale. De plus, des animations et visites sont organisées afin de faire (re)découvrir l'histoire minière du territoire au plus grand nombre (exemples : ouverture du bureau des mines, expositions, conférences, etc...).
<b>Biennale des verriers</b>	Tous les deux ans, en octobre, la 3CS, par le biais du MCDAV organise un événement grand public autour du verre. Il s'agit d'un salon accueillant des artistes et artisans travaillant le verre selon différentes techniques et proposant des créations très diversifiées. La Biennale se veut un moment de partage et de découverte au travers de démonstrations, d'initiations, d'expositions, de conférences, etc...
<b>Foire exposition du Ségala</b>	Organisée à Tanus par des bénévoles, cette foire est une foire contemporaine avec des animations en tout genre (baptême en hélicoptère, balade en calèche, concours d'adresse avec des pelles mécaniques, exposition de voitures anciennes, etc...), mais c'est surtout l'occasion de présenter l'histoire du Ségala et notamment les savoir-faire d'autrefois et d'aujourd'hui : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché de producteurs locaux et d'artisans : canards, miel, vin, fruits, fromages, gâteaux ;</li> <li>- Animations liées à l'agriculture et à l'artisanat : présence de vieux tracteurs, démonstration de chiens de berger, présence de l'association aveyronnaise Les lames du savoir fer (qui fait des démonstrations de différentes techniques de forge), parcelle de seigle ressemée et récoltée à la main, la moisson se fait à l'aide d'un tracteur et d'une lieuse des années 50 ;</li> <li>- Festival du patrimoine du Ségala : reconstitution d'un village d'autrefois (<b>La Cabano</b><sup>97</sup>), rencontres avec des auteurs du Ségala, démonstrations de vieux métiers (dentellière, sabotier, cordonnier, vannier, charpentier, potier...), matériel ancien.</li> </ul>

<sup>97</sup> En parallèle, l'association a créé La Cabano qui est un village des années 1900 reconstitué. Retraçant des scènes de la vie rurale, il met en avant les savoir-faire et les vieux métiers d'antan, aujourd'hui disparus. La visite de cet espace est accessible toute l'année sur réservation (9 personnes minimum).

<b>Festival de la Pierre de Salles</b>	A Salles-sur-Cérou, l'association Passe-Pierre organise une fête pour valoriser l'histoire et la culture du village. Elle fait appel à des Compagnons du Tour de France pour faire des démonstrations de taille de pierre, de forge, de gravure, de tournage sur bois, etc. En 2017, une exposition présentait l'usage du bois et de la pierre autrefois. Un marché du terroir est organisé, en plus d'autres animations telles que des spectacles ou des lectures.
--	---

Bérengère Fabre, 2018

L'état des lieux ainsi constitué a permis de mieux appréhender le territoire et ses savoir-faire. Il a été une phase essentielle pour la compréhension de la construction du territoire et un bon travail préparatoire pour l'élaboration de l'enquête qualitative.

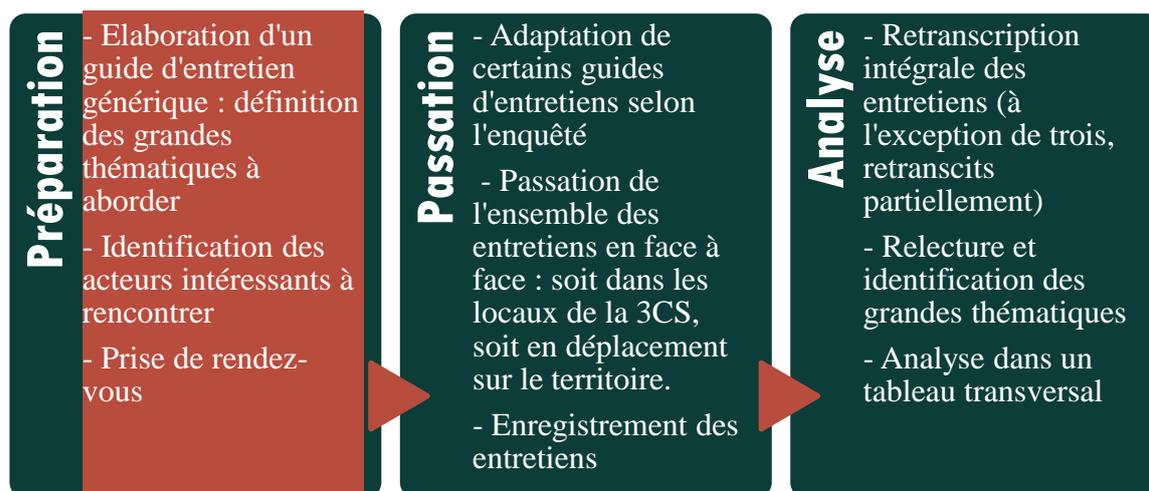
## **2. La rencontre avec les acteurs du territoire grâce à l'enquête qualitative**

Pour mieux comprendre la place des savoir-faire sur le territoire et la relation que la population locale entretient avec eux, il a fallu mettre en place une méthodologie permettant d'approfondir le sujet.

### **2.1 La méthodologie d'enquête**

L'enquête qualitative est apparue comme étant l'outil méthodologique le plus approprié pour arriver à comprendre la place des savoir-faire sur le territoire. Il s'agit en effet de comprendre en profondeur les représentations qu'ont les individus du territoire et de son patrimoine, ainsi que les actions qui sont ou non mises en place pour le valoriser. Egalement, cette méthode a été choisie pour permettre aux acteurs concernés par la thématique des savoir-faire de se sentir impliqués dans cette étude qui les concerne directement. La méthode des entretiens semi-directifs, qui laisse une grande liberté d'expression aux personnes interrogées, a été privilégiée. Il s'agit de l'étape la plus importante pour la collecte d'informations, qui a demandé du temps, à la fois de préparation, de réalisation et d'analyse. Voici un schéma récapitulant la méthodologie mise en place :

**Figure 37** : méthodologie de l'enquête qualitative



Béregère Fabre, 2018

## 2.2 Les grandes thématiques abordées lors des entretiens

Comme il a été évoqué précédemment, un guide d'entretien a été élaboré en amont, afin de guider les acteurs sur certaines thématiques, tout en leur permettant de se sentir libre d'aborder certains sujets. Voici le guide d'entretien qui a servi de base à l'ensemble des rencontres.

---

### Guide d'entretien

Bonjour, je m'appelle Béregère Fabre, je suis étudiante en master 2 Tourisme et développement à l'ISTHIA à l'université Toulouse Jean-Jaurès et je suis stagiaire au Musée/centre d'art du verre de Carmaux et à l'Office de Tourisme du Ségala tarnais. Lors de ce stage, je mène une étude sur la valorisation des savoir-faire du territoire, afin de voir comment ils pourraient devenir un élément d'attractivité touristique important. Pour ce travail de recherche je m'attache à :

- Identifier quels sont les savoir-faire industriels, artisanaux et agricoles qui ont marqué ou qui marquent le territoire et qui seraient intéressants à valoriser ?
- Comprendre la place qu'a ce patrimoine sur le territoire et quelle relation la population locale et les touristes entretiennent avec lui ;
- Identifier ce qui se fait déjà en termes de valorisation et trouver de nouvelles idées pour faire de ces savoir-faire un atout touristique.

Votre expérience et votre connaissance de cette thématique en tant que *statut de l'enquêté* sera un outil important pour cette étude. L'échange durera environ une heure. Il sera

enregistré dans le but de l'analyser par la suite, y voyez-vous un inconvénient ? Il restera bien entendu confidentiel et votre identité rendue anonyme.

## **Partie 1 : présentation générale**

### **1- Premièrement, pouvez-vous vous présenter ?**

- Votre métier
- Votre parcours professionnel
- Pourquoi avoir choisi ce métier ?

### **2- Présenter votre structure ?**

- Son histoire
- Ses missions
- Ses actions

### **3- Pouvez-vous donner une définition du terme « patrimoine artisanal/industriel/agricole » (sans parler du territoire) ?**

- Quelles images vous viennent à l'esprit quand vous entendez ce terme ?
  - o A quoi cela vous fait-il penser ?
  - o Pouvez-vous en donner des exemples ?

### **4- Comment définiriez-vous la notion de « savoir-faire » en général (sans parler forcément du territoire) ?**

- Quels éléments associez-vous à la notion de « savoir-faire » ?
  - o A quoi fait-on référence ?
  - o A quoi cela renvoie ?

### **5- Sur le territoire, pouvez-vous citer les éléments importants du savoir-faire industriel ? Ceux qui vous viennent en premier à l'esprit.**

- Du savoir-faire artisanal
- Du savoir-faire agricole
  - o Pourquoi les identifiez-vous comme importants ?

## **Partie 2 : Lien entre les publics et les savoir-faire**

### **6- En tant que ... êtes-vous attaché à ce patrimoine ?**

- Pourquoi ?
- Qu'est-ce qu'il représente pour vous ?
  - o Quelle image en avait vous ?
    - Une vision positive ? Négative ?

### **7- Pensez-vous que la population locale est, dans l'ensemble, attachée à ce patrimoine ?**

- Qu'est-ce qu'il représente pour eux ?
- Le considèrent-ils comme faisant partie de leur culture ?
  - o Pourquoi ?

- Quelle vision en ont-ils ? (négative/positive)
- Quelle image a ce patrimoine sur le territoire ? (bonne/mauvaise)
  - A quoi cela est dû ?
- Est-ce le cas pour l'ensemble de la population ?
  - Pourquoi ?

**8- Avez-vous l'impression que les locaux sont intéressés par la découverte ou la mise en valeur de ce patrimoine ?**

- En est-il de même pour toute la population ?
  - Pensez-vous que cette thématique puisse intéresser les plus jeunes : écoles, adolescents ?
- La population locale serait-elle intéressée pour participer activement à sa promotion :
  - Faire des visites, pour apporter leurs témoignages ?

***Lien avec les touristes :***

**9- Pensez-vous que la mise en valeur des savoir-faire peut attirer les touristes ?**

- Pourquoi ?
  - Qu'est-ce qu'ils recherchent dans ces visites ?
  - Quelles pourraient être leurs attentes ?

**10- A votre avis, quelles visites seraient intéressantes à faire pour attirer les touristes ?**

**Partie 3 : la valorisation du patrimoine industriel sur le territoire**

**11- Pour vous, la valorisation du patrimoine industriel/artisanal/agricole est-elle développée sur le territoire ?**

- **Si oui :**
  - pouvez-vous me citer des exemples de valorisation de ce patrimoine ?
- **Si non :**
  - pourquoi n'est-il pas développé ?
    - Qu'est-ce qu'il faudrait faire pour y remédier ?
      - Que verriez-vous à améliorer / à développer ?

**12- En quoi la mise en valeur de l'héritage industriel/agricole/artisanal est-elle intéressante pour l'attractivité du territoire ?**

- Peut-il être un moyen de différenciation par rapport à d'autres territoires proches ?
  - Comment ?
- Est-ce qu'en plus d'attirer les touristes, la valorisation des savoir-faire pourrait participer à l'attractivité globale du territoire ?
  - Attirer de nouveaux résidents ?
  - Comment ?

**13- Selon vous, quels savoir-faire représentatifs du territoire serait-il intéressant de valoriser ?**

- Quels liens pourraient être faits entre ces différentes thématiques ?
  - o Quels moyens peuvent être mis en place afin de créer du lien entre ces différents savoir-faire liés historiquement ?

**14- Avez-vous des idées d’actions qui pourraient être mises en place afin de valoriser les savoir-faire du territoire ?**

- Pour vous, quels acteurs sont incontournables afin de valoriser les savoir-faire du territoire ?
  - o Qui doit être associé ?

**15- Si des actions sont mises en place pour valoriser ce patrimoine lié aux activités économiques qu’est-ce que ça pourrait apporter au territoire ?**

**Partie 4 : grandes problématiques**

**16- Quelle est la place du patrimoine industriel aujourd’hui ?**

- Comment est-il présent ou non ?
  - o Et le patrimoine artisanal ?
  - o Et le patrimoine agricole ?
- Existe-t-il des menaces qui pèsent sur ces patrimoines ?
  - o Disparition ?
  - o Manque de transmission ?
  - o Nécessité d’être protégé ?
    - De quelle manière le protéger ?

**17- Souvent, les savoir-faire sont associés au passé, à l’acquisition de techniques ancestrales : pensez-vous qu’il est plus important de conserver ces héritages ou plutôt d’adapter les techniques aux pratiques actuelles ?**

- *Si conservation :*
  - o Pourquoi ?
  - o Comment faire pour les protéger ?
- *Si adaptation :*
  - o Pourquoi est-il important de les faire évoluer pour s’adapter à la société actuelle ?
    - Comment faire pour les faire évoluer ?
  - o Est-il tout de même important de protéger les savoir-faire passés qui tendent à disparaître ?
    - Pourquoi ?
    - Comment ?
- Dans le cas de la valorisation, comment faire pour valoriser à la fois le patrimoine passé et les savoir-faire actuels ?

**18- Identifiez-vous des problématiques actuelles qui existent autour de ce patrimoine ?**

- o Problématique de transmission
- o Problématique de reconnaissance

- Problématique de connaissance d'une partie de la population
- Pourquoi identifiez-vous cela comme une problématique ?
  - Quelles solutions pourraient être apportées ?

#### **19- Pour vous quelle image le territoire renvoie-t-il ?**

- Pensez-vous que le territoire possède une image négative ?
  - Auprès de qui il possède cette image négative ?
  - A quoi est-ce dû ?
  - Pourquoi cette image existe ?
- Pensez-vous que valoriser les savoir-faire du territoire pourrait changer cette image ?
  - Pourquoi ?
  - Comment ?
  - Qu'est-ce que pourrait apporter ce changement d'image ?

#### **20- Voyez-vous des freins à la valorisation des savoir-faire du territoire ? (économique, sociale, implication...)**

- Voyez-vous une réelle volonté des acteurs ?
- Une réelle implication de la population locale ?
  - Quelles solutions pourraient être trouvées ?

### **Partie 5 : conclusion**

Avez-vous quelque chose à rajouter ?

Remerciements

---

Une fois cette base réalisée, les guides ont été adaptés à chaque acteur selon leur profil et le temps accordé (certains enquêtés avaient des disponibilités limitées). Le guide d'entretien qui diffère le plus est celui des artistes en résidence au Musée/Centre d'art du verre, car elles sont extérieures au territoire et n'ont donc pas eu la même approche (*cf. annexe C : le guide d'entretien des artistes en résidence*).

#### **2.3 Des acteurs aux statuts variés**

Au total, douze entretiens ont été réalisés, auprès d'acteurs différents. Le choix des personnes interrogées s'est fait par rapport à leur lien avec les savoir-faire, tout en cherchant à avoir des profils différents, représentatifs de la population : artisans, agriculteurs, associations, élus, chargés de mission, responsables de musée, etc...

Les rendez-vous avec les acteurs ont été pris par téléphone et les entretiens se sont déroulés exclusivement en face à face (*cf. annexe D : retranscriptions des entretiens semi-directifs*). Ils ont duré entre vingt-cinq minutes pour le plus court et deux heures pour le

plus long. Certains entretiens se sont déroulés chez les enquêtés ou sur leur lieu de travail, d'autres dans les locaux de la Communauté de communes. Dans plusieurs cas, une personne extérieure (conjoint, collègue, etc...) est également intervenue dans la conversation, apportant des éléments supplémentaires au discours. Le tableau suivant expose les entretiens réalisés, le profil des enquêtés, le pourquoi du choix de ces derniers, ainsi que les conditions dans lesquelles ils se sont déroulés.

**Tableau 14** : les acteurs interrogés pour l'enquête qualitative

	Type d'acteur	Profession	Conditions de passation	Raison, objectifs
<b>Madame A</b>	Elu	Elu en charge de la commission culture – Maire de Jouqueviel	30 mars 2018 à 9h00 Face à face <i>Présence de la chargée de mission culture au début de l'entrevue</i>	Connaître les actions menées par la collectivité en termes de valorisation patrimoniale. Avoir le regard d'une personne connaissant bien le territoire et ses acteurs.
<b>Madame B</b>	Association	Professeur d'histoire à la retraite - Présidente de l'association Histoire et Patrimoine du Carmausin	05 avril 2018 à 14h Face à face	Connaître les actions de l'association en termes de valorisation du patrimoine. Avoir le regard d'une habitante, connaissant bien l'histoire minière.
<b>Monsieur C</b>	Association	Elu – Bénévole travaillant pour la création du village La Cabano	06 avril 2018 à 14h Face à face <i>Entretien rapide après la visite du site, toutes les questions n'ont pas pu être posées</i>	Connaître les actions de l'association, qui valorise les savoir-faire anciens et notamment ceux du monde agricole.
<b>Monsieur D</b>	Artisan	Biscuiterie familiale (fabrication artisanale d'échaudés) – Membre de la Confrérie de l'échaudé de Carmaux	10 avril 2018 à 14h Face à face <i>Présence de sa femme travaillant avec lui.</i>	Rencontrer une entreprise possédant un savoir-faire emblématique du territoire et voir la vision qu'elle a de sa place sur le territoire.
<b>Madame E et Madame F</b>	Artisans / Artistes	Souffleuses de verre en résidence au MCDAV	11 avril 2018 à 10 h Face à face <i>Entretien groupé des deux souffleuses de verre</i>	Comprendre la place qu'a l'artisanat d'art en France, ces perspectives d'évolution et de valorisation.
<b>Monsieur G</b>	Artisan / Association	Peintre en bâtiment, gnomoniste – Bénévole à l'association Histoire et Patrimoine du Carmausin, responsable des activités de rénovation	11 avril 2018 à 14h Face à face	Connaître le ressenti d'un habitant du territoire, connaissant bien l'histoire et le passé local, par rapport à la place du patrimoine productif du Carmausin-Ségala.
<b>Monsieur H</b>	Collectivité / Musée	Chef du service culture de la 3CS - Directeur du musée/centre d'art du verre	16 avril 2018 à 13h30 Face à face	Connaître l'opinion du directeur d'un des établissements culturels structurants du territoire, dont la thématique est liée au patrimoine industriel de Carmaux.

<b>Monsieur J</b>	Elu - Agriculteur	Viticulteur et céréalier – Elu en charge de la commission petite enfance	24 avril 2018 à 9h00 Face à Face	Avoir une vision des domaines viticoles du territoire. Connaître les actions d'ouverture au public et comprendre les difficultés de la valorisation des produits agricoles.
<b>Monsieur K</b>	Agriculteur	Agriculteur : ovin et bovin viande, miel, châtaignes	25 avril 2018 à 9h00 Face à Face	Connaître une exploitation avec des productions variées, de la vente directe et des visites d'entreprises. Connaître la vision des agriculteurs sur les savoir-faire du territoire.
<b>Monsieur L</b>	Trufficulteur	Retraité – trufficulteur – Président du syndicat de la truffe du Tarn	26 avril 2018 à 10h00 Face à face	Avoir des renseignements sur la culture de la truffe dans le Tarn et sur les actions mises en place pour la valoriser.
<b>Madame M</b>	Association	Retraitée – Artiste peintre – Ancienne secrétaire de l'association Passe Pierre	30 avril 2018 à 14h00 Face à face <i>L'enquêtée avait du mal à rester concentrée sur le sujet traité, une grande partie des réponses sont inexploitable malgré les relances.</i>	Connaître l'association Passe Pierre et son rôle dans la valorisation de la pierre de Salle. Connaître l'avis d'une habitante du territoire sur la valorisation des savoir-faire.
<b>Madame N</b>	Musée	Directrice du Musée-mine départemental	17 mai 2018 à 9h30 Face à face <i>Plusieurs personnes sont intervenues lors de cet entretien</i>	Comprendre le rôle du Musée-mine sur le territoire, ses actions et ce qui pourrait être amélioré en termes de valorisation du patrimoine industriel minier.
<b>Madame O</b>		Chargée de développement des publics au service départemental de la conservation des musées		
<b>Madame P</b>		Chef de service de la conservation des musées		

Bérengère Fabre, 2018

### 3. L'étude externe au territoire

L'état des lieux de l'environnement externe a été la dernière étape pour dégager les enjeux du territoire et resituer ce dernier dans le contexte global. Il s'est tout d'abord composé de recherches sur les attentes et comportements des clientèles touristiques et sur le tourisme de savoir-faire. Ensuite, les actions de valorisation du territoire ont été comparées aux actions des départements de la région Occitanie. Enfin, un état des politiques nationales et régionales sur la thématique des savoir-faire a permis de voir les opportunités de valorisation. La méthodologie a été essentiellement de la collecte d'informations sur divers supports : articles et conférences scientifiques, sites internet des départements, etc...

#### **3.1 Le tourisme de savoir-faire : une forme de tourisme qui correspond aux attentes des touristes**

Depuis que le tourisme existe, le comportement et les attentes des touristes a beaucoup évolué. Aujourd'hui, ils ne veulent plus simplement se reposer lors de leurs vacances, ils veulent aussi découvrir, partager, expérimenter.

##### *3.1.1 Les nouvelles pratiques touristiques*

En janvier 2017 a eu lieu au Québec la 5<sup>e</sup> conférence annuelle sur les tendances touristiques<sup>98</sup>, qui visait à décrypter les attentes et les comportements du touriste de demain. La première chose qui apparaît est que les visiteurs sont de plus en plus connectés lors de toutes les étapes de leurs vacances, que ce soit lors de la préparation, sur les lieux de visite ou encore pour réagir et garder un lien après leur venue sur le territoire. Le développement rapide des nouvelles technologies a permis au touriste de devenir expert et connaisseur, il s'est émancipé et s'attend donc à des prestations de qualité. Les réseaux sociaux et les outils numériques sont donc au cœur des stratégies touristiques et marketing des territoires. L'accès rapide et facile aux informations renforce le besoin des touristes d'activités personnalisées et uniques, qui se différencient des pratiques classiques, afin d'atteindre un mieux-être. Ces désirs plus fragmentés sont ainsi plus difficiles à capter pour les professionnels, qui doivent essayer de satisfaire les attentes d'un grand nombre de touristes. Il faut donc qu'ils se réinventent et qu'ils proposent des produits variés et novateurs, car les voyageurs mettent de plus en plus de sens derrière leurs pratiques. Ils

---

<sup>98</sup> Réseau de veille en tourisme. *Le touriste de demain*. Youtube, 19-01-2017, 1h44min58sec [vidéo en ligne]. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=0LLp9cHbUzQ>. (Consulté le 26-02-2017)

cherchent également à côtoyer les cultures locales et à découvrir les traditions d'un lieu (Fabre, 2017, p.47).

Ces nouvelles pratiques montrent que les touristes veulent être acteurs de leur voyage, ils ne veulent plus être spectateurs dans des formes classiques de visites. Ainsi une nouvelle forme de tourisme s'est développée, alliant contact et immersion dans la culture locale et participation : le tourisme d'apprentissage. Il s'agit d'apprendre quelque chose par le faire : apprendre à cuisiner un plat traditionnel, prendre un cours de danse ou de sport, souffler le verre dans un atelier, savoir reconnaître les différents vins dans un domaine viticole, découvrir les coulisses d'un théâtre. « *Selon la Commission canadienne du tourisme, le tourisme d'apprentissage se caractérise par une combinaison d'éducation, d'interaction, de stimulation, de recherche d'authenticité et d'expérience*<sup>99</sup> ». Cette forme de tourisme correspond bien aux besoins des visiteurs d'action, qui les plongent également dans un univers inconnu et leur proposent une expérience unique.

### *3.1.2 Le tourisme expérientiel*

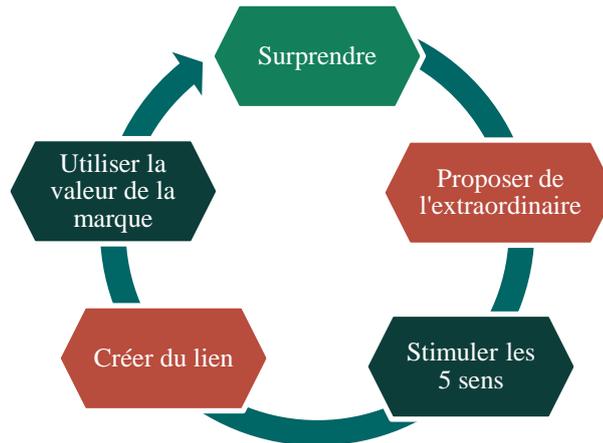
Cette recherche d'expérience se traduit par la notion de tourisme expérientiel, emprunté au marketing expérientiel. Il s'agit de la « *création d'expériences qui permettent d'engager le consommateur dans une relation positive, riche en sens et en sensations, avec une marque*<sup>100</sup> ». Dans cette forme de marketing, l'acte d'achat n'est pas la partie la plus importante, l'essentiel est que le consommateur se souvienne de manière positive et forte de l'expérience qu'il a vécue lors de l'achat. Cela permet à la fois de fidéliser les clients, en créant une relation particulière et affective avec une marque ou une entreprise, tout en profitant d'une communication grâce au bouche à oreille. Le marketing expérientiel doit donc « *faire vivre des expériences aux consommateurs, dans un contexte social et le plus souvent en faisant appel à tous les sens de l'individu* » (Batat et Frochot, 2014, p.7). L'achat en lui-même n'est plus au cœur de la stratégie marketing, mais c'est l'univers qui l'entoure qui importe. Pour concrétiser ce concept, Patrick Hetzel a établi cinq fondements, appelés la roue de l'expérientiel :

---

<sup>99</sup> Réseau Veille Tourisme. *Le tourisme d'apprentissage, une tendance qui ne s'essouffle pas* [en ligne]. Disponible sur <http://veilletourisme.ca/2012/01/31/le-tourisme-dapprentissage-une-tendance-qui-ne-sessouffle-pas/>. (Consulté le 24-05-2018)

<sup>100</sup> Mercator Publicitor. *Lexique du marketing, marketing expérientiel* [en ligne]. Disponible sur <http://www.mercatorpublicitor.fr/lexique-marketing-definition-marketing-experientiel>. (Consulté le 26-02-2017)

**Figure 38** : la roue de l'expérientiel



Brunet, 2014, p.24

Le marketing expérientiel permet de surprendre le consommateur qui est transporté dans un univers inconnu, il doit pouvoir sentir des émotions grâce à la stimulation de ses sens. Plus les personnes sont actives dans cet univers inconnu, plus le lien et les sensations sont fortes.

Cette tendance de l'expérientiel s'est développée et étendue au secteur touristique. Aujourd'hui, les touristes veulent partager de vrais moments inattendus lors de leurs vacances, notamment avec les populations locales. Le tourisme expérientiel passe par l'immersion dans un environnement, réel ou imaginaire, mais qui plonge les individus au cœur d'une histoire où ils sont le principal acteur. « *Ce pouvoir d'attraction de l'histoire racontée sera d'autant plus fort que, par un habile processus de co-crédation, le touriste se verra en devenir lui-même le narrateur, la rendant ainsi encore plus réelle et donc crédible.* » (Minvielle et Minvielle, 2014, p.35). La mise en scène des lieux et des histoires permet de valoriser les territoires et leur patrimoine de manière à créer un lien fort avec les visiteurs.

### 3.1.3 Le tourisme lié aux savoir-faire : une réponse à ces nouvelles attentes ?

Le tourisme visant à découvrir les métiers artisanaux, industriels et agricoles, autrement dit le tourisme de savoir-faire, peut être considéré comme un tourisme répondant aux attentes des visiteurs. Voici un schéma montrant l'adaptation du tourisme de savoir-faire à ces nouveaux comportements :

**Figure 39** : le tourisme de savoir-faire et les attentes des touristes

<b>L'hyperconnectivité</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• De nombreux moyens de valorisation des métiers peuvent être mis en place, notamment en termes de nouvelles technologies, afin de rendre la découverte ludique et enrichissante : vidéos, applications, jeux, réalité augmentée, etc...</li></ul>
<b>La personnalisation des activités</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La découverte d'une entreprise et de ses activités se fait souvent en petit groupe, afin de ne pas déranger le travail de production et parce que les espaces ne sont généralement pas conçus pour recevoir un trop grand nombre de personnes. Cela permet d'avoir une relation de proximité avec les artisans ou agriculteurs, d'avoir des échanges privilégiés.</li></ul>
<b>L'immersion</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entrer dans un atelier, visiter une industrie ou une exploitation agricole ne sont pas des activités courantes. Elles plongent le visiteur dans un lieu inédit et extraordinaire, surtout s'il participe activement, comme lors des stages de création par exemple.</li></ul>
<b>Les valeurs et le partage</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Découvrir le travail d'autres personnes permet de créer un véritable lien entre l'artisan ou l'agriculteur et les visiteurs. C'est un moment de partage important.</li></ul>

Bérengère Fabre, 2018

De même, le tourisme de savoir-faire propose une expérience unique, et remplit les fondements définis par Hetzel. Ce tourisme surprend les visiteurs, car il leur fait découvrir des métiers et des lieux inhabituels, comme par exemple une usine. Ils sont donc plongés dans un univers extraordinaire. Tous les sens sont mis à contribution dans ces visites : la vue avec les techniques et les gestes ; l'ouïe avec le bruit des machines ou le cri des animaux, l'odorat avec les senteurs des matières, des animaux, des plantes ; le toucher avec les matières telles que le tissu, le bois, la laine ou les poils des animaux ; et le goût avec les produits agroalimentaires. La rencontre avec les personnes possédant les savoir-faire permet de créer un lien durable et fort. La valeur de la marque se retrouve dans la qualité des produits fabriqués et des savoir-faire mis en pratique, d'autant plus si l'entreprise possède un label (Fabre, 2017, p.51).

Ces recherches sur le tourisme de savoir-faire ont permis de mieux comprendre les attentes des touristes et de les replacer dans le contexte du tourisme de savoir-faire, forme de tourisme également étudié sur la région Occitanie.

### **3.2 Une comparaison avec les territoires proches**

Pour situer le territoire par rapport à son environnement régional, un état du patrimoine industriel, artisanal et agricole des départements limitrophes au Tarn, ainsi que des actions de valorisation a été réalisé. Il a permis de situer le territoire par rapport aux autres, de voir si la valorisation des savoir-faire était une bonne opportunité au vu du contexte extérieur.

Pour faire cette étude, différents territoires ont été choisis comme référence. Il s'agit de départements proches géographiquement du Tarn, tous situés dans le Sud-Ouest. Le choix a été fait de prendre une échelle d'étude départementale, même si le territoire de référence est une Communauté de communes, pour une question d'accès à l'information plus simple et pour avoir une vision globale des positionnement mis en place. Au total, ce sont sept départements qui ont été étudiés et comparés à la fois au territoire de la 3CS et au département du Tarn : Aude, Aveyron, Lot, Gers, Haute-Garonne, Tarn-et-Garonne et Hérault. Plusieurs éléments ont été pris en compte pour évaluer les savoir-faire spécifiques, pour connaître les actions de valorisation mises en place ou encore pour identifier les positionnements choisis pour la communication touristique. Toutes ces recherches ont été récapitulées dans trois tableaux. Le premier s'attache à identifier les ressources, c'est-à-dire les productions artisanales, industrielles et agricoles présentes, notamment au travers de différents labels de qualité (EPV, IGP, AOP/AOC). Ensuite, la valorisation touristique des savoir-faire a été étudiée, en identifiant les musées et sites de visite, les événements, les activités mettant en avant les savoir-faire, la communication et la commercialisation touristique autour de cette thématique. Pour finir, les chiffres du tourisme de chaque territoire ont été étudiés, notamment le profil des clientèles et les lieux les plus visités, pour voir s'il existe des différences dans les pratiques touristiques.

Toutes ces recherches, récapitulées dans un tableau (*cf. annexe E : état des lieux de l'environnement*), ont permis de voir si le territoire avait des potentialités en termes de valorisation des savoir-faire. A noter qu'au vu de l'échelle d'analyse choisie, il faut prendre en compte les différences de taille et de moyens entre les départements et la 3CS.

### **3.3 Des politiques nationales et régionales portant sur les savoir-faire**

Enfin, la dernière étape de l'étude de l'environnement a été d'identifier les politiques mises en place pour valoriser les savoir-faire. Même si la visite d'une entreprise n'est pas le motif de déplacement premier des touristes, il s'agit d'une activité complémentaire, qui prend de

plus en plus d'ampleur. L'État et les collectivités locales l'ont bien compris, puisque la valorisation des savoir-faire a une place importante dans leurs politiques.

### *3.3.1 Un pôle d'excellence touristique à l'initiative de l'État*

Le Ministère des affaires étrangères, en charge du tourisme, a lancé en 2015, la création de cinq pôles d'excellence touristique dans le but de renouveler l'image de la destination France et de s'adapter aux nouvelles attentes des touristes étrangers<sup>101</sup>. Ces pôles sont : l'œnotourisme, la montagne en été, l'écotourisme, le tourisme nocturne et le tourisme de savoir-faire. Le choix a été fait de travailler sur cette forme de tourisme, puisque plus de 13 millions de touristes, dont un million d'étrangers, l'ont pratiquée en 2014. Cette pratique a d'ailleurs connu une augmentation de 10 % entre 2013 et 2014 (Fabre, 2017, p.21). L'objectif de ce pôle est d'associer les acteurs (entreprises, ateliers et professionnels du tourisme) pour développer l'offre et avoir une communication commune et cohérente pour les clientèles étrangères. Ainsi, 19 mesures ont été prises afin de développer le tourisme de savoir-faire. Elles visent à créer et renforcer le lien entre les entreprises, communiquer de façon cohérente, intégrer ce tourisme dans des labels de qualité comme la marque Qualité tourisme, uniformiser les termes employés afin d'éviter les confusions, identifier les sites français les plus porteurs, utiliser les nouvelles technologies pour valoriser les savoir-faire (Fabre, 2017, p.22). L'État prévoit également d'aider l'association Entreprise & Découverte, dont la vocation est d'aider les territoires sur le développement du tourisme de savoir-faire et de recenser les entreprises ouvertes à la visite.

### *3.3.2 La région Occitanie veut renforcer les savoir-faire*

La présidente de la région Occitanie, Carole Delga, souhaite valoriser les savoir-faire, notamment en encourageant l'innovation. « *Valoriser les savoir-faire et les innovations made in Occitanie, sur des filières de pointe ou traditionnelles, est une de mes priorités et un enjeu de la Stratégie régionale pour l'emploi et la croissance*<sup>102</sup> ». Ces propos sont accompagnés par le lancement d'un appel à projet, *Readynov*, qui vise à soutenir les entreprises qui innovent, mais qui ont un grand attachement territorial. Les thématiques concernées sont : la transition énergétique, l'aéronautique et les industries de pointe, le

---

<sup>101</sup> Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. *Cinq pôles d'excellence pour renouveler l'image touristique de la France* [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2mxDCQh>. (Consulté le 08-01-2017)

<sup>102</sup> Région Occitanie. *Plongée dans l'excellence des savoir-faire du Tarn* [en ligne]. Disponible sur <https://www.laregion.fr/Plongee-dans-l-excellence-des-savoir-faire-du-Tarn>. (Consulté le 19-06-2018)

numérique, la médecine et la santé, les productions agroalimentaires territorialisées et la valorisation de la biomasse, l'économie du littoral et de la mer, le cycle de l'eau, l'industrie du futur et enfin le tourisme. Egalement, la Région souhaite valoriser ses savoir-faire dans sa politique culture et patrimoine. Ils sont un potentiel de développement intéressant à mobiliser, entre autres grâce aux savoir-faire et à l'excellence de certaines filières. Les savoir-faire traditionnels jouent également un rôle important dans la formation. Les axes de travail de la politique vont en ce sens et visent à renforcer les métiers du patrimoine et les métiers possédant des savoir-faire traditionnels<sup>103</sup>.

### **Conclusion du chapitre 3 :**

Ainsi, la première étape de l'étude sur la valorisation des savoir-faire pour la 3CS a consisté à mettre en place des outils méthodologiques, collecte d'informations et étude qualitative, afin de comprendre la place des savoir-faire sur le territoire et de voir s'il existait une réelle opportunité de valorisation, à la fois par rapport aux conditions internes au territoire, mais également aux conditions externes de l'environnement.

---

<sup>103</sup> Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée. *La stratégie 2018-2021 culture et patrimoine*, 2017

## Conclusion de la partie 2 :

Cette partie a permis de présenter le terrain d'étude qui servira de référence pour répondre à la problématique proposée précédemment, qui est : en quoi la valorisation du patrimoine industriel, artisanal et agricole, peut être un atout pour le territoire, en tant que vecteur d'attractivité touristique et élément de reconnaissance du patrimoine et de la culture locale ?

Le territoire de la Communauté de communes Carmausin-Ségala semble en effet approprié pour confirmer ou infirmer les hypothèses développées, puisque son histoire est fortement liée à son passé économique. La mine et l'industrie verrière, ainsi que l'évolution de l'agriculture ont façonné son développement et impacté son identité. La collectivité est consciente de la nécessité de donner une cohérence à son territoire, pour qu'il possède une image identifiable. Par le biais de ses deux régies, l'Office de tourisme et le Musée/Centre d'art du verre, elle veut connaître l'opportunité de développer le tourisme de savoir-faire, afin d'augmenter son attractivité globale, mais surtout son attractivité touristique. En effet, ces deux structures, importantes pour le développement du territoire, sont en plein projets de restructuration et la formulation d'une étude sur cette thématique arrive à un moment stratégique de leur réflexion. Cette demande d'étude s'inscrit également dans la continuité de la problématique questionnée, puisque qu'elle porte à la fois sur la valorisation des activités économiques du territoire et sur son attractivité touristique.

La première étape pour pouvoir répondre à cette question a été la réalisation d'un état des lieux, interne et externe, des pratiques en termes de valorisation des savoir-faire. La rencontre avec différents acteurs du territoire a été le cœur de cette collecte d'informations. Par la suite, toutes les données récoltées seront analysées, afin de voir si les hypothèses formulées pour répondre à la problématique sont infirmées ou confirmées par les données de terrain. Suivant ces résultats, des préconisations qui prendront la forme d'un plan stratégique accompagné de fiches action seront apportées, afin que le territoire améliore ou conserve sa situation en termes de valorisation des savoir-faire.

## Partie 3 :

# Un plan stratégique pour valoriser les savoir-faire du Carmausin-Ségala

---

## Introduction de la partie 3 :

L'état des lieux du territoire en termes de valorisation des savoir-faire, notamment autour de la réalisation d'entretiens semi-directifs auprès de différents acteurs, a été la première étape de l'étude commandée par la Communauté de communes Carmausin-Ségala. L'étape suivante sera l'analyse de ces résultats, afin de voir comment la mise en valeur des savoir-faire pourrait être bénéfique au territoire et s'il y a une réelle opportunité de développer cette forme de tourisme.

Ainsi, le premier chapitre sera consacré à l'analyse des résultats de l'état des lieux et à l'élaboration d'un diagnostic territorial sur la valorisation des savoir-faire. Il permettra de mettre en avant les points forts et les points à améliorer du territoire, ainsi que les opportunités et les menaces de l'environnement. Ce diagnostic sera également l'occasion de définir des axes d'action, afin que les savoir-faire deviennent un réel atout pour le Carmausin-Ségala.

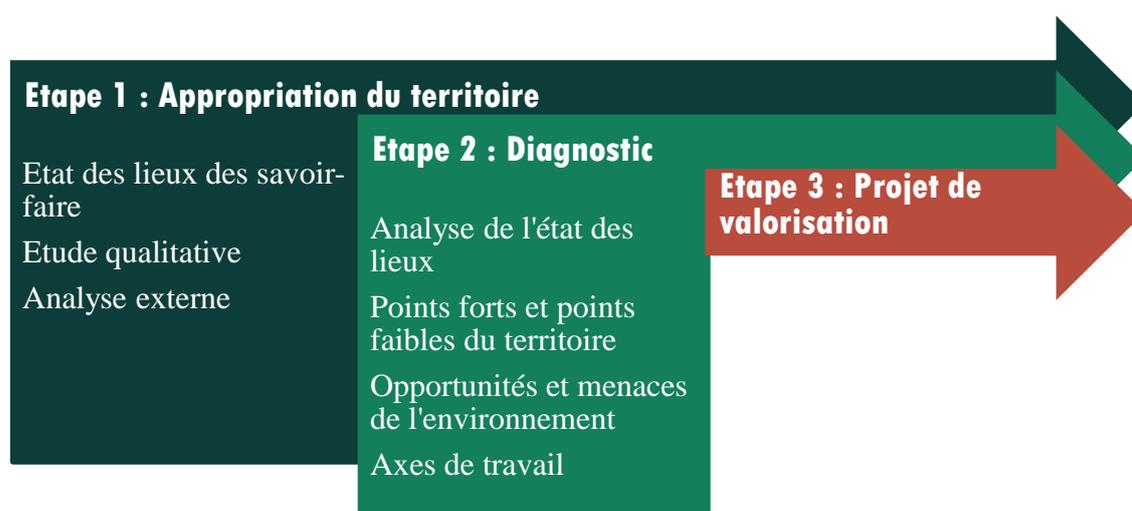
Le deuxième chapitre sera consacré à l'élaboration d'un plan stratégique pour développer le tourisme de savoir-faire sur le territoire. Ce projet de valorisation se compose d'abord d'une réflexion sur le positionnement à adopter pour donner une image cohérente au territoire. Ensuite, un plan d'action, composé de plusieurs missions, doit permettre d'améliorer certains points évoqués lors du diagnostic. Toute cette proposition de mise en valeur des savoir-faire du territoire tourne autour d'une action clé : la création d'un label territorial.

Enfin, le dernier chapitre détaillera le plan d'action stratégique avec l'ensemble des préconisations faites pour que les savoir-faire du Carmausin-Ségala deviennent un réel atout de développement et de création d'image pour le territoire. Ces préconisations prendront la forme de fiches action détaillées.

# Chapitre 1 : L'élaboration d'un diagnostic basé sur l'analyse de l'état des lieux et des entretiens

La seconde étape de l'étude a été l'analyse de toutes les données récoltées lors des différents états des lieux et de l'étude qualitative. Ces analyses ont par la suite permis de réaliser un diagnostic territorial montrant les points forts et les points à améliorer du territoire, ainsi que les opportunités et menaces de l'environnement. Le schéma ci-dessous remet en contexte cette étape dans le déroulement général de la mission.

**Figure 40** : seconde étape de l'étude : l'analyse des données et le diagnostic



Bérengère Fabre, 2018

## 1. Des opportunités de valorisation des savoir-faire, malgré des potentialités non exploitées

Toutes les données récoltées lors de l'état des lieux ont été reprises, afin d'analyser l'environnement et d'en ressortir les éléments les plus marquants.

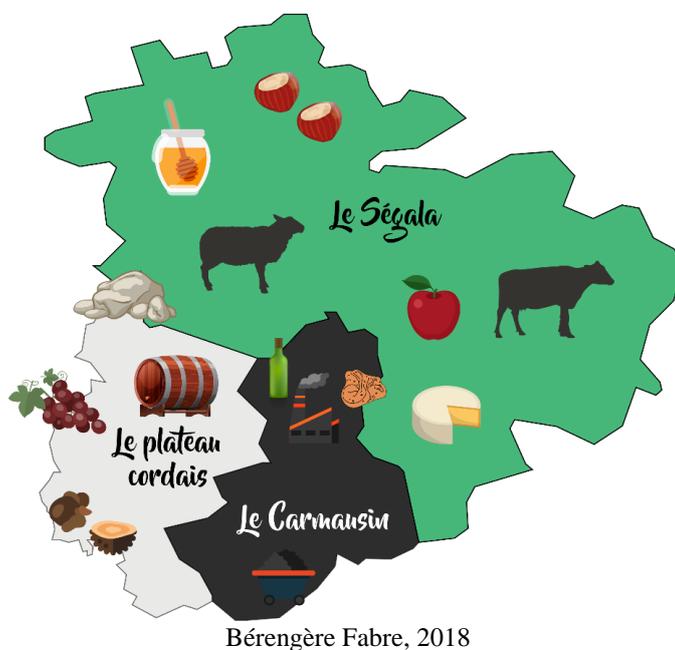
### 1.1 Un territoire devant faire face à de nombreuses difficultés, mais qui possède des potentialités

Les lectures bibliographiques sur l'histoire du territoire et sur ses réalités actuelles ont permis de mettre en lumière certains éléments intéressants à exploiter. La 3CS est riche d'une histoire liée à son passé productif et industriel. Il lui a permis de se développer d'un point de vue économique, mais également social avec les grèves et les mouvements

socialistes qui ont forgé son caractère. C'est par ce passé fortement marqué par des métiers spécifiques et des savoir-faire que le territoire est identifié de l'extérieur. Les trois plus gros sites de visites sont d'ailleurs trois établissements liés directement à ce passé économique : le Musée-mine, le Musée/Centre d'art du verre et Cap'Découverte. Cependant, l'arrêt de l'exploitation des houillères a fortement impacté le territoire et de nombreux vestiges ont disparu. A contrario, l'agriculture, autrefois pratiquée sur des terres assez pauvres, s'est peu à peu développée et a pris une place importante. Mais, comme dans tous les territoires, elle connaît de plus en plus de difficultés. Les chiffres démographiques montrent également que l'attractivité de la 3CS est complexe. En effet, le territoire est fortement marqué par la présence des retraités et n'attire pas forcément les ménages jeunes, entraînant un vieillissement de la population (vieillesse caractéristique de nombreux territoires ruraux).

Tout de même, le répertoire des savoir-faire, qui a permis d'en recenser 49, montre que le territoire a de nombreuses potentialités en termes d'artisanat, d'industrie et d'agriculture. Les nombreux labels agroalimentaires prouvent également la richesse des productions agricoles. De plus, sa géographie particulière, divisée en trois territoires distincts est une richesse. Chacun d'entre eux possède ses propres productions, ses propres richesses et sa propre histoire.

**Figure 41** : carte des ressources patrimoniales de la 3CS



Malgré ces richesses et la présence d'activités de grande qualité, très peu d'entreprises, d'artisans ou d'agriculteurs proposent des visites pour le grand public. Seules les distilleries, la Biscuiterie Deymier et quelques agriculteurs et viticulteurs ont mis en place du tourisme de savoir-faire. Il apparaît tout de même que c'est une thématique importante pour le territoire puisque la Communauté de communes a lancé certaines actions de valorisation : chemins de randonnée thématiques, balades et récréations gourmandes, collecte des mémoires ou encore restauration du patrimoine bâti (pigeonnier, moulin, maison de mineur). D'ailleurs, beaucoup d'associations œuvrent à la préservation et à la valorisation du patrimoine, mais il s'agit essentiellement du petit patrimoine et le bâti.

Ainsi, l'analyse de l'état des lieux interne a permis de mettre en lumière les nombreux savoir-faire que possède le territoire et qu'il serait intéressant de mobiliser pour une valorisation touristique. Les acteurs ont déjà commencé à développer certaines initiatives, mais ces actions restent très dispersées, sans réelle structuration, ce qui freine leur impact.

## **1.2 Un environnement concurrentiel plutôt favorable**

Une fois les données récoltées sur les départements proches du Tarn, il a fallu les analyser pour identifier les pratiques les plus intéressantes et pour voir si le territoire d'étude se démarquait des autres en termes de savoir-faire. Cette analyse comparative de l'environnement, également appelée *benchmark* a été synthétisée dans un tableau (*cf. annexe E : état des lieux de l'environnement*).

### *1.2.1 Des savoir-faire non spécifiques*

Le territoire de la 3CS possède de nombreuses productions agricoles, mais elles ne lui sont pas spécifiques. Malgré le fait qu'il fasse partie de nombreuses aires géographiques d'IGP, le territoire ne possède pas une production fortement marquée. Le Veau d'Aveyron et du Ségala pourrait être sa force, notamment parce qu'il porte son nom, mais il partage cette production avec l'Aveyron, département qui est plus avancé sur sa valorisation (exposition, communication, visites de fermes). Egalement, certains autres départements possèdent des productions avec une très forte notoriété, particulièrement au niveau des fromages (Rocamadour, Roquefort) ou des vins. Il en va de même pour l'artisanat, seuls les échaudés et la fabrication du whisky sont des ressources particulières. Il n'y a pas d'artisanat spécifique au territoire, comme peut l'être la coutellerie à Laguiole, le tannage du cuir à Graulhet ou la fabrication de papier dans l'Aude. Le verre est cependant un élément très

intéressant, puisque à cheval entre l'artisanat d'art contemporain et l'industrie historique du territoire. Son impact semble encore limité, mais la restructuration du musée et du centre d'art pourrait lui permettre de devenir un véritable atout. Le patrimoine minier est par contre une force, puisque le bassin carmausin est le seul à avoir une histoire et des vestiges importants, comparé à l'Aveyron et à l'Aude qui avaient aussi des mines. Cette industrie est cependant passée, alors que d'en d'autres territoires, comme la Haute-Garonne avec l'aéronautique, l'industrie est une réalité actuelle, dont le département se sert pour se démarquer.

### 1.2.2 Des actions de valorisation éparses

Les sites de visite se rapportant directement aux savoir-faire, sont très nombreux, quel que soit le territoire. Beaucoup sont en lien avec les métiers anciens et les outils de la vie paysanne d'autrefois, comme le fait La Cabano à Tanus. Comme il a été évoqué précédemment, le musée-mine et les actions de valorisation mises en place, telles que les visites guidées des cités minières, sont un réel atout, unique. La visite d'exploitations agricoles, les marchés de producteurs, ainsi que les actions autour des vignes et de l'œnologie sont très répandus dans tous les départements. Cependant, les savoir-faire sont peu évoqués dans leur communication, seule la gastronomie et les produits locaux étant largement valorisés. De nombreux événements, sur la vie paysanne et les vieux métiers, ainsi que sur les produits locaux sont organisés dans tous les départements. Certaines initiatives associent à la fois les productions locales et culture, avec des prestations théâtrales ou musicales dans les domaines viticoles par exemple. Certains territoires sortent du lot pour certains éléments :

**Tableau 15** : les atouts des départements étudiés lors de l'état des lieux externe

Départements	Atouts
<b>Communauté de communes</b>	Son passé industriel avec les vestiges miniers encore présents sur site (Musée-mine départemental)
<b>Tarn</b>	Il possède de nombreux savoir-faire, mais aucune offre globale sur la thématique n'est structurée.
<b>Gers</b>	Il base sa communication sur la gastronomie.
<b>Lot</b>	Il a développé une offre de visite et d'animation importante et innovante.

<b>Hérault</b>	Il a développé une offre oenotouristique très conséquente et communique beaucoup dessus.
<b>Aveyron</b>	Le département est celui qui valorise le plus les savoir-faire et qui se positionne sur ces visites avec une route des savoir-faire et une communication en conséquence. De plus, il partage une partie du Ségala avec le territoire et a déjà créé sur sa partie une route des métiers appelée <i>La vie en Ségala</i> , qui est un circuit comprenant des visites d'exploitations agricoles, des ateliers d'artisan, ainsi que des entreprises. Ces structures adhérentes proposent même des ateliers d'initiation et des stages.

Bérengère Fabre, 2018

### *1.2.3 Un tourisme qui doit se démarquer*

Le Tarn, avec ses 5 500 000 nuitées, est le département étudié le moins touristique, après le Tarn-et-Garonne. Cependant, les données touristiques sont sensiblement les mêmes que ses voisins : la provenance des touristes est principalement française et de proximité (régions Occitanie et Nouvelle Aquitaine), ainsi que parisienne. Les touristes viennent dans le Tarn surtout en couple et en famille, tout comme dans l'ensemble des autres territoires. Le tourisme étant le même que dans le reste de la région, l'enjeu est donc d'arriver à se différencier. Parmi les sites de visites les plus visités, certains lieux du tourisme industriel sont en bonne place, le patrimoine bâti et les sites de loisirs étant tout de même en tête.

Le profil similaire des touristes et de leurs attentes sur l'ensemble de la région Occitanie, montre une nécessité de différenciation. Elle peut se faire en adoptant un positionnement basé sur la valorisation des savoir-faire, sous toutes leurs formes, puisque à part l'Aveyron, aucun territoire n'est clairement positionné sur cette thématique. Le territoire ne possédant pas de ressources très spécifiques, bien que de qualité, ce sont les actions de valorisation et la communication qui peuvent faire la différence, si elles sont innovantes et originales.

Une fois cette analyse faite, il a fallu traiter et analyser les entretiens effectués sur le terrain, afin de mieux comprendre le territoire en profondeur.

## **2. La parole des acteurs du territoire révélatrice de ses problématiques**

Les douze entretiens réalisés ont tous été retranscrits de manière intégrale, à l'exception de trois qui ont été retranscrits partiellement. Une fois cette étape réalisée, chaque entretien a été relu afin d'en tirer les éléments principaux. Pour permettre d'avoir une analyse cohérente, les informations recueillies ont été croisées, pour arriver à l'élaboration d'un

tableau d'analyse transversale (cf. *annexe F : analyse des entretiens*). Ainsi, il a permis de mettre en évidence les grandes thématiques qui sont ressorties des entretiens et qui permettent de mieux comprendre le territoire et ses enjeux.

## **2.1 Population locale et territoire : une relation complexe, encore d'actualité**

### *2.1.1 Une image du territoire très divisée*

De par son histoire et l'implantation des mines, Carmaux n'a pas toujours eu une bonne image. Des rivalités entre les mineurs et les paysans se sont installées, notamment parce que les mineurs avaient accès à des avantages sociaux. Également, les relations entre Albi, ville plus bourgeoise et la population ouvrière de Carmaux ont provoqué une dégradation de l'image du territoire. Aujourd'hui, alors que la mine est fermée, cette image reste toujours complexe, le territoire restant profondément marqué par les luttes sociales et le déclin de l'industrie : « *Euh, euh... je crois qu'il a l'image fausse encore d'un territoire industriel, je crois que la mine marque, marque, encore beaucoup dans la tête des gens.* » (M. J, Sainte-Croix, extrait d'entretien du 24 avril 2018). Les acteurs évoquent donc encore une image très dure du territoire : « *Carmaux souffre d'une image très négative. Les Carmausins sont pas positifs sur leur ville.* » (M. G, Carmaux, extrait d'entretien du 11 avril 2018). L'un des enquêtés va même jusqu'à affirmer que l'image du territoire est « *noir[e] comme le charbon* » (M. H, Carmaux, extrait d'entretien du 16 avril 2018). Cette image dure et négative du Carmausin se retrouve également à propos de certains métiers comme l'agriculture, qui parfois est associée à l'utilisation de produits chimiques à outrance.

Mais cette image du territoire n'est pas partagée par l'ensemble des acteurs. Certains en ont une image plutôt très positive : « *L'image [du carmausin] elle est toujours positive, ça y a pas trop de problème* » (M. D, Carmaux, extrait d'entretien du 10 avril 2018), quand d'autres sont plus mitigés tout en restant moins défaitistes : « *à mon avis l'image n'est pas négative. Après je pense qu'il faut qu'on soit un peu plus, entre guillemets, fier de, de notre territoire* » (M. K, Montirat, extrait d'entretien du 25 avril 2018).

Ainsi, le discours des acteurs montre que le cœur du territoire autour de Carmaux, où il y avait l'exploitation minière, possède encore aujourd'hui une image plutôt négative. Le reste du territoire, très rural, possède *a contrario* une image positive, accentuée par des paysages préservés, favorisant une qualité de vie appréciée. Le Carmausin-Ségala est donc

partagé entre l'ancien bassin houiller et son image encore très dure et une campagne attractive, mais effacé par l'image, plus forte, de la mine. Les acteurs sont bien conscients de la nécessité de changer ces représentations, changement qui commence petit à petit à se faire, mais qui prend du temps. « *Je pense également que nous avons une vision très négative du territoire euh... et qu'il ne l'est plus forcément comme elle était, parce que les choses changent aussi les choses bougent* » (Mme O, Cagnac-les-mines, extrait d'entretien du 17 mai 2018). Le temps, le changement de population et de générations entraîne un changement dans l'image du territoire, qui tend à devenir plus positif que négatif.

### *2.1.2 Un patrimoine passé important pour la population, en lien avec son identité*

Le patrimoine en lien avec le passé économique du territoire, surtout celui lié à la mine, mais également à l'agriculture et à l'artisanat, est très important aux yeux des acteurs interrogés, qui sont pour la plupart des résidents de la Communauté de communes. Il fait partie de leur histoire et donc de leur identité. L'un des éléments qui est le plus souvent revenu est la notion de racine. Le patrimoine leur permet de savoir d'où ils viennent, où ils vont, il leur permet de se construire et d'avoir une relation forte avec le territoire : « *c'est les origines, enfin des... c'est voilà. Quand on parle de Carmaux c'est bien, mais bon de savoir d'où l'on vient, voilà, de... du passé de la mine.* » (M. D, Carmaux, extrait d'entretien du 10 avril 2018) ; « *Cette identité qu'ils ont quoi, leur donner des racines.* » ; « *et qu'on a la capacité à se réinventer, à se renouveler, pas à partir de rien parce qu'on part jamais de rien, mais à partir de ce qui a constitué les racines vraiment du territoire* » (M. H, Carmaux, extrait d'entretien du 16 avril 2018). Cet attachement au territoire est notamment évoqué grâce à la notion de souvenir : « *C'est des souvenirs d'enfance. Et pour les gens, c'est revenir au souvenir. C'est surtout ça.* » (M. D, Carmaux, extrait d'entretien du 10 avril 2018). Il existe un lien affectif fort entre le patrimoine, qu'il soit lié aux produits locaux, aux bâtis ou aux pratiques, et les individus qu'ils soient habitants ou non du territoire, évoqué par des souvenirs positifs : « *Les gens ils se rappellent, « oh je venais à la foire avec mes grands-parents, on venait acheter des échaudés* ». ; « *C'est important pour faire connaître, parce qu'effectivement on a le plaisir de voir des gens qui disent « ça me rappelle ci* » » (M. C, Tanus, extrait d'entretien du 6 avril 2018). Cependant, ces souvenirs sont souvent ceux d'une partie de la population plutôt âgée, qui exprime même une sorte de regret : « *Quand tu as 80 ans, tu penses à ta jeunesse. Que ça soit de l'industrie minière, que ça soit de l'exploitation agricole ou n'importe quoi, ou un port de*

*pêche, hein voilà. Ils regrettent leur jeunesse* » (M. G, Carmaux, extrait d'entretien du 11 avril 2018). Cet attachement et cet aspect identitaire montrent que la valorisation du passé productif du territoire est importante, surtout pour la population locale, mais qu'elle n'englobe pas l'ensemble de la population.

### 2.1.3 Une partie de la population moins attachée à l'histoire et au patrimoine du territoire

La population présente sur le territoire a évolué depuis la période faste de l'industrie, elle a donc un attachement totalement différent, n'ayant pas connu ce passé. C'est le cas notamment des jeunes et des enfants, qui pour certains n'ont pas la connaissance de l'exploitation minière : « *Alors, ils savent, à l'échelle du territoire, effectivement, ils savent qu'il y a eu la mine. Mais très peu d'enfants savent que par exemple que Cap' Découverte, c'était une mine à ciel ouvert.* » (Mme A, Carmaux, extrait d'entretien du 30 mars 2018). Egalement, ils n'ont pas la même vision du patrimoine que les populations plus anciennes : « *pour eux la mine c'est quand même du passé en fait, cette mémoire minière elle a été mise en musée quoi en fait.* » (Mme N, Cagnac-les-Mines, extrait d'entretien du 17 mai 2018). Egalement, toute une partie de la population n'est pas originaire du Ségala ou du Carmausin et s'y est installée récemment. Elle n'a donc pas le même rapport au patrimoine que des personnes natives : « *une partie de la population qui est nouvelle, qui arrive et qui n'a pas forcément de connaissance et d'attachement au territoire et à son histoire.* » (Mme B, Carmaux, extrait d'entretien du 5 avril 2018). Ces nouveaux arrivants et les jeunes générations ne voient pas forcément la nécessité de garder les témoignages du passé, car ils ne s'y identifient pas de la même manière.

Cependant, certains habitants du territoire, autres que les jeunes et les nouveaux arrivants, ne voient pas l'intérêt de valoriser l'histoire industrielle du territoire, ressentant ces initiatives comme étant un retour vers le passé : « *Moi je trouve que la mine ça va un moment. Il faut avancer, se tourner vers l'avenir* » (habitante du territoire travaillant à la 3CS – propos recueillis dans une conversation informelle), et qui ne voient pas l'utilité de conserver ce patrimoine : « *y a des gens qui nous disent, à quoi ça sert qu'on garde ça.* » (Mme B, Carmaux, extrait d'entretien du 5 avril 2018). Alors que d'autres encore souhaiteraient que la population et notamment les jeunes soient fiers d'habiter sur ce territoire : « *Moi je voudrais que nos jeunes aujourd'hui, je le sens un peu moins ça, qu'ils soient fiers, d'appartenir à ce territoire. Voilà, c'est de leur donner une certaine fierté !* » (Mme A, Carmaux, extrait d'entretien du 30 mars 2018).

Le passé minier du bassin carmausin à un impact très fort sur le territoire, plus que les pratiques agricoles pourtant très présentes. Il fait partie intégrante de l'identité d'une grande partie des habitants, constituant leurs racines. Cependant, ce passé imposant a également entaché l'image du territoire qui est souvent perçue négativement de l'extérieur et même de la part des habitants. Cette image négative occulte la périphérie rurale pourtant très appréciée. L'attractivité du territoire s'en ressent et le Carmausin a du mal à attirer des populations jeunes.

## **2.2 Une attractivité territoriale relative, qui nécessite la mise en place d'actions de valorisation**

L'attractivité du territoire est fortement impactée par l'image complexe et la division de la population sur la question du patrimoine.

### *2.2.1 Un manque d'attractivité du territoire renforcé par une méconnaissance de ses ressources*

Le manque d'attractivité du territoire peut en partie s'expliquer par la moyenne d'âge élevée des habitants du territoire, notamment dans les petits villages de campagne : « *Le problème, c'est que on est dans des milieux ruraux, où le vieillissement de la population se fait beaucoup* » (Mme M, Salles-sur-Cérou, extrait d'entretien du 30 avril 2018). Même au niveau agricole, le développement des filières est complexe, car peu de jeunes veulent s'installer : « *le vignoble vieillit, la pyramide des âges est dégradée. Fin dégradée, y a beaucoup de vieux, pas assez de jeunes.* » (M. J, Sainte-Croix, extrait d'entretien du 24 avril 2018). Même la culture de la truffe, qui est pourtant un produit haut de gamme peine à attirer un public jeune : « *C'est surtout des gens qui sont à la retraite ou qui vont prendre la retraite. C'est, c'est un milieu un peu âgé.* » (M. L, Cestayrols, extrait d'entretien du 26 avril 2018). Le territoire a donc besoin de renouveau, d'attirer une population plus jeune, qui sera capable de créer du dynamisme et du développement durablement :

*« Pour faire venir des gens d'ailleurs, des gens jeunes ! Parce que ce que l'on veut c'est des gens jeunes tant qu'à faire. Pour l'instant ceux qui viennent dans notre territoire, c'est ceux qui sont attirés par le paysage, voilà ils arrivent à 60 ans, à la retraite, ils se disent j'ai 20 ans à peu près en forme. Ils se disent je vais me faire plaisir, je vais acheter une maison à la campagne, je vais vivre... je vais vivre 20 années, 10-15 années... Mais c'est pas de l'avenir 10-15 années ! »* (Mme A, Carmaux, extrait d'entretien du 30 mars 2018).

Le dynamisme du territoire pourrait passer par une valorisation active de ses productions locales et de ses savoir-faire. Cependant la population n'apparaît pas très impliquée aux yeux des enquêtés : « *Les gens sont, fin les gens du local sont pas intéressés. Très peu de gens... Ils sont contents quand vous le faites, mais quand vous demandez du monde...* » (Mme B, Carmaux, extrait d'entretien du 5 avril 2018). Egalement, certaines actions avec des groupes scolaires ont été mises en place, afin de les sensibiliser à la culture du territoire, mais ces initiatives sont complexes à organiser pour les acteurs notamment privés : « *Euh... pendant un moment on faisait les écoles, surtout pour la journée du goût, on faisait les écoles. Après bon, c'est tombé un peu à l'eau. Les enseignants..., bon faut venir avec les gosses, ça pose des problèmes.* » (M. D, Carmaux, extrait d'entretien du 10 avril 2018).

Le manque de connaissance des productions et des richesses du territoire peut être une des explications du manque d'attractivité du territoire. En effet, même certains habitants n'ont pas connaissance de ce qui se fait près de chez eux : « *Après bon... localement... disons que y a des gens encore ils savent pas qu'il y a de la truffe dans le Tarn* » (M. L, Cestayrols, extrait d'entretien du 26 avril 2018) ; « *les gens ne connaissent pas toujours les entreprises qu'il y a sur le territoire [...] sauf que ça permet quand même de valoriser le territoire à une échelle plus importante* » (Mme N, Cagnac-les-Mines, extrait d'entretien du 17 mai 2018).

Ainsi, il est nécessaire de trouver des solutions pour attirer une nouvelle population, plus jeune, sur le territoire, tout en impliquant de façon plus importante la population locale. Cette attractivité passe par un changement de l'image du territoire, en valorisant ses ressources et en montrant qu'il est dynamique.

### *2.2.2 Montrer que le territoire est vivant : un moyen de changer son image*

Pour attirer une nouvelle population, et également des touristes, il est nécessaire de montrer que le territoire vit, qu'il ne s'est pas arrêté avec la fermeture de la mine, même si beaucoup d'acteurs ont ce ressenti : « *Justement, de faire voir que y a pas que ni Jaurès, bon c'est vrai qu'il faut pas l'oublier, ni les mines, mais y a autre chose qui est resté et qui continue à faire vivre le territoire.* » (M. D, Carmaux, extrait d'entretien du 10 avril 2018). Sans oublier le passé qui fait l'identité du territoire, il est important de montrer que des choses nouvelles, innovantes et dynamiques se mettent en place : « *le Musée aussi en lui-*

*même c'est de la valorisation, du fait de retracer aussi l'histoire, de rappeler que voilà qu'il y a cette histoire, mais y a aussi ce qui se fait maintenant et de mettre ça en parallèle, ça montre que c'est toujours vivant »* (Mmes E et F, Carmaux, extrait d'entretien du 11 avril 2018). Cette question d'image vivante du territoire est nécessaire et partagée par la quasi-totalité des enquêtés, qui essayent de le faire transparaître dans leurs activités respectives : *« Le but c'est de faire parler de Tanus, c'est de faire découvrir, de montrer qu'on vit quoi. »* (M. C, Tanus, extrait d'entretien du 6 avril 2018).

Les enquêtés ont souvent relevé ce qui est apparu à la suite de l'analyse de l'état des lieux, à savoir que le territoire ne possède pas de savoir-faire spécifiques. Ils sont donc tous d'accord pour affirmer que c'est dans la manière de valoriser ce patrimoine que le territoire se démarquera et deviendra attractif : *« Il faut toujours chercher à faire des choses différentes pour se démarquer, pour attirer [...] plus on aura de chose à montrer, à voir différentes, plus ça fera venir du monde »* (M. K, Montirat, extrait d'entretien du 25 avril 2018). Chacun a donné des pistes de valorisation, montrant qu'une multitude de possibilités existent. L'aspect ludique et l'expérience vécue par les visiteurs semblent des éléments importants qui reviennent : *« les gens recherchent ce qu'ils appellent du tourisme expérientiel. Donc on met ce qu'on veut derrière, mais ça colle tout à fait effectivement avec cette, cette notion de visite, de créer sa propre expérience dans les galeries »* (Mme O, Cagnac-les-Mines, extrait d'entretien du 17 mai 2018) ; *« Je pense que c'est du coup de trouver cette... cet insolite qui va nous différencier »* (Mme A, Carmaux, extrait d'entretien du 30 mars 2018).

Ainsi, pour que le territoire devienne attractif aux yeux des visiteurs, possiblement futurs résidents, et des locaux, la valorisation du territoire doit s'appuyer sur les atouts du territoire, c'est-à-dire son patrimoine, ses ressources, en montrant qu'il est toujours dynamique et vivant. A noter que plusieurs acteurs interrogés ont fait ressortir le fait que beaucoup de personnes, étant parties du territoire après la fermeture des mines, aiment revenir et sont de très bons ambassadeurs. D'ailleurs, de nombreux locaux, quand ils reçoivent de la famille ou des amis, leur font découvrir les richesses locales. Les ambassadeurs de territoire sont une piste intéressante à valoriser : *« s'il y a des leviers pour activer ce côté ambassadeur là, pour le vignoble, comme pour la cathédrale ou, ou pour le musée de la mine, ça c'est des bonnes choses. Si on peut valoriser les gens qui se*

*comportent en ambassadeurs, il faut le faire.* » (M. J, Sainte-Croix, extrait d'entretien du 24 avril 2018).

### **2.3 La mise en valeur du patrimoine économique est intéressante, mais nécessite de nombreux moyens**

La valorisation du patrimoine artisanal, industriel et agricole du territoire pourrait être un moyen de changer son image et de le rendre plus attractif. Cependant, elle demande aux acteurs du territoire de nombreux moyens, parfois difficiles à mettre en œuvre.

#### *2.3.1 Un patrimoine complexe à valoriser, malgré des potentialités importantes*

Le patrimoine lié aux activités économiques de la 3CS est ce qui en fait sa richesse, cependant beaucoup d'enquêtés s'accordent à dire qu'il n'a pas été sauvegarder comme il faudrait : « *Ici, moi, j'ai l'impression qu'on se réveille un peu tard pour conserver le patrimoine industriel* » (Mme B, Carmaux, extrait d'entretien du 5 avril 2018), ou alors qu'il souffre d'un manque de valorisation comparé aux territoires proches : « *étant à la limite avec l'Aveyron, c'est pas une critique hein, ils ont toujours été plus en avance que, que le Tarn sur plein de choses. Euh... au niveau agricole...* » (M. J, Sainte-Croix, extrait d'entretien du 24 avril 2018). Le patrimoine lié à la mine est donc peu visible sur le territoire, tout comme l'artisanat qui est un artisanat « de base », sans vocation réelle de valorisation touristique :

*« il reste plus grand chose, pour ne pas dire il ne reste pratiquement plus rien, des vieux ateliers de, artisanaux qu'il y avait autrefois. Donc il perdure quelques vestiges d'outillages, mais bon qui est très sommaire et très peu explicatif. Par contre on a un patrimoine industriel, extrêmement important, même si aujourd'hui, la majorité a été détruit »* (M. G, Carmaux, extrait d'entretien du 11 avril 2018).

Au niveau de l'agriculture, quelques initiatives de mise en valeur existent, mais elles sont encore faibles. Malgré tout, beaucoup d'enquêtés s'accordent à dire que les productions locales sont de qualité et importantes sur le territoire : « *Il faut savoir qu'on a de petites exploitations rurales qui font, qui sont dans l'agric..., ils ont pas forcément le label bio, mais ils ont... une agriculture on va dire raisonnée, et à petite échelle. Donc ils ont une qualité. Une très, très bonne qualité. Ça je pense que pour le savoir-faire agricole c'est essentiel.* » (Mme A, Carmaux, extrait d'entretien du 30 mars 2018). Le Veau du Ségala, qui est la production la plus emblématique du territoire est d'ailleurs souvent citée en exemple. « *En fait le veau du Ségala c'est quoi, c'est un, c'est un produit de qualité fait à*

*une, à une échelle assez restreinte puisque c'est le Ségala, euh... C'est spécifique. C'est vraiment ce qu'ont voulu les agriculteurs pour s'en sortir. »* (M. C, Tanus, extrait d'entretien du 6 avril 2018).

La faible valorisation des savoir-faire peut s'expliquer par le fait qu'il est complexe pour les artisans, agriculteurs ou entreprises d'accueillir du public. Ces structures n'ont pas pour vocation première d'être ouvertes au public : *« je pense que les gens qui sont pas ouvert au public, c'est aussi ce côté-là, cette double casquette qui des fois est compliquée à, à mettre en place quoi. »* (Mmes E et F, Carmaux, extrait d'entretien du 11 avril 2018). De plus, cela demande un investissement important notamment en termes de moyens humains *« bon conserver un patrimoine c'est bien, mais le valoriser ça implique quand même à un moment donné, des moyens humains »* (M. H, Carmaux, extrait d'entretien du 16 avril 2018) et surtout cela demande du temps : *« je pense que partout c'est pareil, fin dans toutes les entreprises, d'expliquer c'est pas un problème, mais ça prend quand même du temps. »* (M. D, Carmaux, extrait d'entretien du 10 avril 2018). Allier deux activités, à savoir la production et l'accueil du public est le frein principal des acteurs : *« le temps que je le passe à faire ça, je suis pas à faire autre chose. Donc il nous faudrait arriver à trouver l'équilibre. Mais euh... un peu plus oui, c'est juste qu'on a pas le temps de s'en occuper pour le développer, tout simplement. »* (M. K, Montirat, extrait d'entretien du 25 avril 2018). La valorisation des savoir-faire demande donc un investissement important aux acteurs du territoire, notamment pour se démarquer. *« Le problème c'est que les villes comme Carmaux, y en a quelques-unes en France. Donc tout le monde aujourd'hui essaye de faire face, d'attirer des gens »* (M. G, Carmaux, extrait d'entretien du 11 avril 2018). Innover et proposer des choses nouvelles serait la solution, mais cela demande une véritable réflexion : *« effectivement que ça pourra être valorisé différemment, alors après c'est sûr il faut des moyens, il faut du personnel, il faut un ensemble de choses »* (Mme O, Cagnac-les-Mines, extrait d'entretien du 17 mai 2018).

Le patrimoine artisanal, industriel et agricole du territoire est donc complexe à valoriser car, d'une part, il a été endommagé avec le temps et parfois peu de vestiges sont encore présents. D'autre part, l'ouverture de certaines entreprises au public engendre des perturbations dans l'activité productive, ce qui est un frein important pour beaucoup d'entre-elles. Enfin, les actions de valorisation demandent des moyens importants qui

peuvent décourager certaines démarches. C'est pourquoi il apparaît nécessaire que tous les acteurs du territoire travaillent ensemble.

### *2.3.2 Une synergie des acteurs aujourd'hui nécessaire*

Afin de valoriser le patrimoine et de permettre au territoire de changer son image et de devenir attractif, tous les enquêtés ont évoqué la nécessité que les acteurs du territoire travaillent ensemble : « *Si on crée du lien, forcément, il se passe des choses* » ; « *On est toujours moins con à plusieurs que tout seul* » (Mme M, Salles-sur-Cérou, extrait d'entretien du 30 avril 2018). C'est en créant des initiatives et en étant dynamiques et volontaires que les acteurs vont créer du développement et que les actions auront un impact. « *Je pense que tout fait partie de, de l'attractivité. Je veux dire, pour faire venir les gens, il faut que tout le monde y mette du sien. Nous euh, les autres, fin je veux dire c'est un tout, voilà, c'est un tout. Euh, oui, mais à notre petit niveau, voilà, mais plus on est de gens à faire des animations, mieux c'est, enfin je pense.* » (M. D, Carmaux, extrait d'entretien du 10 avril 2018). Les acteurs privés doivent se mobiliser, mais également la collectivité : « *tout ça c'est un grand mouvement politique global. C'est patrimonial, c'est culturel, c'est économique, euh... voilà, c'est vraiment un ensemble, voilà qui doit être travaillé dans, d'un point de vue, d'un ensemble.* » (M. H, Carmaux, extrait d'entretien du 16 avril 2018). Ainsi, cette synergie passe par l'action des associations, des producteurs, des artisans, mais doit être structurée d'un point de vue politique, être supervisée par la collectivité. Le nom de l'Office de tourisme de territoire revient souvent dans les entretiens : « *je pense qu'à ce niveau-là l'Office de tourisme a un rôle à jouer en tant que, mise en synergie.* » (Mme O, Cagnac-les-Mines, extrait d'entretien du 17 mai 2018), mais il est toujours associé aux autres services de la Communauté de communes « *le tourisme, l'économie et la culture, ça devrait pouvoir faire des trucs ensemble* » (M. J, Sainte-Croix, extrait d'entretien du 24 avril 2018).

Pour résumer, le territoire jouit d'une image plutôt négative qui est petit à petit en train de changer, notamment parce qu'une nouvelle génération et une nouvelle population arrivent. Cependant, ces personnes sont moins attachées au territoire et à son passé, que les natifs du territoire qui reconnaissent dans le patrimoine leur identité et leurs racines. La population plutôt vieillissante montre la nécessité d'attractivité qui pèse sur la Communauté de communes. Cette attractivité passe par un besoin de valoriser le territoire par des actions innovantes, tout en affirmant qu'il est vivant et dynamique. Sa richesse passe par son

patrimoine important et les productions agricoles de qualité. Cependant, il a été éprouvé par l'histoire et le temps, notamment les vestiges de la mine, souvent dénigrés par la population elle-même. Faire visiter au grand public les entreprises actuelles du territoire serait un moyen de montrer son dynamisme, mais elles n'ont pas vocation à accueillir du public, ce qui peut être un frein. Frein accentué par les moyens humains et financiers nécessaires à la valorisation du patrimoine. Finalement, pour abaisser ces barrières, la mise en réseau des acteurs est une étape clé, indispensable.

**Figure 42** : les mots-clés de l'étude qualitative



Béregère Fabre, 2018

### **3. Un diagnostic de territoire plutôt favorable à la valorisation des savoir-faire**

Au vu des éléments récoltés lors de cet état des lieux, un diagnostic (sous forme de matrice SWOT) a pu être réalisé. Il permet de voir les éléments importants sur le territoire en termes de savoir-faire, ce qu'il faudrait faire pour améliorer l'attractivité du territoire, tout en favorisant son développement. Egalement, il permet de voir les opportunités ou non de développer cette forme de tourisme sur le territoire en prenant en compte les menaces de l'environnement.

#### **3.1 Des points à améliorer et de nombreuses forces**

Les points forts du Carmausin-Ségala sont surtout liés à la présence de nombreux savoir-faire et patrimoines sur le territoire. Egalement, les acteurs des différents secteurs d'activité (collectivité, associations, agriculteurs, artisans) semblent favorables à la mise en place d'actions concertées pour les valoriser. Ces dernières permettraient d'améliorer certains

aspects complexes tels que l'image encore difficile du territoire, son attractivité ou l'implication de la population locale.

**Tableau 16** : le diagnostic interne au territoire

<b>Points forts du territoire</b>	<b>Points à améliorer sur le territoire</b>
<p><b>Le patrimoine :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une histoire riche et forte liée au passé industriel minier et agricole du territoire.</li> <li>- Présence de sites culturels et touristiques structurants, directement liés au passé économique : musée-mine, musée/centre d'art du verre, Cap'Découverte.</li> <li>- Des paysages et une campagne préservée qui ont une bonne image.</li> <li>- Des actions de valorisation expérientielles : galeries de la mine, souffleurs de verre, balades gourmandes, etc.</li> </ul> <p><b>Les savoir-faire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présence de nombreux vestiges témoins des savoir-faire passés : pigeonniers, outils agricoles anciens, bâtis industriels et miniers, etc...</li> <li>- Présence de nombreux savoir-faire actuels : diversité des productions agricoles, usines de pointes, etc...</li> </ul> <p><b>La qualité des productions :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les labels agricoles et agroalimentaires montrent la qualité de l'agriculture du territoire.</li> <li>- L'artisanat d'art lié au verre est un savoir-faire demandant une grande maîtrise, tout comme beaucoup d'autres métiers sur le territoire.</li> <li>- L'industrie de pointe présente montre également cette qualité.</li> </ul> <p><b>Les acteurs du territoire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le tissu associatif est développé et valorise le patrimoine du territoire.</li> <li>- Une partie de la population est très attachée au patrimoine, surtout passé.</li> <li>- Tous les acteurs veulent montrer que le territoire est vivant, qu'il est</li> </ul>	<p><b>L'image du territoire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mauvaise image de Cap'Découverte, qui en plus ne travaille pas avec les autres acteurs du territoire.</li> <li>- Un patrimoine peu visible sur le territoire : disparition et destruction de certains vestiges miniers, artisans peu visibles...</li> <li>- Image du territoire très complexe : négative pour les communes de l'ancien bassin houiller, qui efface celle, plutôt positive, des communes rurales.</li> </ul> <p><b>La coordination des acteurs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les actions de valorisation sont individuelles et disparates.</li> <li>- Il n'existe pas de synergie entre les acteurs, ni de stratégie de valorisation des savoir-faire clairement définie et affirmée par tous.</li> </ul> <p><b>L'attractivité du territoire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un manque d'attractivité du territoire notamment auprès des jeunes, visible par le vieillissement de la population.</li> </ul> <p><b>L'implication de la population locale :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un attachement fort de la population qui a connu le passé industriel du territoire, qui parfois peut freiner les initiatives nouvelles. Il apparaît des points de vue divergeant sur la question de la valorisation de la mine.</li> <li>- La population nouvelle et les jeunes sont moins impliqués dans la valorisation et la découverte du patrimoine productif du territoire.</li> <li>- Certains habitants ne connaissent pas l'histoire du territoire.</li> <li>- Une implication des entreprises</li> </ul>

<p>dynamique.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les personnes natives du territoire aiment revenir sur le territoire et consommer les produits locaux.</li> <li>- Les habitants et les natifs se placent en tant qu'ambassadeurs du territoire auprès de leurs connaissances et famille.</li> </ul>	<p>complexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Peu d'artisans et d'agriculteurs ouverts à la visite : le tourisme et la production sont deux métiers différents qui demandent du temps et des moyens humains et financiers.</li> <li>- Des industries de pointe, difficiles, voire impossibles à ouvrir au grand public, car peu adaptées et très techniques. Peu d'artisans avec un intérêt touristique sont présents sur le territoire.</li> <li>- Des entreprises qui ne voient pas l'utilité d'ouvrir leurs portes au public.</li> </ul>
--	--

Bérengère Fabre, 2018

### 3.2 Un environnement opportun mais avec quelques menaces

L'environnement semble plutôt favorable au développement du tourisme de savoir-faire, puisque aucun autre territoire ne semble avoir positionné sa communication touristique sur cette thématique et qu'il s'agit d'une forme de tourisme qui intéresse de plus en plus les visiteurs. Cependant, le manque de productions spécifiques peut être un frein, tout comme la concurrence des sites à forte notoriété alentour. Il faut donc que le territoire arrive à se démarquer dans la manière de valoriser son patrimoine.

**Tableau 17** : le diagnostic externe au territoire

Opportunités de l'environnement	Menaces de l'environnement
<p><b>Des sites importants qui se restructurent :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projet scientifique et culturel du Musée/centre d'art du verre qui doit lui permettre de devenir un élément majeur du territoire en le reconnectant à l'histoire.</li> <li>- L'office de tourisme au travers d'une étude stratégique et d'un changement de lieu, doit devenir la porte d'entrée du territoire, en valorisant les savoir-faire de manière ludique et sensorielle.</li> </ul> <p><b>Un tourisme favorable :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Attire des touristes pour le tourisme de découverte économique et</li> </ul>	<p><b>Un manque de productions spécifiques :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le territoire ne possède pas de production agricole, artisanale ou industrielle spécifique et forte (excepté le whisky, les échaudés et le verre, mais qui sont faiblement valorisés), les départements proches ayant les mêmes.</li> </ul> <p><b>La concurrence d'autres départements :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le Tarn est moins touristique que les autres territoires.</li> <li>- Le territoire est entouré de sites touristiques très forts : Albi, Cordes-sur-Ciel, Rodez.</li> <li>- L'Aveyron communique beaucoup sur ces savoir-faire et valorise les</li> </ul>

<p>expérientiel.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le tourisme de savoir-faire répond aux grandes tendances des attentes des visiteurs.</li> <li>- Le tourisme de savoir-faire est une pratique accessible à tous, qui convient autant pour un séjour long, que pour une excursion. De plus, il peut être un moyen d'attirer les cibles souhaitées par le territoire, à savoir les familles, grâce à des activités ludiques.</li> </ul> <p><b>Des politiques en place :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'Etat et la Région Occitanie encouragent les initiatives en termes de valorisation des savoir-faire, autant traditionnels, qu'innovants.</li> </ul> <p><b>Un axe peu développé par les autres territoires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucun département limitrophe n'est clairement positionné sur la valorisation des savoir-faire, que ce soit au niveau de la communication ou des animations (excepté l'Aveyron).</li> <li>- La mine est un atout, car aucun territoire proche n'a autant de vestiges, ni une histoire aussi fortement marquée par ce passé industriel.</li> </ul>	<p>métiers présents sur le Ségala aveyronnais.</p> <p><b>Un tourisme similaire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le profil des touristes et des activités pratiquées sont les mêmes sur tous les départements.</li> </ul>
--	--

Bérengère Fabre, 2018

Au vu de ce diagnostic, il apparaît que le territoire possède de nombreux points forts et une histoire riche. L'image complexe du territoire et l'appropriation difficile de l'histoire passée par une partie de la population pourraient être améliorées grâce à une meilleure valorisation des savoir-faire, dans une stratégie globale. La visite d'entreprise semble difficile à mettre en place sur le territoire en tant que telle, puisque très peu d'artisans présentant un intérêt touristique (essentiellement l'artisanat d'art) n'ouvrent leurs portes au public. Les industries sont quant à elles des industries de pointe, avec un propos très complexe, non adapté à l'accueil du public. Seules les visites d'exploitations agricoles semblent pour le moment faisables. Pourtant le tourisme de savoir-faire peut être développé, en proposant des actions ludiques, sensorielles et expérientielles, afin de permettre au territoire de se différencier. D'ailleurs, l'environnement est plutôt très

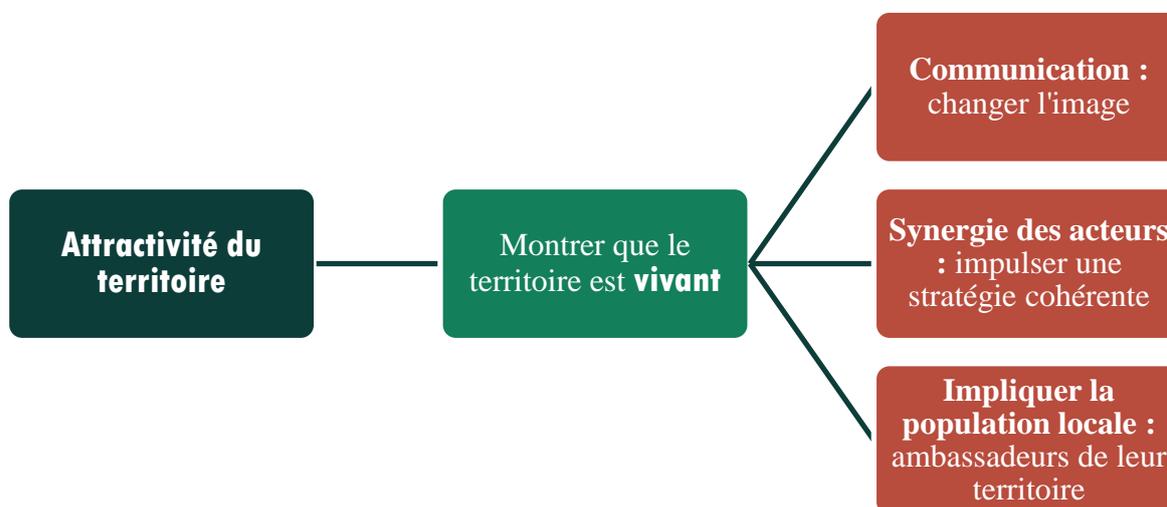
favorable au développement de cet axe, permettant ainsi d'améliorer à la fois l'image et l'attractivité du territoire.

### **Conclusion du chapitre 1 :**

Pour conclure, cette analyse portant sur les potentialités du territoire en termes de valorisation des savoir-faire et sur sa relation avec la population locale a permis de mettre en évidence plusieurs éléments en lien avec les hypothèses formulées précédemment. Pour rappel, la première hypothèse est que **la valorisation du patrimoine industriel, artisanal et agricole contribue à améliorer l'attractivité touristique d'un territoire rural**. Les entretiens, ainsi que les recherches effectuées ont permis de révéler que le territoire de la 3CS souffrait d'un manque d'attractivité, notamment auprès des population jeunes, caractéristique de beaucoup de territoires ruraux. Egalement, son attractivité touristique est pour l'instant assez limitée dû à une méconnaissance et une image négative du territoire. Valoriser les savoir-faire du territoire, riches et fortement liés à son histoire, permettrait ainsi d'améliorer son image en le rendant plus dynamique et innovant. Cette attractivité rejoint la deuxième hypothèse : **le regroupement des acteurs d'un territoire autour d'un projet de valorisation des savoir-faire permet de renforcer son attractivité et de créer du développement**. Pour impulser des actions favorisant le développement du territoire et ainsi montrer qu'il est vivant et dynamique, tous les acteurs, qu'ils soient privés ou publics, doivent travailler ensemble. L'analyse a fait ressortir ce besoin de mise en réseau des acteurs, car pour l'instant les actions menées sont individuelles et non structurées, ce qui limite leur impact. La nécessité de mise en synergie est donc un élément important, qui permettrait aux actions de valorisation d'avoir plus de poids, d'être mieux structurées et ainsi de devenir pour la 3CS un réel atout, lui permettant de se démarquer. Enfin, pour augmenter son attractivité le territoire doit surtout arriver à changer son image négative, véhiculée par les habitants eux-mêmes. Il faut donc arriver à faire en sorte que **la valorisation des savoir-faire productifs permette à la population locale de renouer avec l'identité et la culture du territoire**. En effet, c'est elle qui est la meilleure ambassadrice du territoire et qui peut avoir un impact fort sur son attractivité. Aujourd'hui, le Carmausin-Ségala souffre de son image négative, ce qui freine son attractivité et son développement. L'implication de la population locale, en la reconnectant à l'identité du territoire fortement marqué par les métiers qui l'ont construit, devient une nécessité. Ainsi, le diagnostic de territoire a permis de montrer que l'attractivité de la 3CS est fortement

dépendante des actions conjointes des acteurs en termes de valorisation du patrimoine, dans le cas présent des savoir-faire productifs, et de l'image du territoire véhiculée par la population locale.

**Figure 43** : les axes de développement révélés après le diagnostic



Bérengère Fabre, 2018

Les axes de développement définis précédemment sont les bases du projet de valorisation des savoir-faire. Ce dernier présente les idées fortes, les enjeux et les principes directeurs, ainsi que les actions à mener afin de mettre en valeur l'artisanat, l'industrie et l'agriculture du territoire, notamment d'un point de vue touristique. Ce travail permet d'aiguiller la collectivité, afin de faire des savoir-faire un élément d'attractivité fort.

Figure 44 : synthèse de l'état des lieux et diagnostic

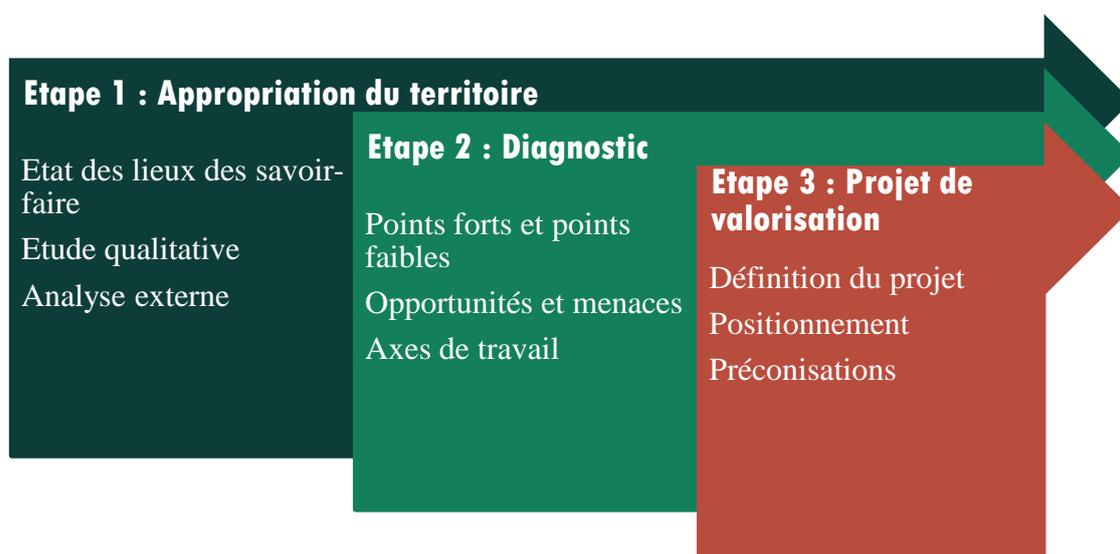


Bérengère Fabre, 2018

## Chapitre 2 : La mise en place d'un plan stratégique pour améliorer l'attractivité du territoire grâce aux savoir-faire

La dernière étape de l'étude sur la valorisation des savoir-faire productifs du Carmausin-Ségala est l'élaboration d'un plan d'action qui permette au territoire de développer le tourisme de savoir-faire. Ce plan stratégique suit les trois axes relevés après avoir réalisé l'état des lieux et le diagnostic à savoir : proposer une communication adéquate afin de changer l'image du territoire, favoriser le travail en synergie des acteurs, impliquer la population locale.

**Figure 45** : troisième étape de l'étude : le projet de valorisation



Bérengère Fabre, 2018

Le projet de valorisation se compose donc d'une réflexion sur la stratégie à adopter, de l'élaboration d'un positionnement qui puisse donner de la visibilité au territoire, ainsi qu'un plan d'action, détaillé grâce à des fiches actions

### **1. Un projet de valorisation basé sur les métiers et les Hommes qui construisent le Carmausin-Ségala**

Le projet de valorisation des savoir-faire du territoire découle du diagnostic établi précédemment. Il comprend la formulation d'un positionnement qui doit permettre à la stratégie d'être cohérente et englober l'ensemble du territoire, ainsi que des actions permettant de répondre aux objectifs fixés. Ces derniers sont l'amélioration de l'attractivité

du territoire grâce à la mise en valeur de ses savoir-faire, ce qui nécessite le travail en commun des acteurs et une meilleure implication de la population locale. L'ambition du projet est donc de renforcer l'attractivité, notamment touristique du Carmausin-Ségala, en améliorant son image. La finalité est de se démarquer des sites à forte notoriété, en proposant un tourisme différent, capable de montrer que le territoire est vivant et dynamique.

### **1.1 Les questions préalables à la formulation du projet**

Au vu de l'état des lieux et du diagnostic préalablement établi, il est important de rappeler qu'il existe une réelle opportunité quant au développement du tourisme de savoir-faire sur le territoire, mais aucune production actuelle, qu'elle soit agricole, artisanale ou industrielle, n'est réellement spécifique. Plusieurs questions se posent alors : quels savoir-faire valoriser ? En sachant qu'il paraît complexe, sauf pour l'agriculture, de faire des visites d'entreprises, quelles actions mettre en place ? L'une des questions essentielles est de savoir s'il est plus intéressant de valoriser les savoir-faire passés ou les savoir-faire présents. Pour impliquer la population locale et la faire renouer avec l'identité et la culture du territoire, il faut parler du passé et de ce qui a construit le Carmausin-Ségala. Pour changer l'image du territoire, en montrant qu'il est dynamique et vivant, tout en impliquant les acteurs, il est important de s'appuyer sur les productions actuelles. Enfin, les touristes sont à la fois attirés par la découverte du patrimoine (et donc de l'Histoire) et par les produits locaux. Il faut donc arriver à valoriser le passé économique du territoire et les productions agricoles et artisanales actuelles, dans une stratégie cohérente et lisible pour les visiteurs. Ainsi, sur quels éléments s'appuyer ?

Certains acteurs interrogés souhaitent mettre en avant la figure de Jean Jaurès, en montrant qu'il était proche à la fois des mineurs, des verriers, et du monde agricole. Sans effacer son rôle majeur, il semble complexe de mettre en avant cette facette de l'Histoire comme premier élément du positionnement. En effet, valoriser le rôle de Jean Jaurès, c'est valoriser l'histoire sociale du territoire, certes qui a bâti son identité et qui s'est construite autour de certains métiers, mais qui ne montre par son dynamisme actuel. Les savoir-faire seraient effacés, le tourisme devenant un tourisme de mémoire, plus qu'un tourisme de savoir-faire. Cependant, cela ne veut pas dire qu'il faut oublier les luttes sociales, bien au contraire. Il faut donc arriver à s'appuyer sur des savoir-faire forts sans pour autant que des

pans de l'Histoire soient mis de côté. Voici un tableau récapitulatif des savoir-faire forts du territoire :

**Tableau 18** : les savoir-faire forts du territoire

	<b>Artisanat</b>	<b>Agriculture</b>	<b>Industrie</b>
<b>Passé</b>	Taille de pierre (Salles) Meunier (moulin)	Colombine (Pigeonniers) Techniques anciennes	Mine Verre
<b>Présent</b>	Echaudés Verriers Distilleries	Elevage (viande, fromages), apiculture (miel, gâteaux), céréales et légumineuses, truffes, fruits (jus, crèmes de châtaignes), viticulture.	Industrie de pointe (pas valorisable en tant que ressource touristique)

Bérengère Fabre, 2018

Les trois éléments qui paraissent les plus importants sont :

- a) Le verre, qui est une transition entre le passé industriel et l'artisanat d'art contemporain. Egalement, de par son statut de métier d'art, il a une valeur touristique et esthétique très forte.
- b) La mine : le territoire est identifié de l'extérieur par rapport à son passé minier et l'identité du territoire est fortement liée à cette industrie.
- c) L'agriculture et les produits agroalimentaires sont importants et surtout de qualité. Egalement, les exploitations agricoles sont les entreprises les plus susceptibles d'ouvrir leurs portes au grand public.

Pour mettre en place la stratégie de valorisation, il faut arriver à faire le lien entre le passé et le présent, entre les différents secteurs d'activité, tout en évitant de s'éparpiller au risque de perdre de la cohérence, et que le positionnement du territoire soit illisible, autant de l'extérieur que de l'intérieur.

## 1.2 Le projet de valorisation : faire le lien entre les savoir-faire et les Hommes qui les détiennent

### 1.2.1 Les cibles visées

Le projet de valorisation doit toucher plusieurs populations, qu'elles soient externes ou internes au territoire.

**Tableau 19** : les cibles du projet de valorisation des savoir-faire

<b>Les touristes</b> <i>Qui veulent vivre une expérience unique, enrichissante et qui sont de plus en plus intéressés par la découverte des savoir-faire.</i>		
<b>Les excursionnistes</b> : les habitants des territoires alentours, résidant dans le Tarn ou dans d'autres départements, qui veulent faire des activités ludiques, à la journée.	<b>Les familles</b> : la découverte des savoir-faire, si elle se fait de manière ludique, peut être un moyen d'attirer les familles, cible que l'Office de tourisme aimerait capter davantage.	
<b>La population locale</b> <i>Arriver à valoriser les savoir-faire permettrait de faire renouer la population locale avec la culture et l'histoire du territoire, en apportant une image positive et dynamique.</i>		
<b>Les jeunes et écoles</b> : des actions doivent être mises en place, afin de leur faire connaître l'histoire du territoire et leur faire renouer avec cette identité locale.	<b>Les nouveaux arrivants</b> : leur faire connaître l'histoire du territoire, pour qu'ils soient plus impliqués et qu'ils s'y attachent.	
<b>Les acteurs du territoire</b> <i>Le positionnement doit arriver à fédérer les acteurs autour d'un projet commun, créant du développement sur le territoire.</i>		
<b>Les élus (la collectivité)</b> : doivent se reconnaître dans le positionnement, avoir envie de s'impliquer dans des projets, afin d'axer tout le développement du territoire autour.	<b>Les commerces, hébergeurs, restaurateurs</b> : doivent avoir envie de valoriser les productions locales et ainsi apporter encore plus de cohérence au positionnement choisi.	<b>Les entreprises, artisans, agriculteurs</b> : doivent se reconnaître dans ce positionnement et ainsi avoir envie de s'impliquer dans la valorisation de leur métier et savoir-faire.

Bérengère Fabre, 2018

### *1.2.2 Les missions*

Les missions de ce projet de valorisation, qui sont au nombre de trois, doivent permettre d'atteindre l'ambition fixée, à savoir améliorer l'attractivité du territoire.

La première mission est de **fédérer les acteurs autour d'un projet commun, susceptible d'apporter du développement**. En effet, pour l'instant, les actions de valorisation sont très individuelles, sans lien entre elles. Pour permettre à la stratégie proposée d'avoir un réel impact, les acteurs des différents secteurs d'activité du territoire doivent se regrouper et créer un projet commun. De plus, si les différentes structures, qu'elles soient privées (entreprise, agriculteur, artisan, association...) ou publiques (collectivité) travaillent ensemble, cela pourrait amener du développement, notamment grâce à l'augmentation de la vente de productions locales et à l'impulsion d'initiatives porteuses pour le territoire.

Toujours dans le but d'améliorer l'attractivité, la deuxième mission est de **valoriser les savoir-faire pour changer l'image du territoire et attirer les touristes**. En effet, comme il a été révélé par le diagnostic, le territoire possède de nombreux savoir-faire, passés et présents, qui ont plutôt une bonne image. De plus, il existe une réelle opportunité de positionner le territoire sur la thématique du tourisme de savoir-faire. Ainsi, axer la stratégie du territoire sur la mise en valeur de ces ressources pourrait lui permettre de changer son image, en montrant qu'il est dynamique. Cela permettrait également d'attirer les touristes désireux de découvrir l'histoire du territoire et les productions locales, tourisme qui se développe de plus en plus.

La dernière mission est de **favoriser la connaissance des savoir-faire auprès de la population locale afin qu'elle puisse renouer avec l'identité du territoire**. L'attractivité, passant aussi et surtout par les habitants qui vivent sur le territoire, ils doivent être impliqués dans les actions de valorisation. Egalement, il faut arriver à intéresser les populations qui ont le moins d'attachement au territoire et à son histoire, comme les jeunes et les nouveaux arrivants. De plus, l'image du territoire ne pourra changer que si les habitants sont positifs et sont attachés au territoire.

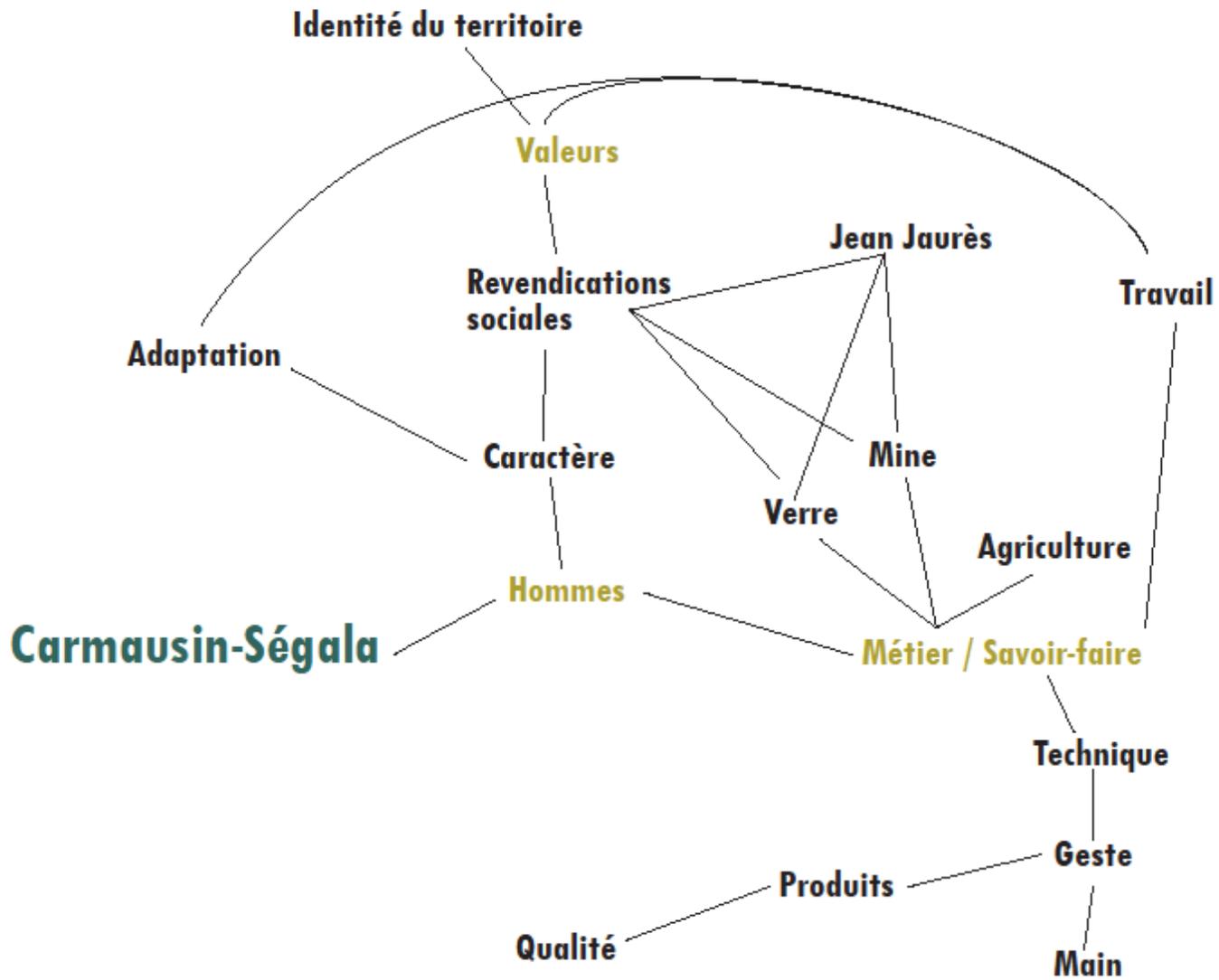
### *1.2.3 L'âme du projet*

Pour que le projet de valorisation du territoire soit cohérent et durable, il faut arriver à trouver un positionnement qui soit simple et clair, facile à comprendre par tous, qui parle

aux parties prenantes du territoire. Il faut également qu'il soit différent des concurrents, tout en restant crédible et basé sur les forces de la Communauté de communes. Enfin, il doit être durable dans le temps, pour que la stratégie puisse rester pérenne.

La méthode de la carte mentale a été utilisée afin d'arriver à la définition du positionnement. Il s'agit de partir du nom du territoire et d'y associer des mots et expressions qui le définissent, puis de créer des connections entre eux afin de déterminer les principales caractéristiques qui le définissent.

Figure 46 : carte mentale pour construire le positionnement



Ainsi, cette méthode a permis de mettre en lumière le fait que le Carmausin-Ségala est fortement lié aux Hommes, à leurs savoir-faire, ainsi qu'à leurs valeurs. Il faut donc réussir à retranscrire ces différents éléments qui constituent l'essence du territoire dans une phrase, qui sera le positionnement. Plusieurs essais ont été faits<sup>104</sup>, pour arriver à la proposition finale : **Le Carmausin-Ségala : les savoir-faire au cœur d'une aventure humaine**. Ce positionnement permet de mettre en avant les Hommes qui ont construit le territoire et qui continuent de le faire vivre grâce à leurs savoir-faire. Il regroupe la notion de maîtrise d'un métier, détenu par des individus aux valeurs fortes. Les mots employés dans le positionnement n'ont pas été choisis au hasard, ils ont tous une signification importante.

a) *Les savoir-faire* : il s'agit de l'élément central de la valorisation du territoire, c'est pourquoi ils doivent être présents et lisibles dans le positionnement.

b) *Le cœur* : renvoie aux valeurs des Hommes du territoire, qui l'ont construit avec leur cœur, que ce soit en travaillant dur, en défendant leurs droits et leurs convictions, ou en montrant leur attachement au Carmausin-Ségala. Le cœur fait appel à l'affect, qui permet aux individus de s'identifier et de s'attacher au positionnement plus facilement. Il peut également être relié à la situation géographique du territoire : au cœur de grands sites touristiques.

c) *Aventure* : la notion d'aventure permet de rendre dynamique le territoire, de montrer que des initiatives innovantes sont créées. De plus, le mot « aventure » a une connotation positive, participative et expérientielle, qui donne envie de se joindre à ce mouvement.

d) *Humaine* : renvoie aux Hommes qui font le territoire, à leurs valeurs, qui permettent de reconnecter le positionnement au territoire. L'associer à l'aventure permet de montrer que ce sont eux qui ont pris les choses en main, avec leur savoir-faire et que par leurs actions, ils ont enrichi le territoire.

Ce positionnement regroupe ainsi, les savoir-faire, les Hommes qui les détiennent, dans une phrase montrant du dynamisme et sans emploi du passé, ce qui ancre totalement le territoire dans le présent. Une variante peut être employée, en rajoutant la mention Pays de

---

<sup>104</sup> Le Carmausin-Ségala : des Hommes de valeur et de savoir-faire ; Le Carmausin-Ségala : trait d'union entre les valeurs des Hommes et les savoir-faire ; Le Carmausin-Ségala : une aventure humaine guidée par Jaurès et le savoir-faire des Hommes ; Le Carmausin-Ségala : entre savoir-faire et aventure humaine.

Jaurès : *Le Carmausin-Ségala, pays de Jaurès : les savoir-faire au cœur d'une aventure humaine*. Cela permet de faire renouer le territoire avec cette histoire forte, d'y associer un nom que tout le monde connaît et porteur de valeurs, sans toutefois axer le positionnement sur l'histoire passée. La promesse de ce positionnement est que les visiteurs vont rencontrer les Hommes qui possèdent des savoir-faire uniques, ils vont pouvoir partager et vivre une expérience unique, une aventure extraordinaire à leur côté.

### **1.3 L'élaboration d'un plan d'action pour mettre en œuvre le positionnement**

Les missions définies doivent se décliner en actions, toujours en corrélation avec l'âme du projet (le positionnement) pour atteindre l'ambition fixée. Elles ont été choisies pour répondre aux différents enjeux évoqués lors du diagnostic de territoire : changement d'image, communication, coordination des acteurs, implication de la population locale. Voici la synthèse du plan d'action sous forme de tableau :

Tableau 20 : plan d'action détaillé

1. Fédérer les acteurs autour d'un projet commun, susceptible d'apporter du développement	2. Valoriser les savoir-faire pour attirer les touristes et changer l'image du territoire	3. Favoriser la connaissance des savoir-faire auprès de la population locale afin qu'elle puisse renouer avec l'identité du territoire
Associer les acteurs autour d'un réseau commun et solide	Faire des savoir-faire l'élément central de la communication du territoire	Développer des actions pour impliquer la population locale et faire connaître les savoir-faire aux nouveaux arrivants
<p><i>Action n°1 - créer un <b>label territorial</b> :</i> permettant de regrouper les acteurs et d'impulser des actions coordonnées et cohérentes avec le positionnement choisi.</p> <p><i>Action n° 2 - développer des <b>outils d'animation du réseau d'acteurs</b> :</i> grâce à des actions ciblées, pour inciter les parties prenantes à travailler ensemble, à créer des partenariats.</p>	<p><i>Action n°4 - adapter la <b>communication touristique globale</b> du territoire :</i> en mettant en avant les savoir-faire et le positionnement.</p> <p><i>Action n°5 - créer une <b>route des savoir-faire</b> :</i> associée à une application-jeu, permettant de découvrir les richesses et l'histoire du territoire, grâce à un outil ludique et numérique.</p>	<p><i>Action n°8 - développer les <b>ambassadeurs de territoire</b> :</i> en impliquant la population locale dans la diffusion et la valorisation des savoir-faire.</p> <p><i>Action n°9 - proposer un <b>accueil pour les nouveaux arrivants</b> :</i> afin qu'ils s'approprient le territoire, son histoire et ses richesses.</p>

Favoriser la consommation des productions locales, grâce à des partenariats entre acteurs	Développer une offre d'animations pour attirer les touristes, notamment les familles et les touristes d'affaires, grâce à la thématique des savoir-faire	Mener des actions auprès du public scolaire et des jeunes
<p><i>Action n°3 - créer une <b>gamme de produits</b> : entièrement réalisée sur le territoire, de qualité et représentative des savoir-faire locaux.</i></p>	<p><i>Action n°6 - proposer des <b>visites pour les individuels</b> : insolites et sensorielles, pour leur faire découvrir ce patrimoine de manière ludique.</i></p> <p><i>Action n°7 - développer le <b>tourisme d'affaires</b> : en proposant des activités de cohésion de groupe et des incentives autour des savoir-faire.</i></p>	<p><i>Action n°10 - proposer des <b>journées de découverte</b> : où les coulisses de certains lieux, de certains métiers seront expliquées aux jeunes.</i></p> <p><i>Action n°11 - développer des <b>ateliers ludiques pour les scolaires</b> : afin qu'ils connaissent mieux le territoire, qu'ils se sentent impliqués et attachés au territoire grâce aux savoir-faire.</i></p>
		<p><i>Action n°12 - organiser un <b>événement fort</b> : qui permettrait aux habitants et aux visiteurs de découvrir les savoir-faire : exposition sensorielle, son et lumière.</i></p> <p><i>Action n°13 - créer un <b>escape game</b> : qui peut être bénéfique à l'image du territoire et intéresser la population locale tout comme les visiteurs.</i></p>

Béregère Fabre, 2018

## **2. Structurer le plan stratégique autour d'une action forte : la création d'un label territorial**

La création d'un label territorial semble le meilleur outil pour répondre aux enjeux mis en avant par le diagnostic. Il s'agit de la première action à mettre en place par la collectivité pour arriver à impulser une dynamique de valorisation autour du positionnement établi.

### **2.1 Un label pour répondre au projet de valorisation**

La création d'un label territorial est une action forte, qui permettrait de répondre à toutes les missions définies précédemment dans le plan d'action.

*Fédérer les acteurs autour d'un projet commun, susceptible d'apporter du développement.* Avoir un label territorial permettrait de regrouper les acteurs de différents secteurs d'activité autour d'un projet commun : la valorisation des savoir-faire et de l'histoire des Hommes qui ont construit le territoire. Il pourrait être utilisé autant par les acteurs touristiques (musées, office de tourisme...), que par les entreprises, les artisans, les agriculteurs, les commerçants, les hébergeurs, les restaurateurs ou encore par les associations. Il serait le moyen d'unir les acteurs du territoire dans un projet commun, permettant de créer une synergie, propice au développement du territoire.

*Valoriser les savoir-faire pour attirer les touristes et changer l'image du territoire, grâce à des actions de communication et des animations dans le cadre du label.* Le label serait un support important pour mettre en valeur de façon positive la valorisation des savoir-faire du territoire. Le label, en devenant un support de diffusion du positionnement du territoire, permettrait de changer l'image du territoire, tout en attirant les visiteurs.

*Favoriser la connaissance des savoir-faire auprès de la population locale, afin qu'elle puisse renouer avec l'identité du territoire.* Le label permettrait de mettre en place des actions de sensibilisation et de valorisation du patrimoine local auprès de la population, notamment les jeunes et les nouveaux arrivants. De plus, le label, s'il est co-construit avec les habitants, dans une démarche participative, peut être un moyen de les impliquer et de les reconnecter au territoire. Les habitants doivent porter le label, se reconnaître en lui, en être les principaux acteurs et surtout en être fiers.

Toutes les actions proposées dans le plan stratégique, s'intègrent dans le développement du label. Certaines d'entre elles se basent d'ailleurs sur des initiatives déjà existantes,

impulsées par certains acteurs. Il ne leur manque qu'une structuration pour qu'elles deviennent des réels moteurs au développement du territoire. La création du label devient alors l'objectif central de la valorisation des savoir-faire, permettant à toutes les actions proposées d'être cohérentes :

**Tableau 21** : l'intégration du plan d'action dans la création du label territorial

<b>Objectif : création d'un label territorial</b>		
<b>Générer des retombées économiques et du développement local grâce aux savoir-faire</b>	<b>Structurer l'activité touristique grâce au développement d'une offre de médiation et de valorisation des savoir-faire pour différents publics</b>	<b>Renforcer le lien avec la population locale grâce à des actions dédiées, les impliquant</b>
<p><i>Action 2</i> : outils d'animation du réseau des acteurs</p> <p><i>Action 3</i> : gamme de produits du territoire</p>	<p><i>Action 4</i> : adapter la communication touristique globale du territoire au positionnement</p> <p><i>Action 5</i> : route des savoir-faire</p> <p><i>Action 6</i> : offre de visites insolites et sensorielles pour les individuels</p>	<p><b>Favoriser l'implication de la population locale :</b></p> <p><i>Action 8</i> : développer les ambassadeurs de territoire</p> <p><i>Action 9</i> : accueil pour les nouveaux arrivants</p> <p><b>Améliorer la connaissance des savoir-faire auprès des jeunes :</b></p> <p><i>Action 10</i> : journées de découverte des métiers</p> <p><i>Action 11</i> : ateliers ludiques pour les scolaires</p>
<i>Action 7</i> : développer le tourisme d'affaires		
<p><i>Action 12</i> : organiser un événement fort</p> <p><i>Action 13</i> : créer un <i>escape game</i></p>		

Bérengère Fabre, 2018

La création du label demande un investissement important, autant du point de vue financier qu'humain, mais il serait le moyen de donner de la cohérence et une véritable image au territoire. Il permettrait de créer une véritable offre, visible et porteuse.

## 2.2 Le label territoriale : la première action à mettre en place

Signe de communication plus que réel label de qualité, le label territorial permettra d'impulser une dynamique de projet sur l'ensemble du territoire, en associant tous les secteurs d'activité, pour qu'ils travaillent ensemble sur la structuration cohérente des actions de valorisation des savoir-faire. Le nom pourrait être : *Des savoir-faire et des Hommes*. Il reprendrait les deux éléments forts du positionnement : les savoir-faire et les Hommes qui ont construit le territoire. Ainsi, cette distinction pourrait s'appliquer à tous les acteurs, sans avoir une connotation exclusivement commerciale derrière. En effet, certaines structures comme le Musée-mine départemental par exemple ou les associations de valorisation du patrimoine, n'ont pas pour vocation de vendre des produits. C'est pourquoi il semble plus avisé de faire un label, plutôt qu'une marque, pour ne pas laisser de côté certaines structures essentielles à la valorisation des savoir-faire.

Action n°1	Créer un label territorial
Pilotage	Communauté de communes Carmausin-Ségala
Préalables	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Communiquer en amont sur le projet de valorisation des savoir-faire, auprès de la population locale et des élus, afin qu'il soit connu de tous, et que tout le monde sur le territoire se sente intégré dans le projet.</li> <li>- Identifier les acteurs clés qui pourraient être susceptibles d'adhérer à la marque dès le départ, pour ensuite impulser une dynamique auprès des autres acteurs.</li> <li>- Identifier l'organisme ou le service de la collectivité qui pourra supporter l'animation de la marque (il est proposé ici que ce soit l'Office de tourisme).</li> <li>- Le plus judicieux serait d'avoir une personne à temps plein dédiée à la création du label, à l'animation du réseau et à la mise en place des actions.</li> </ul>
Objectifs	(Re)donner une identité et un positionnement fort au territoire du Carmausin-Ségala, en se basant sur la valorisation de ses savoir-faire et de l'histoire humaine qui en découle.
Cibles	<p><b>Cœur de cible</b> : les structures détenant des savoir-faire et faisant visiter leurs entreprises (agriculteurs, artisans, entreprises), ainsi que tous les acteurs qui sont impliqués dans cette valorisation (musées, collectivités, associations).</p> <p><b>Cible principale</b> : les touristes qui veulent découvrir le territoire et ses spécificités.</p>

	<p><b>Cible secondaire</b> : la population locale qui souhaite valoriser l'identité du territoire et consommer plus local.</p>
<p><b>Retombées attendues</b></p>	<p><b>Touristiques</b> : attirer plus de visiteurs, à la recherche d'expérience, de découverte des savoir-faire et des Hommes qui les détiennent.</p> <p><b>Economiques</b> : le label doit permettre de donner plus de visibilité aux productions locales auprès des touristes, mais également des locaux afin qu'ils consomment plus et qu'ils permettent de créer du développement.</p> <p><b>Patrimoniales</b> : permettre la conservation de certaines pratiques ou de certains outils et bâtis liés aux savoir-faire.</p> <p><b>Sociales</b> : rendre fier la population locale, grâce à son implication dans la construction du label et dans la valorisation des savoir-faire.</p> <p><b>Internes à la collectivité</b> : la marque doit être transversale et permettre à tous les services de la collectivité (économie, culture, tourisme, aménagement, etc...) de travailler ensemble.</p>
<p><b>Description de l'action</b></p>	<p>Le label doit être un moyen de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- structuration des actions de valorisation des savoir-faire ;</li> <li>- promotion et de communication pour le territoire ;</li> <li>- proposer des actions transversales dans différents domaines.</li> </ul> <p><b>Matérialisation du label :</b></p> <p>Le label sera matérialisé par un logo, que les acteurs adhérents appliqueront sur leurs outils de communication, sur leur vitrine, etc... Il s'agit d'une marque collective simple, propriété de la 3CS. Les visiteurs et habitants, pourront donc identifier la structure adhérente comme possédant un savoir-faire important ou participant à la valorisation du travail des Hommes. Les acteurs doivent s'engager à participer à des animations, à des visites, à des événements, qui permettront de faire rayonner le label et les savoir-faire du territoire. En contrepartie, les structures labellisées seront intégrées aux différentes communications et ainsi mises en valeur.</p> <p><b>Animateur du réseau :</b></p> <p>L'Office de tourisme semble être la structure indiquée pour animer le label. Il est à la croisée de plusieurs domaines (tourisme, économie, aménagement, culture, etc...) et possède un réseau d'acteurs bien constitué. Son rôle sera de regrouper les acteurs, d'animer le réseau en organisant des réunions de travail, des événements facilitant la rencontre des structures, etc... Il éditera des documents spécifiques à la marque, mettant en avant le positionnement du territoire.</p>

### **Impliquer la population locale dans la création du label :**

La population locale doit être un acteur majeur du projet, qu'elle participe à la création du label, pour qu'elle se sente concernée et impliquée dans la valorisation des savoir-faire et du territoire. Cela peut passer par :

- la mise en place d'un vote pour l'élection du logo, du nom du label
- la participation des établissements scolaires à l'élaboration de la charte et du projet visuel,
- la mise en place d'un concours photo pour établir une bibliothèque d'image utilisée pour la communication du label.

### **Les étapes nécessaires à la création du label :**

a) Réaliser une réunion de présentation du projet de labellisation avec : la collectivité (chargés de mission et élus des services concernés : culture, tourisme, économie, et pourquoi pas le social et l'aménagement), les sites touristiques et culturels (Musées, Cap'Découverte), les associations de valorisation du patrimoine (ex : HPC, La Cabano...), les entreprises ouvertes à la visite (Deymier, les agriculteurs, etc...). Cette concertation permettra d'impliquer les acteurs dans la construction du label.

b) S'aider d'une agence de communication pour réaliser le logo, l'identité, et la charte graphique du label, afin que tous les éléments renvoient le positionnement, en prenant bien entendu compte des éléments élaborés par la population locale.

c) Elaborer la charte d'utilisation du label : quelles sont les conditions de labellisation, quels sont les avantages, les contreparties, qui peut l'obtenir, dans quel cas et comment utiliser le logo, les engagements des acteurs, le fonctionnement du réseau, etc...

d) Une fois le label créé, déposer le nom et le protéger auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). L'inscrire au registre des marques en déposant le règlement d'usage (la charte d'utilisation).

e) Communiquer auprès de la population locale sur le projet de création du label, notamment par la réalisation d'articles dans les journaux locaux (relations presse), avec des affiches dans les commerces, etc.

f) Mettre en place des actions pour inciter les structures du territoire à se labelliser : mail d'information, documents de communication, appels téléphoniques.

Une fois le label créé, élaborer des outils de communication et des animations permettant de faire vivre le label et surtout de rendre pérenne la démarche (voir autres fiches action).

	<p><b>Communication :</b></p> <p>La création du label serait l’occasion de lancer une campagne de communication d’envergure pour faire connaître le territoire. Pour marquer les esprits, il serait intéressant de communiquer de manière originale, tout en laissant transparaître le positionnement. La communication disruptive (fait d’aller contre les usages, de casser les codes en jouant des préjugés) a été évoquée plusieurs fois par certains acteurs. Elle pourrait être un moyen innovant de revaloriser l’image du territoire et de le rendre dynamique.</p>	
<b>Moyens</b>	<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Un chargé de mission dédié au label :</i> en charge de la gestion du projet de création du label, puis par la suite de l’animation du réseau (relation avec les partenaires, démarchages, communication, organisations d’événements, animation des réunions, etc...).</p> <p><i>Une agence de communication :</i> chargée de la création graphique du label, de l’élaboration de la charte graphique et de l’identité du label.</p>	<p><b>Moyens financiers :</b> (55 000 € environ)</p> <p><i>Chargé de mission :</i> temps complet pendant au minimum un an pour la création du label (40 000 € + 10 000 € pour le fonctionnement)</p> <p><i>Protection de la marque à l’INPI<sup>105</sup> :</i> environ 500 €</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inscription : 27 €</li> <li>- Dépôt : entre 460 € et 480 € (selon les champs d’application de la marque)</li> </ul> <p><i>Agence de communication (logo et charte graphique complète) :</i> 2 000 €</p> <p><i>Réunions (Comité de pilotage et réunions d’information) :</i> 500 €</p> <p><i>Communication générale (auprès de la population locale et pour le lancement de la marque) :</i> 1 000 €</p>
<b>Délais d’exécution</b>	<p><b>Long terme :</b> au minimum 2 ans</p> <p>La création d’un label, surtout lorsqu’il est à l’échelle d’un territoire, prend du temps. Etant portées par la collectivité, les démarches sont parfois allongées, soumises au vote. Ainsi, la mise en place du label prendra au moins deux ans, avant qu’il soit totalement opérationnel.</p>	
<b>Partenariats</b>	<p><b>Les structures identifiées comme pouvant adhérer au label :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Office de tourisme du Ségala tarnais (porteur du label)</li> </ul>	

<sup>105</sup> INPI. Coût de dépôt d’une marque : <https://www.inpi.fr/fr/comprendre-la-propriete-intellectuelle/la-marque> et inscription de la marque : <https://www.inpi.fr/fr/valoriser-vos-actifs/faire-vivre-votre-marque/transmettre-ou-exploiter-une-marque>.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Musée/Centre d'art du verre</li> <li>- Musée mine départemental</li> <li>- Cap'Découverte</li> <li>- La Cabano</li> <li>- La Biscuiterie Deymier</li> <li>- les artisans et agriculteurs</li> <li>- les restaurants travaillant les produits locaux</li> <li>- les hébergeurs qui valorisent les savoir-faire</li> <li>- etc...</li> </ul>	
<b>Evaluation</b>	<p><b>Indices :</b></p> <p>Augmentation de la consommation de productions locales.</p> <p>Présence sur le territoire de projets de valorisation (ouverture d'entreprises à la visite, animations, etc...).</p> <p>Augmentation du nombre de structures dans le réseau.</p> <p>Augmentation du nombre de visiteurs sur le territoire.</p>	<p><b>Moyens d'évaluation :</b></p> <p><i>Analyse des chiffres du territoire :</i> fréquentation touristique, achat de produits locaux (augmentation de vente chez les producteurs, à la boutique de l'Office, du MCDAV, etc...).</p> <p><i>Analyse des chiffres du label :</i> nombre d'acteurs dans le réseau, nombre d'animations, d'événements réalisés, nombre de participants.</p> <p><i>Questionnaire auprès des habitants et des touristes</i> pour savoir s'ils connaissent le label, s'ils consomment des produits labellisés, quelle image ils ont du label. Cette action d'évaluation est à mettre en place une fois que le label est installé et que le réseau est formé (environ 4-5 ans après la création).</p>

Plus que le réel impact du label, cette initiative permettrait de créer du lien, et de pourquoi pas, être les prémisses pour pouvoir postuler à un label de valorisation du patrimoine : Pays d'art et d'histoire et/ou Ville et métiers d'art. Ces deux labels permettraient au territoire d'augmenter sa notoriété et d'améliorer son image.

**Figure 47** : les labels de valorisation du patrimoine et des savoir-faire<sup>106</sup>



***Le label Pays d'art et d'histoire :***

*« Le label « Ville ou Pays d'art et d'histoire » qualifie des territoires, communes ou regroupements de communes qui, conscients des enjeux que représente l'appropriation de leur architecture et de leur patrimoine par les habitants, s'engagent dans une démarche active de connaissance, de conservation, de médiation et de soutien à la création et à la qualité architecturale et du cadre de vie<sup>107</sup>. »*

Ce label a un impact important auprès des visiteurs et apporte une plus-value au territoire, en développant une réelle politique d'animation et de valorisation du patrimoine et de la culture. Pour être labellisé Pays d'art et d'Histoire, il faut entre autres :

- a) Une structure porteuse du label, avec du personnel spécialisé (un animateur de patrimoine et des guides conférenciers agréés). L'Office de tourisme pourrait jouer le rôle d'animateur de la valorisation du patrimoine en attendant l'ouverture d'un service dédié. Cependant, le recrutement d'un chargé de mission dédié à l'animation du label semble inévitable pour que l'action porte réellement ses fruits.
- b) Un programme d'action et d'accompagnement de la valorisation avec une médiation auprès de différents publics. Les premières actions proposées, ainsi que la marque permettraient d'engager cette démarche.
- c) Un Centre d'interprétation et d'animation du patrimoine (CIAP). La restructuration de l'Office de tourisme prévoit un espace d'interprétation du territoire, qui pourrait être les prémises d'un CIAP.

---

<sup>106</sup> Source : Ministère de la Culture (<http://www.culture.gouv.fr/Aides-demarches/Protections-labels-et-appellations/Label-Ville-et-Pays-d-art-et-d-histoire>) et Atelier d'art de France (<https://www.ateliersdart.com/association-ville-et-metiers-d-art,2873.htm>).

<sup>107</sup> Ministère de la Culture et de la Communication. *Label « Ville et Pays d'art et d'histoire »* [en ligne]. Disponible sur <http://www.culture.gouv.fr/Aides-demarches/Protections-labels-et-appellations/Label-Ville-et-Pays-d-art-et-d-histoire>. (Consulté le 30-07-2018)

### ***Le label Ville et métiers d'art :***

Ce label a été créé en 1992 par des élus locaux. Aujourd'hui, il regroupe 70 collectivités. Le but de ce label est de « *favoriser le développement et la transmission de savoir-faire d'exception*<sup>108</sup> ». Pour obtenir ce label, la collectivité doit s'engager à mener plusieurs actions<sup>108</sup> :

- permettre l'installation d'artisans d'art en aménageant des lieux adéquats ;
- promouvoir les métiers d'art grâce à une communication adaptée ;
- mettre en place des actions afin de développer le tourisme culturel ;
- monter des projets en direction du public scolaire ;
- favoriser la formation à ces métiers grâce à des aides financières entre autres.

Le projet de création du label territorial est l'action la plus importante, et la plus conséquente à mettre en place. Il permet de structurer le plan stratégique de valorisation des savoir-faire et de donner une cohérence à toutes les actions définies.

### **Conclusion du chapitre 2 :**

Pour conclure, la dernière étape de l'étude commandée par la Communauté de communes Carmausin-Ségala, est la réalisation d'un plan stratégique, qui doit permettre aux savoir-faire du territoire de devenir un réel atout de développement. Le positionnement choisi est l'élément qui donnera de la visibilité au territoire et le fera connaître. Il sert également à donner de la cohérence et du lien aux trois missions définies dans le plan d'action. Ce dernier est structuré autour d'une action forte : la création d'un label territorial. S'en suit une déclinaison de plusieurs actions qui viennent renforcer le projet de valorisation des savoir-faire.

---

<sup>108</sup> Ville et métiers d'art. *Présentation de l'association* [en ligne]. Disponible sur <https://www.vma.asso.fr/presentation-de-lassociation/> (Consulté le 30-07-2018)

## Chapitre 3 : des actions permettant de répondre aux missions fixées dans le plan stratégique

Pour apporter à la Communauté de communes les réponses les plus complètes possibles quant à la valorisation de ses savoir-faire, le plan d'action a été décliné en douze actions (plus une étant la création du label territorial déjà développée ci-dessus). Chaque action s'intègre dans le projet de valorisation et vise à répondre à une ou plusieurs missions fixées en amont. Afin qu'elles soient les plus complètes possible, une veille sur les bonnes pratiques et les tendances touristiques a été effectuée (notamment sur le site canadien Réseau Veille Tourisme<sup>109</sup>) et a permis de donner des idées de mise en place.

### 1. Fédérer les acteurs autour d'un projet commun, susceptible d'apporter du développement

Cette première mission vise à permettre à tous les acteurs de travailler ensemble, notamment grâce à l'animation du réseau d'acteurs ayant adhéré au label. Egalement, ce regroupement doit permettre de générer plus de développement, grâce à des actions communes et structurées.

#### 1.1 Associer les acteurs autour d'un réseau commun et solide

Il a été évoqué plusieurs fois la nécessité de regrouper les acteurs dans un projet commun et structuré, afin de donner de la cohérence aux actions de valorisation des savoir-faire. C'est le rôle du label. Il est donc important de développer des outils d'animation, permettant aux membres de ce label de se retrouver et de travailler ensemble. Egalement, afin d'enrichir ce réseau et pour que la dynamique ne s'essouffle pas, des actions externes avec d'autres acteurs, pourraient être intéressantes à envisager.

Action n°2	Outils d'animation du réseau d'acteurs
Pilotage	<b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala <b>Animateur de réseau</b> : Office de tourisme du Ségala tarnais
Préalables	Avoir un ensemble d'acteurs prêts à travailler ensemble et impliqués. Il faut donc identifier en amont les personnes indispensables à la valorisation

<sup>109</sup> Réseau Veille Tourisme : <http://veilletourisme.ca/>

	<p>des savoir-faire, communiquer envers elles, afin qu'elles acceptent de rentrer dans le réseau du label.</p> <p>Avoir une structure référente, animatrice du réseau, qui met en place les actions proposées ci-après.</p>
<b>Objectifs</b>	Développer un réseau solide d'acteurs dynamiques, qui permet au label territorial de durer dans le temps et ainsi avoir une valorisation des savoir-faire cohérente sur tout le territoire
<b>Cibles</b>	<p><b>Cœur de cible</b> : les structures, personnes et entreprises adhérentes à la charte du label et notamment les sites culturels, touristiques et les producteurs.</p> <p><b>Cible principale</b> : les acteurs externes au label, qui sont tout de même essentiels à la valorisation des savoir-faire : les hébergeurs, les restaurateurs, les commerces.</p> <p><b>Cible secondaire</b> : certaines structures externes au territoire, avec qui il serait intéressant de collaborer (autres Offices de tourisme, autres départements.).</p>
<b>Retombées attendues</b>	<p><b>Economiques</b> : les actions entre les différents acteurs du territoire permettront d'augmenter les retombées économiques.</p> <p><b>Touristiques</b> : l'implication des acteurs permettra de rendre le territoire dynamique et donc attractif aux yeux des visiteurs.</p> <p><b>Label territorial</b> : la volonté des acteurs et leur dynamisme permettront de faire perdurer le label territorial dans le temps et favoriseront le développement du territoire.</p>
<b>Description de l'action</b>	<p><b>Animation du réseau</b> :</p> <p>Pour animer le réseau d'acteurs du label, l'animateur doit mettre en place des actions concrètes, créatrices de lien.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Newsletter bimestrielle ou trimestrielle</i> : elle permettra de garder informer tous les membres du réseau des actions menées, des grands rendez-vous, etc...</li> <li>- <i>Organiser des événements</i> : permettant aux membres du réseau de se connaître et de travailler ensemble (voir ci-après).</li> </ul> <p><b>Favoriser les relations commerciales</b> :</p> <p>Le réseau doit également permettre d'augmenter la visibilité et la consommation des productions spécifiques au territoire. L'animateur du réseau, par des actions de communication ciblées (mailing, document papier, prospection téléphonique, etc...), doit arriver à impliquer les</p>

	<p>restaurateurs (et hébergeurs) pour qu'ils valorisent les produits locaux (fromage, vin, légumes, huile, viande, truffes, spiritueux). Un travail sur les circuits courts pourrait être intéressant à mettre en place grâce à l'aide de la Chambre d'Agriculture et du service économique de la 3CS. Egalement, toujours dans l'optique de valoriser les productions locales et d'augmenter leur consommation, il serait intéressant que des points de vente soient présents sur le territoire. L'Office de tourisme, dans sa boutique pourrait proposer certains produits (échaudés, lentilles, huiles, vin, etc...), mais d'autres points de vente pourraient être envisagés. Pour ce faire, les conditions de vente et de partenariat qui régissent les deux parties doivent être bien définies au préalable.</p> <p><b>Relations externes :</b></p> <p>Afin de faire rayonner le réseau au-delà du territoire, il serait intéressant de mener des actions en partenariat avec d'autres structures du territoire, voire même avec le département de l'Aveyron pour développer des actions autour du Ségala. Des produits groupes ou individuels pourraient être créés, les productions locales vendues dans les boutiques des Offices de tourisme, une communication commune sur les savoir-faire éditée.</p>	
<b>Moyens</b>	<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Un chargé de mission en charge de l'animation du réseau :</i> relation avec les partenaires, démarchages, communication, organisations d'événements, animation des réunions.</p>	<p><b>Moyens financiers (pour une année) :</b></p> <p><i>Communication envers les membres du réseau :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Newsletter : 170 €</li> <li>- Document en direction des restaurateurs (graphisme et impression) : 500 €</li> </ul> <p><i>Aide à l'organisation des repas (les producteurs vendent eux-mêmes leurs produits sur place) : 800 €</i></p> <p><i>Salaire de l'agent en charge de l'animation du réseau (voir fiche action n°1)</i></p>
<b>Délais d'exécution</b>	<p><b>Moyen terme :</b> 1 an</p> <p>Même si le label demande du temps pour être mis en place, les relations avec les acteurs peuvent et doivent être engagées assez rapidement.</p>	
<b>Partenariats</b>	<p><b>Aide interne :</b> service économique</p> <p><b>Externe :</b> Comité départemental du tourisme du Tarn, Office de tourisme du Pays cordais au Pays de Vaour, Office de tourisme Bastide et Vignoble</p>	

	du Gaillac, Office de tourisme Pays Ségali (Aveyron).	
<b>Evaluation</b>	<p><b>Indices :</b></p> <p>Nombre de participants aux événements (visiteurs mais surtout prestataires).</p> <p>Nombre d'actions et de partenariats menés en externe.</p> <p>Nombre de structures, autres que les producteurs eux-mêmes, proposant des produits locaux (vente ou consommation).</p>	<p><b>Moyens d'évaluation :</b></p> <p>Statistiques de l'Office de tourisme lors des événements.</p> <p>Permettre aux membres du réseau de donner leur avis et de proposer des idées pour faire vivre le réseau grâce à une boîte à idées ou un questionnaire en ligne par exemple.</p>

*Exemple d'événement : (Proposition de noms : De l'Homme à l'assiette, Du savoir-faire à l'assiette)*

Il serait intéressant de créer un événement durant la saison touristique, afin de faire découvrir aux visiteurs les productions locales et les sites patrimoniaux liés aux savoir-faire, tout en permettant aux acteurs du réseau de travailler ensemble. Il s'agirait de proposer une visite insolite d'un site important du territoire (Musée/Centre d'art du verre, Musée-mine départemental, Cap'Découverte, exploitations agricoles, distilleries), centrée sur les savoir-faire avec des visites guidées thématiques, des démonstrations et des animations. Ces visites seraient suivies d'un repas gourmand où chaque producteur pourrait vendre ses productions, à la manière d'un marché gourmand. Cela permettrait de faire découvrir le territoire d'une manière différente, en alliant gastronomie et patrimoine. Le but serait que cet événement soit organisé sur différents lieux au cours de la saison estivale. Il serait donc un moyen de rencontre entre les parties prenantes du réseau, tout en augmentant la visibilité des structures participantes, ainsi qu'une action de valorisation touristique. Ces repas sont une initiative déjà menée sur le territoire auparavant, mais qui s'est arrêtée au regret de certains acteurs.

## **1.2 Favoriser la consommation des productions locales grâce à des partenariats entre acteurs**

Afin de valoriser les savoir-faire du territoire et de favoriser le partenariat entre les différents acteurs, il serait intéressant de mettre en place une gamme de produits fabriquée en intégralité sur le territoire. Cela permettra : de mettre en avant les savoir-faire, de faire travailler les acteurs entre eux et de permettre aux visiteurs d'acheter des souvenirs

durables tout en gardant un lien fort avec le territoire une fois le séjour terminé. Egalement, plus que de réellement permettre des revenus supplémentaires aux producteurs ou artisans, cela permettra d'augmenter leur notoriété. Si les consommateurs sont intéressés, ils pourront alors visiter leur entreprise et acheter leurs produits personnels.

Action n°3	Créer une gamme de produits 100 % locale
Pilotage	<p><b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala</p> <p><b>Services impliqués</b> : service économique, Musée/Centre d'art du verre, Office de tourisme du Ségala tarnais</p>
Préalables	<p>Avoir un atelier verrier capable d'assurer la production avec les moyens humains, matériels et financiers nécessaires.</p> <p>Les acteurs du territoire doivent arriver à s'entendre sur la manière de procéder pour créer cette gamme de produits : design, prix de vente, conventions entre les différents sites de production.</p> <p>Trouver des formes de contenant en verre qui s'adaptent aux produits, notamment pour la conservation des denrées périssables.</p> <p>Avoir un prix de vente abordable pour les consommateurs, mais qui ne soit pas à perte pour les producteurs et les artisans.</p>
Objectifs	<p>Augmenter la consommation des produits locaux, qui ont une forte plus-value pour les acheteurs et qui permettent de générer des retombées économiques sur le territoire.</p> <p>Améliorer l'image des productions, en proposant une gamme de produits design et moderne, qui rappelle l'histoire du territoire.</p>
Cibles	<p><b>Cœur de cible</b> : les touristes, qui veulent acheter des souvenirs locaux et durables de leur séjour sur le territoire.</p> <p><b>Cible principale</b> : les habitants du territoire, qui veulent offrir des cadeaux en lien avec le territoire.</p> <p><b>Cible secondaire</b> : les artisans et agriculteurs qui vont participer à l'élaboration de la gamme.</p>
Retombées attendues	<p><b>Economiques</b> : l'augmentation de l'achat de produits locaux et leurs répercussions sur les acteurs du territoire améliorera les retombées économiques.</p> <p><b>Touristiques</b> : l'amélioration de la notoriété des produits locaux et des producteurs, grâce à cette gamme de produits unique, valorisera les savoir-faire du territoire, tout en permettant aux touristes d'acheter des</p>

	<p>souvenirs à forte valeur ajoutée.</p> <p><b>Patrimoniales</b> : mettre en avant les savoir-faire locaux dans une gamme de produits unique, qui parle de l’histoire du territoire, est un bon moyen de valoriser ce patrimoine.</p>	
<p><b>Description de l’action</b></p>	<p><b>Caractéristiques des produits :</b></p> <p>Il serait intéressant de se servir du passé verrier du territoire, en association avec les productions agroalimentaire actuelles, pour créer des produits uniques. Ainsi, des contenants en verres, fabriqués par le pôle verrier du MCDAV pourraient renfermer des spécialités locales : jus de fruits, vin, terrines, confitures, crème de châtaigne, foie gras, yaourts, etc... Egalement, certains bocaux pourraient contenir tous les ingrédients nécessaires à la fabrication de produits tels que les échaudés. Ainsi, une fois le produit alimentaire consommé, les acheteurs garderont le contenant en verre durablement.</p> <p>Le packaging des produits (en majorité en verre) devra être moderne, tout en rappelant l’histoire du territoire, avec des décors ou des éléments rappelant la mine, l’industrie, l’agriculture. Une étiquette expliquera le concept du produit et chaque personne ayant participé au projet racontera la façon dont il a procédé pour avoir ce rendu (il présentera son savoir-faire) (<i>cf. annexe G : inspirations et idées pour les fiches action</i>).</p> <p><b>Lieu de vente :</b></p> <p>Cette gamme de produits pourrait être vendue dans la boutique du nouvel Office de tourisme pour commencer, puis étendue à d’autres lieux si le concept fonctionne et si les quantités produites sont tenables pour les producteurs.</p> <p><b>Cadrage du projet :</b></p> <p>Pour mettre en place cette gamme, les acteurs concernés doivent élaborer une convention pour cadrer le projet : prix de vente, condition de vente, quantité prévue, relation entre les différentes parties prenantes, sous quelles conditions les producteurs vendent leurs produits, etc...</p>	
<p><b>Moyens</b></p>	<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Un verrier</i> : production des contenants en verre.</p> <p><i>Un graphiste</i> : pour réaliser les étiquettes.</p> <p><i>Un agent de l’Office de tourisme responsable de la boutique</i> :</p>	<p><b>Moyens financiers</b> (<i>pour une année</i>) : <b>(3 500 €)</b></p> <p><i>Graphiste et imprimeur</i> :</p> <p>- <i>Etiquettes</i> : 1 000 €</p> <p><i>Salaire agent de l’Office de tourisme</i> : 10 % de son temps mensuel</p>

	gestion des stocks, des relations partenaires, etc...	<i>Autre coût à prévoir</i> : conditions de partenariat entre la boutique, les producteurs et les artisans, conditionnement des produits.
<b>Délais d'exécution</b>	<b>Long terme</b> : dans 5 ans. L'atelier verrier doit pouvoir être en mesure de produire assez de contenants. Il faudra donc attendre la restructuration du musée pour avoir une réelle gamme de produits, bien que quelques essais pourraient être faits en amont.	
<b>Partenariats</b>	Musée/Centre d'art du verre (atelier verrier) Viticulteurs Agriculteurs qui transforment leurs produits Distilleries Biscuiteries	
<b>Evaluation</b>	Etude statistique : ventes des produits, nombre de produits dans la gamme, stock, production.	

La première mission du plan stratégique vise donc essentiellement à créer du lien entre les différents acteurs du territoire. Les partenariats qu'ils pourraient mener ensemble permettraient de créer une dynamique favorable au développement, notamment économique. Ce développement peut également être touristique, grâce à des actions visant à changer l'image du Carmausin-Ségala, pour le rendre plus attractif.

## **2. Valoriser les savoir-faire pour attirer les touristes et changer l'image du territoire**

La deuxième mission du plan stratégique est essentiellement touristique. Elle vise à attirer les visiteurs, grâce à une communication et des actions ciblées autour de la thématique des savoir-faire, pour au final arriver à donner une image positive et actuelle du territoire.

### **2.1 Faire des savoir-faire l'élément central de la communication du territoire**

Le but du projet de valorisation des savoir-faire est de faire de ces derniers un élément moteur du développement du territoire, notamment au niveau touristique. La communication de l'Office de tourisme doit donc s'adapter et faire ressortir le

positionnement choisi : *le Carmausin-Ségala : les savoir-faire au cœur d'une aventure humaine.*

Action n° 4	Adapter la communication touristique
<b>Pilotage</b>	<p><b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala</p> <p><b>Service</b> : Office de tourisme du Ségala tarnais</p>
<b>Préalables</b>	<p>Avoir défini une ligne de conduite pour la communication, qui doit suivre l'identité du label avec des mots-clés, des images, des couleurs cohérents avec le positionnement du territoire.</p>
<b>Objectifs</b>	<p>Augmenter la notoriété du territoire grâce à une communication centrée sur les savoir-faire et les Hommes du territoire.</p> <p>Améliorer l'image du territoire grâce à des représentations fortes et une promesse d'expérience et d'aventure.</p> <p>Faire venir les visiteurs sur le territoire pour qu'ils découvrent les richesses des savoir-faire, qu'ils consomment et restent sur place, participant ainsi au développement.</p>
<b>Cibles</b>	<p><b>Cœur de cible</b> : les familles avec enfants, qui veulent vivre des expériences enrichissantes et expérientielles.</p> <p><b>Cible principale</b> : les touristes dans leur ensemble, qu'ils soient excursionnistes ou de long séjour.</p> <p><b>Cible secondaire</b> : la population locale, pour qu'elle (re)découvre le territoire et se sente impliquée dans cette démarche de valorisation.</p> <p><b>Cible relais</b> : la presse, qui peut aider au changement d'image et à l'augmentation de la notoriété du territoire.</p>
<b>Retombées attendues</b>	<p><b>Economiques</b> : la consommation des touristes (hébergements, restaurations, produits locaux, souvenirs, etc...) participera à l'augmentation des retombées économiques sur le territoire.</p> <p><b>Touristiques</b> : la notoriété acquise par une bonne communication permettra de faire venir plus de monde sur le territoire.</p> <p><b>Patrimoniales</b> : valoriser l'identité du territoire, son histoire et son patrimoine permettra d'en faire de réels atouts du développement.</p>
<b>Description de l'action</b>	<p>Afin de suivre le positionnement, la communication doit permettre de découvrir les savoir-faire présents et passés du territoire, en lien avec les Hommes qui les détiennent. Pour cela, il pourrait être intéressant de valoriser les savoir-faire grâce au discours des Hommes : interviews</p>

d'agriculteurs, d'artisans, de trufficulteurs pour les savoir-faire présents et création de personnages (mineur, paysan, verrier, artisan) pour les savoir-faire passés. Toute la communication touristique, y compris les sports de pleine nature, doit pouvoir être abordée par l'angle des savoir-faire, afin d'ancrer le positionnement sur le territoire et pour qu'il soit cohérent.

### **Communication numérique :**

La communication sur internet est de plus en plus importante. Il faut donc arriver à retranscrire le positionnement sur tous les supports numériques.

*Sur le site internet* : les savoir-faire doivent clairement être identifiables par les internautes, avec des supports visuels attrayants (photos en gros plan montrant le détail d'un savoir-faire avec une main, personne au milieu de vigne en train de vendanger, pliage manuel des échaudés ; des vidéos présentant les savoir-faire du territoire avec une attention particulière apportée aux sons). Un onglet savoir-faire doit permettre aux internautes de trouver immédiatement des informations sur les savoir-faire présents sur le territoire.

- ***Autre suggestion pour le site internet*** : Toujours pour laisser transparaître le positionnement, il serait intéressant de faire une refonte du site internet de l'Office de tourisme. Le design graphique, plus moderne et avec des éléments rappelant les savoir-faire, pourrait permettre au site de valoriser encore une fois le territoire. Il faut tout de même que le site soit ergonomique pour que les internautes trouvent les informations qu'ils recherchent rapidement. Ainsi, le site internet doit être dans le prolongement de l'expérience vécue dans le territoire, il doit permettre aux visiteurs de plonger dans un univers enrichissant, sensoriel et expérientiel avec des images de très haute qualité, des vidéos, des sons.

*Les réseaux sociaux* doivent également refléter les savoir-faire et ceux qui les détiennent. Instagram et Youtube sont de très bons outils pour les valoriser, car ils sont des vecteurs d'image forts. Tout comme pour le site internet, il serait intéressant de poster des photos d'Hommes en train de travailler ou des vidéos présentant une technique associée à l'histoire d'un Homme. Les mots utilisés sont également très importants, car ils permettent de retranscrire le positionnement du territoire.

*Créer un blog*, associé au site internet de l'Office de tourisme, qui permettra d'une part de mieux référencer le site sur les moteurs de recherche, et d'autre part de mettre encore plus en valeur les savoir-faire. Ce blog pourrait se composer de différents articles courts sur différents sujets : recettes traditionnelles, portraits de femmes et d'hommes,

	<p>pratiques traditionnelles, savoir-faire disparus, produits locaux, etc....</p> <p><i>Référencement</i> : les bons mots-clés, en lien avec le nouveau positionnement, devront être choisis, afin de permettre au territoire d’être bien référencé sur les moteurs de recherche.</p> <p><b>Communication papier :</b></p> <p>Les documents papiers de l’Office de tourisme doivent également s’adapter au nouveau positionnement, notamment le guide touristique et le livret d’accueil. La ligne éditoriale doit être suivie, avec des témoignages et des paroles d’acteurs, ou la présence d’un personnage qui a marqué l’histoire. (Article <i>Bonnes pratiques pour créer un guide papier inspirant</i> : <a href="http://veilletourisme.ca/2018/05/15/bonnes-pratiques-creer-guide-papier-inspirant/">http://veilletourisme.ca/2018/05/15/bonnes-pratiques-creer-guide-papier-inspirant/</a>).</p> <p><b>Communication presse :</b></p> <p>Afin de faire connaître le territoire et le projet de valorisation des savoir-faire, il serait intéressant de communiquer envers la presse locale et régionale. Des communiqués de presse permettront de faire connaître l’avancée du projet de création du label, tandis qu’un dossier de presse axé sur les savoir-faire donnera de la matière et envie aux journalistes de réaliser des articles sur le sujet.</p> <p><b>Communication interne au territoire :</b></p> <p>Afin de communiquer envers la population locale, il serait intéressant d’avoir une page consacrée à la valorisation d’un savoir-faire dans l’<i>Intercomag</i> (magazine biannuel de la Communauté de communes). Il pourrait soit présenter un savoir-faire passé, soit un savoir-faire présent, avec la parole d’un acteur en lien avec sa valorisation.</p>	
<p><b>Moyens</b></p>	<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Un chargé de communication</i> : qui met en place la stratégie, anime les réseaux sociaux, entretient de bonnes relations avec les journalistes.</p> <p><i>Participation des acteurs du territoire</i> : pour qu’ils fassent part de leurs expériences, de leurs savoir-faire.</p> <p><i>Photographe / Vidéaste</i> : pour réaliser des visuels attrayants, qui attisent les sens.</p>	<p><b>Moyens financiers</b> (14 500 € pour la communication sans le salaire (38 500 € salaire pris en compte)) :</p> <p><i>Salaire du chargé de communication</i> : 2 000 € brut par mois</p> <p><b>Multimédia :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Refonte du site internet</i> : 7 000 €</li> <li>- <i>Création du blog</i> : 1 200 €</li> <li>- <i>Photographies et vidéos promotionnelles</i> : 5 000 €</li> </ul> <p><b>Documentation papier :</b></p>

	<p><i>Développeur web</i> : pour mettre en place le blog et modifier le site internet.</p> <p><i>Graphiste</i> : pour le design du site internet et des documents papier</p> <p><i>Imprimeur</i> : pour éditer les guides et la communication papier.</p>	<p>- <i>Graphisme et impression</i> : 1 500 €</p>
<p><b>Délais d'exécution</b></p>	<p><b>Court à moyen terme</b> (selon les actions de communication) : de 6 mois à un an et demi.</p> <p>La communication peut être mise en place rapidement, pour la saison estivale suivante, avec l'impression des guides touristiques et des livrets d'accueil, qui reprennent le positionnement. Le site internet quant à lui prendra plus de temps, surtout s'il est prévu une refonte complète.</p>	
<p><b>Evaluation</b></p>	<p><b>Indices :</b></p> <p>Augmentation du trafic sur le site internet.</p> <p>Augmentation de la communauté et de son implication sur les réseaux sociaux.</p> <p>Augmentation du nombre de visiteurs sur le territoire et de sa notoriété.</p>	<p><b>Moyens d'évaluation :</b></p> <p><i>Webanalytic</i> : Cet outil permet de mesurer le trafic des visiteurs sur les sites internet, de connaître l'origine des visiteurs et leurs comportements (temps de visite, pages visitées, actions effectuées). Analyser ces résultats permet de mesurer l'impact et l'efficacité de la stratégie digitale mise en place.</p> <p><i>Facebook Insight</i> : il s'agit d'un système de mesures d'audience, intégré à Facebook. Il permet de mesurer l'efficacité de ses pages : nombre de <i>likes</i>, nombre de visites, portée des publications (visibilité), engagement des visiteurs (partage, commentaires).</p> <p><i>Agorapulse</i> : cet outil permet de mesurer l'impact de tous les médias sociaux en une seule plateforme. Il permet de : répondre à tous les commentaires depuis un seul endroit (optimise le temps de travail), surveiller les commentaires et conversations, mesurer l'impact du</p>

	<p>contenu social, publier des contenus planifiés. Il permet notamment de mesurer l'impact des réseaux sociaux qui ne possèdent pas d'outils de mesure comme Instagram par exemple (abonnement 948 € par an).</p> <p><i>Analyse des chiffres touristiques.</i></p>
--	--

Afin d'avoir un outil de communication exclusivement dédié aux savoir-faire, il serait intéressant de mettre en place une route des savoir-faire, traversant tout le territoire de la Communauté de communes. Elle permettra de recenser sur une carte tous les acteurs participant à la valorisation des métiers du territoire, ainsi que tous ceux qui sont impliqués dans le label territorial.

Action n°5	Route des savoir-faire
Pilotage	<p><b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala</p> <p><b>Service</b> : Office de tourisme du Ségala tarnais</p>
Préalables	<p>Identifier les sites et entreprises à recenser sur le territoire.</p> <p>Valoriser cette route sur l'ensemble du territoire, afin que ce soit un réel outil de communication et de développement et non pas une brochure de plus qui s'ajoute aux informations déjà très nombreuses.</p>
Objectifs	<p>Attirer les touristes sur le territoire grâce à un outil de communication permettant de repérer tous les lieux où les savoir-faire et les Hommes ont marqué le territoire.</p>
Cibles	<p><b>Cœur de cible</b> : les structures culturelles, les artisans, les agriculteurs, les entreprises détenteurs d'un savoir-faire, qui sont le cœur de la valorisation de ce patrimoine.</p> <p><b>Cible principale</b> : les visiteurs, qui par le biais du circuit vont pouvoir rencontrer les personnalités qui construisent le territoire grâce à leur métier.</p> <p><b>Cible secondaire</b> : la population locale qui bénéficiera des retombées de cette valorisation.</p>
Retombées attendues	<p><b>Economiques</b> : l'augmentation de la visibilité des structures va leur permettre d'avoir plus de débouchés économiques, grâce à la vente directe</p>

	<p>après visite ou grâce à l'augmentation du nombre d'entrées. C'est également un moyen de valoriser les circuits courts et ainsi permettre des <b>retombées environnementales</b> positives non-négligeables.</p> <p><b>Touristiques</b> : la route des savoir-faire, qui est un moyen de guider les touristes vers des lieux qu'ils n'auraient pas forcément visités de par eux-mêmes et sa mise en scène ludique favorisera l'augmentation du nombre de visiteurs.</p> <p><b>Sociales</b> : ce circuit permettra aux différents secteurs d'activité de travailler ensemble dans un projet commun, favorisant leur mise en réseau.</p>
<p><b>Description de l'action</b></p>	<p>Création d'un <b>itinéraire sur l'ensemble du territoire</b> recensant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les artisans (biscuiteries, verriers, distilleries, etc...),</li> <li>- les sites culturels en lien avec les savoir-faire (Musée-mine départemental, Musée/Centre d'art du verre, La Cabano, etc...)</li> <li>- Les agriculteurs et industries agroalimentaires (fromageries, apiculteurs, viticulteurs, éleveurs, trufficulteurs, etc...).</li> </ul> <p>Cette route des savoir-faire mettra en avant tous les lieux où l'Homme possède (ou possédait) un savoir-faire. Elle pourrait faire l'objet d'un <b>document papier</b> comportant (<i>cf. annexe G : inspirations et idées pour les fiches action</i>) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- une carte situant tous les lieux où les visiteurs peuvent se rendre ;</li> <li>- une présentation de chaque structure sur une page (demi-page), avec ses coordonnées, les horaires d'ouverture, les animations ou visites qu'elle propose. Toujours pour rester cohérent avec le positionnement, les savoir-faire seront présentés en lien avec l'histoire des Hommes du territoire. Cela peut passer par une parole d'acteur, une information historique ou encore une anecdote. Egalement, ce document pourra inclure des recettes de cuisine à faire grâce aux produits locaux présents. Pour faire transparaître le côté « aventure » du positionnement, le document papier pourrait ressembler à un carnet de voyage (<i>cf. annexe G : inspirations et idées pour les fiches action</i>), pouvant inclure des quiz et des jeux pour les enfants. Plusieurs itinéraires pourraient être proposés selon des thématiques différentes : les savoir-faire passés, les savoir-faire actuels, les produits agroalimentaires, les traditions, etc...</li> </ul>

	<p><b>Outil numérique :</b></p> <p>La route des savoir-faire pourrait également être valorisée sur internet, notamment grâce au blog prévu dans la communication (cf. fiche action n°4). Il permettrait de valoriser les acteurs, de mettre en avant les animations et activités autour des savoir-faire, d’avoir des articles présentant plus spécifiquement certaines initiatives (cf. <i>annexe G : inspirations et idées pour les fiches action</i>).</p> <p><b>Application mobile ludique (cf. <i>annexe G : inspirations et idées pour les fiches action</i>) :</b></p> <p>Pour rendre la découverte des savoir-faire la plus attrayante et la plus enrichissante possible, notamment pour les familles, il serait intéressant de mettre au point une application mobile de découverte. Pour coller au positionnement, cette application pourrait être une chasse au trésor, une sorte de quête dans laquelle les visiteurs rencontreraient les Hommes du territoire (mineurs, paysans, agriculteurs, verriers, artisans). Grâce à un voyage dans le temps, ils pourraient remonter les époques et résoudre des énigmes, répondre à des questions sur les savoir-faire du territoire. Au fil de cette découverte ludique et immersive, les touristes seraient incités à se rendre chez les différents acteurs du territoire. L’entreprise <i>Atelier nature</i><sup>110</sup> est spécialisée dans ces applications, elle a d’ailleurs travaillé sur la thématique de la mine avec l’application <i>Les trésors de Flers</i><sup>111</sup>. L’application peut soit être disponible sur n’importe quels appareils individuels, soit uniquement sur des tablettes disponibles dans les points accueil, mais cela réduirait la portée de l’action.</p>	
<b>Moyens</b>	<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Un chargé de mission pour :</i> recenser et inventorier les acteurs, créer le tracé du parcours, rédiger le contenu du carnet de voyage.</p> <p><i>Une agence de communication :</i> pour la réalisation du graphisme du carnet de voyage.</p> <p><i>Atelier Nature (ou développeur) :</i> pour la création de l’application mobile.</p>	<p><b>Moyens financiers :</b> 10 000 €</p> <p><i>Salaire chargé de mission</i> (10 % de son temps mensuel) : 2 000 € par an</p> <p><i>Graphisme et impression :</i> 700 €</p> <p><i>Application mobile :</i> minimum 7 000 €</p>
<b>Délais</b>	<b>Moyen terme :</b> un an et demi	

<sup>110</sup> Atelier nature : <https://ateliernature.net/>

<sup>111</sup> Les trésors de Flers : <https://ateliernature.net/references/tresors-de-flers/>

<b>d'exécution</b>	Pour avoir le temps de recenser les entreprises, de rédiger les textes et de lancer la conception graphique. L'application mobile est la partie qui prendra le plus de temps, car des va-et-vient entre le développeur et la collectivité vont permettre de mettre en place le graphisme et le contenu.	
<b>Partenariats</b>	Toutes les entreprises du territoire possédant un savoir-faire pouvant être valorisé dans le circuit.	
<b>Evaluation</b>	<p><b>Indices :</b></p> <p>Augmentation du nombre de touristes.</p> <p>Augmentation du nombre de structures ouvertes au public, qui montrera que l'initiative est porteuse et se développe.</p> <p>Augmentation des ventes chez les entreprises.</p>	<p><b>Moyens d'évaluation :</b></p> <p>Statistiques touristiques de fréquentation.</p> <p>Chiffres économiques des structures.</p> <p>Trafic sur le site internet.</p> <p>Chiffres d'utilisation et de téléchargement de l'application mobile.</p>

## 2.2 Développer une offre d'animations pour attirer les touristes, notamment les familles et les touristes d'affaires, grâce à la thématique des savoir-faire

La clientèle individuelle (notamment les familles) est une clientèle qui serait intéressante à capter pour le territoire. Elle souhaite découvrir les lieux d'une façon ludique et innovante. Pour l'instant, l'Office de tourisme ne propose pas de visites pour les individuels, se concentrant plutôt sur les groupes. Développer des visites pour cette clientèle permettrait d'augmenter la mise en valeur des savoir-faire, surtout si les animations proposées sont ludiques et sensorielles.

<b>Action n° 6</b>	<b>Offre de visites pour les individuels</b>
<b>Pilotage</b>	<p><b>Pilote :</b> Communauté de communes Carmausin-Ségala</p> <p><b>Service :</b> Office de tourisme du Ségala tarnais</p>
<b>Objectifs</b>	Attirer la clientèle individuelle sur le territoire grâce à des visites guidées ludiques.
<b>Cibles</b>	<p><b>Cœur de cible :</b> les familles avec enfants, qui veulent découvrir le territoire de manière ludique.</p> <p><b>Cible principale :</b> les touristes individuels, en couple, entre amis, qui</p>

	<p>souhaitent découvrir le territoire par le biais des savoir-faire.</p> <p><b>Cible secondaire</b> : la population locale, qui peut également profiter de ces visites pour découvrir ou redécouvrir des facettes du territoire.</p>
<p><b>Retombées attendues</b></p>	<p><b>Economiques</b> : la participation des visiteurs à certaines visites et leur consommation des productions locales permettra d'augmenter les retombées économiques du territoire.</p> <p><b>Touristiques</b> : les visites guidées attrayantes favoriseront l'attrait du territoire et permettront d'augmenter le nombre de visiteurs.</p> <p><b>Patrimoniales</b> : les visites visent à valoriser l'histoire du territoire, les lieux patrimoniaux importants, ainsi que les produits locaux actuels.</p>
<p><b>Description de l'action</b></p>	<p>En saison touristique, proposer des visites pour les individuels sur la thématique des savoir-faire, en suivant un programme d'animation (certaines visites peuvent demander une réservation auprès de l'Office de tourisme, si le nombre de places est limité) (<i>cf. annexe G : inspirations et idées pour les fiches action</i>).</p> <p><b>Idées de visites :</b></p> <p><i>Les savoir-faire passés du quotidien (mineurs, paysans)</i> : visite de la cité des Homps de la cité de Fontgrande ou de la Maison du polonais, de La Cabano avec un accent mis sur les traditions et les savoir-faire du quotidien (gastronomie, broderie, traditions...). Certaines visites pourraient être costumées et théâtralisées, afin de faire participer les visiteurs à un véritable spectacle.</p> <p><i>Visites sensorielles</i> : proposer des visites guidées sensorielles et participatives qui feront découvrir le territoire d'une autre manière. Sous la forme d'un jeu, les visiteurs pourront essayer de reconnaître les bruits associés aux métiers, faire des dégustations à l'aveugle de produits locaux, deviner les matériaux utilisés dans les savoir-faire grâce au toucher (charbon, verre et ses différentes textures, produits issus de l'agriculture comme certaines graines, plantes, pelage d'animaux). Ces visites seront agrémentées d'explications sur les métiers du territoire et sur la vie des habitants.</p> <p><i>Visites d'exploitations agricoles participatives</i> : démonstrations de traite, sorties des animaux au champ, taille de vigne, vendanges, préparation de fromages, etc...</p> <p><i>Visites - rencontre</i> : visites guidées sur une thématique liée aux savoir-faire comme la mine, le verre, l'agriculture d'autrefois, l'agriculture biologique, suivies d'un échange avec un ancien mineur, un artiste, un</p>

	agriculteur.	
<b>Moyens</b>	<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Guides conférenciers</i> : qu'ils soient de l'Office de tourisme ou des prestataires extérieurs de l'AGIT.</p> <p><i>Un accompagnateur / animateur</i> qui accompagne les visiteurs lors des sorties (notamment dans les fermes et exploitations du territoire)</p>	<p><b>Moyens financiers :</b></p> <p><i>Tarifs AGIT :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visites guidées 1h15 : 82,50 €</li> <li>- Visites guidées 2h : 112,50 €</li> </ul>
<b>Délais d'exécution</b>	<p><b>Court terme</b> : moins d'un an</p> <p>Les visites pour les individuels peuvent être proposées assez rapidement, notamment pour la saison touristique.</p>	
<b>Partenariats</b>	<p><i>Association des guides et interprètes du Tarn (AGIT)</i><sup>112</sup> : l'Office de tourisme du Ségala tarnais ne compte qu'une seule personne agréée guide conférencier. Un partenariat avec l'AGIT permettrait de proposer plus de visites pour les individuels en saison (dans l'attente d'engager du personnel en plus).</p>	
<b>Evaluation</b>	<p>Statistiques de l'Office de tourisme : nombre de visites proposées, nombre de participants, nombre de réservations, nombre de partenaires</p> <p>Satisfaction des participants grâce à un questionnaire rempli en fin de visite.</p>	

De nombreux projets sur le territoire prévoient l'aménagement de salles de réunion pour accueillir les entreprises : nouveaux aménagements du MCDAV, hôtel en construction à la zone de la Croix de Mille (située sur un axe d'entrée du territoire, avec en son sein la présence d'un espace d'information touristique). Il serait donc intéressant de développer une offre de tourisme d'affaires, en misant sur des expériences insolites et participatives. Il s'agit d'une opportunité car :

a) Le territoire est géographiquement proche de grands bassins d'emploi : Albi, Toulouse, ce qui est important pour attirer les entreprises, qui réduisent de plus en plus les distances quand elles font du tourisme d'affaires.

<sup>112</sup> Association des guides interprètes du Tarn : <http://www.lesguidesdutarn.com/>

b) Le tourisme d'affaires, s'il fonctionne sur le territoire, peut amener de nombreuses retombées économiques : hébergement, restauration, activités, location de salle.

c) Les touristes d'affaires recherchent de l'originalité et du dépaysement, notamment pour les activités de *team building* et l'*incentive*, qui seraient les formes de tourisme d'affaires les plus propices à développer sur le territoire. De plus, les savoir-faire permettent d'apporter cet expérientiel recherché.

Action n°7	Tourisme d'affaires
Pilotage	<p><b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala</p> <p><b>Service</b> : Office de tourisme du Ségala tarnais</p>
Préalables	<p>Avoir des salles de réunion adaptées et très bien équipées (rétroprojecteur, tableaux, sonorisation, très bonne connexion wifi...).</p> <p>Les produits d'affaires doivent être de grande qualité et répondre aux demandes des entreprises.</p>
Objectifs	<p>Augmenter les retombées économiques du territoire en développant une nouvelle forme de tourisme.</p> <p>Rendre le territoire attractif pour une nouvelle clientèle touristique et ainsi augmenter sa notoriété.</p>
Cibles	<p><b>Cœur de cible</b> : les entreprises de la région d'Albi et de Toulouse voulant organiser des activités de <i>team-building</i> ou des <i>incentives</i>.</p> <p><b>Cible principale</b> : les entreprises de la région Occitanie voulant pratiquer du tourisme d'affaires pour améliorer leur cohésion ou récompenser leurs collaborateurs.</p>
Retombées attendues	<p><b>Economiques</b> : les réservations d'hébergements, de restauration, de salles, d'activités de loisirs, augmenteront les retombées économiques.</p> <p><b>L'image du territoire</b> peut changer, monter en gamme, grâce au tourisme d'affaires qui est un tourisme d'exigence et de qualité. Proposer des activités ludiques et participatives peut également montrer que le territoire est vivant et dynamique.</p>
Description de l'action	<p>Proposer des produits de tourisme d'affaires à destination des entreprises comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la location de salles de réunion équipées ;</li> <li>- la restauration, en privilégiant les produits locaux ;</li> <li>- les animations de <i>team-building</i> ou les visites culturelles et</li> </ul>

	<p>insolites ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'hébergement si besoin ;</li> <li>- le transport s'il y a changement de lieu entre les différentes activités.</li> </ul> <p><b>Les animations peuvent être :</b></p> <p><i>Des ateliers qui permettent aux personnes de participer activement :</i> ateliers œnologiques, ateliers de cuisine, cavage des truffes, démonstrations et ateliers de soufflage de verre.</p> <p><i>Des visites insolites de sites culturels ou d'entreprises :</i> Musée-mine départemental avec la descente dans les galeries (visites à deux voix avec un guide et un mineur), Musée/Centre d'art du verre avec les démonstrations des souffleurs de verre, visite de la biscuiterie Deymier, visites théâtralisées ou sensorielles (cf. fiche action n°6).</p> <p><i>Des visites challenges :</i> quête sur le thème des savoir-faire d'hier et d'aujourd'hui dans les rues de Carmaux.</p> <p><b>La communication de cette offre pourra se faire via :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le site internet de l'Office de tourisme, avec un onglet tourisme d'affaires dédié ;</li> <li>- Une brochure présentant les offres, les prestations et les tarifs ;</li> <li>- Le Comité départemental du tourisme du Tarn.</li> </ul>		
<p><b>Moyens</b></p>	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Une personne responsable du tourisme d'affaires :</i> démarchage, relation avec les entreprises, relation avec les prestataires, accueil des touristes.</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p><b>Moyens financiers :</b></p> <p><i>Salaire du chargé de mission tourisme d'affaires</i></p> <p><i>Création des produits :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- réservation hébergements,</li> <li>- réservation restauration et collation (café, viennoiseries, etc...)</li> <li>- déplacement sur le territoire,</li> <li>- location de salles,</li> <li>- réservation des visites ou animations,</li> <li>- fournitures : bouteilles d'eau, blocs-notes, stylos, etc...</li> </ul> <p><i>Communication :</i></p> <p>Graphisme et impression de la brochure.</p> </td> </tr> </table>	<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Une personne responsable du tourisme d'affaires :</i> démarchage, relation avec les entreprises, relation avec les prestataires, accueil des touristes.</p>	<p><b>Moyens financiers :</b></p> <p><i>Salaire du chargé de mission tourisme d'affaires</i></p> <p><i>Création des produits :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- réservation hébergements,</li> <li>- réservation restauration et collation (café, viennoiseries, etc...)</li> <li>- déplacement sur le territoire,</li> <li>- location de salles,</li> <li>- réservation des visites ou animations,</li> <li>- fournitures : bouteilles d'eau, blocs-notes, stylos, etc...</li> </ul> <p><i>Communication :</i></p> <p>Graphisme et impression de la brochure.</p>
<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Une personne responsable du tourisme d'affaires :</i> démarchage, relation avec les entreprises, relation avec les prestataires, accueil des touristes.</p>	<p><b>Moyens financiers :</b></p> <p><i>Salaire du chargé de mission tourisme d'affaires</i></p> <p><i>Création des produits :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- réservation hébergements,</li> <li>- réservation restauration et collation (café, viennoiseries, etc...)</li> <li>- déplacement sur le territoire,</li> <li>- location de salles,</li> <li>- réservation des visites ou animations,</li> <li>- fournitures : bouteilles d'eau, blocs-notes, stylos, etc...</li> </ul> <p><i>Communication :</i></p> <p>Graphisme et impression de la brochure.</p>		

<b>Délais d'exécution</b>	<p><b>Moyen - Long terme</b> : 2 ans minimum</p> <p>Il faut que le territoire se dote de salles de réunion et de lieux d'accueil adaptés.</p>
<b>Partenariats</b>	<p><i>Hébergements du territoire</i>, de préférence étoilés (Hôtel la Tour de Ciron, Hôtel Gambetta).</p> <p><i>Restauration</i> : traiteurs ou restaurants proposant des spécialités locales.</p> <p><i>Prestataires touristiques</i> : musées, sites de loisirs en lien avec les savoir-faire.</p> <p><i>Comité départemental du tourisme du Tarn</i> : pour la commercialisation des produits.</p>
<b>Evaluation</b>	<p><i>Données chiffrées</i> : produits vendus, partenariats, nombre de réservations, retombées économiques.</p> <p><i>Questionnaire de satisfaction</i> auprès des participants, des entreprises pour avoir leur retour sur les points à améliorer.</p>

La seconde mission vise donc à permettre au territoire de se doter d'une image compréhensible et identifiable par tous, grâce à une communication et des actions de valorisation des savoir-faire auprès de différentes cibles touristiques. Cette création d'image, en lien étroit avec le positionnement du projet, doit également permettre à la population locale de se reconnaître et d'avoir envie de redécouvrir son territoire.

### **3. Favoriser la connaissance des savoir-faire auprès de la population locale afin qu'elle puisse renouer avec l'identité du territoire**

Enfin, la dernière mission a pour but de recréer du lien entre la population locale et le territoire, en lui permettant de mieux connaître son histoire, ainsi que les métiers qui sont actuellement présents et qui en font sa richesse. L'image du territoire ne peut changer que si les habitants eux-mêmes en ont une bonne opinion, ce qui n'est pas encore tout à fait le cas. Le plan stratégique prévoit donc de mener des actions auprès de certaines cibles et notamment les jeunes et les nouveaux arrivants, afin qu'ils soient fiers d'habiter sur le Carmausin-Ségala et qu'ils aient envie de s'impliquer dans son développement.

### 3.1 Développer des actions pour impliquer la population locale et faire connaître les savoir-faire aux nouveaux habitants

Souvent, les habitants du territoire sont les premiers acheteurs de productions locales, qu'ils consomment au quotidien ou qu'ils offrent à des connaissances. Egalement, quand ils reçoivent de la famille, des amis venant de l'extérieur, ils leur font visiter des lieux emblématiques. Afin d'améliorer la notoriété du territoire, tout en faisant participer la population locale à sa mise en valeur, il serait intéressant de mettre en place un club des ambassadeurs (*cf. annexe G : inspirations et idées pour les fiches action*).

Action n°8	Favoriser les ambassadeurs de territoire
Pilotage	<b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala <b>Service</b> : Office de tourisme du Ségala tarnais
Préalables	Avoir un organisme porteur de l'action, qui anime le club des ambassadeurs : le label territorial.
Objectifs	Impliquer la population locale dans la valorisation des savoir-faire, afin qu'elle renoue avec le territoire et qu'elle soit fière de le faire rayonner à l'extérieur.
Cibles	<b>Cœur de cible</b> : les habitants du territoire. <b>Cible principale</b> : toutes les personnes attachées au territoire et qui veulent le valoriser (notamment les natifs du territoire qui vivent à l'extérieur, mais qui aiment revenir, ou les touristes fidèles qui reviennent chaque année).
Retombées attendues	<b>Economiques</b> : la communication faite par les ambassadeurs auprès de leur cercle de connaissances favorisera l'achat de produits locaux. <b>Touristiques</b> : la valorisation des savoir-faire et du territoire à l'extérieur permettra d'augmenter le nombre de visiteurs. <b>Sociale</b> : le rôle important donné aux ambassadeurs vise à permettre à la population de se reconnecter au patrimoine, d'être fière d'appartenir au territoire.
Description de l'action	Pour motiver la population à devenir ambassadeur de territoire, il faut arriver à la capter, à l'intéresser et à la motiver. Pour cela, il faut être très actif dans l'animation du Club, notamment sur les réseaux sociaux : poster du contenu régulièrement pour faire réagir les ambassadeurs, répondre à leurs commentaires, etc. Faire connaître le Club des

ambassadeurs est un préalable essentiel pour arriver à impliquer des habitants. Pour cela, il faut prévoir une campagne de communication sur tous les réseaux de l'Office de tourisme, et même via la 3CS : information sur les réseaux sociaux, sur les sites internet, sur les documents papiers (notamment l'*Intercomag*). Les premiers ambassadeurs seront ceux qui auront déjà un lien fort avec le territoire et qui le suivent déjà sur les réseaux.

**Moyens d'animation du Club des ambassadeurs :**

Pour engager les ambassadeurs, il faut leur donner la parole. Pour cela, il serait intéressant de leur permettre de s'exprimer sur le territoire, sur les savoir-faire, de faire des retours d'expérience. Par exemple, un rendez-vous pourrait être donné sur le blog (et relayé par les réseaux sociaux) : chaque semaine, un ambassadeur témoignerait de son expérience sur une thématique liée aux savoir-faire. Egalement, il serait intéressant de faire participer les ambassadeurs à la valorisation du territoire notamment sur les salons ou sur certains événements de l'Office de tourisme (accueil VIP, repas gourmands, etc...).

Egalement, il faudrait leur permettre de valoriser le territoire dans leurs communications propres en leur fournissant un kit d'ambassadeurs comprenant des logos, des bannières, des images, des signatures de mail, du papier à lettre avec en-tête, des enveloppes.

Enfin, pour faire évoluer les choses et que les ambassadeurs s'approprient le territoire, il faudrait qu'ils puissent donner leur avis et leurs idées sur la valorisation des savoir-faire. Cette action nécessite de mettre en place un outil numérique permettant aux ambassadeurs de s'exprimer et de laisser des suggestions et des retours d'expérience, notamment sur la praticité des outils, sur les retours qu'ils peuvent avoir de connaissances, sur les moyens mis en œuvre.

**Contreparties :**

Les ambassadeurs sont des acteurs bénévoles, mais il faut tout de même leur proposer des contreparties, afin qu'ils soient motivés et que le réseau se développe. Cela peut passer par : des réductions chez les producteurs, des avantages chez certains acteurs du label territorial, des *goodies*, etc...

⇒ Le but du Club des ambassadeurs est que les habitants parlent du territoire le plus possible à leur cercle de connaissances, afin de le faire rayonner à l'extérieur.

<b>Moyens</b>	<b>Moyens humains :</b>	<b>Moyens financiers :</b>
	<i>Chargé de mission (community</i>	<i>Salaire du chargé de mission :</i>

	<i>manager</i> ) : en charge de la communication sur les réseaux sociaux et de l'animation du Club.	salaire responsable communication Office de tourisme.
<b>Délais d'exécution</b>	<b>Court terme</b> : moins d'un an Les actions en faveur des ambassadeurs peuvent être mises en place assez rapidement. Il faudra ensuite continuer l'animation du Club des ambassadeurs dans le temps pour qu'il puisse s'installer et être efficace sur la durée.	
<b>Partenariats</b>	Tous les acteurs adhérents au label.	
<b>Evaluation</b>	<b>Indices</b> : Nombre d'ambassadeurs dans le Club.  Augmentation du nombre de touristes.	<b>Moyens d'évaluation</b> : Evaluation des réseaux sociaux (cf. fiche action n°4).  Questionnaire auprès des ambassadeurs.

Egalement, un autre point abordé lors du diagnostic est la nécessité de faire connaître le territoire et son patrimoine à la population qui vient d'arriver. Pour cela, il est important de développer des actions spécifiques qui leur soient directement adressées, comme un accueil privilégié. Les nouveaux arrivants doivent se sentir accueillis et impliqués dès leur arrivée sur le territoire. Il faut arriver à leur donner envie de le découvrir et de le partager.

Action n°9	Accueil pour les nouveaux arrivants
<b>Pilotage</b>	<b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala
<b>Objectif</b>	Faire connaître le territoire, son histoire et ses savoir-faire aux nouveaux arrivants, afin qu'ils se sentent impliqués et qu'ils aient envie de participer activement à son développement et à sa valorisation.
<b>Cibles</b>	<b>Cœur de cible</b> : les nouveaux habitants du territoire.
<b>Retombées attendues</b>	<b>Economiques</b> : en donnant envie aux nouveaux habitants d'acheter et de consommer les productions locales, cela augmentera les retombées économiques du territoire.  <b>Touristiques</b> : donner envie aux nouveaux arrivants de découvrir les sites touristiques et culturels, et de participer aux différentes animations.  <b>Sociale</b> : favoriser les échanges entre les différentes populations du

	territoire en créant du lien.	
<b>Description de l'action</b>	<p>Organiser un accueil pour les nouveaux résidents de la Communauté de communes afin qu'ils se sentent impliqués et qu'ils s'approprient le territoire et ses richesses. Il pourrait se dérouler tous les trimestres ou deux fois par an avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un pot d'accueil avec des spécialités locales : échaudés, vin, jus de fruits, fouace, etc...</li> <li>- Un discours de bienvenue de la part de la collectivité (mot du Président)</li> <li>- Le témoignage d'ambassadeurs du label (cf. fiche action n°8) : pour donner envie aux nouveaux arrivants de découvrir le territoire et pourquoi pas pour devenir à leur tour ambassadeurs du territoire.</li> <li>- Une box de bienvenue comprenant des éléments représentant les savoir-faire du territoire : <ul style="list-style-type: none"> <li>o Des réductions dans certains sites touristiques et culturels ;</li> <li>o L'un des produits de la gamme 100 % local (cf. fiche action n°2)</li> <li>o Des produits de producteurs ou artisans : échaudés, jus de fruits, crème de châtaigne, etc...</li> <li>o Un stylo, porte-clé ou autre rappelant l'exploitation de la mine</li> </ul> </li> </ul> <p>⇒ Pour correspondre au positionnement, un <i>menu</i> de la box présentera les produits qu'il y a à l'intérieur, mais surtout l'histoire qu'il y a derrière ces produits : les savoir-faire et les Hommes qui les ont fabriqués. A chaque fois, un mot de la part du producteur ou d'un acteur du territoire complétera la présentation.</p> <p>Egalement, ce pot d'accueil sera l'occasion de fournir des documents de présentation du territoire, notamment touristique : guide touristique, manifestations touristiques et culturelles, route des savoir-faire, etc...</p>	
<b>Moyens</b>	<p><b>Moyens humains :</b></p> <p><i>Un chargé de mission pour organiser l'accueil : préparation de la salle, accueil des participants, remise des box.</i></p>	<p><b>Moyens financiers :</b></p> <p><i>Composition de la box : produits agroalimentaires et artisanaux</i></p> <p><i>Pot d'accueil : boisson et nourriture</i></p> <p><i>Impression des documents</i></p> <p><i>Salaire du chargé de mission</i></p>

<b>Délais d'exécution</b>	<b>Court terme</b> : moins d'un an L'accueil des nouveaux arrivants se fait déjà dans certaines communes, il faut organiser l'action à l'échelle de la collectivité et surtout mobiliser les artisans et producteurs.
<b>Partenariats</b>	<i>Les adhérents au label</i> <i>Les producteurs</i> : créer un partenariat pour qu'ils fournissent gratuitement des produits, pour en contrepartie être visibles auprès des nouveaux arrivants.
<b>Evaluation</b>	Nombre de participants aux accueils. Avis des nouveaux arrivants sur l'accueil recueilli le jour de l'événement.

### 3.2 Mener des actions auprès du public scolaire et des jeunes

L'un des acteurs interrogés lors de l'enquête qualitative, responsable d'un musée du territoire, a soulevé le fait que les jeunes ne veulent plus faire des visites classiques de sites historiques ou culturels. Lorsque cette personne a demandé à un groupe d'adolescents ce qui les intéresserait, ils ont répondu la découverte des coulisses de certains lieux. Il apparaît donc important de permettre aux jeunes, mais également à l'ensemble de la population, de visiter certaines structures en lien avec les savoir-faire du côté des coulisses.

Action n°10	Journées de découverte « <i>de l'autre côté du miroir</i> »
<b>Pilotage</b>	<b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala <b>Service</b> : Office de tourisme du Ségala tarnais
<b>Préalables</b>	Avoir des entreprises et des structures qui acceptent d'ouvrir leurs portes et de montrer des facettes de leur métier qu'elles ne montrent pas d'ordinaire.
<b>Objectifs</b>	Faire connaître le territoire aux jeunes, afin qu'ils tissent des liens privilégiés avec lui, en découvrant des aspects inédits. Faire connaître des métiers parfois méconnus aux jeunes, pouvant pourquoi pas susciter des vocations.
<b>Cibles</b>	<b>Cœur de cible</b> : les collégiens et lycéens du territoire. <b>Cible principale</b> : les jeunes et les groupes scolaires résidents ou étudiants sur la Communauté de communes

	<b>Cible secondaire</b> : l'ensemble de la population locale et les touristes
<b>Retombées attendues</b>	<b>Sociale</b> : créer du lien entre les jeunes et le territoire, et notamment grâce à la rencontre avec les acteurs.
<b>Description de l'action</b>	<p>Proposer des journées découverte, pouvant être appelées « <i>Journées de l'autre côté du miroir</i> » (référence au verre avec le miroir et à l'aventure avec la référence au livre de Lewis Carroll, pour rester cohérent avec le positionnement).</p> <p>Il s'agira de proposer des visites permettant de découvrir les métiers du territoire, les savoir-faire d'une manière différente, en découvrant ce que le grand public ne voit pas, mais surtout en échangeant avec les professionnels. Elles doivent également être participatives pour intéresser les jeunes.</p> <p><b>Exemples de visites :</b></p> <p>La rencontre avec les services conservation des musées du territoire pour comprendre comment les œuvres sont conservées, comment sont organisées les réserves.</p> <p>Rencontre avec des artisans qui n'ouvrent pas forcément leurs portes au grand public, mais qui ont un métier rare ou peu commun : luthier, encadreur, verrier, etc... Il semble plus complexe de faire la même chose avec les exploitations agricoles, cependant, des ateliers de transformation de produits (fromage, châtaignes, fruits, etc...) pourraient être organisés, avec toujours la rencontre avec les producteurs.</p> <p>Visite de Cap'Découverte avec la rencontre des acteurs qui gèrent le parc de loisirs (explication du contrôle des équipements), ceux qui sont en charge de la Maison de la musique (comment gérer la programmation, visite des coulisses, etc...).</p> <p>Cette initiative, serait l'occasion d'ouvrir au public certaines entreprises qui ne le sont pas le reste de l'année. Si elle est un succès, elle pourrait être étendue au reste de la population en proposant ce genre de journées une fois par mois par exemple<sup>113</sup>.</p> <p><b>Bénéfices pour les structures participantes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se faire connaître auprès d'un public différent ;</li> <li>- Communiquer sur son entreprise et son activité ;</li> <li>- Valoriser ses savoir-faire, son métier, et ses collaborateurs.</li> </ul>

<sup>113</sup> Exemple d'initiative : <http://www.lisieux-tourisme.com/actualite/programme-2017-2018-devoile-pour-les-visites-insolites/>

	<b>Communication :</b> La communication pourra se faire via un livret d'animation et d'activité à destination des établissements scolaires.  Egalement, ces visites seront présentes sur le site internet de l'Office de tourisme (et sur l'agenda des manifestations si elles sont à destination du grand public).	
<b>Moyens</b>	<b>Moyens humains :</b> <i>Chargé de mission</i> : prise de contact avec les entreprises, réservation, accompagnement sur les lieux de visites.	<b>Moyens financiers :</b> <i>Communication</i> : brochure.
<b>Délais d'exécution</b>	<b>Moyen terme</b> Ce qui prendra le plus de temps, c'est le contact avec les structures d'accueil et la conception des visites.	
<b>Partenariats</b>	Artisans, structures culturelles et touristiques, agriculteurs, etc...  Les établissements scolaires pour monter des visites qui correspondent à leurs attentes.	
<b>Evaluation</b>	<i>Analyse des chiffres de l'opération</i> : nombre de contacts, nombre de visites.  <i>Questionnaire de satisfaction</i> auprès des structures accueillant les Journées des structures scolaires et des élèves.	

Le diagnostic a révélé que les jeunes ne connaissaient pas bien l'histoire du territoire et n'y étaient pas spécialement attachés. Ainsi, aborder les savoir-faire semble une bonne solution pour parler du passé, car il est fortement lié à certains métiers. Pour les intéresser, il faut arriver à leur proposer des activités ludiques et participatives.

Action n°11	Ateliers pour le jeune public
<b>Pilotage</b>	Office de tourisme du Ségala tarnais
<b>Préalables</b>	Prendre contact avec les établissements scolaires pour prospecter et évaluer leurs besoins pédagogiques. Les impliquer dans la création permettrait par la suite d'avoir plus de retombées.  Avoir un animateur/médiateur du patrimoine qui organise et réalise les

	ateliers.	
<b>Objectifs</b>	Faire connaître les savoir-faire et les métiers du territoire grâce à des animations ludiques à destination des enfants.	
<b>Cibles</b>	<p><b>Cœur de cible</b> : les groupes scolaires du territoire.</p> <p><b>Cible principale</b> : le jeune public (entre 3 et 16 ans).</p>	
<b>Retombées attendues</b>	<p><b>Patrimoniale</b> : valoriser les savoir-faire auprès d'une cible qui n'est pas forcément attirée par ça en premier lieu.</p> <p><b>Sociales</b> : impliquer les jeunes dans la découverte des savoir-faire du territoire, pour qu'ils les connaissent et en soient fiers.</p> <p><b>Economiques</b> : le jeune public est un très bon prescripteur auprès des parents, ils peuvent donc les influencer à consommer plus local ou à visiter certains sites.</p>	
<b>Description de l'action</b>	<p>Cette action vise à proposer des animations pour les enfants de 3 à 16 ans, durant les vacances scolaires ou pour les groupes. Il s'agit de proposer des activités ludiques et participatives pour faire découvrir le territoire et ses savoir-faire par le jeu.</p> <p><b>Propositions d'activités :</b></p> <p><i>Un jeu de piste</i> sous forme de quête dans les rues de Carmaux pour faire découvrir les savoir-faire liés à la mine et au verre, grâce à une carte, des indices dissimulés et une histoire.</p> <p><i>Animation sensorielle</i> : faire découvrir certains métiers et savoir-faire grâce à la stimulation des sens, en créant un quiz pour reconnaître certaines matières, odeurs, par le toucher, par des dégustations à l'aveugle.</p> <p><i>Des visites costumées en immersion dans le passé</i> grâce à un partenariat avec La Cabano, pour faire découvrir l'agriculture d'autrefois, en permettant aux enfants de jouer eux-mêmes certains rôles (coiffeur, instituteur, menuisier, paysan).</p> <p>Ces animations pourraient être accompagnées de rencontres avec les agriculteurs, artisans, artistes du territoire pour un échange privilégié.</p> <p><b>Communication :</b></p> <p>Une brochure spéciale pour les groupes scolaires et le jeune public permettra de valoriser cette initiative, tout comme le site internet de l'Office de tourisme.</p>	
<b>Moyens</b>	<b>Moyens humains :</b>	<b>Moyens matériels et financiers :</b>

	<p><i>Animateur</i> : pour préparer les ateliers, les visites et les animer.</p> <p><i>Graphiste</i> : pour créer la brochure pour les groupes et les documents d'animation des ateliers.</p>	<p><i>Graphisme</i> : brochure, outils pédagogiques et impression.</p> <p><i>Salaire animateur</i> : vacataire sur les périodes de vacances scolaires et estivales.</p> <p><i>Outils pédagogiques</i> : matériel de stimulation des sens.</p>
<b>Délais d'exécution</b>	<p><b>Court à Moyen terme</b></p> <p>Certains produits à destination des groupes scolaires peuvent être mis en place rapidement.</p>	
<b>Partenariats</b>	<p><i>Les acteurs du territoire</i> : La Cabano, les Musées, les agriculteurs et les producteurs.</p> <p>Les écoles et structures accueillant des enfants.</p>	
<b>Evaluation</b>	<p><i>Chiffres des visites</i> : nombre de participants, nombre de réservations, nombre d'animations programmées.</p> <p><i>Questionnaire de satisfaction</i> auprès des enfants et des structures éducatives.</p>	

Toutes ces actions développées doivent permettre de répondre aux trois missions fixées dans le plan stratégique. Elles sont soit axées sur la coordination des acteurs, soit sur le développement touristique soit sur la relation avec la population locale. Cependant, deux actions sont transversales et permettent d'agir sur les trois missions en même temps.

#### **4. Des actions transversales aux différentes missions**

Certaines actions peuvent agir sur plusieurs missions en permettant de rendre plus attractif le territoire tout en en générant du développement et en impliquant la population locale.

Tout d'abord, le meilleur moyen de valoriser les savoir-faire, est de créer un événementiel. Il permettra d'une part de valoriser le patrimoine et d'autre part de faire rayonner le positionnement choisi. Ensuite, c'est un bon moyen d'impliquer la population locale dans un projet solidaire, tout en attirant les visiteurs en nombre. Le but de l'événementiel est de faire connaître le territoire et d'améliorer son image.

Action n°12	Événementiel
Pilotage	<p><b>Pilote</b> : Communauté de communes Carmausin-Ségala</p> <p><b>Mise en place</b> : animateur du label</p>
Préalables	<p><i>Mobiliser les acteurs et la population locale</i> : pour qu'un événement fonctionne, surtout s'il se rapporte à une thématique liée à la culture locale comme ici, il faut absolument que la population participe à l'élaboration du projet, qu'elle en soit le principal acteur. Il faut donc que les associations du territoire et la population portent le projet, même si l'idée a été impulsée par la collectivité locale.</p> <p>Trouver un lieu adéquat pour organiser l'événement.</p>
Objectifs	<p>Augmenter la notoriété du territoire grâce à un événement fort et marquant.</p> <p>Améliorer l'image du territoire, en montrant qu'il est vivant et dynamique.</p> <p>Impliquer la population locale dans l'élaboration de l'événement</p>
Cibles	<p><b>Cœur de cible</b> : la population locale, afin qu'elle renoue avec le territoire et les savoir-faire de manière positive.</p> <p><b>Cible principale</b> : les visiteurs de proximité (Tarn, Aveyron, Haute-Garonne) afin qu'ils découvrent les savoir-faire et changent de perception sur la destination.</p> <p><b>Cible secondaire</b> : les touristes.</p>
Retombées attendues	<p>Lors de la 23<sup>ème</sup> édition du <i>Nordic Symposium on Tourism and Hospitality</i>, qui s'est tenu en 2014, Jenni Mikkonen a présenté ses résultats concernant les retombées que peuvent avoir les événementiels sur l'image de marque d'un territoire<sup>114</sup> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Améliorer ou changer l'image d'un territoire</i> : en montrant qu'il est dynamique et volontaire, ce qui attire les visiteurs.</li> <li>- <i>Soutenir ou enrichir les caractéristiques de la région</i> : en s'appuyant sur les spécificités et le positionnement du territoire.</li> <li>- <i>Augmenter la visibilité de la destination</i> : en faisant de l'événement la « vitrine » du territoire.</li> <li>- <i>Compléter l'offre de la destination</i> : en essayant de capter des</li> </ul>

<sup>114</sup> Barry Claudine. *Quand les événements façonnent l'image de la destination* [en ligne]. Disponible sur <http://veilletourisme.ca/2015/02/23/quand-les-evenements-faonnent-limage-de-la-destination/>. (Consulté le 25-07-2018)

	<p>clientèles nouvelles ou en valorisant les autres activités du territoire.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Prolonger la saison touristique et accroître le dynamisme tout au long de l'année</i></li> <li>- <i>Attirer plus de visiteurs</i></li> </ul>
<p><b>Description de l'action</b></p>	<p><b>Proposition d'événements :</b></p> <p>Voici une proposition d'événements qui permettrait de valoriser les savoir-faire du territoire. Ce projet est ambitieux, tant au niveau du budget que des moyens humains ou de l'organisation, mais il permet d'avoir des idées d'action à mettre en place. De plus, pour qu'un événement soit porteur pour le territoire (comme l'est pour l'instant la Biennale du verre), il faut lui laisser le temps de s'installer et de grandir. Cet événement pourrait être un <b>Festival des savoir-faire</b> comprenant :</p> <p style="text-align: center;"><b>1- Des animations et des activités sensorielles pour découvrir les savoir-faire dans toutes leurs dimensions</b></p> <p>Créer une exposition et des animations sensorielles permettrait de valoriser les savoir-faire du territoire d'une manière ludique et insolite. Il s'agirait de présenter les matériaux et les gestes des différents métiers grâce aux sens (<a href="https://www.amcsti.fr/fr/annonces/expositions-sensorielles-itinerantes/">https://www.amcsti.fr/fr/annonces/expositions-sensorielles-itinerantes/</a>) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ouïe</b> : balades auditives qui présente des témoignages d'acteurs du territoire (les collectes de mémoires pourraient être mobilisées dans ce cadre) (<a href="http://veilletourisme.ca/2015/01/05/au-rythme-des-promenades-sonores/">http://veilletourisme.ca/2015/01/05/au-rythme-des-promenades-sonores/</a>)</li> <li>- <b>Vue</b> : organiser en amont du festival un concours photo dont la thématique pourrait changer à chaque édition, mais avec comme sujet principal les savoir-faire. Les photos lauréates seraient exposées lors du Festival.</li> <li>- <b>Toucher</b> : proposer des ateliers de pratique des savoir-faire autour de différentes matières : verre, bois, pierre, végétaux, etc...</li> <li>- <b>Goût</b> : Proposer des dégustations à l'aveugle de différents produits, des ateliers œnologiques, etc...</li> <li>- <b>Odorat</b> : proposer des ateliers olfactifs, de reconnaissance des odeurs, etc...</li> </ul> <p>Ces ateliers, destinés à tous les âges, seraient accompagnés de démonstrations d'artisans, de diffusion de films plus ou moins longs (au cinéma ou en plein air), de marchés de producteurs, etc...</p> <p style="text-align: center;"><b>2- Un son et lumière sur l'histoire du territoire</b></p> <p>Afin de marquer durablement le territoire d'une image positive et dynamique, il serait intéressant de créer un son et lumière, parlant de</p>

	<p>l'aventure humaine et technique qui a façonné le territoire. Le spectacle pourrait raconter l'histoire de deux jeunes du territoire qui partent à la recherche de leurs origines : l'histoire retracerait le développement du territoire jusqu'à aujourd'hui en mettant en scène la mine, la verrerie, les luttes sociales, l'évolution de l'agriculture. Il pourrait se dérouler dans un lieu marquant de l'histoire et permettant de faire des effets visuels, comme par exemple la friche du lavoir à charbon ou Cap'Découverte.</p> <p><b>Exemple de son et lumière :</b> Hier un village à Flagnac<sup>115</sup>, créé par un village aveyronnais et qui est devenu un rendez-vous incontournable accueillant plus de 20 000 visiteurs par an, depuis plus de 35 ans (vidéo de présentation édition 2018 : <a href="https://youtu.be/nqPJY8VNVww">https://youtu.be/nqPJY8VNVww</a>).</p> <p>Ce spectacle serait l'occasion d'impliquer fortement la population locale dans le projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En participant à l'organisation : avant, pendant et après le Festival</li> <li>- En participant au spectacle : interprétation des personnages, fabrication ou prêt des costumes et accessoires, etc...</li> </ul> <p>Ce son et lumière, même s'il est impulsé par la collectivité, doit par la suite être animé par la population, par exemple au travers d'une association. Il ne peut pas vivre sans l'implication et l'approbation des locaux.</p> <p>Les deux projets peuvent être organisés séparément ou ensemble, le son et lumière représentant alors la clôture du festival.</p> <p><b>Communication :</b></p> <p>Diffusion sur les réseaux sociaux, sur les sites internet (Office de tourisme, label, collectivité...), par des affiches et des flyers. Il faut également s'aider du réseau des ambassadeurs (cf. fiche action n°8) afin de les impliquer activement dans la diffusion de l'événement.</p>	
<p><b>Moyens</b></p>	<p><b>Moyens humains (très importants) :</b></p> <p><i>Un chargé de projet :</i> qui sera chargé du lancement du projet et qui pourra être un appui pour les organisateurs.</p> <p><i>Des bénévoles :</i> pour faire fonctionner le projet</p>	<p><b>Moyens financiers :</b></p> <p>Conséquent, mais à définir selon le projet.</p>

<sup>115</sup> Hier un village : <https://www.hierunvillage.com/fr/>

<b>Délais d'exécution</b>	<b>Moyen - Long terme</b> Le projet ne doit pas être trop ambitieux au départ, mais il doit arriver à s'adapter et à se pérenniser en évoluant.
<b>Partenariats</b>	Chercher des sponsors auprès des commerces, des entreprises, des structures du territoire ou régionales, ce qui permettrait d'augmenter les ressources financières.  Les associations du territoire.  Les établissements scolaires pour impliquer les jeunes du territoire.
<b>Evaluation</b>	<i>Chiffres de l'événement</i> : nombre de participants à l'événement (fréquentation), nombre de bénévoles mobilisés, qui montrera l'implication de la population locale, recettes et dépenses, chiffres de fréquentation.  <i>Activité sur les réseaux sociaux</i> : commentaires et réaction de la communauté.

Enfin, un *escape game*, autrement appelé jeu d'évasion grandeur nature, est un jeu visant à résoudre des énigmes et trouver des indices pour sortir d'un lieu. Il se déroule en équipe, sur des thématiques particulières plongeant les visiteurs au cœur d'une réelle aventure. Aujourd'hui, de plus en plus de sites patrimoniaux (grottes, carrières, domaines viticoles, châteaux, musées) développent une offre d'*escape game*, soit permanente soit événementielle, pour dynamiser leur image et attirer des publics différents. La thématique des savoir-faire et des métiers est intéressante pour mettre en place ce loisir et attirer des visiteurs et la population locale.

<b>Action n°13</b>	<b><i>Escape game</i></b>
<b>Pilotage</b>	Communauté de communes Carmausin-Ségala
<b>Préalables</b>	Avoir un lieu adapté qui puisse accueillir l' <i>escape game</i> . S'entourer de professionnels pour créer le scénario et les décors.
<b>Objectifs</b>	Faire découvrir le patrimoine du territoire de manière ludique et immersive.
<b>Cibles</b>	<b>Cœur de cible</b> : les jeunes, pour qu'ils s'intéressent à l'histoire et aux savoir-faire du territoire.

	<p><b>Cible principale</b> : la population locale, pour qu'elle découvre d'une façon différente le patrimoine du territoire.</p> <p><b>Cible secondaire</b> : les touristes, notamment les familles, qui veulent découvrir le territoire d'une manière différente et ludique et les touristes d'affaires pour les <i>team-building</i>.</p>
Retombées attendues	<p><b>Economiques</b> : cette nouvelle activité de loisir peut permettre d'apporter des revenus grâce à ses entrées.</p> <p><b>Patrimoniales</b> : valoriser le patrimoine d'une manière différente, qui en plus sera mémorable pour les participants, car ils seront acteurs de l'histoire.</p> <p><b>Sociales</b> : proposer une activité ludique accessible à tous sur le territoire, pour le rendre plus attrayant et dynamique (changement positif d'image grâce à l'innovation).</p> <p><b>Touristiques</b> : attirer les touristes sur le territoire grâce à une activité ludique, tout en attirant les entreprises qui veulent renforcer leur esprit d'équipe lors de <i>team-building</i>.</p>
Description de l'action	<p>Deux possibilités peuvent être envisageables pour valoriser le patrimoine grâce à un <i>escape game</i> :</p> <p><b>Créer un lieu dédié</b> :</p> <p>La collectivité pourrait acquérir une ancienne maison de verrier ou de mineur (dans la cité de Fontgrande par exemple), la meubler comme à l'époque faste de l'industrie carmausine et proposer une expérience immersive en dissimulant des énigmes. Ce serait l'occasion de valoriser un bâtiment important du territoire, tout en y associant les savoir-faire : le scénario pourrait raconter une histoire faisant le lien entre les savoir-faire passés et les savoir-faire présents, au travers de personnages et d'une histoire forte.</p> <p><b>Développer les <i>escape games</i> lors d'événementiels</b> :</p> <p>Si l'acquisition d'un bâtiment n'est pas envisageable, il est tout à fait possible de développer des <i>escape game</i> dans des lieux qui ne leur sont pas dédiés, notamment lors d'événements. Ces jeux d'évasion pourraient être développés dans les galeries du musée-mine, dans le musée du verre, dans l'exposition de La Cabano, etc... Le scénario doit permettre de plonger les visiteurs dans un monde unique, leur permettant de s'approprier l'histoire des savoir-faire du territoire, en rencontrant les Hommes qui ont forgé le territoire.</p>

	<b>Thématiques possibles :</b> Histoire de jeunes du territoire qui font des recherches sur leurs ancêtres, une quête qui fait voyager dans le temps ou des thématiques axées uniquement sur un savoir-faire (agriculture, mine, verre, artisanat, etc...).	
<b>Moyens</b>	<b>Moyens humains :</b> <i>Une personne en charge de l'animation du jeu d'évasion, qui guide les participants dans le jeu.</i>	<b>Moyens financiers :</b> A déterminer selon le projet <i>Acquisition du bâtiment</i> <i>Postes à prévoir au minimum :</i> communication, salaire animateur, décoration et moyens techniques.
<b>Délais d'exécution</b>	<b>Moyen - Long terme</b> La création d'un lieu dédié demandera beaucoup plus de temps de mise en place, que les actions événementielles.	
<b>Evaluation</b>	<i>Statistiques des entrées et des recettes, provenance des participants.</i> <i>Questionnaire de satisfaction donné aux participants à la sortie du jeu.</i>	

Ainsi, ces deux dernières actions permettraient au territoire d'avoir un impact fort en termes de notoriété, tout en étant à la fois destinées à la population locale et aux visiteurs. Les actions du plan stratégiques vont nécessiter un temps de mise en place différent, ainsi que des budgets plus ou moins importants.

## 5. La programmation du plan stratégique

Le tableau suivant récapitule la temporalité nécessaire pour mettre en place les actions proposées dans la stratégie de valorisation des savoir-faire. Egalement, le budget ne pouvant être défini avec précision, des symboles + et – permettent d'identifier le degré d'investissement nécessaire. L'action prioritaire est bien entendu la création du label, sans quoi toutes les autres actions auraient un impact moindre et manqueraient de cohérence. Pour réaliser ce plan d'action autour du label territorial, la collectivité doit donc prévoir d'embaucher un chargé de mission à temps plein, durant un an et demi au moins, pour la création du label, ce qui représente un investissement de départ de 50 000 € minimum (salaire du chargé de mission et budget de fonctionnement).

**Tableau 22** : budget et planification des actions

	Budget	Ne peuvent commencer avant que :	Moins d'un an	1 an	1 à 2 ans	2 à 3 ans	Plus de 3 ans
<b>Action 1 : label territorial</b>	+++						
Action 2 : outils d'animation du réseau	-	L'action 1 ne soit engagée					
Action 3 : gamme de produits locaux	+	La restructuration du pôle verrier ne soit finie					
Action 4 : communication	++						
Action 5 : route des savoir-faire	++						
Action 6 : visites pour les individuels	-						
Action 7 : tourisme d'affaires	-	Des salles de réunion ne soient créées					
Action 8 : ambassadeurs du territoire	-						
Action 9 : nouveaux arrivants	+						
Action 10 : journées de découverte	-						
Action 11 : ateliers jeune public	-						
Action 12 : événementiel	+++						
Action 13 : <i>escape game</i>	++(+)						

**Légende :**

Actions qui sont dépendantes d'autres éléments

Durée de l'action

Action qui peut s'étaler dans le temps

Bérengère Fabre, 2018

Figure 48 : synthèse du plan d'action



Bérengère Fabre, 2018

## Conclusion de la partie 3 :

La Communauté de communes Carmausin-Ségala est un territoire propice pour développer le tourisme de savoir-faire. Elle possède une histoire industrielle et agricole riche, qui l'a marquée et construite. Egalement, elle peut compter sur des productions locales et contemporaines fortes (agriculture, distillerie, biscuiterie, verre), qui l'ancre dans le présent, voire même dans l'avenir. Malgré une image parfois négative et une population très critique envers son propre territoire, la 3CS possède de nombreuses potentialités, qu'il faut qu'elle apprenne à exploiter. Les savoir-faire sont donc un bon moyen de valoriser le territoire car :

- ils intéressent les visiteurs, surtout si leur découverte est ludique, mais aussi l'ensemble des parties prenantes du territoire : entreprises, population locale, collectivité, différentes clientèles touristiques ;
- ils sont ancrés sur le territoire et participent à son développement économique ;
- leur valorisation est au croisement de plusieurs domaines (tourisme, culture, économie, agriculture, etc.), ce qui permet le travail transversal entre les différentes filières, transversalité nécessaire au développement ;
- l'imaginaire autour des savoir-faire est plutôt très positif, car ils sont associés au travail de la main, à la maîtrise de techniques longues et ancestrales, à la qualité. Cette image ne peut être qu'une plus-value pour le territoire ;
- ils permettent d'aborder l'Histoire dans toutes ses facettes grâce à un angle nouveau. Associés aux Hommes ils la rendent très vivante.

Cette étude montre l'envie de la collectivité de miser sur ses savoir-faire pour se démarquer. Beaucoup d'initiatives individuelles existent, mais une réelle synergie et mise en réseau semblent nécessaire pour en faire une véritable force. C'est pourquoi, l'action principale définie dans le plan d'action est la création d'un label, permettant à tous les acteurs de se retrouver au sein d'un même projet, avec un but précis : faire du Carmausin-Ségala un territoire revendiquant ses savoir-faire.

Figure 49 : synthèse globale de l'étude



Bérengère Fabre, 2018

# Conclusion

---

En France, de nombreux territoires, anciennement industriels, essaient de se reconverter et de changer leur image parfois peu valorisante. C'est le cas du Carmausin-Ségala qui veut se démarquer des territoires proches géographiquement et à forte notoriété, en axant son développement touristique sur la mise en valeur de ses activités économiques. C'est pourquoi il a décidé de mener une étude sur l'opportunité de développer le tourisme de savoir-faire. La première étape de ce travail de recherche a été un cadrage théorique autour de la question : *en quoi le patrimoine artisanal et industriel d'un territoire peut être facteur de développement touristique ?* Ces lectures ont permis d'identifier les principaux enjeux de cette question. Tout d'abord, les savoir-faire, avant d'être une ressource patrimoniale ou touristique, sont liés à une activité économique, quelle soit artisanale, industrielle ou agricole. Ces activités sont importantes pour l'économie française, mais connaissent certaines difficultés : l'industrie a fortement diminué depuis la fin du XXe siècle et essaye de subsister en se spécialisant sur des activités de pointe ; l'artisanat, tout comme l'agriculture, doit faire face à des obstacles en termes de transmission, mais également en termes d'image. Cette problématique de transmission se retrouve également dans la notion de patrimoine, puisque toutes ces activités mettent en avant le savoir-faire des Hommes, un patrimoine immatériel, mais qui peut prendre beaucoup d'autres formes, ce qui le rend difficile à appréhender. Cette définition large a également une incidence sur le tourisme, puisque la découverte des savoir-faire peut s'intégrer à de multiples formes de tourisms : tourisme culturel, tourisme de découverte économique, tourisme créatif, agrotourisme, etc. Le terme tourisme de savoir-faire est l'acceptation la plus large qui englobe l'ensemble des pratiques de découverte des activités économiques. Cependant, la valorisation des savoir-faire par le tourisme n'est pas simple, car il s'agit en premier lieu d'une activité économique. L'action concertée des acteurs d'un territoire pour les mettre en valeur peut permettre de créer du développement local, voire même d'augmenter l'attractivité des territoires grâce au marketing territorial.

Toutes ces recherches ont permis d'élaborer une problématique et des hypothèses de réponses. Ces dernières ont ensuite été testées sur le terrain d'étude grâce à : un état des lieux des savoir-faire du Carmausin-Ségala, un état des lieux de l'environnement, et surtout

une enquête qualitative auprès des acteurs concernés par la thématique. L'analyse de ces résultats a permis d'élaborer un diagnostic, qui a mis en évidence les axes d'action à améliorer pour répondre aux hypothèses. Cette phase de l'étude a engendré l'élaboration d'une stratégie permettant de valoriser les savoir-faire du territoire, notamment par des préconisations concernant la création d'un positionnement clair et la mise en place d'actions détaillées. Voici un récapitulatif du cheminement de la recherche effectuée lors de l'élaboration de ce mémoire.

**Figure 50** : cheminement de la recherche



Bérengère Fabre, 2018

Ainsi, ce travail de recherche a essayé de montrer comment les savoir-faire d'un territoire, qu'ils soient associés à l'artisanat, à l'agriculture ou à l'industrie, peuvent devenir une

ressource touristique importante, qui favorise l'attractivité d'un territoire, notamment rural, grâce à l'action concertée des acteurs et l'implication de la population locale. Il a été l'occasion pour la Communauté de communes Carmausin-Ségala de se rendre compte de son potentiel et d'entamer une réflexion sur la valorisation de ses patrimoines productifs. Les restructurations du Musée/Centre d'art du verre et de l'Office de tourisme du Ségala tarnais montrent la volonté de la collectivité de s'appuyer sur ses ressources locales pour se démarquer. L'étude devrait lui permettre d'avoir des pistes de réflexion pour alimenter son projet et ainsi acquérir une image plus favorable, plus attrayante, grâce à ces ressources locales.

# Bibliographie

---

Alaux Christophe. *Le marketing territorial relationnel : une approche adaptée à l'image de marque des petites villes*, in Bourdeau-Lepage Lise, Gollain Vincent, Fria Raphaëlle, *Attractivité et compétitivité des territoires théories et pratiques*. Paris : CNER, 2015, p.64-75.

Allard Frédéric, Amans Pascal, Bravo-Bouyssy Ketty, et al. *Les nouveaux visages de l'artisanat*, *Annales du réseau artisanat-université 2009-2010*, 2010, 16 p. [en ligne]. Disponible sur [infometiers.org/ISM/content/view/full/1523](http://infometiers.org/ISM/content/view/full/1523). (Consulté le 27-11-2016).

Batat Wided, Frochot Isabelle. *Marketing expérientiel, comment concevoir et stimuler l'expérience client*. Paris : Dunod, 2014, 153 p.

Battiau Michel. Trois regards sur le concept d'industrie, Redéfinir l'industrie, Colloque d'Aix-en-Provence les 28 et 29 mai 1998. *Méditerranée*, 1999, n°3, p.7-14 [en ligne]. Disponible sur [http://www.persee.fr/doc/medit\\_0025-8296\\_1999\\_num\\_92\\_3\\_3103](http://www.persee.fr/doc/medit_0025-8296_1999_num_92_3_3103). (Consulté le 27-03-2018)

Boutillier Sophie, Fournier Claude, Perrin Cédric. Présentation générale, Le temps des artisans : permanence et mutations. *Marché et organisations*, 2015, n°24, p.11-14 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2015-3-page-11.htm>. (Consulté le 24-03-2018)

Brunet Charlène. *Le marketing expérientiel ou comment promouvoir une destination à forte symbolique imaginaire, cas du tourisme de l'effroi en Ecosse*. Mémoire de master 1 Tourisme et développement, Toulouse : Université Toulouse Jean-Jaurès, 2014, 112 p.

Cazals Clarisse, Belis-Bergouignan Marie-Claude. Mondes de production et protection de l'environnement dans deux filières agricoles. *Economie rurale*, 2009, n°313-314, p.38-54 [en ligne]. Disponible sur <http://economierurale.revues.org/2473>. (Consulté le 12-04-2018)

Chamard Camille. *Le marketing territorial, comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires ?*. Louvain-La-Neuve : De Boeck, 2014, 203 p.

Chamoux Marie Noëlle. La transmission des savoir-faire : un objet pour l'ethnologie des techniques ?. *Techniques et culture*, Editions de la Maison des sciences de l'homme, 1978, P.46-83 [en ligne]. Disponible sur <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00374841>. (Consulté le 02-05-2018)

Chauvel Louis. Le retour des classes sociales ?. *Revue de l'OFCE*, 2001, n°79, p.315-359 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-de-l-ofce-2001-4-page-315.htm>. (Consulté le 17-05-2018)

Chevalier Dominique. *Musées et musées-mémoriaux urbains consacrés à la Shoah : mémoires douloureuses et ancrages géographiques*. Mémoire pour l'obtention de l'Habilitation à diriger des recherches, Paris : Université Panthéon Sorbonne - Paris I, 2013, 256 p.

Chevrier Sylvie. *La notion de culture* in Chevrier Sylvie, *Le management interculturel*. Paris : Presses Universitaires de France, 2013, p.9-34.

Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS), Comité international pour la conservation du patrimoine industriel (TICCIH). *Principes conjoints ICOMOS-TICCIH pour la conservation des sites, constructions, aires et paysages du patrimoine industriel*, 2011, 12 p. [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2ON0K9G>. (Consulté le 10-05-2018)

Cuche Denys, *La notion de culture dans les sciences sociales*. Paris : La Découverte, (Repères), 2010, 157 pages.

Cuvelier Pascal. *Le tourisme industriel, tentative de clarification conceptuelle*, in Groupement interdisciplinaire de recherche en sport et tourisme, *Le tourisme industriel le tourisme de savoir-faire*. Paris, Montréal, Budapest : L'Harmattan, 2001, p.13-28.

De Grand Pré François. Attraites, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional. *Téoros*, 2007, p.12-18 [en ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/teoros/795>. (Consulté le 10-06-2018).

Deloitte, G-SCOP, SATIE (pour le compte de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie). *Impact du numérique au sein de l'industrie, au regard de la transition énergétique et écologique*, 2017, 148p. [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2Mr4xMX>. (Consulté le 28-04-2018)

Direction départementale des territoires du Tarn (DDT), Chambre de Commerce et d'Industrie du Tarn (CCI). *Analyse du territoire Carmausin-Ségala, Un territoire charnière*, 2013, 58 p. [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2BufGHS>. (Consulté le 12-06-2018)

Direction générale des entreprises. *Chiffres clés de l'artisanat, édition 2017*, 2017a, 5 p. [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2vXb1J5>. (Consulté le 20-03-2018)

Direction générale des entreprises. *Chiffres clés de l'industrie manufacturière, édition 2017*, 2017b, 8 p. [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2vS8HDp>. (Consulté le 03-04-2018)

Doré Gwénaél. Attractivité retrouvée des zones rurales : atouts et risques de l'économie résidentielle. *Pour*, 2008, n°199, p.60-68 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-pour-2008-4-page-60.htm>. (Consulté le 09-06-2018)

Durrande-Moreau Agnès. *S'appuyer sur un produit agroalimentaire AOP pour innover en tourisme*, in Grison Jean-Baptiste, Rieutort Laurent. *Valorisation des savoir-faire productifs et stratégies de développement territorial : patrimoine, mise en tourisme et innovation sociale*. Clermont Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, 2017, p.59-73

Fabre Bérengère. *La valorisation touristique de l'artisanat local*. Mémoire de master 1 tourisme et développement, Toulouse : Université de Toulouse – Jean Jaurès, 2017, 128 p.

Filippi Marylune, Triboulet Pierre. Coordination des acteurs et valorisation de produits liés à l'origine, Les signes d'identification comme signes d'exclusion ?. *Revue d'Economie Régionale & Urbaine*, 2006, p.103-129.

Fontagné Lionel et al. Pas d'industrie, pas d'avenir ?, *Notes du conseil d'analyse économique*, 2014, n°13, p.1-13 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-notes-du-conseil-d-analyse-economique-2014-3-page-1.htm>. (Consulté le 08-03-2018)

François Hugues, Hirczak Maud, Senil Nicolas. Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources. *Revue d'économie régionale & urbaine*, 2006, p.683-700 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-d-economie-regionale-et-urbaine-2006-5-page-683.htm>. (Consulté le 18-06-2018)

Gauchon Christophe. *Tourisme et patrimoines : un creuset pour les territoires ?*. Mémoire pour l'obtention de l'Habilitation à diriger des recherches, Chambéry : Université Savoie, 2010, 212 p.

Gayet Joël. *Tendances et nouvelles pratiques du marketing territorial*, in Bourdeau-Lepage Lise, Gollain Vincent, Frija Raphaëlle, Attractivité et compétitivité des territoires théories et pratiques. Paris : CNER, 2015, p.40-52.

Gendre Marine. *La valorisation du patrimoine alimentaire : le cas de Bali*. Mémoire de master 2 tourisme et développement. Toulouse : Université de Toulouse – Jean Jaurès, 2016, 260 p.

Gombault. Introduction du dossier. *Mondes du tourisme*, 2014, n°10, p.2-5 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/tourisme/364#quotation>. (Consulté le 02-06-2018)

Grisson Jean-Baptiste, Rieutort Laurent. *Valorisation des savoir-faire productifs et stratégies de développement territorial : patrimoine, mise en tourisme et innovation sociale*. Clermont Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, 2017, 184 p.

Guérin-Pace France. Sentiment d'appartenance et territoires identitaires. *L'Espace géographique*, 2006, Tome 35, p. 298-308 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-espace-geographique-2006-4-page-298.htm>. (Consulté le 16-05-2018)

Guermond Yves. L'identité territoriale : l'ambiguïté d'un concept géographique. *L'Espace géographique*, 2006, Tome 35, p. 291-297 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-espace-geographique-2006-4-page-291.htm>. (Consulté le 16-05-2018)

Halleux Robert. *L'histoire et le patrimoine dans la culture scientifique, technique et industrielle*, in Ballé Catherine, Cuenca Catherine et Thoulouze Daniel, Patrimoine scientifique et technique, un projet contemporain. Paris : La documentation Française, 2010, p.27-40.

Hmioui Aziz, Haoudi Amina. Le rôle de la gastronomie et de l'artisanat dans l'attractivité touristique de la ville de Fès : étude à partir des perceptions des touristes étrangers. *Management & Avenir*, 2016, n°85, p.149-169. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2016-3-page-149.htm>. (Consulté le 03-01-2018)

Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE). *Tableaux de l'économie française*, 2017, 272 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2587886>. (Consulté le 07-04-2018)

Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE). *Nomenclatures d'activités et de produits françaises, NAF rév.2 – CPF rév. 2.1*, 2015, 956 p. [en ligne]. Disponible sur <https://www.insee.fr/fr/information/2120875>. (Consulté le 10-04-2018)

Institut National des Métiers d'Art. *La liste des Métiers d'Art*. Paris : La documentation française, 2016, 29 p.

Jocelyne Porcher. Demain, une agriculture sans élevage ?. *Pour*, 2016, n°231, p.255-261 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-pour-2016-3-page-255.htm>. (Consulté le 18-04-2018)

Jousseume Valérie, David Olivier, Delfosse Claire. Editorial, Patrimoine, culture et construction identitaire dans les territoires ruraux. *Norais*, 2007, n°204, p.7-9 [en ligne]. Disponible sur <http://norais.revues.org/1397>. (Consulté le 16-05-2018)

Lahmer Abdellatif. *Essai sur une volonté de couplage du triptyque patrimoine/savoir-faire productif/tourisme rural au Pays de l'Argane* in, Grison Jean-Baptiste, Rieutort Laurent. Valorisation des savoir-faire productifs et stratégies de développement territorial : patrimoine, mise en tourisme et innovation sociale. Clermont Ferrand : Presses Universitaires Blaise Pascal, 2017, p.151-165

Le Clanche Jean-François, Pluinage Jean. Innovations et alternatives en agriculture : des initiatives à qualifier. *Pour*, 2011, n°212, p.31-38 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-pour-2011-5-page-31.htm>. (Consulté le 26-04-2018)

Levesque Robert. Essor résidentiel des campagnes et développement durable. *Pour*, 2007, n°195, p.72-79 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-pour-2007-3-page-72.htm>. (Consulté le 09-06-2018)

Loddo Daniel. *Gents del Segalar (Gens du Ségala)*, Cantons de Carmaux, Monestiès, Pampelonne, Valdériès et Valence. Cordes-sur-Ciel : C.O.R.D.A.E./La Talvera, 2002, 560 p.

Marcotte Pascale, Bourdeau Laurent, Doyon Maurice. Agrotourisme, agriturisme et tourisme à la ferme : une analyse comparative. *Téoros*, 2006, p.59-67 [en ligne]. Disponible sur <https://www.researchgate.net/publication/235410856>. (Consulté le 31-05-2018).

Martin Pierre. *L'économie de proximité : une réponse aux défis majeurs de la société française*. Journal officiel de la République française, Avis et rapports au Conseil économique, social et environnemental, 2010, 190 p. [en ligne]. Disponible sur <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/104000556/index.shtml>. (Consulté le 21-03-2018)

Melon Johana. *Enjeux touristiques de valorisation des savoir-faire et développement rural*. Mémoire de master 2 management des industries du tourisme, Toulouse : Université de Toulouse – Jean Jaurès, 2017, 341 p.

Minvielle Jean-Paul et Minvielle Nicolas. Le tourisme expérientiel au Sahara : une construction hyperréelle de l'aventure. *Mondes du Tourisme*, 2014, n°10, p.33-46 [en ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/tourisme/375>. (Consulté le 26-05-2018)

Moonen Tim, Moir Emily, Clark Greg. *Capacité d'attraction : la dynamique des villes*, in Bourdeau-Lepage Lise, Gollain Vincent, Frija Raphaëlle, *Attractivité et compétitivité des territoires théories et pratiques*. Paris : CNER, 2015, p.13-23.

Morel Alain. Identité et patrimoine. *Revue internationale d'anthropologie et de sciences humaines*, 1993, n°42-2, p.65-75 [en ligne]. Disponible sur <http://civilisations.revues.org/2296>. (Consulté le 20-05-2018)

Musée/Centre d'art du verre, Comité départemental d'archéologie du Tarn. *Sur les pas de nos origines, un apprenti verrier au XVIIe siècle en Montagne Noire*. Graulhet, 2016, 32 p.

Musée/Centre d'art du verre. *Projet scientifique et culturel 2017-2022*, 2017, 310 p.

Observatoire économique de Midi-Pyrénées (OBSéco). *Dossier territorial, CC du Carmausin-Ségala*, 2018, 18 p. [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2Buh1hS>. (Consulté le 30-06-2018)

Office de tourisme du Ségala tarnais. *Rapport d'activité année 2017*, 2018, 47 p.

Origet du Cluzeau Claude. *Le tourisme culturel, dynamique et prospective d'une passion durable*. Paris : De Boeck, 2013, 96 p.

Perlès Valérie. L'artisan face au tourisme : un passeur d'espace et de temps. *Espaces et sociétés*, 2007, n°128-129, p.201-214 [en ligne]. Disponible sur <http://www.cairn.info/revue-espaces-et-societes-2007-1-page-201.htm>. (Consulté le 17-10-2016).

Picard Christian, Thévenard-Puthod Catherine. La reprise d'entreprises artisanales : spécificités du processus et conditions de sa réussite. *Revue internationale P.M.E.*, 2004, volume 17 (n°2), p.93-121 [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2MAQDap>. (Consulté le 26-03-2018)

Pluinage Jean. Elevages en crise et questions sociétales. Une analyse de la diversité des situations. *Pour*, 2016, n°231, p.59-72 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-pour-2016-3-page-59.htm>. (Consulté le 18-04-2018)

Poirot Jacques, Gérardin Hubert. L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel. *Mondes en développement*, 2010, n°149, p.27-41 [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2L8SSwP>. (Consulté le 03-01-2018)

Requier-Desjardins Denis. Territoires – Identités – Patrimoine : une approche économique ?. *Développement durable et territoire*, 2009, dossier 12 [en ligne]. Disponible sur <http://journals.openedition.org/developpementdurable/7852>. (Consulté le 20-05-2018)

Tiberghien Frédéric. Eau et agriculture : problématiques actuelles. *Pour*, 2012, n°213, p.37-43 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-pour-2012-1-page-37.htm>. (Consulté le 19-04-2018)

UNESCO. *Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et national*, 1972, 16 p. [en ligne]. Disponible sur <http://whc.unesco.org/archive/convention-fr.pdf>. (Consulté le 22-11-2016).

UNESCO. *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, 2003, 14 p. [en ligne]. Disponible sur <http://unesdoc.unesco.org/images//0013/001325/132540f.pdf> (Consulté le 21-11-2016)

Vareilles Jean. *Carmaux des origines au XXe siècle*. Andouque : Vent Terral, 1992, 273 p.

Vuignier Renaud. La marque territoriale, outil de différenciation pour l'attractivité ? Etude empirique auprès de décideurs d'entreprise. *Gestion et management public*, 2017, volume 6, p.59-75 [en ligne]. Disponible sur <http://bit.ly/2wf7YeZ>. (Consulté le 17-06-2018)

Zovko Ivana. *Savoir-faire et design : à l'épreuve du marché*. Compte rendu des 2<sup>ème</sup> Rendez-vous de l'Institut national des métiers d'art, 13 novembre 2012, 14p. [en ligne]. Disponible sur [http://www.institut-metiersdart.org/sites/all/files/imce/RDV\\_INMA\\_2.pdf](http://www.institut-metiersdart.org/sites/all/files/imce/RDV_INMA_2.pdf). (Consulté le 01-05-2018)

# Table des annexes

---

<b>Annexe A</b> : La liste des métiers d'art	p.246
<b>Annexe B</b> : La nomenclature de l'agriculture	p.248
<b>Annexe C</b> : Le guide d'entretien des artistes en résidence	p.250
<b>Annexe D</b> : Retranscriptions des entretiens semi-directifs	p.254
<i>Entretien Mme A</i>	<i>p.254</i>
<i>Entretien Mme B</i>	<i>p.272</i>
<i>Entretien M. C</i>	<i>p.285</i>
<i>Entretien M. D</i>	<i>p.288</i>
<i>Entretien Mme E et Mme F</i>	<i>p.305</i>
<i>Entretien M. G</i>	<i>p.325</i>
<i>Entretien M. H</i>	<i>p.337</i>
<i>Entretien M. J</i>	<i>p.354</i>
<i>Entretien M. K</i>	<i>p.363</i>
<i>Entretien M. L</i>	<i>p.370</i>
<i>Entretien Mme M</i>	<i>p.383</i>
<i>Entretien Mme N, Mme O, Mme P</i>	<i>p.389</i>
<b>Annexe E</b> : Etat des lieux de l'environnement	p.423
<b>Annexe F</b> : Analyse des entretiens	p.449
<b>Annexe G</b> : Inspirations et idées pour les fiches action	p.467

## Annexe A : La liste des métiers d'art

Domaines	Métiers d'art
Domaine de l'architecture et des jardins	Ardoisier, âtrier, briquetier, campaniste, charpentier, charpentier de marine, chaumier, couvreur du patrimoine bâti, couvreur ornementiste, lauzier, lavier, escalier fabricant de bardeaux ou de lattes, fabricant de carreaux, fabricant de girouettes et d'éléments de faitage, fontainier, jardinier du patrimoine, maçon du patrimoine bâti, murailleur, rocailleux, maître-verrier (vitrailliste), marbrier, menuisier, treillageur, métallier, parqueteur, paveur-dalleur, sculpteur sur pierre, tailleur de pierre, tuilier
Domaine de l'ameublement et de la décoration	Canneur-rempailleur, cirier, doreur, ébéniste, émailleur sur lave, encadreur, fabriquant de compositions et décors végétaux stables et durables, fabricant de serrures, fabricant de tapis et/ou de tapisseries, lissier basse-lice, lissier haute-lice, lissier savonnerie, tufteur, fresquiste, graveur sur pierre, lapidaire-tourneur, laqueur, marqueteur, marqueteur de pailles, marqueteur de pierres dures, menuisier en sièges, mosaïste, mouleur, passementier, peintre en décor, peintre en mobilier, poêlier, sculpteur sur bois, sculpteur sur métal, sellier d'ameublement, staffeur-structurateur, tapissier d'ameublement et/ou tapissier décorateur, tourneur sur bois, tourneur sur métal, vannier, vernisseur
Domaine du luminaire	Fabricant de luminaires, fabricant d'abat-jour
Domaine de la bijouterie, joaillerie, orfèvrerie et horlogerie	Apprêteur, argenteur et/ou doreur sur métal, batteur d'or, bijoutier, bijoutier en métaux précieux, bijoutier fantaisie, chaîniste, ciseleur, décorateur en résine, diamantaire, émailleur sur métal, émailleur sur cadrans, fondeur d'étain, glypticien, graveur, graveur héraldiste, graveur médailleux, guillocheur, horloger, joaillier, lapidaire, orfèvre, polisseur, sertisseur
Domaine du métal	Armurier, bronzier, monteur en bronze, ciseleur, coutelier, dinandier, émailleur sur métal, féron, ferronnier-forgeron, fondeur, fondeur de caractères, fondeur de cloches et sonnailles, fondeur statuaire, graveur, modeleur mouleur, monnayeur de monnaies ou de médailles, patineur, potier d'étain, taillandier
Domaine de la céramique	Céramiste, faïencier, modeleur, mouleur, porcelainier, potier de grès, potier de raku, potier de terre cuite, potier de terre vernissée, sculpteur sur terre, tourneur céramique, décorateur sur céramique, émailleur sur terre, peintre fileur-doreur, peintre sur faïence, peintre sur porcelaine, santonnier
Domaine du verre et du cristal	Verrier à la main, cueilleur poseur/faiseur de pieds ou de jambes, souffleur à la canne, verrier au chalumeau, fileur au chalumeau, modeleur au chalumeau, préparateur presse-papier, souffleur au chalumeau, verrier décorateur, doreur, graveur, miroitier-argenteur, peintre, polisseur, sculpteur, tailleur, verrier fondeur, bombeur, fondeur en pâte de verre, fondeur par fusion (fusing), mouleur (formeur à chaud)

Domaine de la tableterie	Brossier, cornier, écailliste graveur sur ivoire et autres matériaux d'origine animale, ivoirier, nacrier, pipier, tabletier
Domaine de la mode et des accessoires	Boutonnier, chapelier, corsetier, couturier, couturier flou, éventailiste, fabricant de parapluies parasols ombrelles et cannes, formier, lunetier, modéliste, modiste, parurier floral, plumassier, tailleur
Domaine du textile	Brodeur, brodeur à l'aiguille, brodeur crochet, brodeur sur machine guidée main, dentellier, dentellier à l'aiguille, dentellier au fuseau, tulliste, ennoblisseur textile, gaufreur sur textile, moireur, peintre décorateur sur tissu, plisseur, sabreur de velours, teinturier, fabricant d'objets en textiles, fabricant de coiffes, feutrier, sérigraphie, tisserand, tisserand à bras, veloutier, tresseur
Domaine du cuir	Bottier main, fabricant de chaussures, fourreur, gainier, gantier, gaufreur en cuir, malletier, layetier, maroquinier, coupeur, mégissier, parcheminier, pareur, sellier-maroquinier, sellier-harnacheur, tanneur, taxidermiste
Domaine du spectacle	Costumier, fabricant d'accessoires de spectacle, fabricant de masques, fabricant de décors de spectacle, perruquier-posticheur
Domaine du papier, du graphisme et de l'impression	Calligraphe, cartonier, dominotier doreur sur cuir doreur sur tranche, enlumineur, fabricant d'objets en papier et/ou carton, fabricant de papier, fabricant de papier peint, fondeur de caractères, graveur de poinçons, graveur et imprimeur en gaufrage, imagier au pochoir, imprimeur, héliographe, imprimeur en lithographie, imprimeur en sérigraphie, graveur en taille-douce, imprimeur en typographie, marbreur sur papier, photographe technicien, relieur
Domaine des jeux, jouets et ouvrages mécaniques	Charron, fabricant d'automates, fabricant de figurines, fabricant de jeux, fabricant de jouets, fabricant de manèges, fabricant de maquettes, fabricant de marionnettes, fabricant de poupées, fabricant et/ou restaurateur de véhicules de collection, carrossier
Domaine de la facture instrumentale	Archetier, facteur d'anches, facteur et/ou restaurateur d'accordéons, facteur et/ou restaurateur d'instruments à claviers (clavecins et épinettes, pianos), facteur et/ou restaurateur d'instruments à vent (instruments à vent en bois, en métal), chaudronnier, facteur et/ou restaurateur d'instruments de musique mécanique, facteur et/ou restaurateur d'instruments traditionnels, facteur et/ou restaurateur d'orgues, facteur et/ou restaurateur d'harmoniums, facteur et/ou restaurateur de harpes, facteur et/ou restaurateur de percussions, luthier et/ou restaurateur de guitares fabrique, luthier et/ou restaurateur d'instruments à cordes frottées
Domaine de la restauration	Peintures, documents graphiques et imprimés, photographies, sculptures, textiles, cuirs, meubles, métal, céramiques, objets scientifiques techniques industriels, mosaïques, verre et cristal, vitraux

## Annexe B : Nomenclature de l'agriculture

### Cultures non permanentes

Culture de céréales, de légumineuses et de graines oléagineuses

Culture du riz

Culture de légumes, de melons, de racines et de tubercules

Culture de la canne à sucre

Culture du tabac

Culture de plantes à fibres

Exemples : blé, maïs, sorgho, orge, seigle, avoine ; haricots, lentilles, lupin ; graines de lin, de soja, de moutarde, de sésame...

Exemples : artichauts, choux, épinards, tomates, aubergines, pastèques, carottes, ail, oignons, pommes de terre, manioc

Exemples : coton, lin, chanvre, jute, kenaf, sisal...

### Cultures permanentes

Culture de la vigne

Culture de fruits tropicaux

Culture d'agrumes

Culture de fruits à pépins et noyau

Culture d'autres fruits d'arbres ou d'arbustes et de fruits à coque

Culture de fruits oléagineux

Culture de plantes à boissons

Culture de plantes à épices, aromatiques médicinales et pharmaceutiques

Autres cultures permanentes

Exemples : avocats, bananes, dattes, figues, mangues, ananas...

Exemples : pamplemousses, citrons, oranges, mandarines...

Exemples : pommes, abricots, pêches, poires, prunes...

Exemples : myrtilles, kiwis, fraises, noix, châtaignes, noisettes...

Exemples : noix de coco, olives, palmiers à huile...

Exemples : café, thé, maté, cacao...

Exemples : poivres, piments, anis, cannelle, vanille, houblon...

Exemples : arbres de Noël, culture d'arbre pour la sève, culture pour la vannerie...

## Reproduction de plantes

Exemples : culture de plantes destinées à la plantation, à l'ornementation, production de bulbes, racines, boutures, greffons, exploitation pépinières...

## Production animale



INSEE, 2015, p.2-34

## **Annexe C : guide d'entretien des artistes en résidence**

Bonjour, je m'appelle Bérengère Fabre, je suis étudiante en master 2 Tourisme et développement à l'ISTHIA, à l'université Toulouse Jean-Jaurès et je suis stagiaire au Musée/Centre d'art du verre de Carmaux et à l'Office de Tourisme du Ségala tarnais. Lors de ce stage, je mène une étude sur la valorisation des savoir-faire du territoire, afin de voir comment ils pourraient devenir un élément d'attractivité touristique important. Pour ce travail de recherche je m'attache à :

- Identifier quels sont les savoir-faire industriels, artisanaux et agricoles qui ont marqué ou qui marquent encore le territoire et qui seraient intéressants à valoriser ?
- Comprendre la place qu'a ce patrimoine sur le territoire et quelle relation la population locale et les touristes entretiennent avec lui ;
- Identifier ce qui se fait déjà en termes de valorisation et trouver de nouvelles idées pour faire de ces savoir-faire un atout touristique.

Votre expérience et votre connaissance de cette thématique en tant que *souffleuses de verre* sera un outil important pour cette étude. L'échange durera environ une heure. Il sera enregistré dans le but de l'analyser par la suite, y voyez-vous un inconvénient ? Il restera bien entendu confidentiel et votre identité rendue anonyme.

### **Partie 1 : présentation de l'enquêté(e)**

**Premièrement, est-ce que vous pouvez vous présenter ?**

- Votre formation ?
- Votre métier ?
- Votre parcours professionnel ?

**Pourquoi avoir choisi ce métier ?**

- Comment l'avez-vous connu ?
- Est-ce une vocation ?

**Vous allez être en résidence toute la saison au Musée/Centre d'art du verre, comment s'est passé la démarche pour venir ici ?**

- Comment ça va se passer exactement ?
  - o Qu'allez-vous faire ?
- Pourquoi avoir choisi de venir ici ?
  - o Qu'est-ce que ça vous apporte ?

**Qu'est-ce qui motive votre choix de faire des résidences comme celle-ci ?**

- Qu'est-ce que ça vous apporte ?

**Qu'est-ce qui vous inspire pour faire vos créations ?**

## **Partie 2 : la valorisation des savoir-faire**

**Pouvez-vous donner une définition du terme « patrimoine artisanal (et industriel) » ?**

- Quelles images vous viennent à l'esprit quand vous entendez ce terme ?
  - o A quoi cela vous fait-il penser ?

**Comment définiriez-vous la notion de « savoir-faire » ?**

- A quoi fait-on référence ?
- A quoi cela renvoie-t-il ?

**Pour vous, qu'est-ce que signifie : mettre en valeur les savoir-faire d'un territoire (le patrimoine artisanal) ?**

- Pouvez-vous en donner des exemples ?
- Est-ce important ?
  - o Pourquoi ?
- Pensez-vous que votre métier, vos activités participent à cette valorisation ?
  - o Dans quelle mesure ?

**A votre avis, auprès de quel public il serait important de mener des actions de mise en valeur des savoir-faire et du patrimoine ?**

- Pourquoi ?
- Comment ?
- Qu'est-ce que ça peut apporter au territoire ?

**Connaissez-vous le territoire ou est-ce la première fois que vous venez ?**

- *Si oui :*
  - o Que diriez-vous des actions de valorisation des savoir-faire (dans leur ensemble : artisanaux, industriels et agricoles) existantes ?
    - Sont-elles suffisantes ?
    - Bien mises en œuvre ?
    - Qu'est-ce qu'il faudrait améliorer ? Développer ?
  - o Pensez-vous que la mise en valeur du patrimoine artisanal/agricole/industriel peut devenir un atout du territoire ?
    - Pourquoi ?
    - Comment ?

- Pensez-vous, qu'ici, la population locale reconnaît les savoir-faire notamment liés au verre, comme faisait partie intégrante de l'identité du territoire ?
  - Comment cela se manifeste ?
- **Si non :**
  - Depuis que vous êtes arrivées, avez-vous identifié certains patrimoines ?
    - Lesquels ?
    - Leur mise en valeur est-elle suffisante ?
      - Pourquoi ?

**Connaissez-vous des actions de mise en valeur des savoir-faire, au niveau touristique notamment, qui ont été mises en place ailleurs et qui sont intéressantes / innovantes ?**

- Connaissez-vous des territoires qui ont mis en place des actions de valorisation des savoir-faire ?
  - Pouvez-vous donner des exemples ?
- Comment pourrait-on mettre en valeur le patrimoine verrier ?
  - Par quelles actions ?

**Est-ce qu'en plus d'attirer les touristes, la valorisation des savoir-faire pourrait participer à l'attractivité globale du territoire (attirer de nouveaux résidents, changer l'image du territoire, développer les services, etc...) ?**

- Comment ?

### **Partie 3 : grandes problématiques**

**Comment voyez-vous l'avenir de votre métier ?**

- Quelles perspectives d'évolution voyez-vous ?
- Quelles sont les grandes problématiques, les grandes difficultés liées à votre métier ?
  - Pourquoi identifiez-vous cela comme une problématique ?
  - Quelles solutions pourraient être apportées ?

**Comment voyez-vous l'avenir des métiers d'art / des métiers artistiques en général ?**

- Là aussi identifiez-vous des difficultés / des problématiques dans ce secteur d'activité ?
  - Lesquels ?
  - Pourquoi ?
  - Comment y remédier ?

**Souvent, les savoir-faire sont associés au passé, à l'acquisition de techniques ancestrales : comment faire pour qu'ils s'adaptent aux pratiques actuelles ?**

- Pourquoi est-il important de les faire évoluer pour s'adapter à la société actuelle ?
  - o Comment faire pour les faire évoluer ?
- Est-il tout de même important de protéger les savoir-faire passés qui tendent à disparaître ?
  - o Pourquoi ?
  - o Comment ?
- Dans le cas de la valorisation, comment faire pour valoriser à la fois le patrimoine passé et les savoir-faire actuels ?

**Voyez-vous des freins à la valorisation des savoir-faire ?** (économiques, sociaux, dans la volonté des acteurs, dans l'implication de la population, etc...)

- Si oui lesquels ?
- Comment faire pour les surmonter ?

**Est-ce qu'en tant qu'artisans/artistes, vous pensez qu'il est important ou intéressant de mener des actions de mise en valeur des savoir-faire auprès des touristes ?**

- Pourquoi ?
- Qu'est-ce que cela vous apporte dans votre métier ?

## **Conclusion**

Avez-vous quelque chose à rajouter ?

Remerciements

## Annexe D : Retranscriptions des entretiens semi-directifs

### Entretien Mme A

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien	Autres informations
Madame A	Elu en charge de la commission culture (ancienne élu en charge du tourisme)	Vendredi 30 mars 2018 9h00 Rencontre en face à face au siège de la Communauté de communes	La chargée de mission culture était également présente au début de l'entretien et a apportée quelques compléments de réponse

[00 :06] Euh... peut-être juste avant de commencer présenter un peu votre rôle euh... en tant qu'élu et chargé de la culture, et anciennement du tourisme. Voir voilà un peu les actions que vous, le rôle que vous avez, les actions que vous menez.

[00 :20] Alors les actions que l'on... mène justement pour la valorisation des savoir-faire ou du patrimoine... elle est pas très riche à l'heure actuelle sur le territoire voilà [rire]. Donc je pense que c'est quelque chose qui va, sur lequel il va falloir qu'on s'attache et au point de vue culture et surtout au point de vue tourisme. Parce que quand même y a des choses très intéressantes à faire sur **ce territoire** [*insiste sur le terme « ce territoire »*] qui peut être partagé en trois.

[00 :54] D'accord.

[00 :55] Je sais pas si on vous l'a dit ?

[00 :56] Non... fin si si ! Ah oui si, si, oui ! Entre tout... oui, oui, oui.

[01 :00] Donc, partie blanche, la partie calcaire qui se situe ici, là [*montre le tracé sur une carte du territoire : Sud-Ouest du territoire*], euh qui...on peut dire qui part en grosso modo de, de Salles jusqu'au ... Garric. Toute cette partie, toute cette partie-là, on va dire de ce côté du Cérou là, hein... ça c'est.... Donc de cette partie-là, c'est la partie qu'on va dire blanche, la partie calcaire, où on retrouve des savoir-faire viticoles, des savoir-faire essentiellement viticoles ouais, de ce côté-là.

[01 :38] Et la truffe...

[01 :40] La truffe, enfin les, le, tout ce qui est attaché au calcaire... Toute cette partie-là, c'est la partie noire qu'on peut appeler [*montre sur la carte la partie centrale autour de Carmaux*]. C'est le charbon. C'est le charbon. Et la partie rouge, schiste, argileux. Cette partie-là le Ségala, avec la vallée du Viaur, qui elle a plus une valeur agricole. Voilà, ça c'est ces trois grandes parties, de, de, de notre territoire, avec chacune de ces parties, un patrimoine archi, architectural bien particulier. Bon le minier on le comprend très

facilement, ici dans la vallée du Viaur où on retrouve les moulins. Ici où on retrouve dans la partie blanche, que j'appelle blanche, c'est mon expression les savoir-faire viticoles notamment, les pigeonniers, qui ont joués un rôle important, pour... enrichir les sols avec euh... les fientes de, de pigeons.

**[02 :53] D'accord. Ok**

[02 :55] Qui ont un nom particulier : la carmenine... ou je sais pas quoi.... Voilà

**[02 :58] Ok**

[02 :59] Euh, un peu comment on peut définir ce territoire. Ça c'est... [Silence]

**[3 :12] Ok. Euh... et est-ce que vous avez, même si vous en avez pas eu beaucoup, est-ce que vous avez déjà eu des actions mises en place pour valoriser euh, les savoir-faire ou le patrimoine...**

[03 :20] Oui. Alors le patrimoine oui, puisque l'ancienne communauté de communes Ségala... [Hésitation]

*[03 :31] Carmausin*

[03 :32] Non, Ségala... Ségala Carmausin ! Elle s'appelait Ségala Carmausin à l'époque, voilà je confonds. La Communauté de communes Ségala Carmausin qui ne comprenait pas les trois communes du centre, on a fait une restauration du petit... de cette... du petit patrimoine. Ainsi on a restauré un moulin à... Mirandol, on a restauré un pigeonnier à La... à Labastide Gabausse... on a restauré la Maison des Polonais à Cagnac les mines... Et à chaque fois... et, et, et on a fait ces rest... et il y en avait eu d'autres je crois...

*[04 :14] Il y en avait eu d'autres*

[04 :15] Mais je... je me suis perdue donc je sais plus... qu'est-ce qu'on a fait... la passerelle des Planques...

*[04 :22] Je l'ai la liste hein.*

[04 :23] La passerelle, une passerelle au Planques, on a travaillé aux Planques beaucoup. Le mou... on a restauré une fontaine à Lagarde,... un lavoir à Lagarde Viaur. Euh...

*[04 :37] Oui il y avait les lavoirs aussi.*

[04 :39] Les lavoirs sont plutôt sur ce secteur-là voilà.

**[04 :41] Ok.**

*[Silence]*

[04 :45] Et on ne menait qu'une action vraiment pédagogique qui a été un peu plus aboutie, ça a été que la Maison du Polonais, voilà.

**[04 :53] D'accord.**

[04 :56] Après le reste ben on a pas valorisé.

**[04 :58] D'accord**

[04 :58] Une... on a pas su valoriser. On a restauré mais, pas valorisé, donc ça sert pas à grand-chose de restaurer si on ne valorise pas, voilà [rires].

**[05 :08] D'accord. Euh... juste pour avoir une définition, quand on vous parle de savoir-faire, ça vous fait, ça fait référence à quoi en fait. Comment vous le, vous le voyez ?**

[05 :20] Alors moi j'ai deux, je le... je le définirai en deux peut être... le, le, le savoir-faire... bon industriel qui est très important parce que c'était un savoir-faire minier, avec de la technologie très poussée à l'époque hein. Les mines étaient très à l'avance. D'ailleurs on est en train de faire on va, on va lancer la restauration d'une maquette. Faut savoir que chaque fois que la mine installait ben... de nouveaux projets pour un lavoir, pour la cokerie, elle avait un maquettiste attiré, qui crée la maquette, et qui était chargé de, ces maquettes elles étaient exposées dans le monde entier ! C'était un savoir-faire qui était, d'ingénierie industrielle, à l'époque pour le charbon, mais qui a été vendu dans le monde entier. Donc ça c'est important. Ensuite euh... ce que j'attache aux savoir-faire c'était aussi, le..., le savoir-faire artisanal qui pouvait y avoir, même s'il y en a pas beaucoup sur notre territoire, mais par exemple l'échaudé de Carmaux, c'est un savoir-faire qui espérons-le ne se perdra pas quoi, comme les croquants à Cordes, euh... voilà, c'est vraiment quelque chose de spécifique. Ensuite, bien entendu y a les savoir... tout ce qui est transformation des produits agricoles voilà. Ici on parle par exemple on a dit dans la partie blanche du vin, on parle, on part du vin mais on va, on arrive à la transformation sur Villeneuve, y a des, deux distilleries importantes qui font des produits remarquables, au travers une continuité du vin certes mais pas que. Parce qu'il y a... ils extraient des essences de... la distillerie de...je sais plus comment elle s'appelle, ils distillent des plantes. Il y a toute, ce savoir-faire. Alors je sais pas si on vous en a parlé des distilleries ?

**[07 :57] On m'en a pas parlé mais en faisant les recherches j'ai vu qu'il y en avait.**

[08 :00] Allez sur le site de la distillerie, il y a Castan... et il y a l'autre distillerie.

**[08 :06] Oui, j'ai plus le nom non plus mais je l'ai vu aussi.**

[08 :08] Voilà. Mais ils ont un site remarquable. Allez le voir et vous verriez qu'ils font de très, très belles choses. Voilà. Et puis y a les us et coutumes qui sont quand même important, voilà... tuer le cochon à la campagne, les canards, c'est des us et coutumes... la foire... euh la foisse que l'on faisait voilà... le pastis mais ça y a plus de gens qui savent le faire, ce sont des choses qui se sont perdues dans le savoir-faire culinaire.

**[08 :55] D'accord.**

[08 :56] Voilà, je pense que j'ai... j'ai à peu près répondu...

**[08 :58] Oui. Euh... et quels éléments, bon liés à l'artisanat, l'agriculture, l'industrie, vraiment hyper importants sur le territoire, qui le qualifie en fait, qu'est-ce que vous direz ? Quels sont les premiers qui vous viennent à l'esprit quand on vous parle de savoir-faire sur le territoire ?**

[09 :23] Alors le savoir-faire, moi je suis de milieu rural, alors moi mes savoir-faire ça va être ce que font les agriculteurs aujourd'hui avec le veau du Ségala. Les labels : le label rouge en matière de ovin. Il faut savoir qu'on a de petites exploitations rurales qui font, qui sont dans l'agric..., ils ont pas forcément le label bio, mais ils ont... une agriculture on va dire raisonnée, et à petite échelle. Donc ils ont une qualité. Une très, très bonne qualité. Ca je pense que pour le savoir-faire agricole c'est essentiel. Ensuite, pour le savoir-faire industriel, il faut pas l'oublier, on a des savoir-faire aujourd'hui sur le territoire, des savoir-faire industriels de pointe ! Je pense à Lacan qui ont, qui sont de nouvelles entreprises hein. Palmieri qui sont des entreprises vraiment spécialisées dans l'outil de précision qui méritent aussi, qui ont... qui méritent les savoir-faire. Ca il faudrait aller voir Mathilde, à l'éco, qui vous en parlerait mieux que moi. D'ailleurs de toute façon je crois qu'il y a un document qui a été édité ici à la Communauté de communes sur toutes ces entreprises bien spécifiques euh... du territoire. Certes en lien avec l'aéronautique mais elles sont quand même sur le territoire et elles ont développées leur savoir-faire.

**[11 :03] D'accord.**

[11 :04] Au même titre que euh du côté du vignoble..., de vous voyez des distilleries, et de bons viticulteurs qui font du bon vin [rire]. Voilà, alors moi c'est, en premier lieu donc c'est cette qualité, quand même cette qualité euh, je, cette qualité agricole essentiellement, parce que bon quand on parle de vignoble et quand on parle d'élevage c'est de l'agriculture ? Mais sans oublier ces petites unités industrielles et de pointe qui font quand même... on ne le sait pas suffisamment.

**[11 :48] D'accord. Ok. Euh... et est-ce que vous arrivez à identifier l'image qu'a ce patr..., qu'a ces savoir-faire sur le territoire ?**

[11 :58] Ben voilà qu'une bonne question ! Ben non ! Aujourd'hui, il y a une étude au niveau de l'office de tourisme qui peut être va nous en dire plus, parce que... moi à mon avis on ne sait pas le valoriser. On ne sait pas valoriser ce... ce savoir-faire parce qu'on le croit trop modeste. Effectivement pris individuellement quand vous parlez de l'agriculture, pris individuellement euh ici un label rouge de ovin, ici un label rouge des veaux du ségala, c'est dispersé c'est petit. Si on arrivait à en faire une entité ça serait valorisant pour le territoire. Les cabécous des chèvres, les fromages, parce qu'on a de très, très belles, ...bonnes fromageries. Que ce soit De Moor à Virac ou Marty à Laparrouquial. Ah ben au fait ils font plus parti de chez nous Laparrouquial mais... mais du Ségur on va dire, ce sont des savoir-faire... ce sont de très bonnes fromageries. Voilà. Alors effectivement, on ne sait pas valoriser, alors on a essayé de valoriser un petit peu via les balades gourmandes, voilà mais ça repose sur l'investissement d'une ferme d'un lieu, je crois que ça s'essouffle un petit peu, donc il faudrait le reprendre. Mais c'est quelque chose qui pendant une période a bien marché, et ça a bien marché non pas parce que ça s'adressait aux touristes... fin au départ ça s'adressait aux touristes. Mais on s'est aperçu que ceux qui venaient

c'étaient des locaux. Albigeois, qui étaient intéressés par ces balades, gourmandes, parce que l'été les clubs de randonnée ne font pas de balades, de randonnées, donc ils se rabattaient sur ces randonnées là et que c'était des fidèles qui revenaient, qui revenaient chaque année, et que la ferme qui accueillait finalement s'y retrouvait parce que ben, ils avaient de la vente et tout, tout...

[14 :23] **Oui, il y a l'image.**

[14 :24] L'image était positive quoi.

[14 :28] **Ouais, ouais, d'accord. Et en parlant voilà de la population locale, quel lien la population locale entretien avec ces savoir-faire ?**

[14 :40] Ben ça je sais pas trop...

[14 :41] **Ouais...**

[14 :44] Je sais pas trop répondre parce que... [silence de réflexion] Je me demande si, ma question est est-ce que la population locale se rend compte, est vraiment consciente de tous ces savoir-faire. [hésitation]. Elle y est tellement habituée, qu'elle se rend pas compte que ça peut être aussi une richesse. A mon avis hein.

[15 :20] **Ouais, d'accord. Ok**

[15 :22] Je me pose cette question.

[15 :24] **Oui. Mais est-ce que euh, est-ce qu'ils ont une image plutôt positive ou plutôt négative, parce exemple par rapport à tout ce qui était savoir-faire lié à la mine, est-ce que... fin c'est la premier exemple...**

[15 :39] C'est le premier exemple, parce qu'il est important. Alors euh, la mine euh..., les anciens mineurs sont fiers hein de, de, de la mine et de toute façon ils ont raison. Voilà, là y a pas de discussions. Ens... alors ça ça a été entaché... ça a été entaché par l'effet négatif de la fermeture. Toute la richesse, dont je t'ai parlé, avec tout ce que au niveau industriel, la mine a pu amener à l'épique a été balayé par l'effet négatif de cette fermeture. Entaché mais on s'est pas rendu..., on se rendait pas, on se rend pas compte de tout, de tout ce que la mine au point de vue industriel a apporté. A la France, hein, d'une manière générale, pas qu'à Carmaux hein. Voilà. Et ça paf, on l'a balayé. On l'a balayé... à cause de, de, de de cette, de la fermeture, de ce que ça a laissé de négatif, d'amertume, et la mine ça a été encore plus que ça. Parce que y avait les avancées technologiques et industrielles, mais y a eu les avancées sociales, qui sont très, très importantes. Le premier sécurité sociale ça a été la sécu des mineurs hein, donc c'est... les... ça a été tellement important que euh... ça a... la fermeture a laissé beaucoup, beaucoup d'amertume. Et ces avancées sociales que les mineurs avaient, a attiré, je sais pas si je peux appeler ça de la jalousie, du monde rural qui lui n'avait pas ces avantages-là. Alors tant est si bien que..., le travail du monde rural c'était difficile, c'était dur mais le travail du mineur lui au fond, il était dur lui aussi, mais il y avait cette rivalité et ça dure encore. Donc du coup quand tu retrouves Carmausin

Ségala, y a toujours cette rivalité inconsciente, mais elle y est. La rivalité entre les mineurs qui avaient tous les avantages et nous agriculteurs... pauvres dans nos campagnes... Le mineurs était aussi pauvre que le paysan, mais quand même, il avait cette couverture sociale, ses congés payés, toutes ces avancées sociales que euh, le monde agricole n'avait pas. Donc il y avait cette forme de jalousie si on peut appeler ça comme ça.

[18 :46] **D'accord. Ok.**

[18 :48] Et ça c'est rigolo à observer.

[18 :50] **Oui. [rires]**

[18 :52] C'est rigolo à observer parce que dans le nord, c'est pas pareil par exemple. Dans les mines du Nord, il y a pas cette rivalité parce que y avait plus de ville autour... et une autre industrie de filature, de, de ... qui a atténué cette rivalité. Mais ici c'est très, très flagrant.

[19 :14] **D'accord. Euh... ok. Et est-ce que ça pourrait être, les savoir-faire donc euh ben agricoles ou industriels, ça pourrait faire... ça fait partie de l'identité, des gens du territoire ?**

[19 :28] Ah oui quand même. Quand même. [silence, réfléchit]. J'ai oublié aussi, que ce que les mines ont apportées, c'est ce mélange de popul... c'est la mixité... enfin un mélange de population venue d'ailleurs qui sont venus à la mine. Et qui ont apportés leur propre savoir-faire, notamment la population polonaise, la population espagnole ou italienne. Après, il y a eu les pays, il y... il y a eu aussi les pays de l'est qui sont venus, Hongrie, Tchécoslovaquie à l'époque. Ça existe plus mais... Et ils sont, et chacun est venu avec euh... ces spécificités...

[Téléphone qui sonne]

[20 :15] **D'accord.**

[20 :20] Excusez-moi.

[20 :20] **Oui, allez-y, allez-y.**

[Répond au téléphone]

[Est sollicitée par des personnes de la collectivité]

[26 :42] **Euh alors du coup on en était euh à l'identité, voilà.**

[26 :45] Euh l'identité, pff [réflexion]. L'identité, de toute façon ça fait un moment qu'on la cherche hein notre identité [Rires]. Et... qu'on s'est pas affiché soit l'identité rurale, soit l'identité minière, c'est compliqué quoi voilà. Je sais pas ce que va donner l'étude là, on va avoir un rendu de l'étude de tourisme. Euh j'attends de voir..., s'ils ont une idée géniale ! [rires].

[27 :14] **Pourquoi pas [rires]**

[27 :16] Fais-moi rêver !

**[27 :18] Euh...**

*[27 :19] Si l'identité minière, elle y est avec ces mines de fait. Et qui se met en avant la mémoire des mineurs, c'est eux qui ont contribué à l'élaboration du site, du site mais c'est surtout le positionnement de qu'est-ce qu'on met derrière ces notions d'identité. Et c'est là où le travail est complexe. C'est sociologiquement voilà, c'est... c'est très, très complexe et effectivement euh, les élus ne se sont jamais penchés sur ces questions-là effectivement. On parle souvent d'intérêt communautaire, identité communautaire, mais au final qu'est-ce qu'on y met derrière.*

[28 :02] C'est vrai ce qu'elle dit.

*[28 :03] Et... Déjà pour des techniciens même hors sociologues pur, c'est, c'est dur parce qu'on s'en fait sa propre idée, avec ses valeurs, sa vision du territoire etc ; donc c'est difficile de, de ...un de rester neutre et d'avoir une vision... une vision tant sociologique que technicienne que voilà intérêt territorial etc... donc euh... C'est là l'enjeu : arriver à donner une identité avec des ... une direction politique sans pour autant que ce soit politique. C'est là la complexité de ce travail là.*

**[28 :47] Ok.**

*[28 :49] Parce que, si y a trop... si y a un positionnement trop politique, c'est s'approprier l'identité. Ça rejoint la mémoire collective. S'approprier une mémoire collective pour... Sauf que non on connaît bien les dangers de l'appropriation de la mémoire collective. EN faire une machine commerciale ou autre, c'est, c'est là le piège.*

**[29 :13] Ouais... ok. Euh... oui, ok. Euh... et est-ce que vous avez l'impression que la population locale ils sont intéressés pour valoriser ce... les savoir-faire ?**

[29 :31] [Silence] Oui, enfin. [Silence]. A condition, alors... il y a deux populations locales. Je pense, les anciens oui, et... donc je connais mieux les anciens puisque j'en fais partie. Par contre les jeunes je sais pas..., je sais s'ils sont attachés à leur histoire, s'ils la connaissent.

**[30 :02] S'ils la connaissant, c'est ça.**

[30 :04] S'ils la connaissant. D'où... euh cette... cette notion-là, on l'a mis dans le... projet éducatif territorial, en disant vers les enfants il faudrait peut-être faire, leur faire connaître l'histoire de, de, de ce territoire. Cette identité qu'ils ont quoi, leur donner des racines. Parce qu'aussi c'est une population mélangée, voilà à l'heure actuelle aussi, le Carmausin.

**[30 :33] D'accord.**

[30 :35] Et ailleurs, parce que y a les néoruraux aussi.

**[30 :37] Oui. Oui, oui.**

[30 :40] Alors...

[30 :40] *Moi je peux tempérer le propos ? [rires].*

[30 :42] Oui.

[30 :44] *Non c'est-à-dire qu'effectivement cette génération-là de soixante et quelques, voit l'intérêt effectivement de la valorisation de la transmission. Mais par exemple sur, je le vois quand on collecte, souvent quand on va interroger des personnes beaucoup plus âgées, et qui ont ce savoir, la première question c'est « pourquoi ? » « Pourquoi enfin ? » Alors quand on explique, quand on fait de la pédagogie, c'est pour transmettre, laisser des traces et puis que les jeunes générations puissent apprendre, ils comprennent. Mais c'est-à-dire que la transmission se faisait tellement naturellement au fil des générations et oralement, et puis par euh... par euh... par le faire ! Que du coup y... c'est un gouffre entre les deux mondes. Ce voilà, cette transmission qui ne s'exerce plus, du coup obligé de collecter et c'est vrai que ils étaient pas dans cette démarche-là. Ils étaient dans cette démarche de transmission mais de fait voilà, qui se faisait dans les familles, on se transmettait le faire. Et du coup... du coup, ils... l'intérêt premier ils le voient pas en fait. Mais ils sont pas fermés, ils le font quand même. Si on va...*

[32 :08] Ils sont même contents !

[32 :09] *Hein ?*

[32 :10] Ils sont même contents !

[32 :11] *Ils sont très contents ! Ils sont très contents. Mais c'est vrai que la démarche, est interrogative. Ce qui peut s'entendre parce qu'effectivement euh... tout ça, ça s'est arrêté plus ou moins brutalement, mais ça s'est arrêté. Ou ça s'est estompé ou on fait moins de choses dans les fermes ou autre voilà c'est. Les choses ont évoluées quoi.*

[32 :37] **Oui c'est sûr. D'accord.**

[32 :41] *Je vous mets la pagaille !*

[32 :42] **Ben non, non, non, pas du tout. Pas du tout. Et euh... est-ce que vous pensez que cette thématique ça peut intéresser le jeune public ? Donc les écoles, les jeunes ?**

[32 :52] Oui... j'espère. Et d'abord il faut intéresser les instits, voilà, les professeurs d'école pardon [rires]. Euh... ouais moi je pense que [silence] Il faut provoquer aussi un peu cet intérêt. Et puis leur dire écoutez voilà, c'est votre territoire, c'est vos racines. Les raccrocher à quelque chose quoi... Moi je m'en rappelle, je suis partie sur Paris, mais j'étais fière d'être de la campagne, j'étais fière de mon accent. J'ai... voilà. C'était une certaine fierté. Moi je voudrais que nos jeunes aujourd'hui, je le sens un peu moins ça, qu'ils soient fiers, d'appartenir à ce territoire. Voilà, c'est de leur donner une certaine fierté ! Tu as quelque chose à rajouter ? [S'adresse à la chargée de mission culture].

[33 :46] *C'est ça, une appropriation. C'est-à-dire savoir, savoir d'où l'on vient. C'est... Et l'objectif des collectages, qu'on avait entamé, l'objectif il est là. C'est euh, donner des*

*billes à des enfants, euh... et bon, aux primo arrivants aussi, connaître son territoire, mais c'est surtout dans la construction de l'individu en lui-même. Comprendre d'où on vient pour, pour mieux savoir où on va en fait. Et euh, dans les enquêtes scolaires, on en avait parlé l'autre jour, que j'avais réalisé, les enfants connaissent, très, mais alors, très, très peu l'histoire de leur commune déjà d'habitation. Alors, ils savent, à l'échelle du territoire, effectivement, ils savent qu'il y a eu la mine. Mais très peu d'enfants savent que par exemple que Cap' Découverte c'était une mine à ciel ouvert. Alors, euh, parler effectivement des savoir-faire, ce qui se faisait dans leur commune, c'est un monde quoi ! C'est... Il y a pas de travail effectivement qui est fait dans ce sens-là, et l'éducation, l'éducation nationale, effectivement quand elle va vers la culture, c'est plus de la culture euh, de consommation entre guillemets, mais je caricature, c'est-à-dire qu'on va par exemple... les arts plastiques, on va les emmener voir un spectacle. Mais les fondements du patrimoine, il est occulté. Ou alors on va aller visiter le musée de la mine ou le musée du verre. Mais est-ce que c'est une finalité en soi ? Moi, je, je me pose la question. Parce que quand on voit les problématiques sociales, hein, qu'il y a sur le territoire, si... Dire à ces enfants qu'il y a un musée de la mine et un musée du verre, je crois qu'on est hors propos quoi, on répond pas aux problématiques réelles du territoire et sociales. C'est-à-dire que ces enfants ils ont besoin de comprendre où c'est qu'ils vivent, pourquoi ils y vivaient, pour que plus tard ils puissent faire le choix de pourquoi je reste, pourquoi je pars, pourquoi je vais revenir et euh arriver à comprendre que sur ce territoire, il y a une mixité à l'origine sociale, c'est ce qui est notre richesse. Sauf que ça l'éducation nationale va aborder la citoyenneté, voilà, tous les nouveaux trucs à la mode en ce moment mais sans aborde les questions de patrimoine. Alors moi des fois, je, ça m'interpelle, je me dis chapeau parce que du coup comment ils font en fait ? Pour faire arriver à comprendre à des enfants : nous sommes sur un territoire, il y a une mixité sociale, mais qui est vieille de presque 100 ans, voire plus, mais on l'aborde pas quoi. Alors que... voilà y a des problématiques de 1920 qui sont les mêmes qu'à l'heure actuelle, et on y revient. C'est ça qui est malheureux. C'est-à-dire qu'on arrive pas, tout ce qui est capacité d'accueil, condition d'accueil, etc... on retrouve les mêmes problématiques et on se sert pas des leçons du passé en fait. On replonge là-dedans. Moi ça m'interpelle en fait.*

**[37 :10] Ok.**

[37 :12] [rires] Voilà.

[37 :13] Voilà, le...

[37 :14] *C'est pas exploité, et ils ne savent pas l'exploiter. Peut-être parce qu'ils n'ont pas assez de billes, de supports. Ce qui..., ce qui est une réalité aussi, mais euh... et puis les enseignants. Les enfants sont originaires du territoire, pour la plupart, pour aller on va dire 90 %, mais les enseignants, pas forcément. Et ce que je te disais l'autre jour sur la classe occitane. Ce paradoxe-là, classe occitane au milieu d'un territoire quand même où la langue était le lien d'intégration et le lien entre les populations, et on nous parle de l'occitan, que avec des chansons et de la danse. C'est... c'est en dehors de la réalité et de l'histoire de notre territoire. C'est voilà. Sauf que les enseignants sont pas forcément*

*originaires d'ici et qu'ils connaissent très peu notre territoire au final. Donc c'est difficile de parler de quelque chose qu'on ne connaît pas. Voilà.*

**[38 :17] D'accord, ok. Ok. Et, donc là on a parlé de la population locale, et est-ce que ça peut être donc la valor..., découvrir les savoir-faire, quelque chose qui intéresse les touristes ?**

[38 :33] Ah oui alors, les touristes, mais alors..., mais oui, oui, ça ca va intéresser les touristes, mais d'une manière, de présenter ça..., de savoir le vendre de manière..., de façon que ça soit insolite. Et ça, les, le...Oui le touriste à envie de ça. A envie de ça euh, oui ca je pense que oui, et ca au niveau départemental ca ressort aussi, c'est pas spécifique à note territoire ça.

**[39 :03] Ok. Et par insolite vous entendez-quoi ?**

[39 :05] Alors le, ou... En fait, je... [hésitation] là pour le coup, il a, ce mot insolite, il a un terme purement commercial [Rires]. C'est-à-dire qu'euh... c'est dans la façon de présenter euh... voilà, de savoir faire des échaudés, le savoir-faire des échaudés, à la limite c'est savoir faire un gâteau. Ca a rien d'extraordinaire, c'est dans la façon dont tu le présente que tu le rends insolite. Voilà, euh...Évisite à la ferme, en soi, ça n'a rien d'insolite mais si tu la présente... en disant que l'agriculteur va partager son savoir-faire, va partager un peu son quotidien, va vous consacrer du temps, pour finalement faire goûter le produit, c'est de.... Le mot insolite là pour le cout à une valeur euh... Voilà.

**[40 :06] Ok, ok. Et qu'est-ce qu'ils recherchent, en, en, quand, quand ils font ces activités ?**

[40 :14] Le touriste, c'est... Bon c'est déjà une activité en famille qu'ils recherchent, pour le coup. Et...c'est de connaitre, on a quand même des touristes curieux, je crois quand même. Oui, oui qui ont envie de... le patrimoine industriel intéresse beaucoup à l'heure actuelle, euh... de savoir ce qu'ils ont dans leurs racines, ça les intéresse quand même, ça interpelle le touriste hein. Il a envie un peu de connaitre où il est. Il vient souvent pour du farniente chez nous, mais bon quand il s'est reposé quand même trois ou quatre jours au bord de la piscine, peut-être qu'il a envie de connaître... Voilà, de faire quelques sorties quand même.

**[40 :55] Ok. Euh... Et est-ce que vous avez une idée du... des savoir-faire qui attireraient plus les touristes que d'autres ?**

[Silence]

[41 :15] L'agricole, l'agricole intéresse quand même. De voir comment on fait le fromage. Tout bêtement. De... de voir par exemple comment les lapins, là, comment il fait du pâté de lapin, comment il transforme. Ca, ça intéresse. Euh le touriste. Quand on va chez Castan ou chez Cazottes... quand ils voient comment ça marche la distillerie, comment on enrobe les grains de raisins avec du chocolat, les grains de raisin trempés. C'est délicieux ça ! Comment il fait ça Cazotte, ça, ça intéresse c'est sûr. Quand Jean-Marc Balaran qui est élu à la Communauté de communes vous fait visiter sa cave, c'est tout un poème tellement qu'il sait bien...comment il parle avec passion de son métier. Parce que ces gens parlent

avec passi... avec passion de leur métier. Ce qui manque, et ça j'y reviens, c'est..., c'est... c'est industries là... c'est entreprises qui ont un savoir-faire de pointe, qui mériteraient aussi de, de quelques, de temps à autre de faire des portes ouvertes et je pense que ça pourrait intéresser aussi, je crois.

**[42 :36] Ouais.**

[42 :37] Je crois. Le CIRTES là, il fait des choses intér..., il fait de belles choses. Qui le sait personne. Et ça serait intéressant de voir faire quelques chose avec une imprimante 3D, comment ils arrivent à ressortir des choses... C'est des choses qu'on pourrait je pense mettre en valeur. De temps à aute, dans un circuit, dans... Voilà, ça sortirait, du circuit classique de visite de chapelles, de monuments historiques, qui ont leur... leur utilité, c'est pas, c'est pas ce que je veux dire, mais ça pourrait apporter une autre dynamique.

**[43 :16] Oui. Et est-ce que vous pensez qu'ils sont plus intéressés, alors que ce soit la population locale ou les touristes, par découvrir un savoir-faire qui est passé et qui n'existe plus, ou plutôt pour vraiment découvrir ce qui se fait sur le territoire, qui est encore présent ?**

[43 :29] Moi je crois, que ce, ce qui est encore présent. Alors la partie historique, il faut pas, il faut pas l'oublier, mais on la laisse à la partie historique. C'est-à-dire, bon ça, ça a existé, il faut pas l'oublier, dans des lieux bien spécifiques, bien dédiés, parce que ça a sa place. Le savoir-faire du verre à sa place au musée, le savoir-faire minier ben c'est passé, il a sa place, à... au musée mine voilà. Ce qui est passé c'est en fait, dans un musée, avec un savoir-faire scénographique qui, qui est quand même, qui le rend quand même vivant. Mais ça appartient au passé. Aujourd'hui y a quand même cette vision d'aller vers l'avant quoi, et de, de, de, de montrer notre territoire, non plus vers le passée, mais vers l'avenir. Je pense, moi personnellement alors que je suis très attachée au monde rural hein, au savoir-faire rural, je pense quand même qu'il faut montrer, il faut montrer, même nos agriculteurs hein, si je suis attachée à ce monde rural, même les agriculteurs aujourd'hui partent sur des labels, avant ça n'existait pas, ils vendaient à des... voilà. Mais... C'est ça... c'est ça vers quoi on tend, on travaille pour vous, pour vous consommateurs-touristes, mais tout ce que l'on fait on l'a acquis, le pâté, le jambonneau [rires] le cochon tout ça, on l'a appris de nos ancêtres mais on le transmet aujourd'hui d'une manière différente et plus moderne. Je pense qu'il faudra regarder résolument vers l'avenir quand même, quand même.

**[45 :33] Oui. Euh... ok a c'est bon. Et est-ce que vous, est-ce qu'il peut y avoir un conflit entre les touristes et les locaux. Euh... parce qu'on le voit sur certains territoire où atti... accueillir des touristes c'est pas forcément bien vu ou... surtout quand il s'agit voilà de traditions, d'identité du territoire.**

[45 :53] Alors déjà nous ne sommes pas en bord de mer donc y a pas, on a pas l'affluence touristique. Nous sommes pas encore,... [rires] ou on veut pas mélanger, ou on veut pas se laisser approprier les traditions par le non corse. Allez chanter, quelqu'un de France allez chanter des chants corses en Corse, vous allez vous faire jeter. Voilà donc nous en sommes quand même pas là, y a pas ce genre de conflit quand même, je pense pas.

**[46 :32] D'accord. Ok... et donc maintenant c'est un peu plus la partie propre valorisation, euh... est-ce que euh... et comment surtout les savoir-faire peuvent permettre au territoire de se différencier des autres.**

[Silence]

**[46 :51] Ca c'est la question... est-ce que ça peut être un moyen de différenciation... d'autres territoires qui sont autour ?**

[47 :00] Sauf que les territoires qui sont autour, ils nous ressemblent. [rires] Bon ils ont pas tous la mine quand même, mais ils ont tous l'agricole, l'Aveyron, surtout l'Aveyron, fin voilà. Le Tarn et Garonne, euh... Voilà... Alors qu'est-ce qui peut nous différencier ?

**[47 :24] Est-ce que ça peut être dans la manière de valoriser peut-être ?**

[47 : 28] Je pense que c'est du coup de trouver cette... cet insolite qui va nous différencier. Mais ça sera dans la manière de le présenter, c'est pas... On va pas réinventer le monde, bon voilà. Le Veau du Ségala il est là, il est là [montre sur la carte la partie Tarn et la partie Aveyron] ! Euh... voilà. La vigne elle est là et elle est là [montre sur la carte la partie cordaise et la partie communauté de communes]. Euh, voilà, c'est, des chapelles ou des... vous en avez partout.

**[48 :03] Oui, oui.**

[48 :05] Voilà. Donc c'est dans la façon, de faire notre présentation... Il faut créer l'insolite en fait, on a pas... je crois pas qu'on ait vraiment d'insolite mais faut le créer.

**[48 :21] Ok, ok. Mais du coup ça peut quand même être un point fort s'il est bien développé pour à la fois l'attractivité et le tourisme ?**

[48 :29] Ah ben bien entendu, bien entendu. Oui, oui ! Mais je vous dit, c'est la, la... c'est de crier haut et fort, ce que tout le monde a, mais faut crier plus fort que les autres [rires].

**[48 :48] D'accord. Ok**

[48 :51] Voilà ! C'est tout ! (rires)

**[48 :53] Euh... donc du coup, bon j'avais une question c'était est-ce qu'il était dé..., est ce que la valorisation de ces savoir-faire était développée sur le territoire, pas tellement au final.**

[49 :00] Pas tellement non.

**[49 :02] Et euh... mais est-ce que vous avez des exemples peut être, qui sont un peu plus marquants que les autres, ou... [silence] des choses qui se font individuellement peut-être ou... ?**

[silence]

[49 :20] On est dans la marge quand même. C'est vraiment... pfff... je vous dis, il y a quelques agriculteurs qui ont marché dans les sentiers de ... dans les balades gourmandes.

Ça c'était de l'individuel, c'est vrai que ça a eu son succès mais ça reste à la marge quand même. Parce qu'on touche pas...

**[49 :49] Mais en fait si je comprends bien, ce qui manque c'est peut-être un peu une structuration, de, d'avoir des projets qui regroupent... fin en fait que ça soit pas que des initiatives individuelles en fait ?**

[50 :03] Non,non,non, Il faut, c'est ce que je disais tout à l'heure quoi. C'est que pris individuellement, ça n'a pas de... fin c'est bien ce qu'il faut. C'est arriver à créer quelque chose..., de dire voilà on a ça, c'est bien, ça se fait partout mais chez nous c'est encore mieux [rires].

**[50 :30] D'accord, ok. Euh... donc ça c'est bon...**

[50 :35] Mais c'est meilleurs... mais je veux dire, ce que j'étais en train de dire. Ça s'adresse aux touristes, mais ça s'adresse aux locaux aussi. De savoir... pour... on en revient aux enfants hein, qui, qui, si, si les enfants connaissant ce territoire, s'ils arrivent à en être fier, à dire oui où purée il se fait plein de petites choses chez nous, c'est bien, c'est super ! Ils acquièrent des racines, alors qu'ils arrivent du Maghreb qu'ils arrivent de... de n'importe où, ou de Roumanie ou même de, de, de France ou même d'Angleterre ou, on a moins d'anglais maintenant, ou de Hollande, de truc comme ça, si ces enfants, qui, qui, qui résident, qui, ils sentent... que, qu'ils sont fier, ils sentent leur, ils sentent, ils le ressentent ce territoire au fond de eux, ils ont une racine. Ça crée une racine, que tu viennes de n'importe où. C'est ça qu'on. Moi je pense que c'est là aussi où il y a beaucoup de travail à faire. Dans le savoir-faire,... c'est large savoir-faire, c'est une connaissance du territoire et ça te donne une identité. Une racine.

**[51 :54] Une racine, ouais.**

[51 :55] La notion de racine, je pense que c'est important.

**[51 :58] Euh et est-ce que ben ça vous m'avez dit tout à l'heure un peu que, pas forcément. Est-ce qu'il y a des projets en cours pour la valorisation de ces savoir-faire ?**

[52 :08] Et non ! Enfin pas, pas à ma con... le tourisme peut-être qu'il en a, j'en sais rien, mais moi non, en culture non.

**[52 :15] Ok. Euh... ok.**

[52 :20] On a le savoir-faire verrier... oui ! Avec les souffleurs de verre, mais bon. C'est pareil, c'est une bulle, une petite bulle.

**[52 :36] Euh, voilà...**

[52 :41] Par contre, ce qu'a le musée du verre, justement, justement, il lie bien le passé et le présent. Le musée du verre, c'est à dire que du verre bouteille, fin je sais pas du verre comment, on peut en arriver à une œuvre contemporaine artistique, euh très poussée. Ça,

ça peut être un lien de voir que de l'ancien on peut aller vers quelque chose, vers l'avenir quoi. Ça c'est une trace qui peut être intéressante à exploiter.

**[53 :12] Oui, ok. Oui euh...**

[53 :17] Ce que ne fait pas le musée de la mine. Il reste dans l'ancien. Mais toutes les avancées technologiques euh, on les retrouve dans les centrales nucléaires. Mais c'est fou ce que cette industrie a pu apporter... et... on le retrouve dans l'aéronautique. S'il y avait pas eux ces recherches industrielles, on en serait pas là aujourd'hui, ailleurs. Je crois qu'il faudrait aussi se projeter, vers le passé, mais regarder ce qu'on en fait. Le verre, vous voyez on en fait des bouteilles, mais aujourd'hui y a le microscope, et y a euh... le verre c'est... y a le verre plat, y a les parebrises des voitures, y a les satellites qui sont..., y a le laser, y a la fibre... vous voyez, tout ça. C'est l'a..., c'est se projeter. D'un passé, se projeter quand même dans l'avenir. C'est ça qu'il faut je pense arriver à faire. Et dans l'agriculture c'est exactement la même chose.

**[53 :30] Et oui. Ok. Euh... et... euh... donc pour valoriser... donc là, c'est sur votre connaissance du territoire, est ce que vous avez, vous m'en avait déjà parlé tout au long mais, des idées de savoir-faire qui seraient vraiment intéressants à valoriser et quels liens on pourrait faire entre eux pour créer une cohé..., une cohérence quoi ?**

[silence]

[54 :59] Oh bon alors les savoir-faire, on dit hein... [silence]. Alors euh... [silence] C'est arriver à les regrouper, c'est, c'est compliqué. C'est, c'est, c'est compliqué parce qu'on rentre dans le privé, on rentre dans l'ordre du privé, du temps qu'ils peuvent consacrer, à quel moment, ils vont pas être au même moment. Euh... c'est compliqué à faire hein. Alors on peut le faire via des chemins de randonnée, on peut faire le chemin du verre, on peut faire le chemin des lavoirs, on peut faire les chemins des... là je suis en train de faire le sentier des pigeonniers. Mais le..., le savoir-faire qui te projette vers l'avenir c'est compliqué, notamment dans le milieu agricole. Bon les échaudés, l'emblématique ici, c'est l'échaudé quand même... Bon les personnes, dans leur entreprise, elles veulent pas des gens tous les jours non plus, voilà.

**[56 :21] Ok.**

[56 :22] Moi je sais pas, ça, c'est peut être un travail avec l'OT plutôt.

**[56 :26] Oui, oui, ouais. Euh... ok donc ça c'est bon. Est-ce que vous avez des... des exemples de..., d'actions de valorisation donc des savoir-faire comme ici, mais qui se font ailleurs et qui serait intéressantes peut être à étudier ou... dans d'autres territoires ?**

[56 :48] Oui, oui, on avait visité. Bon l'Hérault qui fait beaucoup autour du vin. Euh... les Pyrénées Orientales qui fait beaucoup autour de la langue occitane, occitane. Ça oui y a des savoir, y a des choses qui se font ailleurs, ouais, je suis ; je pense pas à des exemples bien précis là mais... [silence]. L'Aveyron aussi travaillait pas mal autour de ses savoir-faire.

[57 :32] **Oui, ok. Euh... donc euh et aussi dans ma mission de stage, euh... Laurent m'avait demandé, m'a demandé de faire un espèce de répertoire des savoir-faire du territoire, pour en avoir connaissance. Ce qui est pour l'instant un peu compliqué parce que voilà... Euh... et est-ce que vous avez des savoir-faire qui seraient intéressant à intégrer dedans ? Des idées, mais... Sur ça faut que je lui en parle pour savoir ce qu'il entend vraiment par répertoire des savoir-faire, parce que c'est un peu ;**

[58 :05] Parce que s'il s'agit de, de répertorier que les lieux où il y a... [silence] c'est compliqué...

[58 :25] **Mais ça il faut que je lui en parle. De toute façon à la, quand on se verra...**

[58 :30] Ce qu'il entend par ça. Parce qu'on va avoir des idées différentes hein. Parce que si c'est des savoir-faire éteint. Que un il ben, une personne avant, avant les gens ils travaillaient l'osier, ils faisaient des paniers, plus personne n'est capable de faire des paniers ou des paillasses maintenant. Euh... voilà euh... C'était quelque chose de typique des veillées des agriculteurs ça hein... ça existe pratiquement plus, si ce n'est quelques marginaux entre guillemets, qui veulent essayer... c'est... c'est, petit, c'est... Des savoir-faire qu'il faut pas laisser perdre... c'est ça qu'il veut ?

[59 :28] **Mais je sais pas, ouais, voilà c'est ça je sais pas. En fait il faut que je me mette au clair avec lui, sur voilà, qu'est-ce qu'il entend par répertoire des savoir-faire et aussi essayer de, fin pour que ce soit efficace, essayer de, de définir qu'est-ce qu'on entend par savoir-faire qu'on valorise, parce que c'est tellement large. Est-ce qu'on prend en compte les us et coutumes ou pas, est-ce qu'on prend en compte... fin voilà. C'est ça que je veux voir avec lui, parce que pour moi ce qui serait intéressant, c'est de voir ce qui se faisait avant d'accord, mais c'est surtout ce qui se fait maintenant sur le territoire, ce qui est vivant quoi.**

[59 :57] Voilà, je te dis ce qui est vivant, aujourd'hui, c'est ces entreprises de pointes ou... on ne le dit pas assez, que... valoriser ce... Et c'est là dans l'image de... Après euh... toute, tout le savoir-faire agricole, je veux dire, c'est vaste... Qu'est-ce que tu... à un moment donné il va bien falloir... Ou à un moment tu te dis je me cantonne dans le savoir-faire euh, perdu... et pourquoi. Pourquoi faire...

[1 :00 :37] **Oui, oui, oui**

[1 :00 :48] Je sais pas moi... euh je veux t'amener visiter, dans un petit village, euh... une maison, mais on ne pourra le faire qu'en juillet ça, parce que la personne ne sera là qu'en juillet ou août, où, où c'est une vieille épicerie dans son jus. Mais ça c'est pour ta culture à toi, pour que tu voies. On peut aller visiter à Tanus, euh... ils ont reconstitué une vieille école...

[1 :01 :17] **Oui, ben ça j'y ..., c'est à La Cabano c'est ça. Ben j'y vais la semaine prochaine avec Amandine.**

[1 :01 :23] Voilà, bon.

[1 :01 :24] **Donc, ça j'y vais... euh... pour voir un peu, mais c'est vrai que c'est vraiment patrimoine euh..., fin voilà, c'est vraiment savoir-faire anciens.**

[1 :01 :29] C'est... à la limite c'est pour ta culture per..., pour toi, pour que tu vois que ça existe. On te fait le pub aussi [rire] Non, mais à la limite. Ca ça fait partie, de, de, de l'éteint, de... Bon c'est bien, c'est bien de le valoriser mais c'est la partie musée. Alors... est-ce qu'on veut rester que côté musée... J'y attache beaucoup d'importance à la patrie musée, mais il faut aussi savoir montrer l'avenir quoi.

[1 :02 :14] **Oui. Ben c'est ça en fait la difficulté. Comment réussir à allier, si on veut valoriser les deux, le passé et le...fin l'actuel et le futur ou... C'est ça qui est compliqué à trouver le bon angle.**

[1 :02 :28] C'est ce que je... moi quand, moi quand je m'occupais du tourisme, j'y suis pas arrivé... j'y suis pas arrivé, voilà. Quand je suis au musée de la mine, que l'on mette en avant toutes les avancées qui ont été... au lieu de, d'avoir que la galerie à visiter, il faudrait mettre en avant tout ce que ça a apporté. Au musée du verre il faut mettre en avant, il faut raconter l'histoire, mais aussi mettre en avant, tout ce que...le verre va vers. Voilà... Après, après, bien sûr il est intéressant de voir qu'on tuait le cochon, qu'on faisait tout à la maison et alors ? Et alors ? Ben ça se fait plus. Ça se fait plus, qu'est-ce que tu veux ! Voilà, moi quand j'étais à Paris, les magrébins, ils tuaient leurs poules dans les baignoires, ben ça se fait plus, voilà. C'est comme ça, c'est dans la vie moderne. Franchement là je te réponds pas, parce que je sais pas.

[1 :03 :51] **Oui, oui d'accord.**

[1 :03 :53] Je sais pas, je, je me dis la partie muséale, comment on vivait, ça, ça fait partie du folklore, c'est bien il faut le garder, la Cabano elle existe, c'est très bien. Il faut... faut, faut absolument, il faut le valoriser, il faudrait le valoriser ce truc-là. Voilà il faut le valoriser mais... si on veut donner une image positive de ce territoire, il faut faire autre chose ! Je sais pas...

[1 :04 :27] **Euh et du coup est-ce qu'en valorisant peut être les savoir-faire qui sont présents et euh... bien ancrés sur le territoire, ça peut permettre euh de renforcer un peu l'attractivité du territoire, mais pas forcément qu'au niveau touristique.**

[1 :04 :43] Oui, alors, oui, oui parce que si tu, par exemple, sur le vignoble, les distilleries, ça franchement, c'est de l'actualité, même si on sait faire du vin depuis x années, que l'on a modernisé euh... la vinification euh... tout ça, ça c'est du savoir-faire...les alambics ça fait longtemps que ça existe par exemple, voilà. Ca c'est un savoir-faire ancien qui est resté quand même. Voilà. J'ai oublié la question [rires].

[1 :05 :20] **Est-ce que ça peut permettre de rendre le territoire attractif ?**

[1 :05 :23] Oui.

**[1 :05 :26] Mais pas forcément d'un point de vue touristique. Peut-être d'attire de nouvelles population ou d'attirer des entreprises ou de...**

[1 :05 :31] Alors d'attirer les entreprises, ce qui euh... c'est, c'est... de créer...un cons... de créer une synergie entre toutes ces nouvelles... ces, ces industries de pointes, c'est pas des industries c'est...C'est quand même du savoir-faire, c'est du savoir-faire industriel de pointe et de le mettre un peu plus en avant quoi. Alors, de le mettre un peu plus en avant, mais tu peux pas en même temps, alors comment on met en avant sans visiter ?

**[1 :06 :11] Oui, oui, oui. Oui c'est la complexité de valoriser les savoir-faire, fin les savoir-faire des entreprises qui, c'est deux métiers différents le tourisme et...**

[1 :06 :21] Voilà, c'est deux métiers tellement différents et c'est pareil pour l'agriculture. Alors qu'est-ce qu'il faut faire pour ça. Parce que ça c'est quand même le..., la dynamique de ce territoire. Pour faire venir des gans d'ailleurs, des gens jeunes ! Parce que l'on veut c'est des gens jeunes tant qu'à faire. Pour l'instant ceux qui viennent dans notre territoire, c'est ceux qui sont attirés par le paysage, voilà ils arrivent à 60 ans, à la retraite, ils se disent j'ai 20 ans à peu près en forme. Ils se disent je vais me faire plaisir, je vais acheter une maison à la campagne, je vais vivre... je vais vivre 20 années, 10-15 années... Mais c'est pas de l'avenir 10-15 années ! [rires].

**[1 :07 :11] Oui, ok. Euh... et du coup est-ce que vous voyez des acteurs un peu incontournables pour réussir à valoriser ces savoir-faire ?**

[silence]

[1 :07 : 34] Joker, je sais pas...

**[1 :07 :40] Bon de toute façon, ça passera forcément par les entreprises qui font vivre ces savoir-faire...**

[1 :07 :45] Oui, oui, oui, mais ça d'accord.

**[1 :07 :47] Ok.**

[1 :07 :50] Justement je sais pas faire.

**[1 :0 :53] C'est à moi de trouver les réponses [rires]. Je vais essayer de les trouver.**

[1 :07 :58] Franchement je sais pas.

**[1 :07 :59] ok. Est-ce que vous voyez des problématiques liées à ça euh, à ce patrimoine ? Peut-être, ben déjà on a vu la connaissance peut être de la jeune population locale qui n'a pas forcément conscience et connaissance de ce patrimoine, mais est-ce qu'en termes de transmission de...**

[1 :08 :18] Y a plus de transmission. Y a plus. On sait plus approche nos petits-enfants là pour transmettre. C'est... On transmet plus beaucoup hein, je pense pas. Mais ça c'est d'une manière générale, c'est pas qu'eux.

[1 :08 :45] **Ok, euh... Ok ça on a répondu... Et est-ce que vous voyez sur le territoire peut être des freins à la val... à cette valorisation ?**

[1 :08 :52] C'est la dispersion. C'est la dispersion. Pour, pour... pour l'agriculture, pour valoriser les produits agricoles, c'est... c'est... c'est la diversité et l'étendue quoi. Celui qui fait du, de la chèvre, n'a aucun lien avec celui qui fait du mouton, et celui qui fait du mouton n'a aucun lien avec euh... le veau et la chèvre quoi voilà. Voilà, c'est, c'est...

[1 :09 :26] **OK.**

[1 :09 :28] Alors est-ce qu'il faudrait faire une vitrine paysanne, je, je sais pas... Je sais pas ce qu'il faudrait faire ?

[1 :09 :35] **Ok. Euh...**

[1 :09 :40] Oui on a des lentilles, on a du lin, de l'huile de lin, de l'huile de lentille, de l'huile de colza. Y a des gens qui font des choses intéressantes.

[1 :09 :49] **Oui, oui.**

[1 :09 :51] Et qui sont dans l'actualité. Parce que ça c'est quelque chose, de, qui est recherché à l'heure actuelle. Comment tu fais pour...

[1 :10 :03] **Ouais, ok. Euh, ben voilà j'ai fini...**

[1 :10 :06] Pour, pour le milieu agricole, c'est compliqué à valoriser.

[1 :10 :08] **Et oui parce que c'est très, très diversifié, très vaste, très... Oui.**

[1 :10 :14] Voilà. Les viticulteurs, un peu moins parce qu'ils sont habitués à aller dans les salons, ils sont parfois très en représentation au contraire. Eux à la limite c'est peut-être plus facile. Peut-être qu'il faudrait faire un salon de, un mini salon de l'agriculture ? Je sais pas ! Je... je sais pas... ou... [silence]. Pour l'agriculture c'est compliqué ! D'abord ils sont moins demandeur des fois.

[1 :10 :48] **Et oui, oui, oui. Des fois c'est un peu fermé...**

[1 :10 :54] Des fois c'est pas demandé, voilà ! [silence]. Ils se débrouillent tout seul et bon, ils ont pas besoin de nous quoi !

[1 :11 :04] **Oui, oui, oui c'est vrai [rires]. Euh... ben voilà, donc vous avez répondu à toutes mes questions donc c'est bien. Est-ce que vous avez-quelque chose à rajouter sur cette thématique ?**

[1 :11 :26] Tu as vu que j'avais beaucoup de questions et pas beaucoup de réponses quand même [rires].

[1 :11 :28] **Oui mais c'est bien, ça montre que y a..., que y a des potentialités quoi.**

[1 :11 :35] Donc voilà. Euh non je sais... [Discussion informelle sur les personnes à rencontrer potentiellement pour les entretiens]

## Entretien Mme B

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien
Madame B	Présidente de l'association Histoire et patrimoine du carmausin (HPC)	Jeudi 5 avril 2018 14h00 (durée : 1h45min) Rencontre en face à face sur le lieu du stage

Information : *Retranscription partielle*

**[00 :11] Euh, donc tout d'abord est-ce que vous pouvez un peu vous présenter, présenter votre rôle et surtout présenter l'association ?**

[00 :17] J'ai amené des papiers, j'ai amené au moins les statuts parce que je me suis dit, si elle me pose des questions bien précises y en a que je sais pas. Alors moi je suis devenue la présidente de l'association depuis l'année dernière. Donc euh... je suis rentrée dans l'association y a 4 ou 5 ans. J'ai pas été à la création parce que à ce moment-là j'étais encore active donc voilà. Je suis rentrée dans l'association parce que je suis intéressée effectivement par euh... la sauvegarde du patrimoine et puis parce que je les avais rencontrés, les gens de l'association, à l'occasion des journées du patrimoine. Donc j'avais vu qu'ils faisaient des choses intéressantes. Oui, oui, on est d'accord. Et du moment où j'ai mis ça [montre un bout de son doigt], je me retrouve avec le corps entier. Donc je... en tant que membre, donc j'ai commencé à faire des recherches, on travaille beaucoup avec les archives, les deux responsables des archives font partie aussi de l'association. Et il y a dans l'association, un monsieur qu'il faudra que vous rencontriez de toute façon, si on vous en a pas déjà parlé : Monsieur Santoul.

**[01 :34] Non.**

[01 :35] Qui est un enseignant qui est à l'origine de la création de cette association, qui est un passionné. Qui est capable de, vous faites une promenade d'une heure ça dure trois heures. Parce qu'il a des anecdotes voilà. Et euh... donc cet homme il a quand même plus de 80 ans et donc il a souhaité céder... Donc moi, tout le monde disait ça sera bien pour elle, c'est tout à fait ce qu'il faut, parce que je suis quand même quand j'ai quelque chose à dire je le dis. Voilà, donc je suis un ancien prof d'histoire géographie, qui n'a jamais enseigné sur Carmaux. Qui a fait 22 ans au lycée Belle vue mais je suis une pure carmausine. Je suis née à Carmaux je suis partie parce que bon... Mon père a travaillé aux houillères au jour, comme cadre ; mon beau-père a travaillé aux houillères au fond, il était mineur de fond. Donc voilà, je... de par mes origines, je... Et puis honnêtement, tant que j'étais jeune, je me suis pas tellement passionnée, bon on le vivait, au quotidien, bon on voyait des choses. Et... comme je suis pas restée prof dans le coin j'ai travaillé sur des choses ailleurs et puis c'est quand, effectivement j'ai vu qu'on connaît pas des choses à fond... Et donc voilà ce qui m'intéresse. Je travaille actuellement, sur Mr Pérez qui a été un élément important, avec le dernier des De Solages, qui était en fait le patron des houillères ici. Puisque les De solages tout partait de Paris etc... donc c'est à lui qu'on doit la construction de la cité de Fontgrande, c'est à lui qu'on doit la centrale... un tas de

choses... qui pour les gens des houillères, qui étaient presque entre guillemets le « garde chiourme » parce que c'était un monsieur qui surveillait, qui faisait appliqué les lois hein, mais avec le recul les gens disent quand même on lui doit, beaucoup, beaucoup de choses. Donc voilà. Au niveau de l'association cette association elle est relativement jeune, puisqu'elle date, ça je m'en rappelle jamais, donc elle a déposé les statuts en 2010. Vous voyez c'est pas, c'est pas une vieille association. Et donc l'association elle a pour but de, de, de..., de... d'étudier et de valoriser le patrimoine local. Voilà.

**[04 :27] D'accord. N'importe quelle forme de patrimoine ?**

[04 :31] Ils ont pas fait de précisions. Si vous voulez quand ils l'ont créé, il y avait donc Mr Santoul et il y avait, c'est pareil si vous voulez..., Mr Coque, qui est un anc..., qui est décédé malheureusement, qui était aussi quelqu'un du coin, qui était prof en lycée professionnel de français et d'histoire, mais est d'ici, mais pour les gens ici, c'est l'historien local. Il a fait beaucoup de, de... de textes... historiques... et puis il a fait un roman historique sur sa famille, l'évolution voilà... Le... j'allais dire... le mineur paysan, y a plusieurs tomes. Voilà, et donc ils ont eu idée de créer cette association et avec eux ils avaient un autre monsieur qui s'appelle Monsieur Benoit, qui est... alors comment ça s'appelle, ces gens qui font les cadrans solaires ? Gnomi, gnomiste, enfin voilà, qui est très pointu, qui a refait le cadran solaire que vous avez là [montre le cadran solaire du parc du château]. Euh... donc voilà... et ce monsieur lui c'est la restauration, mais restauration, remettre en état, bon voilà. Quand ils ont créé l'association ils n'ont pas, parce qu'ils étaient pas tout à fait d'accord. Parce qu'on a eu une dernière AG très houleuse, je vous expliquerais pourquoi donc, et donc j'ai dit, les restaurations ça y est pas effectivement. Ils sont restés sur une idée globale, c'est-à-dire le patrimoine, au départ c'était la restauration du petit patrimoine : une commune qui a une croix importante qui est cassée à remettre en place, donc si vous vous promenez dans Carmaux, ils ont remis à la chambre syndicale, là où y a le siège de la CGT maintenant, ils ont refait tout le bandeau, parce que c'était abîmé, mais c'est un lieu important. Ils ont restauré aussi, quand on rentre à Carmaux, y a une stèle pour Bouloc-Torcatis bon voilà. Au départ c'était ça. Et puis là on a eu, puisqu'on l'a parce qu'on l'a provoqué, puisqu'on est aussi sensé dans cette association, quand on se rend compte qu'il y a des choses qui commencent à être un peu limite, d'interpeler ou la commune ou..., et donc dans le cimetière de Ste Cécile, il y a une enclave qui appartient aux De Solages. Et avec un Maire y avait eu un accord passé, parce que les De Solages avaient donné un bout de leur enclave pour agrandir le cimetière Ste Cécile, à conditions que la Mairie fasse l'entretien de cette enclave.

**[07:21] D'accord.**

[07 :24] L'entretien qui n'a pas été fait. Donc il y a... 3 ans de ça, on est allé... bon moi j'y vais dans ce cimetière parce que j'y ai mes parents puis d'autres, et on disait les pierres commencent à s'abîmer avec la pollution, il faudrait faire quelque chose. Et puis on a retrouvé dans les délibérations d'un conseil municipal qu'effectivement c'était une obligation de la commune de faire l'entretien. Donc on a interpellé la commune, qui effectivement, a décidé, effectivement de la faire. Donc pour faire cette restauration ça

demandé beaucoup de temps. Parce qu'on est pas des cent et des milles à l'association. Et pour le rendre plus intéressant et plus vivant, on a fait un chantier jeune avec les jeunes de l'AJC, au mois de juillet euh... pas 2017, 2016. Les jeunes ont fait une semaine de chantier et puis après ils partent une semaine en vacances. Pendant une semaine tous les matins ils sont, ils sont venu nous aider à nettoyer ces tombes, donc ils en ont fait une, on leur a donnée. Bon c'est Monsieur Benoit a qui dirige tout ça parce que lui, il sait les techniques, il sait... Donc on en avait laissé une pour eux effectivement, qu'ils ont fait de A à Z. Donc on a restauré cette enclave dans son intégralité. Ca a demandé... parce que les gens c'est des... alors il n'y a que des bénévoles dans l'association, ils y vont travailler le mercredi. Donc euh... ça a... alors on avait convenu juillet et août donc on y est allé effectivement un peu plus nombreux, et on y a été une semaine avec les jeunes et après on y a été tous les mercredis du mois de juillet et du mois d'août. Voilà, donc on a fait une grosse... et ça nous a pris beaucoup de temps, ça nous a pris beaucoup la tête parce que le restaurateur... [Informations sur un des membres de l'association qu'elle ne veut pas diffuser]. Et puis là, ils se sont lancés dans... dans une autre restauration, qui est la maquette, ça vous avez du en entre parler de la maquette ?

**[09 :44] Oui.**

[09 :44] La maquette de la cokerie, mais c'est un truc... c'est immense. C'était une maquette qui était exposée autrefois, au tout début du musée du verre, elle était à l'entrée, parce que moi je m'en rappelle, je me rappelle l'avoir vu là, dans l'entrée du musée du verre. Puis après quand ils ont choisi, et puis sélectionné de le supprimé, mais elle a pas été rangée comme il faut... fin. Et donc, là ils souhaiteraient, parce qu'effectivement tout disparaît. On est en train de mettre des fermes solaires dans tous les endroits, c'est impressionnant. Et donc qu'on la restaure, qu'on la... Donc ça y est la communauté de communes a voté que c'était acquis qu'on allait, qu'ils allaient pouvoir la restaurer. Donc voilà, hein. Et à côté de ça y a des gens, ça y est j'ai oublié, je sais ce que j'ai oublié, j'ai oublié de vous porter. On édite tous les deux ans en gros, les cah..., des cahiers avec des sujets, qui comprennent le grand carmausin, qui sont traités par les membres de l'association, ou des gens qui sont amis et qui ont fait des choses voilà qui nous intéresse. Donc... mais je vous le ferais passer, j'ai pas pensé à ça tout à l'heure en, en préparent les choses. Donc si vous voulez, chacun en fonction de ce qu'il a envie, de ce qu'il connaît et en liaison avec les filles des archives, on fait un sujet de fond. Donc le dernier y a quelqu'un qui a travaillait sur le joli parc qui avait de l'autre côté [*montre par la fenêtre la zone, aujourd'hui industrielle, qui se situe de l'autre côté de la route*] voilà le parc du Pré-Grand avec les essences etc.... Euh, on a fini, parce qu'on avait commencé, sur un autre quartier, le quartier de la Favarelle, on avait fait l'historique, parce que c'est là qu'avaient été installés les premiers abattoirs de Carmaux.

**[11 :41] D'accord.**

[11 :42] Et puis après ils ont été déplacés plus loin. Là y a la deuxième partie, donc on a fini cette partie. Y a quelqu'un qui a fait un travail sur l'église de Ste Cécile parce que y a des vitraux qui ont été fait avec des gens d'En-Calcat, enfin voilà... Euh qu'est-ce qu'il y

avait comme autre sujet ? Alors après Mr Benoit avait fait un, il y a très longtemps, un article de fond sur l'architecture de la ville de Carmaux. Il y a différents tomes, on l'a reprise pour faire voir au gens, comment, les éléments qui datent de la renaissance, voilà... Euh... on a fait aussi un article sur le kiosque qu'il y a au parc,... enfin des urgences qu'on appelle, parce que ce kiosque a été restauré par euh...par des gens en insertion. L'année dernière on devait y faire, au moment de la fête de la musique, une animation et puis ça s'est pas fait parce qu'il a fait un temps pas possible, [incompréhensible] au mois de juin. Donc raconter, parce que y a très peu de kiosque comme ça, y en a un autre à Toulouse et qui ont été aussi bien conservé. Donc voilà on fait, sur différents..., et puis on a un monsieur qui tra... qui lui est au club philatélique aussi, qui a fait un article sur deux personnages euh... Gaston Vedel et un autre, ça y est le nom me vient pas maintenant, qui était un... un des premiers pilote d'avion, voilà qui... Donc vous voyez, c'est très... C'est en fonction et des recherches des gens et de ce que, de ce que les gens ont envie. Y a eu des articles qui ont été fait bon sur la cité de Fontgrande, sur d'autre cités, puisque y en a d'autres cités... Euh y a des arti..., y a un article qui avait été fait par un monsieur qui est originaire de Cagnac, donc il en avait fait une première partie puis la deuxième partie quand on l'a lu, on l'a pas, on l'a pas édité parce que c'est trop compliqué. Nous en le lisant, je comprenais pas... bon des références... on lui a demandé de le réarranger pour que, parce que c'est fait pour les gens de Carmaux qui, voilà, ou les gens du coin, les gens qui sont partis mais qui ont connu Carmaux, et qui ont envie de retrouver... voilà.

**[13 :55] D'accord.**

[13 :56] Voilà. Et après on participe à... beaucoup de manifestations, beaucoup. Bon par exemple demain je fais une promenade dans Carmaux, qui a été demandé au syndicat de... enfin d'initiative là. Euh... alors c'est un groupe de gens, bon je... bon voilà euh... donc je fais demain sur les pas de Jaurès. Alors comme j'ai dit, ça tombe un vendredi, ça va être facile de se promener sur les pas de Jaurès à 10h du matin dans Carmaux. Bon. Je parle assez fort, j'espère qu'ils seront pas trop nombreux, bon c'est pas un problème. Mais ça va être compliqué d'approcher de la statue de Jaurès, le vendredi matin sur la place Jean Jaurès. J'ai dit fin... « oui, oui, mais ils voulaient ce jour-là ». Donc on fait, on fait des promenades comme ça, là cette année... alors je vous avais apporté euh... ça je vous le laisserais, c'est le compte rendu qu'on avait fait pour l'AG, voilà de toutes les activités, qu'on avait fait l'année dernière. Voilà parce qu'on est sollicité aussi, en liaison avec les filles des archives aussi par les écoles. L'année dernière, ils avaient fait un projet, ouais l'année dernière, mais il a pas eu lieu... Le projet c'était autour de mon école, qu'est-ce qu'il y avait autrefois, qu'est-ce qu'il a maintenant, parce que on a plein d'enfants, dans certains groupes scolaires dont les parents sont pas originaires de Carmaux. Donc par exemple le groupe scolaire là en rentrant dans Carmaux de ce côté, il avait autrefois un tour de 20 et quelques étages... Donc c'est quand même, la plupart ne l'ont jamais vu, voilà. Euh... si vous leur dites que la grande salle François Mitterrand c'était une verrerie, pour eux... Nous si parce qu'on appelait ce quartier, le quartier de la verrier, le collège, le collège de la verrerie, bon je veux dire y a des choses pour nous..., mais pour les enfants...

bon voilà. On avait fait, voilà on travaille comme ça euh... on travaille aussi avec... bon si on est sollicité...

### **Retranscription partielle :**

Lors des visites guidées faites par l'association, des photos de l'époque sont montrées, afin de permettre aux visiteurs de s'imaginer et de se représenter comment la ville était avant.

L'association évoque les savoir-faire par détail, notamment quand le thème de la visite est la mine : *« on explique comment ils travaillent, les postes de huit heures, il fait très chaud, ils sont pas... A partir de la photo, ils sont pas protégés comme on est protégé maintenant. Euh... les outils parce que les outils on les a... Et quand on parle de la mine, c'est pareil, euh... mais si vous voulez nous, la mine je l'évoque en différent..., mais je rentre pas dans le détail des savoirs. On travaille plus si vous voulez quand on fait..., on en a une autre promenade aussi, qui plait beaucoup au gens, parce que ça les intéresse : le mouvement ouvrier. Parce que nous ici on a eu, et des verriers, et des mineurs, qui pendant, à un moment ou l'autre, se sont révoltés vers différents patron, pour des raisons de salaires, mais aussi pour des raisons..., puisque la crise à la verrerie c'est que on renvoie Jean-Baptiste Calvignac et un autre parce que ils ont été élus et conseillers municipal et délégué et qu'ils participent à des réunions, alors que le droit syndical existe et que c'est légal. Donc, mais après le savoir..., c'est ça le savoir-faire nous, fin..., on y rentre pas tellement dans le détail. C'est plus dans l'esprit de voilà. »*

Les premiers mineurs étaient des mineurs paysans. Pour pas qu'à la période des travaux dans les champs ils repartent dans leur ferme, la mine a décidé de construire des cités d'habitation proche du lieu de travail. Les verriers aussi habitaient près de la verrerie Sainte Cécile, dans des petites maisons, dont il en reste encore quelques traces.

### **Est-ce que l'association travaille uniquement sur l'histoire de Carmaux ?**

L'association devrait normalement pouvoir parler des communes autour de Carmaux, cependant aucuns membres de l'association n'est extérieur à la ville. Il est donc plus difficile de faire des articles sur les communes extérieures.

HPC n'a jamais travaillé sur le patrimoine agricole.

### **Comment définiriez-vous la notion de savoir-faire ?**

*« Alors pour moi, les savoir-faire, c'est la technique du métier, si vous voulez. Donc ça si je sais qui va..., c'est au musée de la mine, avec la..., la, les gens, les guides du musée de la mine qui expliquent ce qu'est le boutefeux, ce qu'est le piqueur, ce qu'est... Pour moi c'est ça si je parle du métier de mineur. Quand on explique la statue de Jaurès, y a, aux pieds de Jaurès y a quatre personnages qui représentant quatre métiers : le bouvier celui avec la pique puisqu'il pique..., le verrier qui a la, la lampe sur le côté, le mineur et le*

*gars de Saint Juéry, puisqu'il a défendu aussi les, les, les gens qui travaillaient au Saut du Tarn. »*

### **Identifiez-vous des savoir-faire et du patrimoine industriel et artisanal importants sur le territoire ?**

*« Il disparaît ».*

*« Le lavoir par exemple, qui est dans un état lamentable, puisque... en plus moi personnellement j'y suis attachée parce que mon père a assuré le, la surveillance, puisqu'il était surveillant, de la construction de ce lavoir. Donc ça fait partie du patrimoine ça. On a plus de chevalet, le seul chevalet qui est conservé c'est à la Mairie de Blaye. [...] Et quand on arrive sur Carmaux, les gens ils disaient : « mais c'est pas une ville de mineurs, on voit pas les puits de mine ». Les puits de mine ne sont pas sur la commune de Carmaux. Ils étaient sur les communes extérieures. »*

*« Après on a, on a un patrimoine..., bon par exemple cette cité de Fontgrande, bon pour nous, et maintenant c'est grave parce qu'on est en train de la dénaturée, ça fait partie du patrimoine, qu'on devrait conserver, pour montrer effectivement ce qu'on a fait. »*

*« Ici moi j'ai l'impression qu'on se réveille un peu tard pour conserver le patrimoine industriel et sur le Carmausin. »*

### **Pourquoi il y a eu cette destruction ?**

*« Là je vais être claire. Il fallait tout détruire, faire table rase du passé. Pour certains. »*

*« C'est dû, problème de la mono-industrie. Nous avons vécu, très bien parce que la mine et ça... [...] Donc si vous voulez, la mine a apporté une richesse, je vais vous donner un exemple dans Carmaux, à l'époque il y avait cinq bijouteries. Ma grand-mère était bijoutière, elle vendait des émeraudes, de l'or, entre les paysans qui venaient d'Aveyron et qui avait de l'argent, les femmes d'ingénieurs, etc..., et puis même les mineurs, parce qu'un mineur gagnait grassement, parce que les gens ils disent « ouais ». Ils avaient des salaires confortables, ils étaient logés et chauffés. C'était pas gratuit, ce qu'on leur prenait sur leur salaire, bon... Donc quand la mine a commencé, quand ils ont commencé à réduire, à réduire, la CGT est montée au créneau, il faut conserver. On a fait le trou de la découverte. Parce qu'effectivement on savait qu'il en restait du charbon, mais ce charbon qu'on allait chercher de plus en plus bas, coûtait plus cher que le charbon qui arrivait de Pologne. Bon on sait pourquoi mais bon... On a fait le trou de la découverte qui nous a plombé les impôts pour le restant de notre vie. [...] Et petit à petit, à ce moment-là, quand ça a commencé il aurait fallu que des entreprises viennent. Certaines entreprises sont venues, vous savez ce qu'on leur a dit ? Vous devez donner les mêmes avantages que ce que les mineurs ont aujourd'hui. Michelin est reparti, je sais plus quoi, etc... Toutes les entreprises qui auraient pu, parce qu'il y avait les infrastructures, s'installer ne sont pas venues. Et je pense que les hommes politiques, ils ont pas pris de front le truc. Ils se sont battus parce que quand on regarde les textes, François Mitterrand est venu plusieurs fois, mais je pense que c'était trop tard. Et donc petit à petit si vous voulez, les mineurs sont*

*partis à la retraite, etc... [...] Les parents qui avaient conscience qu'on allait vers la fin, ne se sont pas battus pour que leurs enfants restent là. »*

*« Y en a certains accrochés, je vais être méchante mais c'est le même problème aujourd'hui qu'avec la SNCF. Accrochés, ben oui, les mineurs avaient des avantages, mais le métier était dangereux. Ils avaient la retraite à 50 ans mais combien, bon les vieux, mais les premiers qui ont pris la retraite à 50 ans, deux ans après ils étaient morts. Heureusement que leur veuves elles avaient un logement et tout, etc... Bon je veux dire qu'il y a eu un moment à une époque. Et donc Carmaux, petit à petit, a périclité. Et puis qu'est-ce qu'on a fait les enfants, ben ils sont partis. »*

*« Je pense qu'au bout d'un moment, à un moment ou un autre, on a pas su prendre le train en marche »*

### **Pourquoi ne pas avoir conservé des éléments du patrimoine bâti ?**

*« Là le bâti des locaux n'a pas été utilisé, n'a pas été entretenu, donc il est arrivé un moment si vous voulez, si c'est pas entretenu, ça devient dangereux. Là, le lavoir, bon il a servi pendant un moment, je pense encore, j'en sais rien, aux pompiers pour faire des, parce que y a beaucoup d'escaliers, pour faire des exercices. Mais ça a été squatté, tous les carreaux ont été pétiés, c'est graffité de partout, c'est voilà... »*

*« Je pense aussi parce que la fin de la mine ça a été houleux. Y a eu des grèves, y a eu de la violence. Honnêtement je me suis pas penchée sur le problème »*

*« Moi je l'explique par le fait de la mono-industrie aussi, parce qu'on avait que ça. Lamine, quelques petites entreprises. La plupart des entreprises, le bâtiment, l'électricité, étaient des sous-traitants de la mines. »*

Beaucoup de choses ont été jetées, comme des papiers d'archives. Certains habitants doivent encore avoir des vestiges, mais ils ne veulent pas les transmettre aux archives.

### **Quelle image a le patrimoine minier sur le territoire ?**

*« Alors là je vais être, j'en sais rien. Les gens sont contents, nous les gens qu'on rencontre, qui viennent nous voir, qui achètent notre revue : « ouais ça c'est bien, vous avez bien fait », les anciens : « à ouais je me rappelle-ci, j'avais fait ça... ». Bon. Après les jeunes c'est difficile, c'est difficile, parce qu'on essaye de les sensibiliser, mais... Les gens, ceux qui restent ou ceux qui reviennent ne sont pas hostiles à bon voilà. Mais y a des gens qui nous disent, à quoi ça sert qu'on garde ça. »*

### **Une partie de la population est plus attachée que les jeunes ?**

*« En tant que prof d'histoire, moi je me rend compte qu'il y a des jeunes pour qui, vous leur parlez de choses qu'il y a eu il y a 50 ans, ils vous disent « Mais madame il y a 200 ans que c'était comme ça ». Je disais mais moi je l'ai vu ça, « mais c'est pas possible, vous êtes pas aussi vieille ». Euh ils ont pas le sens de la chronologie. Par contre, tous les gens que j'ai rencontré, tous les gamins qui ont visité la, au musée de la mine, la galerie*

*reconstituée, ils en ressortent émerveillé, fin émerveillé et puis ne s'imaginant pas que ça puisse exister. »*

**Est-ce que la mine reste une mémoire difficile à évoquer pour la population ?**

Non, la mémoire n'est pas dure à évoquer, à part peut-être pour quelques syndicalistes pur et dur. Au contraire les gens sont contents. Lorsque l'association a nettoyé l'enclave des De Solages, qui était pourtant vue mal vue par les mineurs car c'était la famille qui dirigeait la mine et qui représentait l'autorité, des gens sont venus les remercier. Parce que sans cette famille et leur économie, il n'y aurait pas eu toute l'histoire du carmausin, ni Jean Jaurès.

*« Je pense honnêtement, que vous allez pas rencontrer beaucoup de gens qui sont contre le fait qu'on maintienne et qu'on sauvegarde ce patrimoine »*

Certains diront que c'est dommage d'avoir trop attendu, mais ce n'était pas dans les priorités de l'époque. Et depuis quelques années, le patrimoine a pris une ampleur qu'il n'avait pas à l'époque. *« Parce que je pense que des gens se sont rendu compte qu'on allait détruire un tas de choses et que, et après il nous manquerait des éléments pour comprendre nos racines. C'est ce que j'explique, alors bien sûr maintenant dans le carmausin on a plein de gens qui arrivent d'à droite et d'à gauche, etc...Mais et je dis nous on a des racines profondes voilà. »*

**Est-ce que la population locale à le même lien avec la verrerie, qu'avec la mine ?**

*« Alors la verrerie c'est une haine, parce que Jaurès a fait partir les verriers. Il est allé la faire installer la verrerie, puisque Resseguier a pas voulu céder et qu'il a trouvé une solution... » [La verrerie a été installée à Albi]. Et puis les gens sont, l'a connaissent moins l'histoire. »*

**Est-ce que les locaux seraient intéressés par la valorisation de ce patrimoine ?**

L'enquêtée pense que oui, mais il peut y avoir des freins au niveau financier.

**Est-ce que les écoles et le public scolaire sont intéressés par ce patrimoine ?**

L'association a essayé, mais elle a pas l'impression que les professeurs d'écoles sont intéressés par faire des actions comme ça. *« Ca a pas l'air de fonctionner. »* Les professeurs, comme beaucoup d'enfants, viennent de l'extérieur de la ville, donc c'est plus difficile de parler de patrimoine avec eux, car ils ne le connaissent pas forcément. *« On a pas de demande par exemple ».*

**Est-ce que ce patrimoine industriel du carmausin peut intéresser les touristes ?**

*« Moi, ça par contre je pense que oui. Que c'est un élément... »*

*« Bon vous avez deux formes de tourisme. Vous avez les gens qui font du tourisme pour se cultiver, donc s'ils viennent dans un lieu comme ici, c'est ce qu'on disait, ils vont aller au Musée du Verre, bon ils vont quand même aller voir le verrier qui est en train de souffler*

*le verre, bon voilà. Au musée de la mine vous allez vous promener, il faut peut-être développer ça, bon je vais vous le dire, on a l'intention nous, mais pour l'instant ça se fait pas, de récupérer une maison là-haut à Fontgrande et l'aménager avec, la cuisinière comme elle était autrefois, etc..., et expliquer le jardin, qu'ils avaient le poulailler, le ci..., que la dame devant elle faisait les fleurs, parce que ça quand on se balade on le raconte, et que tous les ans ils avaient des prix, on allait visiter les maisons et elles avaient des prix les dames de la tenue de la maison, etc... »*

*« Parce que je trouve qu'on peut raconter, on peut faire voir des photos, mais si ils voyaient installer, les gens etc... si vous leur dites que au début c'est soit charbon, qu'on rentre le charbon là, et qu'on a le seau, qu'on leur fait voir le seau, la cuisinière, etc... bon voilà. Les premiers aussi, puisqu'ils avaient l'eau courante, bon c'était pas les jolis évier comme on a maintenant. »*

*« Moi j'aime bien aller dans des musées comme ça, qui me permettent de photographier, de me dire ils étaient habillés comme ça, ils avaient tel type d'outil, ... »*

*« C'est montrer effectivement peut-être aussi des savoir-faire »*

**Est-ce qu'il peut y avoir des conflits entre population locale, qui a vécu ce patrimoine, et touristes ?**

*« Non, je pense pas ». En plus, la population des mineurs commence à diminuer, cette génération est en train de disparaître.*

**Est-ce que valoriser ce patrimoine peut être un moyen d'attirer les touristes ?**

*« Dans le Nord de la France, ils l'ont bien fait. Quand on discute avec Laurent Subra, le Musée du verre attire du monde, par l'intermédiaire du musée du verre, il me semble que si on développe ce côté. Bon après, tout le monde est pas d'accord, tout le monde me dit « tu crois pas que les gens vont rester sur le carmausin et autour passer deux ou trois jours ». Moi j'en sais rien, y a des gens peut être, peut-être pas sur Carmaux, mais si y a aux alentours, un accueil à la campagne, dans les fermes, ou des choses comme ça, je suis persuadée qu'il y a des gens qui aiment ce style de vacances. Puis vous êtes ici vous pouvez descendre sur Albi, vous avez la Drèche, vous avez Tanus, je veux dire que... »*

**Est-ce que la valorisation de ce patrimoine est assez développée sur le territoire ?**

*« Je sais pas. Pour moi ça me paraît compliqué, mais bon ça a été la décision qu'on a eu, on est pas tous d'accord. Carmaux a eu et a encore une image négative. Il faut être honnête. »*

L'enquêté pense que le fait que la ville accueille une population étrangère nombreuse, nuit à l'image de Carmaux.

*« Il y a pas un endroit où vraiment on sentait, un endroit qui vous accueille pour vous expliquer tout ce que vous pouvez faire. Nous on pense que l'endroit doit être à l'ancien*

*café des arts, c'est-à-dire ce qui est près de cette place Jean Jaurès qui est importante et pas avoir ce stationnement sur cette place Jean-Jaurès collé à cette statue. »*

Avant Carmaux était réputé pour ses parcs et ses piscines. Aujourd'hui la majorité a été détruite. Tous les parcs appartenaient aux houillères, sauf celui de Jean Jaurès qui était municipal.

#### **Est-ce que vous avez des idées d'actions de valorisation ?**

L'association a aidé à la création de panneaux explicatifs d'un circuit dans la ville, ils ont été abimés de suite.

*« C'est toujours pareil s'il y a pas une envie des politiques, que vont faire les associations, voilà. »*

Il manque aussi des indications, de la signalétique routière sur les choses à voir, les sites marquants.

*« En tant qu'association on est prêt à faire plus de promenade, mais comme on est que deux avec Clément, ça peut pas être toutes les semaines, bon voilà. »*

*« Peut-être qu'il faut aussi se vendre mieux, mais je sais pas comment. Auprès des restaurateurs, auprès de..., j'en sais rien. Moi j'ai pas de solutions »*

#### **Le tourisme de savoir-faire peut-il être un moyen d'attractivité pour le territoire ?**

En regardant les commentaires sur le musée-mine, elle s'est aperçue que les familles avec enfants étaient enchantées par la visite. C'est compliqué de visiter une ville avec des enfants parce que ce n'est pas toujours très attrayant. C'est pourquoi l'association, quand elle fait des visites avec les enfants, leur propose un questionnaire. *« On pourrait peut-être trouver un truc ludique, bon il faut le créer ».*

*« Après les savoir-faire, quelle idée vous avez ? Parce qu'on va pas pouvoir mettre un mineur en train de travailler. On a après des petites vidéos, qui bon, qui font voir ce qui était... Ca veut dire qu'à un moment ou un autre, donc c'est pour ça que je pensais dans le café des arts, puisqu'on nous a expliqué qu'ils feraient une salle, donc ça, ça peut être un point de départ, en disant aux gens voilà. Et donc après c'est plus facile pour enchaîner les visites, se rendre sur le lieu... »*

#### **Quels liens pourraient être faits entre l'agriculture, l'industrie et l'artisanat ?**

*« C'est dans l'histoire qu'on va raconter »* : on est parti d'une civilisation agricole qui s'est transformée avec la révolution industrielle. Les paysans sont devenus mineurs, mais ont toujours gardé un lien avec la terre puisqu'ils cultivaient leur jardin, ils tuaient le cochon, faisaient les canards gras... Ce sont des savoir-faire qui ont disparu.

*« Alors je vais vous dire le savoir-faire c'est que c'était des vaillants. Les premiers mineurs ils faisaient deux journées : ils faisaient la journée à la mine et la journée... et après ça s'est perdu ça. »*

L'enquêté fait partie de l'association des Palmes Académiques, lors de l'Assemblée générale, ils sont allés visiter le musée-mine. Beaucoup de personnes présentes ne s'imaginaient pas que le travail dans les mines était aussi difficile, alors que ce n'était pourtant pas des personnes jeunes. *« Je pense qu'il faudrait faire un travail plus en lien avec, avec le musée de la mine. »*

*« C'est toujours pareil il faut qu'il y ait des gens qui accompagnent, qui le fasse vivre. Voilà c'est ça ! Moi je pense qu'il faut faire vivre les choses. »* Lors des visites guidées, il faut rendre le discours vivant avec des anecdotes pour capter l'attention des gens. *« C'est les touristes qui vont nous faire de la publicité »*

Pour rendre le patrimoine vivant, ça passe par autre chose que les visites, par des animations par exemple. Mais pour créer des animations, il faut du monde, ça prend du temps : *« il faut s'en donner les moyens »*.

### **Comment vous voyez l'avenir de ce patrimoine sur ce territoire ?**

*« Je sais pas. Je vais être claire, on se rend compte que financièrement on nous ferme les robinets à tout, donc ce patrimoine... »*. L'enquêtée prend l'exemple de la statue de Jaurès, qui après avoir été plastiquée, a été restaurée. Aujourd'hui les rajouts de l'époque commencent à se voir et elle s'abîme, alors qu'elle est en marbre de Carrare. Il y a beaucoup de bâtiments qui sont en périls parce que trop compliqués à entretenir dans l'Etat. Seule l'école de Fontgrande est un monument classé. *« Y a-t-il une solution pour conserver les choses »*

*« Si on fait rien pour le protéger pour le moment, il risque d'être en péril rapidement [le patrimoine]. »*

*« Les bâtiments industriels ici ils seront pas classés, fin moi j'y crois pas, quelle valeur ils ont ? »*

*« Parce que je sais pas qui c'est, qui travaille actuellement sur le patrimoine dans le coin ? L'enquêté a du mal à identifier d'autres associations ou personnes qui travaillent sur le patrimoine du territoire, hors mis La Cabano à Tanus qui est dynamique.*

### **Pour le patrimoine industriel, est-il plus intéressant de parler du passé ou plutôt de l'avenir ?**

L'idée de la communauté de communes est de parler de la transition énergétique sur le territoire en partant du charbon, pour arriver aujourd'hui au solaire.

*« Mais moi je vois pas, je vois pas le lien parce que ça a rien à voir. Fin moi personnellement, on plante des panneaux solaires et qu'est-ce qu'on fait d'autre ? On capte l'énergie et ça fait de l'électricité. Y a pas de savoir-faire... »*

Par contre, elle trouve ça intéressant de montrer l'évolution de l'agriculture. De voir que les terres étaient travaillées manuellement et qu'aujourd'hui la mécanisation est devenue importante.

« Nous la mine s'arrête. C'est une fin. Par quoi on la remplace ? Alors je suis d'accord, l'énergie solaire est l'avenir, mais je vois pas le lien parce qu'on arrête quelque chose. »

**Est-ce que ça serait intéressant de valoriser les entreprises industrielles ?**

Elle ne sais pas s'il y a des industries de pointes sur le carmausin qui seraient intéressantes.

« Le problème c'est que nous, il y a eu effectivement... Moi j'ai l'impression qu'à un moment on s'est arrêté. L'exploitation de la mine s'est arrêtée et si vous voulez à Carmaux, la région a périclité, parce qu'on pensait... bon après elle redémarre avec des petites, mais c'est des entreprises qui vont employer cinq ou six personnes. »

**Est-ce que vous identifiez des problématiques liées à ce patrimoine (protection, transmission...)?**

« La transmission, quand une certaine génération aura disparue, il y aura plus de transmission. Si on ne fait pas, si on ne compulse pas, ne serait-ce que les comptes rendu des conseils municipaux, vous avez une mine d'information. Mais faut les compiler. Il faut les lire, il faut prélever. C'est-à-dire qu'il y a un travail, pas d'archivage parce que archivage on range, c'est un travail de regroupement pour donner des informations à ceux qui les ont pas. »

« Honnêtement j'ai pas assez de recul. Est-ce que ça risque de disparaître tout totalement ? Y a tellement de choses qui ont disparue. »

Certaines personnes originaires du carmausin, qui n'habitent plus là, reviennent et ont envie de retrouver des lieux de leur enfance, lors de visites organisée. Mais y a des choses qui ont complètement disparue. Heureusement que certaines photos existes pour se rappeler, et que d'autres ont été prise parce que « on va perdre des choses si on ne les a pas photographiées à un moment. Parce que le lavoir un jour ou l'autre, pour des questions de sécurité, y a quelqu'un qui va dire il faut le raser. »

**Est-ce qu'il existe des freins, sur le territoire, à la valorisation du patrimoine ?**

« Les gens sont, fin les gens du local sont pas intéressés. Très peu de gens... Ils sont contents quand vous le faites, mais quand vous demandez du monde... » « C'est pas eux qui vont s'investir à le faire ».

Il manque une dynamique locale. Mais c'est difficile de créer une dynamique parce que d'un côté il y a une partie de la population qui est âgée et de l'autre une partie de la population qui est nouvelle, qui arrive et qui n'a pas forcément de connaissance et d'attachement au territoire et à son histoire.

Une association s'est montée pour essayer de rendre la ville plus vivante, parce que c'est ce que les gens de passages remarquent, que la ville n'est pas vivante. « Le samedi après-midi passé cinq heures, c'est mort. C'est une ville en train..., morte, fin pas en train de mourir parce que il y a des commerces qui s'implantent. » Carmaux attire parfois certaines personnes de l'extérieur pour les commerces, parce que les stationnements sont gratuit,

mais ce n'est pas cette population qui va s'investir pour sauvegarder et valoriser le patrimoine.

*« Alors moi je suis un peu... je sais pas si on va beaucoup attirer des touristes, mais je pense que c'est ça qui va déclencher, si on arrive à drainer un peu de tourisme, qui est concentrer sur Albi, parce que y a des gens qui viennent à Albi, faut pas raconter d'histoire, bon. Des gens qui aiment le tourisme rural, parce qu'on est a mis chemin entre les gens qui font que des musées, que des musées, bon voilà. Moi c'est ce qu'on dit, une journée ici vous pouvez venir visiter un musée et puis vous allez passer avec les enfants, deux trois heures à Cap'Découverte avec les animations, etc... Vous pouvez le lendemain allez faire une balade le long du Viaur, vous avez des sentiers de randonnée un peu partout dans le coin. Mais il faut que bon, après je sais pas comment... »*

#### **Est-ce que vous pensez qu'il y a une réelle envie et implication des acteurs ?**

Lors d'une réunion pour parler de la stratégie touristique du territoire, organisée par la Communauté de communes, les personnes présentes n'étaient pas nombreuses, et étaient surtout représentante des institutions politiques. Aussi, ça devient de plus en plus difficile de mobiliser les gens. Ceux qui s'investissent sont d'une génération vieillissante, il faudrait arriver à capter une autre partie de la population. Mais toutes les associations sont dans le même cas.

#### **Thématiques des visites guidées :**

- Le mouvement ouvrier
- L'année dernière une portait sur le thème des écoles, mais ils n'avaient traités qu'une partie des écoles parce que c'était trop vaste. Cette année, ils valorisent le quartier de Sainte-Cécile, parce qu'il y avait et des écoles privées et des écoles publiques, y a la construction de l'Eglise, le cimetière, une briqueterie qui aujourd'hui a disparue, une plaine agricole...

## Entretien M. C

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien	Informations
Monsieur C	Bénévole au pôle patrimoine de l'association de la Foire du Ségala – Village La Cabano	Vendredi 6 avril 2018 à 14h00 Rencontre en face à face à Tanus, dans le site de La Cabano	Visite du site par les bénévoles. Questions posées à la fin de la visite dans un contexte non propice (debout, avec les autres bénévoles autour) – toutes les questions n'ont pas été posées.

**Information : retranscription partielle**

Durée de l'entretien : 20 min

La Cabano est un village des années 1900 reconstitué dans un hangar de Tanus. A l'origine, des scènes de vie d'autrefois étaient reconstituées pour la Foire du Ségala. En 2015, la Mairie a prêté un local, l'ancienne halle aux bestiaux, pour y installer de façon permanente la collection d'objets d'antan. Un village avec une rue commerçante met en scène des personnages, illustrant les métiers et les pratiques de l'époque : tailleur, épicier, cordonnier, coiffeur, école, bistro, maison, travail des champs... Les objets ont été récupérés sur le secteur ou donnés par les habitants du territoire. La Cabano : 900 visiteurs depuis l'ouverture en mai 2015 : maison de retraite, club du troisième âge, club de randonnée, camping caristes, écoles, particuliers en famille

**Pourquoi est-ce important de conserver tous ces objets et de le valoriser ?**

« Les premières situations qui ont été créés ont été fait pour animer la foires, pour créer un pôle d'attraction ». Innover et changer chaque année.

« En fait, c'est presque un devoir de mémoire. Un devoir de mémoire parce que le, les jeunes, les enfants qui viennent visiter pensent, comme le disait mon collègue Francis, que c'était la préhistoire, alors que c'est pas si vieux que ça ».

**Est-ce que la population locale est attachée à ce patrimoine ?**

« oui parce qu'ils donnent difficilement, ils donnent difficilement, donc c'est une preuve que pour eux c'est une partie de leur vie »

Aujourd'hui, ils donnent plus facilement parce qu'ils voient la mise en valeur faite par l'association.

**Est-ce que les jeunes sont aussi intéressés ?**

Ca dépend des jeunes et des écoles. Il y a une école qui est venue et qui a été filmée en train de redonner vie aux scènes, le personnel d'accompagnement était très impliqué, donc

ça s'est très bien passé. Certaines autres écoles étaient moins préparées et moins intéressées.

**Est-ce que c'est important de transmettre ce passé aux enfants, aux générations de maintenant ?**

« *C'est presque mieux qu'un livre* ».

Faire découvrir ces scènes permet de comprendre l'histoire et la vie d'autrefois de façon concrète et palpable.

**Est-ce que la valorisation des objets anciens peut permettre d'attirer des touristes ?**

La Cabano se situe en face d'une aire de vidange pour les camping-cars et les gens, quand les bénévoles sont là et que le portail est ouvert viennent découvrir le site par eux-mêmes. C'est un site qui interpelle.

« *En fait La Cabano manque de publicité. On y travaille, avec Francis on essaye de, de faire connaître, et nos dames font des mailings, des courriers, tout ça. On essaye mais on a pas la technicité pour ça. Ca nous manque.* »

« *On pêche par la communication, parce que, parce qu'on sait pas faire* »

« *Ca avance petit à petit. On voit que les gens s'intéressent, reconnaissent le travail... sont impressionnée, je crois qu'il y a pas d'autres mots. Et c'est bien pour nous, c'est bien pour nous* »

Extension de bâtiment de 500 mètre pour mettre en valeur tout le matériel. Ils veulent recréer un corps de ferme.

**Comment faire le lien entre les savoir-faire passés, que valorise La Cabano, et les savoir-faire actuels, présents sur le territoire à l'heure actuelle ?**

« *En fait le veau du Ségala il est issu de tout ça [les savoir-faire anciens]. Il a son origine ici le veau du Ségala* »

« *En fait le veau du Ségala c'est quoi, c'est un, c'est un produit de qualité fait à une, à une échelle assez restreinte puisque c'est le Ségala, euh... C'est spécifique. C'est vraiment ce qu'ont voulu les agriculteurs pour s'en sortir. Il faut pas oublier qu'on est dans une région très, très vallonnée, c'est... On est pas en zone de montagne c'est dommage. [...] Les gens travaillent des terrains en pentes, ils ont beaucoup d'élevage. Il faut valoriser.* »

« *Valoriser le patrimoine, valoriser les produits locaux, oui bien sûr, c'est important* »

**Est-ce que vous pensez que la découverte des savoir-faire du territoire peut être un moyen d'attractivité ?**

La population du territoire est vieillissante, mais ils ont vécu ce que La Cabano présente, donc ça les intéresse. La population locale, globalement elle s'intéresse, mais pas comme l'association souhaiterait en s'investissant plus bénévolement.

*« Il y a d'un côté l'agriculture, et de l'autre le tourisme. Le tourisme on a déjà quelques points. On a la chapelle de Las Planques, on a le Viaduc du Viaur, on a La Cabano, et puis d'autres, d'autres paysages tout aussi intéressants. Il faut qu'on arrive à, à créer une dynamique autour de tous ces pôles-là. Et pour moi, tout ce qui est touristique, euh... c'est important. C'est important pour faire connaître, parce qu'effectivement on a le plaisir de voir des gens qui disent « ça me rappelle ci ». Ça veut dire qu'on s'est pas trompé quoi. Mais on ne peut pas en vivre de ça. Par contre, certains commerces en vivent. Je suis dans une autre association, Valorisation du Viaduc du Viaur, qui a un an et demi d'existence, hein, et c'est pareil on est en train de faire redécouvrir la région, le viaduc du Viaur qu'on avait longtemps oublié, voilà. »*

*« Le but c'est de faire parler de Tanus, c'est de faire découvrir, de montrer qu'on vit quoi. »*

#### **Est-ce que vous voyez des freins à la valorisation des savoir-faire ?**

*« Les gens, le manque de personnes, le manque de bénévoles. Ouais, ça c'est un frein »*

La Foire du Ségala arrive à mobiliser plus de 100 bénévoles, mais c'est pour un temps limité dans l'année. La Cabano ayant besoin de monde tout le temps dans l'année, a du mal à trouver des bénévoles, ce sont en général que des retraités, car cela demande du temps.

Tanus est un village dynamique : pour 500 habitants, il y a une quinzaine d'associations.

La population est assez vieillissante et les associations ont du mal à recruter des bénévoles jeunes.

#### **Quels sont les savoir-faire un peu emblématiques du territoire du Ségala tarnais ?**

Beaucoup d'activités à Tanus ont disparue, de par la suppression des foires notamment. Il y avait une minoterie qui était une grosse entreprise, qui rayonnait sur tout le Nord du département. Ensuite c'était des activités traditionnelles. L'industrie il y en avait pas, c'était plutôt de l'artisanat. Aujourd'hui c'est plus touristique avec les paysages de la vallée du Viaur et les nombreux chemins de randonnée.

## Entretien M. D

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien	Autres informations
Monsieur D	Artisan fabricant des échaudés de façon traditionnelle	Mardi 10 avril 2018 14h00 Rencontre en face à face sur le lieu du stage	Parfois intervention de la femme de l'enquêté, qui fait aussi partie de l'entreprise

[Changement de lieu dans la biscuiterie]

**[01 :59] Voilà donc un peu, vous présenter, présenter l'entreprise...**

[02 :01] Alors l'entreprise elle a été créé officiellement en 1935. Voilà et officieusement en 20. Voilà... Euh... j'ai pas le papier là non, fin c'est pas... Voilà, c'est mon arrière-grand-père qui a créé la biscuiterie. Voilà, donc il était boulangé de formation et ensuite il a fait des fouaces et après il a fait des échaudés, voilà.

**[02 :31] D'accord.**

[02 :32] Bon alors à plusieurs endroits. A l'époque il changeait de quartier, de ville, il était dans l'Aveyron, il est revenu dans le Tarn, il y a pas eu voilà..., c'est assez...

**[02 :43] Ouais, ok. Ok.**

[02 :44] Voilà, après ? Alors on a été, qu'est-ce que je pourrais vous raconter ? Euh... tient ben voilà, vous l'avais là, l'histoire de la biscuiterie [montre un papier sur une table]. C'est ce que je cherchais ! Je l'ai tous les jours sous le nez et... [rires].

**[03 :01] Et pourquoi avoir choisi de se spécialiser dans les échaudés ?**

[03 :03] Alors là je sais pas. A l'époque, je sais pas. Je peux pas vous dire, là, là je sais pas.

**[03 :06] D'accord, ok.**

[03 :08] Là, je vous dis il avait commencé, bon il était boulangé de formation, après il a commencé à faire des fouaces et après il s'est mis à faire des échaudés. Peut-être ça marchait mieux, peut-être il avait trouvé une, déjà, une, une niche quoi enfin... bon voilà.

**[03 :23] Et vous, vous avez choisi de continuer.**

[03 :24] Alors oui bon ben moi, c'est bon voilà, j'étais dans le bain et je suis resté dans, dans le bain, voilà. Donc moi je suis la quatrième et ma fille normalement la cinquième génération.

**[03 :39] D'accord, donc une histoire de famille.**

[03 :40] Une histoire de famille.

**[03 :42] Ok. Euh... juste pour commencer, vu que je travaille sur tout ce qui est patrimoine artisanal, industriel, euh... pour vous ça fait référence à quoi ? Est-ce que vous pouvez en donner, voilà, un peu une définition quand on parle de patrimoine artisanal ou industriel**

[04 :03] Une définition euh... Vous me prenez de court... Non bon c'est un savoir-faire c'est sur euh... bon après chacun on a notre..., c'est un peu spécial, fin nos, une certaine façon de faire. Bon euh sur Carmaux quand moi j'ai repris en 84, on était quatre marchands d'échaudés, à fabriquer des échaudés hein. Bon maintenant on est plus que deux. Et chacun on avait notre façon de faire, notre façon de... la, la base est la même si vous voulez mais bon, après chacun est... fin arrange suivant son, son, son... ses valeurs à lui, enfin ses valeurs à lui, je sais pas comment vous expliquer... Comment il le ressent, comment, il le voit. Après bon voilà... C'est...

**[04 :54] Donc...**

[04 :55] Bon nous on a, fin, nous... soit ma fille ou mon père avant moi, on a essayé de garder toujours la même fabrication, les mêmes..., la même recette, la même truc. On a, on a rien changé. Bon on a changé..., le matériel on a essayé de se moderniser au niveau du matériel. Mais au niveau de la recette c'est la même : c'est la même, les même ing..., enfin oui les mêmes ingrédients et les même proportions que ce que..., au moins de mon grand-père. Bon, mon arrière-grand-père je sais pas mais de mon grand-père c'est les mêmes trucs. Parce que bon j'ai les recettes, j'ai le écrit, c'est la même. On a rien changé, à part que bon on a changé le matériel, comme j'ai dit, on s'est équipé d'une chambre froide, on s'est équipé de certains trucs mais euh... la recette par elle-même et la façon de faire, euh... échauder les échaudés, c'est-à-dire les plonger dans l'eau bouillante et les sécher, on a rien changé. On a rien changé au processus de... on a gardé même la biscuiterie comme vous la voyait là, elle a été faite dans les années 38-39.

**[06 :00] D'accord.**

[06 :01] Donc vous voyez... [intervention de sa femme : « 36-39 »]. 38-39, le bâtiment.

**[06 :06] D'accord. Et pourquoi c'est important de garder ces recettes traditionnelles euh...**

[06 :11] Ben parce que nous ça marche comme ça donc je vois pas pourquoi on changerait, on changerait la façon de faire et, et, et pour rester traditionnel quand même, on se démarque de la, de la... comment je dirais, des trucs un peu plus industriel. Donc on a gardé notre façon de faire, tout à fait artisanale.

**[06 :36] Euh...et au niveau des savoir-faire, pareil, comment vous définiriez ce que c'est les savoir-faire ?**

[06 :47] C'est compliqué de... de se, de se voilà, le savoir-faire... c'est, c'est une... ça fait partie de... enfin c'est, si on le fait comme ça, c'est que les autres avant nous ont, ont... on copie les autres, enfin ceux qui avait avant nous enfin... Comment je dirais euh... bon, on essaye des fois de changer un peu, pour voir de transformer, mais quand même le, comment je dirais... si c'est fait comme ça c'est que bon... c'est mieux comme ça. Le, le,

le, la fabrication va mieux comme ça. Bon on... c'est vrai qu'on a essayé de faire, de changer les produits, de faire d'autres produits. Je dis pas qu'on a pas essayé. Bon moi quand j'étais un peu plus jeune, j'ai voulu mettre du chocolat dans les échaudés. Bon ça s'est révélé que c'était pas possible qu'à la chaudière ça allait pas bien. Donc on a arrêté le, le truc. Bon peut être qu'on aurait insisté un peu plus, on aurait trouvé le moyen, de, de, d'arranger ce petit truc. Mais bon on a continué à faire, puisque bon ça marchait comme ça. On est resté comme ça quoi.

**[08 :01] Ok. Et est-ce que sur le territoire, euh vous pouvez citer des éléments qui sont du sa... fin qui sont important du savoir-faire industriel ? Qu'est-ce qui serait intéressant à valoriser au niveau du patrimoine industriel ?**

[08 :18] Le patrimoine industriel... euh... j'en sais rien là moi. Vous me posez une colle [rires]. Bon c'est vrai que patrimoine industriel on avait la mine, on avait tout ça. C'est vrai que bon, je trouve qu'on a pas assez gardé assez de choses de la mine d'ailleurs, on a pas gardé de musée, fin on a pas gardé de musée de... fin voilà... Je trouve qu'on a pas assez. Bon je sais bien qu'il faut vivre pas dans le passé, qu'il faut avancer, toujours avancer, mais bon on aurait, je pense, pu garder un peu plus de..., de mémoire de l'industrie de l'époque. Mais bon après je peux pas vous dire pour le reste, je suis pas assez...

**[08 :57] Et au niveau du patrimoine artisanal ? [silence] Est-ce que vous voyez des entreprises...**

[09 :02] Alors je trouve que nous on a, enfin au niveau des artisans, on trouve quand même des artisans dans tous le, je veux dire dans la chevronnerie, dans la..., vous voyez les clayettes, c'est un marchand de bois à côté qui nous a fait les clayettes. Je trouve que bon on a gardé un tissu, euh... de gens qui peuvent nous, nous aider à, à, à continuer à travailler comme on travaille. Ça aussi, bon, les machines, on arrive à se les faire réparer, par des artisans de la ville, donc je trouve que ça c'est bien. Parce que quand on tombe en panne, bon on est pas obligé de... voilà. On a des gens quand même qui sont capable de démonter des machines et de changer des pièces, voilà... C'est déjà pas mal je trouve.

**[09 :56] Et au niveau maintenant du patrimoine agricole ? est-ce que vous...**

[10 :00] Alors, là je peux pas vous répondre ! Non là, je sais pas...

**[10 :04] Ok, ok. Euh... est-ce que vous faites des visites de votre entreprise ?**

[10 :09] Alors on fait quelques visites. Mais le plus important, on fait, chaque deux ans, avec un syndicat de la biscuiterie, on fait des portes ouvertes chaque deux ans, au mois d'octobre on fait des portes ouvertes. Après on fait des visites, bon maintenant on est plus que deux et demi, parce que moi, bon hein... euh... on les fait le jeudi, voilà. Et on organise quelques visites, mais bon si on nous le demande on le fait mais on ne cherche pas voilà... Mettons, bon même cette été, bon on fait partie de la confrérie de l'échaudé et pendant le chapitre, on se réunit, on mange bien, voilà mais pour animer un peu le truc on va faire la visite de la biscuiterie. Bon on va faire des groupes et on va venir voir comment on fait des échaudés voilà. Donc on organise quelques visites, mais le but, le truc...le truc

c'est chaque deux ans les portes ouvertes. Pendant deux jours on fait une animation. Avec ce syndicat de la biscuiterie.

**[11 :10] D'accord. Et c'est plutôt quel public qui vient ?**

[11 :13] Oh on a tout public nous euh... des, des, des gosses, des, des, des... retraités qui se rappellent que quand ils étaient gosses, les échaudés, qu'ils venaient, on a tout, voilà... Après bon on a tout, tout public, c'est assez...

**[11 :28] Euh... et lors de ces visites vous faites quoi ? Vous faites la visite ?**

[11 :32] Alors on fait la visite, on explique un peu, et on, on fait voir comment on plie les échaudés, parce que c'est vraiment, bon, c'est quand même à voir quoi, comment on les plie, que c'est plié à la main et tout ça... et... on fait visiter on explique les fours, puisqu'on a des vieux four bâtis... Voilà, c'est vraiment ce que, voilà... comment on fait des échaudés.

**[11 :52] Ok. Avec dégustation ?**

[11 :54] Oui, oui, oui.

**[11 :57] Et pourquoi avoir choisir..., avoir choisi d'ouvrir votre entreprise ?**

[11 :59] Ah ben parce que bon là avec le SMICAS, le syndicat qui nous demande. Bon après ça s'est toujours fait, on a toujours fait, nous les gens ils rentrent ils viennent voir, ils viennent acheter, on est en train de fabriquer, on prend 30 secondes pour expliquer comment on plie, comment on truc. Bon autrefois, on était un peu plus nombreux, donc si vous voulez ça coupait pas le travail. Là si on s'arrête ça nous retarde après, puisque bon, voilà. Autrefois on était plus nombreux, donc c'était plus facile de, un se... arrêtait, expliquait, pendant que les autres travaillaient, bon là... C'est pour ça qu'on a... qu'on a, comment je dirais euh... on a décidé qu'on le ferait le jeudi après-midi. Parce... Alors on s'est arrangé, on travaille puisqu'on est que trois, alors le mardi et le mercredi on fabrique, le jeudi et le vendredi et le samedi, on va sur les marchés.

**[12 :51] D'accord. Donc vous vendez sur les marchés.**

[12 :52] Voilà. Le jeudi, le vendredi, le samedi, enfin c'est le matin les marchés, les marchés en principe c'est le matin. Donc le jeudi on va à Saint-Juéry, et donc l'après-midi ça nous permet si quelqu'un, un groupe veut venir, d'expliquer, de garder de la pâte pour pouvoir faire le lendemain la démonstration.

**[13 :09] Mais du coup c'est assez difficile de conjuguer vie d'entreprise et visite ?**

[13 :15] Pour nous maintenant oui. Un peu plus puisqu'on est pas très nombreux donc... parce que quand même quand il y a une visite, ça coupe un peu le travail. Donc bon, c'est plus embêtant, faut le prévoir, bon...

**[13 :29] Oui ok. Euh... ok. Et en tant qu'habitant du territoire du coup, est-ce que vous êtes attaché à tout ce qui est patrimoine voilà industriel, artisanal, savoir-faire ?**

[13 :40] Oui, oui, ben oui. Et puis je pense plus on vieillit, plus on s'attache à ces trucs-là. C'est, c'est, voilà, bon quand j'étais plus jeune c'était pas mon..., voilà mais je trouve plus tu vieillis,... enfin plus, moi c'est moi, mon truc, j'ai... enfin voilà, j'aime bien. C'est pour ça je vous dis maintenant je trouve que moi, Carmaux, Blaye, enfin le bassin, on a pas assez gardé des trucs de la mine. Voilà, on l'a pas beaucoup, on a pas gardé de chevalet de la mine, on a pas gardé, voilà. Voilà, garder un puit c'était un peu difficile, pour la sécurité, tout ça je comprends que c'était un peu plus difficile mais bon. Heureusement que certains anciens ouvriers de la mine ont fait le musée-mine, on fait, le truc, c'est déjà bien, parce que bon, ça explique un peu parce que bon, moi j'ai failli, j'ai failli descendre à la mine parce que j'avais, un copain qui y travaillait encore et qui a failli nous avoir pour nous faire descendre pour voir, pendant que ça fonctionnait encore. Ca s'est pas fait, je regrette bien, par... bon..., mais c'était... enfin... c'était pas autorisé, c'était en plus... voilà. Donc c'est pour ça que bon. Bon ça a pas pu se faire, je regrette un peu pour voir un peu. Parce que bon, comme moi, la mine on en a entendu parler, mon grand-père y a travaillé tout ça, avant de faire des échaudés. Mais je, je connais pas vraiment le travail. Si par les photos, par les films, les trucs mais bon, par ce qu'on m'a raconté mais bon voilà, j'aurais bien aimé voir. Déjà le musée je trouve que ce qu'ils ont fait c'est déjà bien, parce que ça explique un peu la mine. C'est déjà bien. Mais il manque voilà, ce que je vous ai dit tout à l'heure. C'est dommage qu'ils aient pas, qu'on ait pas pu garder une... une partie de la mine.

**[15 :20] Et pourquoi c'est, pourquoi c'est important ?**

[15 :23] Ben parce que c'est les origines, enfin des... c'est voilà. Quand on parle de Carmaux c'est bien, mais bon de savoir d'où l'on vient, voilà, de... du passé de la mine.

**[15 :34] Ouais, ok... ok...euh... Et quelle image est-ce que vous avez de ce, du patrimoine voilà artisanal, des savoir-faire du territoire ?**

[15 :47] Ben j'aimerais que ça continu et c'est, ben voilà... qu'on continue à, à... dans ce truc là, dans que ça voilà... pour pas que tout soit industrialisé et tout aseptisé et tout et tout. Bon c'est vrai qu'il faut un minimum, parce que bon c'est normal hein, voilà il faut un minimum mais après bon, je veux dire qu'on a jamais empoisonné personne voilà. Donc j'estime que c'est un truc à garder.

**[16 :14] Ok. Et est-ce que vous pensez que la population locale dans l'ensemble elle est aussi attachée à ça ?**

[16 :21] Je pense oui. Même les gens qui sont parti de Carmaux, ils aiment bien revenir et venir voir les échaudés et même... voilà. Oui quand j'étais gosse je venais chercher, je ... voilà je me rappelle ma mère venait, voilà, c'est des souvenirs. C'est souvent des souvenirs.

**[16 :37] Et est-ce que vous pensez que c'est toute la population locale, ou il y a..., par exemple les jeunes est-ce qu'ils sont autant attachés ?**

[16 :45] [Hésitation] Je pense... comme je vous ai dit tout à l'heure, plus on vieillit, plus on se rattache des racines. Quand tu es jeune tu as d'autres... voilà. Je pense, Bon je dis pas qu'il en ai qui soient pas intéressé, mais bon contre d'autres trucs...

**[17 :05] Ok, Euh... et est-ce que vous pensez que, d'après ce que vous m'avez dit oui, mais ça fait partie de leur culture un peu, de leur identité ?**

[17 :14] Oui je pense, je pense quand même, je pense... Je pense quand même certains ça fait partie d'eux, tout le passé de la mine, tout ce qui se rapproche de la mine, de, de, de... Les échaudés aussi parce que ça se rapproche aussi un peu. Oui je pense...

**[17 :31] Euh et est-ce que vous pensez que, qu'il a une bonne image le p..., ce patrimoine là sur le territoire ?**

[Silence]

[17 :40] Je pense oui. Je pense, oui dans l'ensemble je pense...

**[17 :44] Ok. Euh... et est-ce qu'ils, est-ce que les locaux seraient intéressés par, par découvrir ce..., peut être le patrimoine d'une autre manière ou... de la découvrir autrement ?**

[18 :00] Alors ça je peux pas, ça, je, je, je sais pas. Bon nous on essaye de, dans la mesure du possible de créer un lien, on vous explique, bon ça..., bon il dérange pas... bon les personnes, après les visites c'est vrai c'est plus difficile, ça prend du temps. Et je pense que partout c'est pareil, fin dans toutes les entreprises, d'expliquer c'est pas un problème, mais ça prend quand même du temps.

**[18 :22] Voilà c'est ça, c'est une organisation.**

[18 :24] C'est une organisation, voilà.

**[18 :25] Ok. Euh et...**

[18 :28] Y en a beaucoup encore ?!

**[18 :29] Oui, non mais c'est, c'est très espacé [en montrant le guide d'entretien]. Est-ce que, est-ce que ça peut intéresser les écoles ?**

[18 :36] Alors les écoles on l'a fait, les écoles. Euh... pendant un moment on faisait les écoles, surtout pour la journée du goût, on faisait les écoles. Après bon, c'est tombé un peu à l'eau. Les enseignants..., bon faut venir avec les gosses, ça pose des problèmes. C'est... un truc de... je pense, d'organisation aussi. Voilà.

**[18 :56] Ok. Euh... et est-ce que vous avez des touristes qui viennent ?**

[19 :02] Euh... on a des touristes, oui, oui, oui puisque bon le vendredi c'est le marché donc on leur explique, et s'ils restent dans la semaine, ils viennent voir ca... Oui, oui. Ou voilà, si le syndi... enfin l'office de tourisme nous envoie des gens pour voir, c'est voilà.

**[19 :20] D'accord. Euh ok... Et est-ce que euh... vous pensez que la valorisation du patrimoine artisanal, sur le territoire elle est développée ou pas pour l'instant, ou pas assez ?**

[19 :34] Je, je, je sais pas. Je sais pas... Je sais pas, ça je peux pas vous le dire. Nous on fait ce qu'on peut, avec nos moyens, avec bon, les gens qu'on connaît... voilà. Nous on distribue des, des flyers, on distribue des trucs, on essaye de, de voilà... Après bon, je vais, bon je pense quand même que bon, ils essayent aussi, mais bon c'est difficile aussi peut-être de faire venir... les gens, je sais pas.

**[20 :03] Ok. Euh... donc ça c'est bon... euh... est-ce que ça pourrait être, cet artisanat, quelque chose d'attractif, alors à la fois pour les touristes, mais aussi pour la popu..., enfin pour que ça soit un élément d'attractivité du territoire ?**

[20 :24] Je pense que tout fait partie de, de l'attractivité. Je veux dire, pour faire venir les gens, il faut que tout le monde y mette du sien. Nous euh, les autres, fin je veux dire c'est un tout, voilà, c'est un tout. Euh, oui, mais à notre petit niveau, voilà, mais plus on est de gens à faire des animations, mieux c'est, enfin je pense.

**[20 :47] Ok. Euh, est-ce que vous avez connaissance, dans d'autres territoires, d'actions qui sont mises en place pour valoriser, les savoir-faire ? Qui pourraient être intéressants de mettre en place ici.**

[21 :03] Oui. Euh non, j'ai pas... Bon nous quand on s'en va, bon on essaye de visiter aussi, voilà amis bon c'est soit avec l'office du tourisme, c'est avec l'hébergement. C'est en discutant avec l'hébergement, enfin au restaurant ou à l'hôtel, ou, dans, dans les gîtes. Vous discutez avec les propriétaires et ils vous disent tien y a ça à voir, y à ça, ça c'est intéressant, voilà. Je trouve que ça c'est bien. En plus ça fait parler, enfin ça fait se rencontrer les gens, ça fait discuter les gens voilà, ça fait un échange.

**[21 :36] Ok. Euh... ok, est-ce que euh... quelle est... Comment je vais formuler ça...**

[21 :50] [Rires] Pas compliqué parce que...

**[21 :52] Non, pas compliqué. Euh... La question c'est quelle est la place un peu du patrimoine artisanal sur le territoire ? Est-ce qu'il est développé ou pas ?**

[22 :05] Développé je... je sais pas s'il est développé... je sais pas s'il est beaucoup. Bon nous on essaye de participer avec les offices de tourisme, avec euh... Nous on travaille aussi des fois avec l'office de tourisme d'Albi, voilà. Vous voyez, ça nous a amené des chinois, des japonais, parce que bon, c'est un truc spécial, avec... voilà, donc on essaye de jouer le jeu. Là, bon, c'est pas toujours le jeudi, donc là on se met à la portée de... bon, vous voyez, c'est quand même intéressant. C'est vrai qu'on peut pas trop échanger parce que bon moi je parle à part le français, et encore voilà. Et ils parlent plutôt anglais, c'est difficile et, j'ai... Mais bon, c'est sympathique vous voyez... bon,... les japonais à gauche. Ca s'est très bien passé. Les chinois ils étaient un peu en retard, ils avaient pas le temps, c'était plus... voilà. Mais je trouve que, que, c'est sympathique, mais bon voilà, ça s'est très, très bien passé avec les japonais. Ils sont restés toute une après-midi, ils sont arrivés à

deux heures, ils sont repartis le soir à sept heure, voilà. Bon on peut pas communiquer, avec l'interprète mais bon, donc on peut pas... mais ça c'était très bien passé. Ils voyaient de... voilà. Comme on a un truc... un petit peu spécial, c'est vrai que bon, y en a pas partout des échaudés, voilà, on essaye de voilà... de se faire, fon de se faire connaître, de voilà... de participer à... voilà, à faire connaître le..., le, la ville. Voilà. Donc on a créé la confrérie aussi pour faire, à travers l'échaudé, pour faire connaître la ville. Surtout, le but de la confrérie c'est ça. Voilà. Donc là c'est pareil on va dans des, dans d'autres confrérie du coin, pour représenter la ville, à travers l'échaudé. Le but c'est ça, essayer de faire connaître la ville, notre, notre artisanat local, voilà.

**[24 :12] D'accord.**

[24 :13] Carmaux, y a Jaurès, mais y a pas que Jaurès.

**[24 :18] Et avec la confrérie, vous avez quelles actions au final ?**

[24 :22] Euh, avec la confrérie, bon, non après, voilà, à part faire des déplacements et représenter l'échaudé... de Carmaux. Non après, voilà c'est que des défilés, des trucs comme ça voilà. Et on prend des Jeannot ou des échaudés et on distribue, voilà. Ça fait partie, du, du, du, du truc.

**[24 :42] Et les gens ils sont interpellés par ça ?**

[24 :43] Oui, oui, oui, oui, ça...parce que y en a qui connaissent. C'est vrai que à Carmaux il y eu beaucoup de monde et quand la mine a fermée, ils sont partis. Donc ça s'est un peu... ben, un peu partout, mais y a des gens qui ont des souvenirs des échaudés, voilà. Bon ben nous on fait aussi des foires, on faisait toutes les foires de l'Av..., Réquista, Naucelle tout ça, donc bon le produit il est connu un peu, voilà, donc euh... ça fait, voilà, ça fait reparlé un peu de Carmaux, on essaye, on essaye...

**[25 :14] Euh... Et est-ce que vous voyez un peu des problématiques liées voilà à l'artisanat, votre métier ?**

[Silence]

**[25 :25] Des menaces ?**

[25 :27] Des menaces, non... des, des problèmes, c'est sûr on a toujours des problèmes. Bon là on parle de, de... ça c'est un détail hein, on parle dans les entreprises, de, pour les... comment on dit ça, pour les impôts à la source, donc ça va faire un truc de plus. Je veux dire, on rajoute des trucs et bon il faut toujours s'adapter c'est tout. Bon les balances, il m'a fallu changer les balances, parce que voilà, mais bon, c'est pas spécifique à nous c'est à tout le monde. Et donc c'est comme ça, il faut voilà. Voilà mais c'est vrai que ça, c'est pour tous les artisans je veux dire, c'est pas que nous. Bon voilà... Le problème, voilà... mais non...

**[26 : 14] Ok. Et est-ce que vous voyez un peu des problématiques un peu au niveau de la transmission, vu que vous avez un métier qui est quand même lié au passé ? Ou de la protection du métier ?**

[26 :27] Non bon, moi ma fille a décidé de rester avec nous. Bon ça a pas été une demande de notre part, c'est elle qui a décidé de truc, bon on va faire ce qu'on peut avec mon épouse pour l'aider le plus possible, mais on veut pas que ce soit une obligation de reprendre l'entreprise. Nous c'est un choix qui a été fait, bon encore on est pas à la retraite mais bon incessamment sous peu, donc c'est elle qui va falloir qu'elle décide si oui ou si non. Parce qu'après bon on va pas rester là voilà. Donc après, c'est pas voilà, nous on a pas eu de problème, de de transmission, bon parce que on l'a, on l'avait sous la main. Après vendre c'est difficile, c'est sûr que vendre c'est difficile, parce que y a beaucoup d'heure, y a beaucoup de travail, c'est pas voilà, c'est pas de tout repos. C'est pas... C'est, c'est beaucoup d'heure, beaucoup, le matin, c'est pas euh... le vendredi il faut aller se coucher de bonne heure parce que le lendemain il faut se lever à 4h30 parce que, les gens les week-end il commence pas le vendredi. Quand vous travaillez dans une entreprise c'est pas du tout pareil. Voilà, c'est un choix, de, de vie. Voilà. Bon pour le moment on travaille pas le dimanche, mais bon est-ce que les marchés auront pas évolués, est-ce que les marchés auront, parce qu'on travaille uniquement sur les marchés, on ne fait pas de, après on fait un peu de distribution, mais on ne va pas dans les grandes surfaces, voilà. C'est un choix qu'on a fait aussi, vous voyez, c'était, voilà.

**[28 :04] Donc vous vendez sur les marchés et ici aussi [à la biscuiterie].**

[28 :06] Voilà. Après, on expédie quelque gens qui commandent, on expédie, mais on ne vend pas voilà. Donc le truc c'est le détail, on fabrique, on vend, comme ça on a pas de problème, voilà c'est.... Du temps de mon grand-père, tu..., vous... vous voyez cette pièce, on la voit sur le, le livre, elle avait été, pour stocker les cartons pour expédier, donc il faisait beaucoup de truc...

**[28 :34] D'expédition.**

[28 :35] Beaucoup de personnel, beaucoup de truc et à la sortie pas grand-chose. Donc petit à petit on a laissé comme ça et on s'est recentré sur, sur les foires et marchés, qui étaient notre début. A l'origine c'était sur les foires et marchés, puis ils avaient voulu faire la grande distribution, comme tout le monde hein. Dans les années 70, voilà c'était... Et après voilà, on est revenu à notre cœur de métier, en allant sur les marchés.

**[29 :09] D'accord. Et vous avez déjà eu des apprentis, ici ?**

[29 :10] Alors des apprentis non. Euh, parce que y a pas d'études, pour, pour, ça, c'est pas spécialement... Après du temps de mon grand-père oui, y avait des apprentis. Mais bon non, on est pas assez, voilà, c'est pas assez, comment je dirais... il y en a pas assez d'échaudés pour pouvoir faire voilà. Bon après, un gars qui a fait pâtisserie ou boulangerie peut venir travailler. Bon déjà... Moi j'ai fait un BEP de comptable, donc ce qui avait rien

à voir. Bon tu viens me remplacer parce que je sais plus, je sais plus, elle m'épuise ! [rires]  
[s'adresse à sa femme].

[29 :52] **J', j'arrive à la fin. J'arrive à la fin.**

[29 :54] *Elle arrive à la fin. Ah qu'est-ce qu'elle te demande tant ?*

[29 :56] Plein de chose, plein de chose.

[29 :57] **Oui, mais au moins ça va m'aider pour après. Euh, ok, donc euh... oui souvent les savoir-faire, ils sont associés, comme pour vous, à l'acquisition de techniques anciennes, mais est-ce que vous pensez qu'il est plus important de voilà, de conserver ces techniques ou plutôt essayer de s'adapter ?**

[30 :12] *Non*

[30 :12] Non

[30 :14] *Il vaut mieux conserver les techniques.*

[30 :17] ... c'est... la, la machine c'est très bien, mais si vous voulez, tous les échaudés là, une machine, on peut créer une machine qui plie, vous allez voir, on va vous montrer comment on plie les échaudés. Mais une machine après, ça va être régulier, ça va être tout exactement pareil. Là chaque échaudés, a sa forme, a son..., voilà c'est pas... c'est pas d'usine, c'est fait artisanalement, c'est fait à la main ! Et ça, on peut pas... fin voilà.

[30 :48] *Comme la cuisson, la cuisson dans les fours traditionnels qu'on a et dans ce four [montre le four moderne] : complètement différents. C'est pas le même rendu. Donc les gens retrouvent pas ce qu'ils cherchent de traditionnel, ce qui est important, la tradition.*

[30 :59] C'est moins régulier vous voyez. C'est artisanal, c'est fait à la main, c'est cuit à l'œil.

[31 :06] *Après c'est vrai ça demande beaucoup plus de travail.*

[31 :08] C'est pour ça que c'est difficile, bon, elle y arrive très, très, très bien, en peu de temps elle a su. Bon c'est pas évident de régler le four, ça c'est pas un four. Celui-là vous mettez en marche, vous mettez votre marchandise, vos trucs, c'est comme un four à la maison, ça cuit avec la marchandise dedans. Le four là-bas, vous voyez elle est en train de le chauffer, elle va le monter en température, et une fois que ça arrive à la température, elle arrête le four, elle attend un peu, bon ça c'est un truc technique, et après elle va mettre la marchandise. Là vous pouvez plus intervenir, c'est fini. Donc si vous vous êtes loupé dans le calcul de, hein, ben c'est tant pis, ou ils sont brûlés ou ils sont pas cuits. Alors c'est ça le, le, le, le petit, le petit truc quoi, enfin l'intéressant, c'est de voilà.

[31 :54] *La différence, la seule chose qui peut être différent, c'est au niveau de la vente, qu'avant on avait un barnum, avec des piquets tout ça, qui était ancien et traditionnel, et que maintenant on a acheté un camion magasin mais qu'on a essayé de garder la chose...*

*Donc là on a pu le moderniser, parce que là on ne changeait rien au produit. Voilà. C'est surtout pas toucher au produit, voilà.*

**[32 :13] D'accord. Toucher au reste mais pas au produit.**

*[32 :15] Voilà, donc on s'est modernisé on a un camion magasin, tout ça, ça oui, ça on a pu le faire, mais après non. Voilà, par contre vendre ici, les gens ça leur plait énormément. Ils nous voient, ils voient comment on fait, l'accueil est agréable, ils boivent un café.*

**[32 :29] Si vous regardez les échaudés, c'est ce que je vous dis, vous verrais, il y en a aucun de pareil. C'est plié à la main, donc c'est coupé à la main, c'est plié à la main.**

*[32 :36] Entre nous, vous iriez au Garric, ils en font hein, je vous le cache pas, ils en font en face la SAPA, c'est fait industriellement, c'est... après je dis pas qu'ils soient pas bons, je critique pas le produit, je critique la façon. C'est qu'ils se ressemblent tous, voilà. Voilà la différence.*

**[32 :51] D'accord. Ok. Ok, donc ça vous y avait répondu. Euh... maintenant qu'est, vous pensez que le territoire, dans son ensemble, il renvoie qu'elle image, peut-être de l'extérieur ? Est-ce qu'elle est plutôt positive ou négative ?**

**[33 :10] Sur le territoire...euh... là c'est plutôt la politique.**

*[33 :14] De quoi, qu'est-ce qu'il y a ?*

**[33 :16] Que le territoire dans son ensemble, quelle image il renvoie, de, à l'extérieur ? Est-ce que c'est plutôt une image positive ou... ?**

*[33 :23] Ah ben oui ça s'est sûr. Si, si, c'est sûr, c'est sûr. L'image elle est toujours positive, ça y a pas trop de problème. En 2010, on a, on avait TF1, je le cache pas hein, puisque TF1 est venu, ils ont tourné, on a fait une émission. Je peux vous dire ça a apporté beaucoup, ça a rappelé à beaucoup de gens ? Et à chaque fois qu'on fait une émission, la dernière c'est avec euh...les carnets de Julie, et chaque fois... Et moi les gens appellent, si je pouvais tous les enregistrer ça serait fantastique. Parce qu'ils racontent de tout « et je me souviens de ça et de ça », voilà. Voilà aussi.*

**[33 :58] Ok. Mais est-ce que vous pensez que à première vue, parfois, par exemple pour un tourisme, un touriste qui connaît pas le territoire, peut y avoir une appréhension à venir sur le territoire, et après être une bonne surprise ?**

*[34 :10] Alors y en a qui vont aimer, les gens qui vont venir dans le territoire. On a eu des gens une année, qui sont venu avec le Guide Michelin aussi, ils sont arrivés ici, ils nous ont dit mais on connaît pas le produit, mais vous êtes bien noté sur le Guide Michelin vert, donc on veut voir. Donc on leur a fait voir, donc ils sont venu ici, ils étaient ravis. Voilà. Et depuis ils reviennent, comme quoi aussi. Par contre y en a qui nous dirons, non, moi j'aime pas ça, je l'ai goûté. C'est vrai qu'ils sont venus, ils l'ont goûté mais non, non ils aiment pas, voilà, c'est ça, c'est complètement. Mais par contre les gens viennent, alors ce qui leur plait le plus, peut-être je devrais pas le dire, c'est que euh... ils peuvent venir ici,*

*ou sur les marchés ou autre, le prix est toujours le même. Je change pas, le prix touriste et... parce que ça se fait à certains endroits mais nous non, tout le monde est au même prix.*

**[34 :50] Ok.**

[34 :51] Après c'est vrai que Carmaux on a une image aussi un peu écornée, vis-à-vis des grèves, des luttes sociales, de tout ça... Bon mais il faut accepter c'est notre passé.

*[35 :04] On est en rapport avec Jaurès hein. De suite les gens Carmaux, Jaurès. On a été en Russie, il y avait des gens de Lyon à côté de nous, ils nous ont dit à vous êtes d'où, Carmaux. Fin au début on leur avait dit Toulouse, puis après Albi, puis on leur a dit Carmaux : « Ah pays de Jaurès ». Vous voyez, donc bon... voilà.*

[35 :19] Mais c'est vrai que bon ici, malheureusement quand on parle on parle de grève, on parle de mines, fin vous le savez. Bon après, bon, c'est pas négatif, négatif mais bon voilà.

*[35 :33] Justement, nous on essaye d'apporter le bon côté aussi qu'il peut y avoir.*

**[35 :34] Mais du coup est-ce que vous pensez que voilà, valoriser les savoir-faire du territoire, ça peut permettre de redorer un peu...**

*[En même temps] voilà, oui, oui, ah oui, il faut.*

*[35 :41] Justement, de faire voir que y a pas que ni Jaurès, bon c'est vrai qu'il faut pas l'oublier, ni les mines, mais y a autre chose qui est resté et qui continue à faire vivre le territoire. C'est vrai que bon, à notre petite mesure hein.*

[35 :56] Mais on essaye de faire parler de Carmaux, je vous dis, à travers la confrérie, à travers les émissions qu'on a fait, fin les émissions, les reportages.

*[36 :02] On en a fait quelques-unes quand même.*

[36 :04] Oui mais c'est des reportages. Bon après on explique, notre, notre truc, comment on vous expliquera à vous après, on vous fera voir et tout ça. Mais bon après, c'est vrai que avec Albi et... c'est l'office de tourisme.

*[36 :15] Le dernier article, c'est celui-là quand même qui est passé, cette semaine dans l'Humanité, dimanche. Voilà.*

**[36 :22] D'accord, ok. Je regarderais. Je regarderais.**

*[36 :25] Voilà.*

[36 :25] On en a plein d'articles.

*[36 :26] Oh, ça y en a ! J'en ai là en photos. On a reçu des japonais et des chinois. On fait...*

[36 :31] Oui c'est ce que je regardais.

[36 :32] *On fait beaucoup avec Christian Rivière de l'office de tourisme... hein bon, qui est quelqu'un de très bien Christian, qui est sensationnel. On fait beaucoup de choses avec lui*

[36 :40] Mais voilà quand il vient avec Albi pour avoir un truc qui sorte un peu, bon à part la Cathédrale, ils ont pas non plus grand-chose, Albi, bon voilà... donc comme produit, euh souvent ils nous appellent « je peux venir parce que j'ai truc »... nous on essaye...

[36 :54] *D'ailleurs au moment bon où il y a eu l'UNESCO, ils voulaient à tout prix, reconnaître un produit, mais il faut un produit vraiment artisanal, comme la makila dans les landes ou autre, donc ils voulaient trouver, là c'est à La Ressort hein la Makila, mais c'est dans les Landes. Donc ils auraient voulu trouver un produit, donc l'échaudé ils voudraient bien le mettre euh... à l'honneur, en plus fait artisanalement, c'est vrai que bon. Moi j'ai dit on ferra... voilà... il aimerait bien que ça soit reconnu à ce niveau-là voilà. Bon ça nous dérange pas, je veux pas non plus des contraintes, je vois que là ils en ont pas trop donc bon. Voilà, après c'est une reconnaissance, toujours, tout est bon à prendre niveau reconnaissance. Tout est bon à prendre voilà. Après on a fait les émissions, euh... qu'est-ce qu'on a fait encore ? Reconnaître le... alors tout le temps moi je veux qu'ils parlent de Carmaux, tout le temps sans rien demander. Une fois France 3 est arrivé, je me souviendrais toujours, sur la place de Gambetta, puisque l'après-midi nous avons le droit de rester sur la place, donc nous sommes restés sur la place, France 3 arrive : « Bonjour madame, je viens vous voir parce qu'on a essayé d'aller au musée du verre, c'est fermé, on voudrait faire un reportage sur Carmaux et on nous a envoyé vers vous. » J'ai dit écoutez oui. « Mais je veux pas le faire sur la place, venez nous faire voir votre biscuiterie ». Alors on leur a fait voir la biscuiterie, ils sont venus, ça les a ravi. Ils sont revenus faire une émission, donc c'était une émission avec Hélène Bassa justement, mais ils ont pas pu faire le musée du verre. Quand même...*

[38 :13] On essaye, on essaye, de se mettre à la portée de, des gens, dans la mesure où on peut. Je vous dis les chinois ou les japonais, ils sont arrivés dans la semaine, ils sont repartis le soir à je sais pas quelle heure.

[38 :24] *A 9h ils sont venus et bon, mais ça nous a pas dérangé, c'est pour ça que Christian il le sait. On sait qu'ils sont décalés, bon ça aussi y a des endroits où ils veulent pas recevoir. Pareil, je vous dirais faut pas croire hein. Je lui dis combien je te dois ? « Rien du tout Caro ». Allez c'est bon on amène. On en amène c'est tout, après qu'on m'envoie les articles ce qui est normal et puis c'est tout, et encore je les achète. Mais voilà nous, c'est le but, bon Carmaux et puis notre produit quand même. Parce que d'une façon ou d'une autre, ça aura une retombée. Faut pas croire, ça aura toujours une retombée, voilà. Et y a un client qui nous appelé ce matin, il voulait des gros. On les lui a laissé sur la fenêtre dans un carton et tout à l'heure on l'a récupéré, il y avait les sous dans le carton. C'est aussi... « Bon je suis de passage, de toute façon je sais pas à quelle heure j'arriverai, vous me les laissez là je vous laisse les sous et voilà ». C'est aussi une confiance, les gens bon...*

[39 :15] Comme je vous ai dit tout à l'heure, à Carmaux on été nombreux puisqu'on avait la mine, y avait... deux milles mineurs, donc de famille, mais y a plus la mine, donc les gens sont partis amis quand ils repassent et qu'ils, c'est... souvent les gens c'est « Oh c'est ma made..., c'est ma madeleine de Proust, c'est mon enfance ». Moi quand je sortais de l'école, alors chaque fois j'ai toujours le même, parce que l'école était place Gambetta, des filles et quand je sortais de l'école et ben on venait acheter un échaudé, c'était voilà. Les gens ils se rappellent, o je venais à la foire avec mes grands-parents, on venait acheter des échaudés. C'est des souvenirs d'enfance. Et pour les gens, c'est revenir au souvenir. C'est surtout ça. Pour les gens qui sont de passage voilà. C'est pour ça que bon, après on essaye d'être le, on, vous voyez on a mis le numéro, nous on habite un peu plus haut dans l'avenue, on a mis le numéro, on nous appelle on va descendre. Même si le dimanche, vous voyez, si on a la marchandise, bon on va venir, on est ouvert... on essaye d'être le plus disponible possible quoi... mais après bon... ça travaille pas on peut pas faire visiter, donc ça pose des problèmes. Mais dans la mesure du possible on peut expliquer comment ça marche, on a essayé avec des photos, on peut expliquer comment ça marche avec des machines. Déjà bon les gens ils se rendent compte, voilà. On essaye d'être le plus disponible possible, pour mettre en avant, l'artisanat, notre, notre produit, et faire connaître bon... voilà... Carmaux et la région, le, le truc... ça fait partie aussi de notre travail. Il faut être disponible, les gens ils sont en vacances, il faut être, attendais, je dis pas qu'il faut être tout le temps là, mais le plus disponible possible. Voilà. Et le dimanche, on descend des fois pour 250 grammes d'échaudés, franchement ça vaut pas le coup de vivre de ça, mais les gens sont contents, ils sont venus, ils ont vu « ah oui je reviendrais ». Bon voilà, ça fait partie d'un tout, mais bon il faut avoir le temps, il faut, il faut... voilà il faut le faire. Mais c'est pas évident tous les jours, y a beaucoup d'heures, c'est ce que je vous disais.

*[41 :35] Oui les heures, après on s'arrange, on s'arrange. Nous dans notre façon. Avant quand on avait les employés non, mais maintenant c'est fini.*

[41 :39] Vendre, vendre, les affaires c'est difficile, parce que oui c'est beaucoup d'heures. Bon ma fille, enfin notre fille pardon.

*[41 :47] Ah j'allais te dire oh, tu savais pas mais moi je l'ai faite [rires]*

[41 :52] Bon elle est née là, donc elle sait le travail, elle sait les heures, elle sait bon, on a pas besoin d'expliquer. Bon je vois que partout c'est pareil. On a un collègue là sur les marchés qui vient de vendre une pâtisserie, ça a été long pour trouver quelqu'un qui accepte de .... Y a beaucoup d'heures, c'est comme ça. Mais bon faut accepter de... c'est pas un truc, de, de, je vais être méchant, de fonctionnaire. Vous voyez c'est pas... on va faire les portes ouvertes pendant deux jours, bon on va travailler le dimanche. Bon il va falloir se lever de bonne heure, préparer, cuire avant que les gens viennent, voilà. Mais bon on le sait, ça fait partie du truc. Le lundi on travaille pas mais ce lundi on a travaillé parce que cette semaine on est à Réquista, vous connaissez un peu le ?

**[42 :42] Oui.**

[42 :43] Bon Réquista, pour nous c'est une grosse foire, donc bon faut fabriquer. On est que deux et demi, avec moi, deux et demi, donc il faut, il faut mouiller les doigts. Donc on a travaillé le lundi alors qu'on travaille pas le lundi. Mais bon vu le travail donc on a travaillé. Vous voyez ce que je veux dire, il faut s'adapter aux... donc c'est pas évident non plus... Donc euh... quand tu... y a des gens qui sont pas prêts à sacrifier leur vie, leur vie pour, il faut voilà... Bon ma fille, moi quand j'étais jeune c'était pareil, euh bon je sortais le vendredi soir, mais fallait que le samedi matin je sois là, n'importe quoi... des fois pas comme il fallait, je dormais dans le fourgon pour aller à Albi au marché. Mais bon c'est comme ça.

[43 :28] *Bon on alors aussi, on fait partie d'un syndicat, des syndicats des biscuits et gâteaux de France, qui est un très gros syndicat agroalimentaire, donc quand j'ai été, fait chevalier de l'ordre national du mérite, ils m'ont envoyé une petite phrase que j'ai gardé et que je garderais toujours pour dire à mes collègues, donc l'autre jour la mairie nous a remis un trophée aussi, on était trois. Donc dessus On avait marqué « mon histoire personnelle, mes convictions, m'ont amené à défendre l'échaudé de Carmaux. Cette spécialité régionale attachée à un savoir-faire traditionnel est précieux pour la culture locale gourmande mais également nationale, qui illustre parfaitement le lien étroit entre les biscuits et le patrimoine gastronomique français ». Parce que eux, ils nous, je vous garantis que demain on s'enlève, ils vont raller le syndicat.*

[44 :14] Non mais eux ils ont des gens exprès pour faire des phrases comme ça.

**[44 :17] Oui [rires]**

[44 :18] *C'est le syndicat qui nous l'avait envoyé, après nous on l'a arrangé, mais c'est vrai que c'est le syndicat [moi je suis incapable de sortir une phrase aussi jolie]. Ils m'ont dit, « maintenant vous direz ça madame Deymier ». Ca sera ça, vous défendez... Quand même TF1, c'est que quand il y a eu les problèmes avec l'huile de palme, nous on utilise pas d'huile donc automatiquement c'est nous qu'on, là en ce moment y a un autre problème, et je sens que bientôt on va avoir quelqu'un d'autre, pour justement encore, et ils nous ont dit que c'était nous les plus porteur si vous voulez, et pourtant y a les publicités de Lu tout ça, mais au niveau national on est les plus porteurs, les petites trucs parce que voilà.*

[44 :49] Nous on est artisanal, sans produits chimiques, sans truc... Alors pour eux c'est...

[44 :52] *Alors c'est ça, à chaque fois qu'il y a besoin de booster le syndicat, crac, c'est nous qu'on...*

[44 :57] Et dès qu'il y a une émission qui nous envoie un truc, on, elle reçoit un livre avec ce qu'il faut qu'elle dise et ce qu'il faut pas qu'elle dise. Voilà. Vous avez un livre épais comme ça. Chaque fois qu'il y a une émission qu'ils savent que voilà, ils envoient quelqu'un, parce que nous on est pas capable, parce que le journal de Perneau c'est payant, on est pas capable nous de payer le, le journal de TF1, donc c'est le syndicat qui a payé, pour les journées de porte ouverte nationale de biscuiterie, mais elle a reçu un livre comme

ça. Ce qu'il fallait qu'elle dise, ce qu'il fallait pas qu'elle dise. Donc c'est, c'est structuré, bon voilà... Des phrases comme ça, c'est pas...

**[45 :44] C'est travaillé.**

[45 :45] C'est travaillé donc bon, euh... même quand on fait les portes ouvertes, vous voyez on a des trucs comme ça. Derrière ou là-bas, vous voyez c'est des, des... ils nous envoient ça, on paye, enfin nous c'est gratuit, c'est pour animer la journée. Donc la boîte de feutre comme ça avec, des têtes pour prendre des photos. On a plein de trucs mais bon voilà... Pour mettre en avant voilà, notre, notre produit et notre façon de travailler.

**[46 :13] Ok, ok, ok...**

[46 :15] Après, qu'est-ce qu'il... La dernière !

**[46 :16] Exactement c'est la dernière. C'est est-ce que vous voyez euh des freins qui pourraient exister à la valorisation des, des, des savoir-faire sur le territoire ?**

[46 :27] Des freins euh... [Réfléchi] Le, le problème, c'est qu'on est pas trop nombreux et voilà, on se... Bon à l'époque à Carmaux on était nombreux, bon maintenant on est je crois 9 000, ça fait moins de monde, ça fait moins de ventre et donc il faut pouvoir en vivre. Le problème il est là. Bon c'est difficile le, le voilà. Y a beaucoup de boulangers qui ferment parce que bon c'est pas évident, il faut, il faut trouver sa niche et son, voilà... Bon après..., des freins, y a pas de freins mais bon, c'est, c'est est-ce que c'est rentable, est-ce que c'est pas rentable. Le problème il est là, est-ce qu'il faut se bouger, est-ce que truc. Bon nous on est plus que trois maintenant, bon nous on a arrangé notre travail en fonction de ce qu'on voulait faire mais bon c'est vrai que bon c'est difficile. Il faut savoir voilà, garder les meilleures foires, mais c'est pas dit que cette foire ou ce marché continu à être bien... Euh... voilà, on est tributaire de plein de chose. A Albi y a pas de stationnement, on fait le marché d'Albi mais y a pas de stationnement. N'importe quel marché auquel vous allez, bon nous on est à la Madeleine, l'autrefois on a eu un monsieur qui vient de Laguëpie, puisqu'on fait la foire à Laguëpie, mais comme c'est le mardi on peut plus y aller. Donc le monsieur il avait trouvé la solution, il venait le samedi, il descendait à Albi faire les courses, en même temps il achetait des échaudés, il revient à la voiture il avait 130 € de stationnement, il a dit pour des échaudés ça fait un peu cher donc je m'en passerais. Vous voyez bon c'est un détail, mais ça fait, ça fait mourir un marché, et donc ça fait partie de voilà... Est-ce qu'après on peut garder, voilà. C'est aléatoire, tout est, tout est... c'est tout un dans l'autre donc c'est difficile de voilà... Bon on travaille bien à Carmaux, mais bon ici un jour peut être on travaillera moins bien et faudra retrouver une autre solution pour voilà. Le truc c'est d'être toujours sur le qui-vive et toujours chercher à, à voilà... Faut pas s'endormir sur son truc il faut, voilà, essayer de voilà, de... de trouver le meilleur qui puisse y avoir sur le coin.

**[48 :51] Ok. Et est-ce que vous voyez qu'il y a quand même une, une envie de la part ben des institutions ou des, de la population locale, de valoriser les savoir-faire ?**

[48 :59] Les institutions ils le disent. Je sais pas s'ils le font mais ils le disent, donc déjà ça fait un peu de bien au cœur. Mais après bon, vous savez quoi faire, c'est difficile, pour aider... on peut pas obliger un à venir acheter des échaudés, voilà, c'est difficile de... voilà. Après bon, nous on se plaint pas des institutions, nous la communauté des communes nous fait travailler dans la mesure du possible. Bon s'il y a un apéritif ils viennent acheter des Jeannots, bon... on participe à la Mairie c'est pareil. Je veux dire que bon, ils essayent de nous faire travailler. Nous ce qu'on demande c'est de travailler. Voilà, après c'est pas qu'on nous donne quelque chose, qu'on nous fasse travailler. Après bon je sais pas s'ils peuvent faire plus, s'ils peuvent faire moins. Après c'est difficile. Bon moi par contre, ce qui me fait un peu chagriner, c'est qu'on fait de la pub, enfin de la truc pour les gens pour... bon maintenant tout le monde est allergique au gluten, tout le monde... Je trouve que tous ces trucs sur la santé, c'est bien qu'on s'occupe de la santé mais faut arrêter de, de dire que tout est mauvais, que tout est, alors faut plus manger de charcuterie, faut plus manger de ci, faut plus manger de farine. Attendez, c'est bon faut arrêter ! Tout est trop salé, tout est trop sucré ! Voilà ce que je veux dire, bon c'est bien joli mais à un moment donné faut voilà... Tu as des toubibs, « oh mais faut pas manger des échaudés parce que pour le cœur c'est mauvais les échaudés ! ». C'est de la farine, il faut pas... C'est pas parce que tu vas manger un échaudé que tu vas... c'est pas quand même ! Hein voilà. Donc, ça, ça par contre c'est voilà. Alors si quelqu'un trouve une idée, tac, maintenant tout le monde est allergique au gluten, alors que c'est très rares les gens qui sont allergiques au gluten, c'est bon... Y en a, malheureusement y en a, pour eux c'est malheureux, bon. Caroline là, elle sert une dame, son, son petit fils est allergique au lait. Donc les échaudés y a pas de lait. Donc ça a été tout un truc pour lui expliquer que dans les échaudés, il y a pas de lait. Mais si y a du lait. Non y a pas de lait, je vous garantis y a pas de lait. Elle a pris, elle a goûté et maintenant elle vient chercher puisque c'est un des rares biscuits qu'il arrive à manger. Bon vous voyez que voilà. Il faut pas dire, voilà... Alors les gens oh il faut pas des échaudés, il faut pas ci... au bout d'un moment c'est bon ! Sur ça par contre je suis un peu contre ces trucs qui disent que, à la télévision, voilà.

[51 :42] **Et oui c'est sûr.**

[51 :42] C'est bon.

[51 :43] **C'est bon. Merci beaucoup.**

[51 :44] Alors maintenant on va vous faire voir, vous expliquer.

## Entretien Mme E et Mme F

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien
Mme E et Mme F	Souffleuses de verre – artistes en résidence au Musée/centre d'art du verre	Mercredi 11 avril 2018 10h00 Rencontre en face à au Musée/Centre d'art du verre

**00:00** Euh donc tout d'abord est-ce que vous pouvez un peu vous présenter, présenter euh votre métier?

*00:13* Vas-y Oriane

**00:18** C'est trop gentil [rires]. Moi c'est Oriane Collange, euh j'ai commencé à faire du design de produit et puis j'ai découvert le verre et voilà. J'ai rencontré Laure à l'école euh donc on a toute les deux le CERFAV, qui est à Vannes-le-Châtel en Meurthe et Moselle. Et c'est une formation sur deux ans, donc c'est un CAP en fait, en équivalence... de formation. Donc euh première année, on travaille beaucoup, comme un peu la cristallerie donc euh, travailler dans le moule, ça se fait dans les moules, et deuxième année on travaille plus, fin à main levée euh... et puis voilà, ça reste une base finalement. Et après on se forme en allant d'atelier en atelier, en apprenant différentes techniques un peu partout. Comme autrefois on irait faire les compagnons du Tour de France, mais là c'est un peu plus élargie, fin on a fait nous-même notre compagnonnage en fait. Voilà. Donc on est parti un peu en Europe et en Australie et voilà.

*01:20* Euh, moi c'est Laure Fradin, j'ai, avant de trouver le verre, j'ai un peu navigué euh, dans différentes sphères, j'ai étudié la photographie à l'université, mais j'ai eu un besoin manuel, et, et de manuel et de concret assez rapidement. J'ai cherché un petit peu ce que je voulais faire. J'ai découvert le verre à travers le vitrail, en cours du soir avec la Mairie de Paris. En fait le matériau m'a intrigué, le vitrail j'ai pas apprécié. Je vais pas vous mentir. C'était quelque chose, dans la, dans la manière de faire, et dans le processus, c'était quelque chose qui me plaisait pas. Fin qui me plaisait pas... qui me correspondait pas comme, on va dire ça comme ça. Mais par contre, il m'a introduit au matériau, et, et donc j'ai décidé d'aller dans cette école à Vannes-le-Châtel, où pendant les trois premiers mois on testait un peu tous les, tout, tout le panel, mais j'avais cette idée dernière moi de faire de soufflage puisque j'avais vu comment étaient faites les plaques de verre et je trouvais ça fascinant, fin. Donc j'avais cette petite idée dernière la tête. Et en arrivant au CERFAV j'ai rencontré Oriane, c'était une belle rencontre et, et... euh... et j'ai découvert le soufflage et là ça m'a vraiment passionnée, et je suis un peu tombée amoureuse de ce matériaux, c'est un peu une obsession. Euh... et donc après le CERFAV..., j'ai postulé, fin j'ai fait un... fin ça s'appelait Léonardo à l'époque, Léonardo, maintenant c'est Erasmus+ euh... et donc c'est voilà au Danemark pendant 6 mois et après ça j'ai... en fait j'étais tout le temps en train de chercher où est-ce que je pourrais aller, nanan, euh... j'ai travaillé un peu en France aussi après l'école, et après le Danemark et après, notamment à Cordes-sur-Ciel, à

*l'atelier où était Régis Anchuelo et après euh je suis partie en Australie, un peu au début pour voyager et aussi voir des ateliers puis au final je suis tombée dans un atelier, ben où c'était fantastique, donc je suis restée trois ans. Et après j'ai découvert la sculpture sur verre, avec une classe que j'ai prise avec Martin Janecky, qui est un tchègue, qui fait de la sculpture hyper réaliste, et je suis retombée une deuxième fois amoureuse de ce matériaux et de ses possibilités euh et notamment en sculpture. Parce que jusqu'à la classe de Martin je savais que ça existait dans un coin de ma tête parce que Régis en faisait mais j'avais jamais vu faire. Et je pensais que pour faire de la sculpture il fallait, fin des choses hyper réalistes, de passer par le moule et ce procès-là. Donc euh... voilà, voilà, et après je suis rentrée en France et je travaillais, fin je rentrais en Europe et j'ai trouvé un atelier en Belgique, dans lequel je travaillais, avec un artiste qui est américain et qui fait, dont j'adorais le travail, dont j'adore le travail toujours, il est encore vivant [rires] ! Euh et donc voilà, aussi en sculpture, des pièces plus massives et artistiques. Fin voilà, et après moi dans mon travail j'ai essayé de développer, de garder une ligne de, de production euh, utilitaire plus ou moins, plus ou moins parce que voilà, et de continuer la sculpture.*

05:00 Bien développé ! [Rires]

05:02 *C'est bon j'ai tout dit !*

**05:04 Euh, une question un peu compliqué des fois, c'est pourquoi vous avez choisi vraiment ce métier-là ?**

05:11 Pour le coup tu as un petit peu répondu au début, moi c'est la même chose, en fait, on, je faisais du design industriel donc c'était, pas rébarbatif mais c'était pas, fin voilà, très carré, on avait un cahier des charges très précis, au niveau créatif, on était un peu bridé sur pleins de choses, fin au départ on pouvait partir dans tous les sens et puis après il fallait tellement euh, penser aux normes, au truc, au final on avait une marge qui était assez faible, et puis en plus c'était quelque chose qui était assez abstrait, puisqu'on travaillait tout le temps avec des logiciels, on réalisait pas forcément les produits. Au final c'était un travail vraiment sur l'ordinateur, tout le temps, on faisait des trucs, on faisait de la 3D mais voilà ça se terminait pas par une réalisation du produit, donc il y avait cette frustration de pas toucher le matériau et de voir le produit fini. Et j'avais vraiment envie de travailler avec mes mains aussi, d'apprendre un métier un peu plus artisanal à la base et puis finalement je suis retournée un peu sur le côté artistique aussi. Mais voilà, besoin de travailler avec mes mains, besoin de maîtriser un matériau, de voilà, être vraiment plus dans quelque chose de concret. Et du coup c'est ce que tu avais dit

06:07 *Ouais, c'est ce besoin de concret, de concret. Après je suis pas sûre qu'on ait choisi le matériau le plus facile pour travailler avec.*

06:17 Non. J'ai un peu hésité avec le métal euh pendant longtemps et finalement... fin pendant longtemps... j'hésitais avec le métal (rires). Après mes études mais... mais en fait c'est quand même assez fascinant le verre. Y a tellement de façon, de façon, de résultats possibles, on fait tellement de choses, que c'était plus...

06:36 *Y a un truc un peu hypnotique en fait et euh...*

06:40 Et puis le soufflage en particulier vraiment, ce côté alchimie, de transformer le matériau de quelque chose de liquide en quelque chose de solide et puis de, de cette danse avec ce matériaux c'est vraiment fascinant et travailler avec le feu aussi. Je pense qu'il y avait ce truc là...

06:57 *Moi j'avais hésité avec le bois aussi euh je m'étais inscrite dans deux, dans deux cours et j'ai été prise en vitrail, mais c'est vrai que je me posais la question de l'ébénisterie aussi, fin ouais, j'avais vraiment ce besoin concret de, de... d'arrêter d'intellectualiser tout, mais si dans nos démarches à toutes les deux on est retournée à ça, et on a...*

07:18 Mais en passant pas directement, par l'expérimentation aussi, ça reste quelques chose de palpable en fait, de...

**07:27 OK. Euh... donc vous allez être en résidence toute la saison, ici au musée, et comment en fait elle s'est passé cette démarche ? Pourquoi vous avez choisi de venir ici, un peu le processus**

07:38 *Voilà on a, fin la résidence elle est connue en France. C'est l'une des seules qui accueille des jeunes artistes, des gens qui sont en train de développer leurs univers. C'est, fin oui c'est la seule. Et c'est vrai qu'on en a entendu parler à l'école.*

07:55 J'avais fait un stage ici aussi, en 2010 ou 12, je sais plus, avec Anne Donzé et Vincent Chagnon. Et pendant que Laure était à Cordes chez Régis, on avait aussi visité un peu les lieux puis du coup, on peut travailler sur place, donc oui c'est vrai qu'on connaissait bien l'endroit. C'est aussi une région super et puis on avait envie...

08:18 *Et puis ouais, fin, on s'est toujours dit quand on était à l'école : Un jour on fera Carmaux, un jour quand on sera grande, quand on sera grande. On a arrêté de grandir à un moment et on s'est dit on est libre...*

08:28 Ca correspondait aussi, on était toutes les deux dans un moment où on travaillait plus. On s'est dit bon allez maintenant c'est le moment pour toutes les deux, c'est possible donc...

**08:42 Euh et du coup, comment ça va se passer exactement ? Qu'est-ce que, comment a va se dérouler toute cette saison pour vous ?**

08:49 *Euh ben bien j'espère ! [rires]*

**08:51 Non mais ce que je veux dire par là c'est, voilà vous faites les visites, mais en même temps vous travaillez sur vos projets euh ?**

08:57 *Ouais. Pas en même temps. Normalement le matin c'est plus réservé à nos créations personnelles. Là pour le moment, on a une, je pense qu'on est encore dans une phase d'adaptation de l'atelier. Y a plein de choses...*

09:11 Trouver notre rythme aussi, ce qui va le mieux par rapport à nos projet et tout, euh voilà faut encore qu'on commande certaines couleurs etc... donc il faut qu'on s'organise un peu plus. Là ça a été un peu plus, effectivement au départ un temps de démarrage. Qu'on se mette aussi... ouais comme tu disais s'habituer au matériel, au verre, etc... Donc pour

l'instant on travaillait plus les matins sur de l'expérimentation, mais pas tellement sur nos projets vraiment.

*09:32 Et puis se mettre dans le bain, parce que chaque atelier est différent. Mais théoriquement, le matin on travaille sur, tranquille, l'atelier est fermé, on travaille sur nos projets et, et l'expérimentation voilà. Et l'après-midi on fait de l'accueil public et de la démonstration et en même temps on essaye d'intégrer la production du musée à ce moment-là. Donc là jusqu'à présent ce qu'on a fait, quand il y avait du monde ou des groupes, on a essayé de montrer une chose en verre solide, donc un presse papier, qui est dans la collection, fin dans la boutique. Un petit animal tiré, parce que ça montre le temps de travail qu'on a et quelque chose de soufflé. Et on essaye de faire rentrer la production mais dans quelque chose de ludique aussi, ou on explique bien...*

10:27 Et de rapide aussi parce que c'est vrai que les gens se lassent rapidement. Ils vont pas rester deux heures à regarder quelque chose, donc faut que ce soit vraiment trente minutes maximum.

*10:35 Après on tourne un peu en boucle si, les gens reste, bon ben on va faire un autre vase ! Il va être différent [rires].*

**10:42 Ok d'accord. Euh... ok. Et qu'est-ce qui motive le choix de faire des résidences comme celle-ci ?**

10:58 C'est, c'est vraiment une super opportunité pour nous, euh... en fait depuis qu'on a quitté l'école on a pas tellement l'opportunité de, d'expérimenter des choses. Parce que quand on travaille pour un studio, ben forcément on travaille pour la production, du, de l'endroit. Donc pour un artiste, pour sa production, et on a très peu de temps pour nous, pour expérimenter nos créations, pour essayer des choses parce que du coup bon forcément ça lui fait perdre du temps, de l'argent. Surtout si y a pas d'objet qui sort directement, c'est pas quelque chose de productif et de voilà, donc on peut pas tellement...

*11:29 Là y a une liberté...*

11:29 Voilà, et puis on a pas la pression de qu'est-ce qu'on va sortir, fin un peu pour le musée, mais je veux dire pour nous on a pas cette de pression là de mon dieu, le matériel, qu'est-ce qu'on va faire si on arrive pas à réaliser ça demain, donc... Une sorte, c'est un peu un endroit protégé en fait. Donc c'est, créativement, c'est, c'est vraiment important de se sentir bien, ça permet d'être plus épanouie et de, de réfléchir sur ce qu'on veut faire, donc c'est vraiment un temps pour nous. C'est vraiment une super opportunité de ce côté-là. Et en même temps on a aussi, ce, cet impératif de produire pour le musée, ce qui fait que ça nous maintient quand même dans une, dans un rythme qui est important pour, pour la suite hein, et de continuer à, à s'entraîner à être très, très efficace, productif et ça c'est aussi hyper important. Donc en fait c'est un bon mélange les deux euh, voilà.

**12:22 Ok. D'accord. Euh et qu'est-ce que, pour vos créations personnelles, qu'est-ce qui vous inspire ?**

12:29 Euh... euh, moi je travaille beaucoup sur la nostalgie, le souvenir, euh... et les choses qui me font sourires [rires]. C'est mes trois axes principaux je pense. Mais j'aime bien me baser euh, comment dire, souvent quand j'ai une pièce en tête c'est le passé... c'est quelque chose que j'ai remarqué c'est, ça parle, de la nost..., d'une certaine... ça parle d'une certaine nostalgie euh...

12:55 Je pense qu'on [incompréhensible] au gens dans le sens où on y met quelque chose, on y met forcément quelque chose de notre vécu, de notre..., de notre mythologie personnelle. Quelque chose de voilà, quelque chose de voilà, de l'ordre de ce qui se passe à l'intérieur, mais pas forcément formalisé, donc y a aussi une sorte d'exutoire. Peut-être que moi c'est un peu plus sombre parfois sur la forme et tout, mais en fait au final, euh on a ce lien, vraiment avec quelque chose qu'on a expérimenté, qu'on a vécu et c'est une façon peut être un peu plus sensible de l'exprimer, de le faire indirectement via un autre matériaux et pas dans le moment comme un gros coup de poing dans la figure euh voilà. C'est quelque chose d'un peu dérivé mais ça parle forcément de quelque chose qu'on vit, qu'on ressent et ça renvoie peut être aussi au statut d'artiste, euh... sans vouloir [se la raconter], mais si quand même ça renvoie un peu à ce qu'on vit tous les jours aussi. Une sorte, cette espèce de sensibilité qu'on a tous euh... qu'on n'a pas forcément du, qui est pas forcément facile d'exprimer, mais au final euh... c'est une vision qu'on a sur le monde aussi, qui passe pas forcément par des mots mais par justement une sorte de mise en abîme, de travail du verre par rapport à ça aussi mais de... Je sais pas si je formule bien mais [rires]

14:06 Non, non, continue, continue, continue !

14:09 Euh... oui donc, à travers le travail du verre on arrive en fait à formaliser, quelque chose qui est assez abstrait. C'est aussi, je pense que... peut-être que la question était plus sûr à quoi ça ressemble exactement voilà, que le sens derrière tout ça, mais le sens est indissociable de la forme. Moi peut-être c'est plus euh sur le..., quelque chose de peut-être plus organique entre guillemets, euh... sur les racines mais au sens propre et métaphorique aussi, sur ce qui nous nourrit, ce qui nous tient en fait debout, ce lien où on puise nos nutriments. Donc y a ce côté un peu abstrait mais en même temps qui se concrétise par cet élément végétal... j'ai envie de travailler sur les gravures aussi, donc c'est peut-être un peu moins épuré que ce que je pensais à la base, mais en fait y a tout ça qui se mélange un petit peu dans ma tête et c'est un peu compliqué aussi à exprimer... mais le verre à ce côté-là, c'est un matériaux assez complexe aussi et je pense qu'on peut... qu'on peut utiliser ça pour symboliser cette, cette... ce côté.... J'ai du mal à l'exprimer, mais... ce côté un petit peu tortueux par lequel on passe en fait. Voilà. [Rires]

15:16 Ok.

15:20 Petite réponse de...

15:21 **Mais c'est très bien. Euh, là maintenant c'est une partie un peu plus sur la valorisation des savoir-faire au sens large. Déjà est-ce que vous arrivez à donner une définition de qu'est-ce qu'on entend par patrimoine artisanal ?**

15:35 Euh... [Hésitation]. Moi quand, fin ce, ce mot là...

15:45 Non vas-y, vas-y.

15:49 *Ouais, je, ça serait plutôt un regroupement de personne qui travaille le matériel et avec leurs mains. Après le,*

16:01 Après y a le côté un peu héritage...

16:01 *Ouais un peu héritage. Ouais, qui je trouve des fois fait un peu, sans vouloir vexer personne, mais un peu vieillot et... alors que je pense qu'on est ancrées toutes les deux dans notre société et que, et que y a beaucoup d'artisans qui sont ancrés, dans le... ben dans cette époque contemporaine. Et en fait, le fait qu'on travaille des métiers anciens, on nous renvoie toujours à cette image moyenâgeuse...*

16:34 Mais en même temps...

16:34 *Mais en même temps c'est important.*

16:36 Des choses aussi contemporaine. L'héritage ça a un côté un peu, qu'on laisse derrière nous. Alors qu'on... On a du mal à le rendre vivant ce mot là, mais...

**16:49 Ok. Ok. Euh, n'ayez pas peur de la longueur des questions [rires]. Et comment vous définiriez la notion de savoir-faire ?**

17:02 La notion de savoir-faire, c'est l'ensemble...

17:07 *De savoir-faire [prend l'accent anglais] Je l'ai expliqué en anglais quand j'étais en Australie [rires].*

17:16 C'est l'ensemble des techniques qu'on apprend, qui se transmettent aussi donc c'est peut être aussi un patrimoine finalement, un héritage, dans le sens où se sont des techniques qui existent déjà, qu'on transmet. Et euh... qui sont essentielles pour nos métiers, c'est sûr. On est obligé, fin on est obligé..., on se doit et en même temps, c'est un avantage de ces métiers-là, d'aller engranger différentes techniques à droit à gauche et d'arriver à faire notre propre chemin à travers ça donc le savoir-faire c'est vraiment quelque chose qui est propre à un certain corps de métier. Voilà, un artisan boulanger va avoir un savoir-faire propre à son métier et nous aussi. Donc c'est l'ensemble des techniques qu'on apprend petit à petit et qui sont, ouais qui sont essentielles pour progresser quoi. Mais... ouais

18:01 *Mais c'est quelque chose, ouais, fin pour moi un savoir-faire c'est, c'est technique, ça passe par la main, plus que...*

**18:11 Ouais. Et, pour vous qu'est-ce que ça signifie quand on dit mettre en valeur les savoir-faire d'un territoire ? A quoi ça renvoie euh ?**

18:22 *C'est une bonne question [rires]. On se l'est posé quand on s'est dit bon on va voir Bérengère, alors ? [rires].*

18:33 C'est valoriser les artisans, voilà, c'est vraiment, le travail de la main aussi

18:38 *Oui, c'est faire de la communication quelque part. Et comment communiquer sur des choses...*

18:47 On est pas très familier avec ces choses-là, donc d'arrive à faire envie aux gens de venir, de voir, de comprendre comment c'est fait.

18:54 *Et de découvrir.*

18:57 Ouais, oui exactement [rires]

**18:58 Ok. Est-ce que vous pouvez donner des exemples d'actions, de valorisation qui pourraient...**

19:09 *Euh... oui...*

19:10 Les journées des métiers d'art ça a bien fonctionné. On a eu beaucoup de monde en fait. C'est vrai, du coup y a de la publicité qui est faite là-dessus, donc les gens viennent par curiosité en disant oui y a ce truc-là, c'est quoi? Et bon y en a quand même pas mal qui ont déjà vu des souffleurs je pense, y en a aussi qui découvrent un peu, donc c'était, fin c'est vraiment bien, ça motive les gens à faire quelque chose, à sortir de chez eux. Et donc finalement c'est ouvert...

19:36 *Les journées du patrimoine aussi... Les événements, les événements où les ateliers sont ouverts, fin, fin ils sont tout le temps ouverts mais où dans la tête des, des visiteurs c'est : ah oui, y a ça, c'est maintenant. Sur les choses comme ça un peu nationale, je pense que c'est une bonne valorisation, euh... du... Et du coup aussi, je sais que les journées des métiers d'art c'est par ville et ça référence les points où aller, et du coup y a un circuit et je pense que ça c'est une bonne valorisation. Après ça peut être aussi par, fin, vraiment la communication, les réseaux sociaux, fin c'est dans, je pense que...*

20:19 Justement emprunter les moyens qui sont les moyens de...

20:22 *Ouais les moyens contemporains pour outil. Ou même des, je vois moi j'ai sur mon téléphone, j'ai un application, j'ai dit je suis un peu..., fin pas une application, mais sur mon Google Maps, j'ai tous les points des ateliers qu'il y a dans le monde entier en fait, et du coup c'est quelque chose, quand je vais quelque part, fin quand je vais dans une ville, je regarde, ce qui se passe et je trouve que répertorier et de mettre ça en accès, facile, puisque là c'est sur Google Maps, d'ailleurs ça a disparu récemment, j'étais un peu triste... C'est quelque chose qui, qui, fin, si les personnes sont curieuses aussi, qui donne envie, de mais après...*

21:03 Et puis ça démocratise aussi un peu le truc aussi... Et puis le Musée aussi en lui-même c'est de la valorisation, du fait de retracer aussi l'histoire, de rappeler que voilà qu'il y a cette histoire, mais y a aussi ce qui se fait maintenant et de mettre ça en parallèle, ça montre que c'est toujours vivant, c'est toujours quelque chose. Oui quand on pense aux verriers c'est pas, une histoire moyenâgeuse ou je sais pas quoi. Et que y a des choses contemporaines qui sont, ah oui on peut aussi faire ça avec le verre et ça, ça éduque un peu les gens à ce truc là aussi, qui est pas forcément évident.

21:31 *Et en ça, l'exposition elle est pas mal en fait, d'avoir mis des pièces contemporaines dans la partie euh... archéologique et de mettre en relation, même après la partie industrielle, de mettre des pièces fin je trouve que, que ça...*

21:49 *Oui ça met bien valeur*

**21:51 Ok. Euh...et du coup est-ce que par votre métier, et le fait d'ouvrir au public et de faire des démonstrations, vous pensez participer à cette valorisation ?**

22:02 *On espère [rires]*

22:05 *On espère après euh... je pense que... par exemple comme... si... dans un autre cadre euh... par exemple moi j'aime bien la sculpture, et c'est des pièces qui des fois prennent deux, trois heures, je pense que, avoir un médiateur ou quelqu'un à côté qui, qui explique et qu'on puisse se concentrer sur le travail, ça serait aussi une valorisation importante... Parce que, c'est un métier qui est assez demandant que si on... fin dans le cadre du musée la question se pose pas puisqu'on fait ça le matin*

22:44 *Et puis on fait des pièces plus simples*

22:44 *On fait des pièces plus simples et plus rapides, mais j'ai remarqué en Belgique, les gens restent, cinq, six heures à regarder John faire une pièce, mais c'est aussi parce que, donc on a un bar, ça aide, les gens sont assis, ils boivent de la bière belge, fin bon voilà... Ça, ça aide. Mais c'est aussi parce que le barman est passionné, fin il est pas verrier, fin il est pas verrier mais il explique, il vient demander aux gens ben déjà s'ils veulent reboire un coup, mais il leur explique il leur dit bon ben là, là c'est comme ça que ça se passe et je pense que, ce, ce côté aussi informel, d'explication, par rapport aux personnes qui sont pas, qui sont pas sur le chantier, y a un côté médiateur quoi.*

23:28 *Et on peut pas valoriser vraiment valoriser ce qu'on veut faire, ce qui est notre identité en tant qu'artiste, artisan, euh... quand on a des gens qui viennent, parce qu'on a du mal à se concentrer effectivement, faut qu'on explique tout, donc oui là on est en train de faire ça, vite j'ai oublié de faire ça... Bref on arrive pas, fin on arrive, ça serait plus compliqué quoi. Beaucoup plus compliqué.*

23:47 *C'est, on est moins, euh... sympathique je pense quand on est, fin pour ma part je sais que je suis, fin quand je suis concentrée sur une grosse pièce, je vais moins prendre le temps de valoriser mon métier et je sais pas par rapport... Là c'est une question aussi à poser, fin à se demander par rapport au public, si les gens arrivent et qu'on est en train de faire quelque chose de gros est-ce que, fin quelle est la valorisation qu'on fait et... fin voilà.*

**24:13 Mais du coup, fin on le voit, moi je vois sur le territoire, y a beaucoup d'artisans au final qu'on ne connaît pas et qui font, fin voilà qui ont un savoir-faire important, et qui ouvrent pas forcément au public, est-ce que vous pensez que c'est compliqué parce que c'est deux métiers différents, l'ouverture au public et la profession ?**

24:29 *Oui. C'est comme la vente, la com... La valorisation, la vente ces choses-là, c'est des choses qui sont ben pour nous compliquées, parce que ce qu'on fait c'est, fin pas quand on est, pas la production je parle pas, fin je distingue bien ça, mais c'est des choses...*

24:49 En même temps ça permet au gens aussi de voir comment c'est fait effectivement. Ah oui un verre ça met 20 min, 30 min à faire un verre comme ça, à oui c'est pour ça qu'il est à ce prix-là. Parce qu'au final, c'est vrai quand on voit l'objet on se dit ah ben, je vais pas payer 50 € pour un verre. Alors que quand tu vois le temps... c'est un travail qui effectivement, c'est mérité, voilà, ça s'explique, donc aussi dans ce sens-là, c'est une forme de..., ça valorise, l'artisanat en général, ça valorise notre métier de, de pouvoir, que les gens puissent comprendre comment s'est fait voilà, la valeur du travail en fait.

25:24 *Ouais. Mais après, je pense que les gens qui sont pas ouvert au public, c'est aussi ce côté-là, cette double casquette qui des fois est compliquée à, à mettre en place quoi.*

25:36 Puis après quel public aussi. Des gens qui sont plus ou moins, connaisseurs...

25:39 *Quand on est dans un endroit touristique, c'est vrai que... tu as du passage tout le temps, tout le temps.*

25:45 Avec une question forcément, fin, je pense quand on fait ça 10 ans, là c'est une résidence donc ça fait partie du jeu, on a l'habitude de le faire, on a travaillait dans différents ateliers, on faisait des visites, on expliquait, donc ça fait partie du métier mais. Je pense qu'effectivement, si on a un atelier, ça fait 10 ans qu'on fait ça, qu'on est tout le temps ouvert, et que quand on est au milieu de la pièce on est interrompu et fin... c'est pas évident, c'est pas évident de gérer. Pour les nerfs, c'est pas forcément évident.

**26:13 Ok. Euh et euh, vous, dans votre expérience, quel public plutôt est intéressé par découvrir ce que vous faites et découvrir les savoir-faire ?**

26:23 *Ca dépend des pays en fait. Moi j'ai... Le public selon le pays dans lequel on travaille, c'est pas le même, c'est assez marrant. Selon le type d'atelier, ouais de production.*

26:39 Ici C'est plutôt les enfants qui sont euh... qui trainent les parents, fin qui sont intéressés.

26:44 *Ouais quand il y a des enfants, y a plus de réactions... Là... mais après on a ouvert que le premier avril, donc c'est vrai que le territoire, et le public...*

26:55 Peut être que les gens osent plus exprimer des choses, parce quand y a des enfants ils sont oh tu vois là il va se passer quelque chose. Ils sont, sinon ils sont un peu plus dans la retenue

27:02 *Du coup on dit y a des questions et personne pose de questions et nous on est là : Alors !*

27:15 Des fois ça dépend, ça dépend vraiment des gens. C'est pas mal des personnes âgées qui viennent.

27:20 *Elles disent à mais on a déjà vu mais on aime bien*

27:25 Le fait qu'il y ait des sièges aussi, ils restent plus longtemps que s'ils étaient juste debout. Peut-être qu'au bout de 5 min ils partiraient.

27:28 *Ouais, et qu'il y ait plein de sièges. Parce qu'à la Jam Factory on avait des sièges, mais y en avait pas beaucoup et du coup les gens restaient pas forcements. Là du coup ils sont assis, ils sont au chaud, ils sont bien. Ils leur manquent un petit café pour qu'on les garde toute la journée [rires].*

**27:47 Mais donc du coup c'est plutôt des locaux ou vous pensez plus des touristes ?**

27:49 *On a, là pour l'instant c'est plus... moi je demande les gens d'où ils viennent, c'est plus le coin pour le moment, mais aussi parce qu'on est encore. Mais du coup on peut pas trop te faire un retour là-dessus, parce qu'on vient juste de commencer.*

28:07 Oui on vient juste de commencer

**28:07 La saison touristique a pas commencé donc... Ok.**

28:12 Faut voir avec le musée du coup parce que c'est eux qui ont ... d'où ils viennent.

**28:15 Ok. Euh, est-ce que, donc vous m'avez dit que vous connaissez un peu le territoire, ou c'est la première fois ?**

28:24 Euh... on connaît un petit peu, mais on est pas des experts non plus

28:28 *Moi j'ai été, fin en fait à chaque fois que je suis venue ici c'était pour travailler, donc c'est vrai... Quand j'étais à Cordes-sur-Ciel, on avait des horaires fin voilà, on travaillait, fin des horaires d'artisans quoi, donc je connais Albi euh... Toulouse, les endroits pour faire les courses, Saint-Antonin-Noble-Val on est allé manger une pizza, fin en fait c'est ça c'est que. Ouais, on était avec toi... Ouais quand je suis venu c'était pas pour faire du tourisme, c'était vraiment pour bosser et... et quand je travaille, ben à part travailler je mange et je vais faire des courses... et du canard [rires].*

**29:09 Et du coup, quelle image à priori vous avez, vous aviez, vous avez du territoire?**

29:14 *Euh quelque chose de plus sympathique que Paris. (rires). Alors en tant que parisienne...*

29:23 Moi j'ai l'impression aussi que,... fin c'est quand même très près de Toulouse. Même si bon c'est quand même 1h30 mais on le fait facilement. Euh donc c'est une ville qui, qui bouge vraiment, où niveau artistique je pense que c'est assez ouvert aussi, c'est jeune, pas trop non plus, c'est pas vraiment étudiant comme Montpellier. Y a ce côté un peu dynamique et attractif donc...

29:46 *Y a un bon côté patrimoine aussi, avec Albi.*

29:49 La préservation du patrimoine, fin les monuments sont... Albi c'est magnifique.

29:50 Voilà, c'est que..., c'est un peu un conte de fée quoi.

29:56 Ouais c'est ça. C'est vraiment mis en valeur de ce côté-là.

29:57 Dans le bâtiment, fin, dans l'architecture. Et même patrimoine gustatif, ça se dit ça ? Patrimoine culinaire [rires]

**30:12 Euh ok. Euh et est-ce que vous trouvez que sur le territoire, si vous le connaissez un peu, les savoir-faire sont assez dé... fin mis en valeur ?**

30:22 Après je peux répondre par rapport à Cordes. Je trouve que oui. J'ai été étonnée du nombre, fin même si ça va en diminuant, mais le fait qu'il y ait le forgeron en bas, fin y a deux forges, il me semble que quand je travaillais, y avait deux différentes forges, en haut y avait des artisans. Fin je pense que, fin en tout cas à cordes, cette dynamique-là.

30:46 Oui du fait que ce soit un village historique, plutôt magnifique, ça attire beaucoup de gens? Oui forcément c'est magnifique

30:53 C'est Plus Beaux Villages de France

30:53 C'est ça. Donc euh...

30:57 Après sur le territoire je peux pas forcément...

30:57 Oui on connaît pas encore assez. Je pense qu'il faudrait...

31:01 Mais Albi par exemple, je sais pas trop s'il y a, fin on a vu une boutique de créateur, on est allé dans une boutique de créateur l'autre jour mais euh... voilà. On peut pas trop...

31:12 On connaît pas trop encore.

**31:12 Ok. Et est-ce que dans ce que vous avez vu avant sur le territoire ou même à l'étranger, est-ce que vous avez des idées d'actions de mise en valeur de savoir-faire, qui serait peut-être intéressantes à mettre en place sur le territoire, ou qui sont innovantes ?**

31:35 Implanter une Jam Factory en France, mais faudrait que ce soit en ville...

[réflexion]

31:49 Moi je pense, fin pas sur le territoire, mais ce qui manque en France, c'est ce que j'ai découvert en Australie. En fait là où je travaillais, c'était un lieu dédié au design et à l'artisanat. Donc c'était en ville, déjà je pense que le fait, fin... c'est personnel, le fait d'avoir un lieu comme ça dans des villes par exemple Toulouse qui est une grande ville, même à Lyon ou à Bordeaux, fin... pas forcément Paris, parce que Paris y a tellement de chose qu'on s'y perd des fois, mais avoir un centre euh... artisanal et contemp... et, et... et design. Donc ce bâtiment il regroupait le verre, le métal, le bois et la céramique, donc vraiment il enveloppé tout et c'était sur quatre étages, y avait des ateliers qui étaient ouverts au public et, et donc de la démonstration et une boutique qui prenait des pièces de tout le bâtiment mais aussi de tous les artisans du pays, en dépôt, et donc y avait cette espèce de synergie et je trouve que... d'avoir un centre... qui soit pas forcément un musée,

*parce qu'au niveau musée, nous on a des bons musée en France, mais d'avoir vraiment, un, un centre dédié, un centre vivant, dédié au design et à l'artisanat et à, à l'art. Puisque y avait aussi une galerie, fin ils avaient le shop et une galerie énorme où ils faisaient, où ils accueillait la biennial de l'art contemporain aborigène, fin je pense que, ce, c'est ce qui manque, un regroupement et puis aussi quelque chose... C'était contemporain, c'était vraiment, ils jouaient sur ce côté-là vraiment contemporain, et pas du tout ce dire le patrimoine et la tradition, et du coup ça, fin, ça donnait un souffle nouveau pour moi, et c'est ce qui manque, en, en Europe.*

33:49 C'est vrai qu'au Danemark on avait aussi ce truc-là de,

*33:52 De vivant quoi*

33:52 Voilà, et c'était un peu moins, ici, on souffre un peu d'une image, de l'artisan dans un petit village qui fait les, ces vases a champignon ou je sais pas quoi, quelque chose d'assez ancien, de, pourquoi pas mais du coup y a ce côté de, ah oui j'ai vu un souffleur de verre quand j'étais petite dans le village, à chaque fois on a ce retour-là, et c'est voilà l'artisan qui travaille un peu à l'ancienne, dans sa petite boutique un peu caverneuse...

*34:14 Dans sa grotte. Moi j'ai un souvenir, le premier souffleur que j'ai vu c'était une grotte quoi fin.*

34:20 Disons qu'on a pas trop cette image artistique contemporaine du coup aussi, peut être aussi (incompréhensible), au niveau du public qui achète aussi, parce que y a ce côté, oui y a un côté voilà de l'artisan, et l'artiste un peu moins, on considère pas ça comme un... comme un art noble en fait, y a quelque chose, ça perd un peu de ce côté-là. Et peut-être aussi, en faisant, quand au musée ils font des performances ou des choses, c'est assez, du coup c'est assez, ça change un peu le point de vue en fait, à oui c'est effectivement une discipline, ça peut être quelque chose, là..., on nous a parlé avec les danseuses qui viennent. C'est super de faire des choses comme ça, c'est des initiatives qui permettent de sortir un peu de l'image un peu caricaturale, du verrier dans sa grotte, et ça ouvre un peu sur quelque chose de contemporain et c'est l'ambition de ce musée aussi, d'ouvrir là-dessus, et c'est, et c'est rare en fait au final.

*35:07 Ouais.*

35:10 Un musée vivant quoi.

*35:10 Ouais des centres, des centres vivants. Fin voilà qui jouent pas forcément sur la tradition tout le temps. Fin, c'est important, je dis pas du tout le contraire, mais je pense que en France on a, on a ces musées qui parlent de la tradition, qui parlent, même fin, y a plein, plein de musées sur chaque discipline artisanale, mais je pense que ce qui manque c'est un centre, qui parlerait pas de l'histoire, qui dirait voilà ce qui se fait aujourd'hui, voilà comment, voilà [ce qu'on peut faire avec] ce qu'on peut faire, sans dire...*

35:49 Parce que y a un petit côté légendé, à ce que c'est beau ce que vous faites, mais vous arrivez à en vivre. Y a ça aussi à chaque fois. Pour eux c'est un art mourant quoi, c'est bien

de garder le truc, de, d'essayer de s'accrocher à un truc, qui va...36:04 Voilà mais je pense que c'est aussi...

36:04 *On voit mal l'avenir et c'est aussi dû certainement aussi à l'image qu'on en a parce que bon, on est pas forcément, y a moyen peut être de trouver là-dessus*

**36:13 Ok. D'accord.**

36:15 *On est vivant ! [rires]*

**36:18 Euh, est-ce que vous pensez que voilà, valoriser les savoir-faire sur un territoire, donc comme ici, ça peut attirer à la fois les touristes, mais aussi une autre population ? Est-ce que ça peut être un élément d'attractivité pour le territoire ?**

36:29 Ben oui. Quand on est en vacances quelque part on a envie, pas juste de, d'aller à la plage ou quoi. Je pense qu'on a envie, y a plein de gens qui ont envie de voir ce qui se passe dans la région et ils vont s'orienter, fin moi je sais que je le fais, vers les musées ou les centre d'art ou... qu'est-ce qui se fait dans la région, bon voilà quoi. Fin

36:49 *Et, fin moi je vois, au-delà du tourisme, par exemple là où j'étais en Belgique, donc y a, donc c'est un américain qui a fondé cet atelier, mais du coup il attire, de par sa renommée, et de par la qualité de l'atelier, qui est un atelier très fonctionnel, fin qui a été pensé vraiment par un verrier donc, fin... impeccable à travailler dedans. Cette excellence aussi ça fait que, par exemple..., les employés, fin pas les employés, les personnes qui sont à plein temps, c'est des personnes qui étaient pas belges à la base. Fin Maurice La Rooy qui lui était de Hollande qui est venu, moi je suis arrivée aussi, et du coup ça attire, fin quand, quand y a des lieux comme ça, ou même la Jam Factory, ça attire les, les, les artisans en se disant bon ben là, y a cette possibilité de louer cet atelier, de faire quelque chose, et du coup ça créé aussi une communauté et, et au-delà du tourisme, qui va faire de la valorisation, ça fait aussi, ça regroupe. Et je pense en France, ce qui manque aussi, c'est des lieux comme ça, où on peut louer euh... du matériel de qualité et euh et attirer, fin tout en restant ouvert au public, mais faire que les gens déménagent...*

**38:13 Fédérer les gens aussi...**

38:16 *Fédérer les gens quoi ouais. Même des designers, ou des choses comme ça qui se disent bon, à la y a ça, donc peut être du coup, s'ils cherchent à s'installer...*

**38:26 C'est chercher l'excellence, après c'est renommé : a oui effectivement, a oui t'es allé à Carmaux faire ci et ça... Et**

38:32 *Carrément. Ce côté euh..., de... parce qu'après, fin, je pense, dans le milieu de l'artisanat fin, les jeunes quand on commencer à se lancer ben on regarde ce qui se passe, que si un centre, un centre... vivant encore une fois, fin ça attire, ça, ça...Parce que là ce qui se passe, c'est qu'il y a beaucoup d'ateliers, fin je pense qu'en France y a beaucoup d'ateliers, y beaucoup de gens qui se disent je vais ouvrir mon atelier, alors qu'en soi il y a pas vraiment une nécessité d'avoir plus d'atelier je pense. Et ce qui manque c'est vraiment un lieu comme Vincent Breed a essayé de monter, de location, où on peut aller, et voilà...*

*Fin voilà... je pense, au-delà d'attirer le touriste, pour attirer le, le designer ou la personne qui veut...*

39:21 Même pour les locaux, un endroit où tu te dis, à oui le vendredi soir il se passe quelque chose, y a un spectacle, un truc..., un rendez-vous où les gens viennent, ils amènent leurs enfants, y a des gens de la famille qui viennent les voir et du coup, y a un côté voilà, y a un rendez-vous tous les vendredis soir, y a... Et finalement ça rend le truc vivant.

**39:44 Oui ça rend le territoire vivant quoi. Ça peut attirer même des locaux, fin des résidents...**

*39:49 Ouais, ouais. Les événements aussi, ouais comme on disait pour les Journées du Patrimoine. Mais aussi, des choses plus, plus, fin peut être une fois par mois organisé des nocturnes, ou un truc, je pense que ça, ça,... fin une nocturne, peut être un parcours nocturne une fois par mois. Après c'est vrai que je pense que dans ce territoire, ce qui se passe c'est que c'est un territoire touristique, donc ça joue énormément sur la saison et du coup, peut être pendant la saison d'été, tous les samedis...*

40:25 Mais y a plein de gens aussi, qui sont locaux, qui nous disent euh... fin on savait que c'était là mais on était jamais venu non plus, donc... Si se disent même si c'est à côté on a un peu la flemme.

*40:34 Mais du coup faire une fois par mois un truc de com. Dire aujourd'hui c'est porte ouverte... Ça attire aussi... Fin c'est de la com, fin de la com encore une fois.*

**40:46 Ok. Donc là c'est la dernière partie de mes questions, c'est un peu sur voilà, les grandes problématiques. Donc comment vous voyez l'avenir de votre métier ?**

40:57 Ca c'est une grande question ! [rires]

*41:01 Euh ben, c'est quelque chose dont on discute beaucoup, ben ensemble et avec nos amis.*

41:08 Du coup est-ce que c'est l'avenir euh d'un point de vue personnel ou l'avenir général du verre ?

**41:13 Ben des deux.**

*41:13 Moi je le vois en collectif. Euh... vraiment, des, je pense que la formule être tout seul et avoir un apprenti, fin pour moi c'est quelque chose que j'envisage pas du tout et qui est... et dans, dans ce que j'ai vu en voyageant, les regroupements, fin pour moi c'est l'avenir. Fin je sais pas sous quelle forme, mais le collectif et le regroupement, le fait de matériel..., fin...*

41:42 De mettre en commun les fours...

**41:45 De mutualiser**

*41:46 Mutualiser voilà. Ca commencer par un m. De mutualiser, les, le matériel, je pense que c'est quelque chose d'important.*

41:54 Ca enlève une pression aussi. Je..., je pense que quand on est tout seul ou à deux dans un atelier, on a cette pression de la production. Il faut absolument, voilà les gars qui se parlent, il faut absolument produire pour produire et du coup, on a pas trop, on a pas trop le temps de réfléchir à quelque chose de plus créatif, parce que on est, on est pris dans le truc. Le fait de mutualiser ça permet de, de s'enlever un peu de pression, de partager un peu la pression avec tout le monde et d'avoir plus de temps pour prendre du recul et réfléchir et faire de nouvelles choses aussi.

*42:22 Et récemment j'étais en Hollande, parce, en gros on a acheté et on a été dans un endroit ou en fait c'était des anciennes usine Philips, euh et euh... la, la commune, fin l'Etat avait mis à disposition des locaux qu'ils avaient rénovés en tous petits ateliers, fin l'espace personnel était tout petit, c'était plus un espace de stockage, un bureau pour réfléchir, et y avait comme ça mais une vingtaine d'ateliers dans cet endroit, et des salles communes de euh..., de mise de matériel et y avait tout un système d'échange, et je pense que ces centres-là, fin je pense..., fin après faire des centres où..., mais c'est aussi une politique, une politique à mettre en place, des endroits où on loue des petits bouts d'ateliers et où y a un investissement... et ça c'est des politiques que j'ai vue à l'étranger et pas trop trop en France. Si ça se fait, y a le Lavoir, fin y a quelques endroits comme ça en France mais je pense mais je pense*

43:34 Fin y a pas ce côté collectif...

*43:34 Euh... vers Paris y en a quelques-uns. Ça va... mais je pense que multiplier ces choses-là, de, de sorte, de, de centre, de... et ça c'est une question politique et c'est vrai que c'est ce que moi j'aimerais voir en fait, plus de mutualiser et de mettre en commun...*

43:51 C'est une solidarité aussi

*43:53 Voilà. Et c'est des choses qui se font beaucoup en squat, mais du coup c'est alternatif et euh... et je pense que ouais...*

44:04 Oui par exemple ce qui s'est passé à Belle-Île, j'en reviens toujours à ça. Euh donc, l'atelier Fluid à Belle-Île, qui avait organisé une rencontre

*44:11 Qui est un atelier collectif*

44:11 Voilà. Qui est un atelier collectif qui avait organisé une rencontre entre deux verriers extraordinaires : ben [incompréhensible] Martin, ben qu'on parlait tout à l'heure, le tchèque et Tobias Mohl qui est danois. Et donc c'est des gens qui travaillent ensembles mais ils sont tous les deux très connus et excellents dans leur domaine

*44:26 C'est des super stars*

44:27 Et donc ils avaient travaillé ensemble, ils avaient fait une sorte de performance sur la semaine et ça avait forcément attiré un peu des verriers de partout, de toute la France, et, et même d'Europe et on s'était retrouvé là. On a passé la semaine à regarder les démonstrations, à discuter, échanger les expériences, y avait un peu de toutes les générations, et ça c'est très fédérateur, parce qu'on a tendance à se décourager un peu parce

que parfois, le parcours est quand même semé d'embûches et... vraiment pas forcément évident. C'est pas évident d'en vivre effectivement, y a..., y a des boulots qu'on prend mais qu'on a pas envie de faire parce qu'il faut bien manger aussi... euh... et voilà. Et le fait de se retrouver ensemble, voilà, y en avait qui avaient arrêté de travailler, y avait des jeunes qui sont encore à l'école, y en avait sans expériences, d'autre beaucoup plus, d'être tous ensemble on se dit ben oui en fait on est, on est une communauté c'est vrai. Parce qu'on dit souvent oui c'est un grande, on se connaît tous, c'est une grande famille, mais en fait y a ce côté, y a un fossé générationnel aussi, y a un faussé générationnel aussi des anciens qui ont, qui ont percés dans les années 80, mais qui restent, qui gardent bien jalousement leur savoir-faire, qui jalourent un peu les autres. Y a ce truc là un peu malsain de garder, de rester dans son petit coin. Et l'avenir c'est pas ça. Je pense aussi effectivement, le collectif, de, de mettre en commun les savoir-faire, de dire, là on garde, il se passe un truc extraordinaire, c'est possible, ça remotive carrément et on était tous parti avec des étoiles dans les yeux. Et euh... et c'est, je pense que ça fonctionne parce que c'est dynamique, y a aussi justement une grosse com qui a été faite là-dessus, les gens connaissent bien l'endroit aussi. Les gens de Belle-Ile, voilà ça fait vraiment parti de la communauté cet endroit-là, c'est pas que pour les touristes. Y a ce côté, ils sont fiers d'avoir cet atelier sur l'île et donc ils sont vraiment, ils sont vraiment bien intégrés de ce côté-là. Je pense que ça l'avenir c'est effectivement le collectif.

**46:14 Ok.**

*46:16 Mais aussi ouais, cette, fin... je pense que ça passe aussi par le politique et de mettre à disposition des lieux. Parce que y a énormément de, bon après c'est souvent des lieux un peu..., je pense que l'usine Philips, ils ont fait un boulot monstre dedans pour la rénover mais de mise à disposition de lieux, de par les mairies, de par les communautés de communes et de dire voilà, là on va créer... Et, et, dans..., je pense mais après j'en reviens toujours, c'est peut être mon côté parisienne, et citadine, d'avoir un accès à la ville et fin bref que ce soit pas un lieu perdu euh... fin parce qu'il faut y habiter. Pour qu'un lieu soit vivant, faut que, faut qu'il y ait du monde qui passe...*

47:03 Que ce soit connecté dans tous les sens du terme. Pas juste un, internet, mais... ce connecté, effectivement à ce qui... là où ça bouge, là où y a du dynamisme et... ouais...

*47:14 Mais pas forcément Paris, y en a assez.*

**47:16 Ok. Euh et est-ce que vous identifiez un peu des grandes problématiques qui ont trait à votre métier ?**

*47:28 Euh... moi ce que j'ai remarqué en... du coup fin j'ai trouvé ça bien de voyager parce que, ça permet de comparer, de mettre en, de mettre en relation, de mettre en perspective tout ça euh... Moi ce que j'ai trouvé, ce que je trouve en France euh... c'est que le public est pas... ouais on a encore ce côté moyenâgeux, pas vivant, pas... Et quand les gens viennent, j'avais remarqué au Danemark, les gens rentraient dans la boutique, ils nous regardaient pas travailler. Ils allaient directement à la boutique pour acheter et ils questionnaient pas nos prix et... ça je sais pas vraiment d'où ça venait, mais euh... mais je*

*pense et je pense aussi ça passe par le musée. J'en ai parlé avec Catherine et Christel, que les musées aussi, ce, aient cette volonté de donner les vrais prix des choses. De dire ça c'est le prix, de faire ce travail de médiation, de dire voilà ça c'est le prix et vous, fin... et... du coup... ouais de faire ce travail, de dire ok ben voilà. Et y a... et y a... en... fin... y a pas beaucoup de musées qui ont cette politique-là.*

48:47 C'est un courage aussi. C'est... il faut être... il faut s'engager, s'engager là-dessus c'est peut être perdre de l'argent d'un certain côté, au départ en tout cas parce que forcément euh... y a pas beaucoup de personnes qui vont mettre le vrai prix tout de suite, mais en même temps ça éduque les gens à, au, à la valeur du travail. Et vraiment, ce, parce que là c'est vendre à perte au final, donc bon c'est quand même, la politique c'est quand même vendre quelque chose sinon personne n'achèterait rien mais au final après c'est vrai que ça fait du tort aux ateliers qui sont autour. Et comment ça se fait que là ce verre je l'ai eu à 15 € alors que oui, alors que là-bas il coûte 40, ben oui mais...

49:22 *Ouais et du coup, je pense... mais après... ouais moi la différence que... euh... tu peux répéter la question, je m'en souviens pas*

#### **49:29 C'est quelles grandes problématiques vous identifiez pour vos métiers ?**

49:33 *Ouais plus une... ouais quelque part une éducation du public. Fin ce côté de, fin de dire qu'on est vivant et que c'est quelque chose de contemporain. C'est cette image de contemporaine qui est difficile à... qui est difficile. Et que... et c'est pas un hobby. Le nombre de fois où on me dit : et alors vous faites quoi d'autre ? Ben, ça fait 6 ans que je mange des pâtes pour essayer d'en vivre. Fin, voilà, de, de dire que c'est un côté vivant et la question final...*

[Incompréhensible parce que parlent en même temps]

50:11 *Et puis le nombre de fois où les gens ils disent mais tu veux pas trouver un autre boulot à côté ? Ben non, j'aimerais bien que ça fonctionne donc c'est aussi, c'est aussi on se donne à 100 % et... La question financière, fin elle est très compliquée aujourd'hui et la, et le nomadisme, fin moi c'est, c'est ça aussi le nomadisme qu'on doit mettre en place, qui correspond pas à la société dans laquelle on vit*

50:34 Et puis bon après de toute façon c'est fait aussi, au niveau des stages et tout c'est toujours, on est toujours exploité au final c'est vrai et on osera jamais dans n'importe quel, fin ça c'est propre aux métiers d'art en général, je pense que dans n'importe quel boulot, on va jamais demander ça à quelqu'un. Là c'est normal de travailler gratuitement, même des fois pendant des années euh... parce que vous avez déjà bien de la chance d'être là euh... de pouvoir faire ce métier-là, donc... N'importe où...on... on se permettrait pas de faire ça quoi

51:02 **Moi j'ai rencontré des grands verriers...**

51:05 Tu veux faire un stage dans ce grand atelier ben oui mais du coup c'est gratuit quoi...

51:08 *C'est ça, j'ai rencontré des gens dont j'estimais beaucoup le travail et j'avais déjà ma démarche personnelle. Fin je me battais depuis un moment... et là je rencontre cette*

*personne et je lui dis ah j'adore trop ton boulot et tout, je passerais bien pour voir tu vois. Ah mais si tu veux tu peux venir en stage. Ben non, non fin... Y a aussi, voilà, ce côté...*

51:30 Et puis c'est comme ça qu'eux ont vécu la chose donc ils la reproduisent, ce système-là, donc oui moi aussi j'ai galéré donc c'est normal que tu galère et ce côté un peu absurde en fait de recommencer à...

*51:39 Ouais.*

51:41 Y en a qui sortent quand même de ce truc là et... ils ont raison. Mais ça, ça... fin faut vraiment être vraiment accroché pour continuer à travailler quoi, parce que faut vraiment... Fin faut avoir des gens aussi qui te soutiennent derrière c'est vrai. Fin moi j'ai quand même mes parents qui m'ont aidés euh... au début c'est clair, sinon j'aurais pas pu quoi fin...

*51:58 Ouais. J'ai le RSA qui m'a aidé, tristement. Ben c'est triste à dire. Et euh... ouais. Oui. C'est compliqué. Ouais après je sais pas trop... ouais une éducation a être plus, ben du coup de valorisation, de médiation, et ça je pense que nous on peut y faire quelque chose, mais y a aussi aux institutions et aux politiques à faire quelque chose. Je vois, des copains qui se sont installés récemment, ils ont demandé à toutes les mairies, à tous, fin ils cherchaient à s'installer en France, ils ont demandés partout, y a... ils ont pas eu de réponse. Une fois qu'ils se sont installés, qu'ils se sont démenés comme des malades, ils ont eu une petite lettre de la mairie qui disait "à c'est bien ce que vous faites". Mais du coup je pense que le politique il a sa part aussi là-dedans, fin... Après je sais on est dans une période où la culture et ces choses-là, c'est pas une priorité, pas du tout. Fin pas du tout...mais euh... Je pense que ouais politiquement y a des choses à faire aussi. Mais c'est pas, c'est pas la priorité.*

**53:07 Et du coup cette éducation, vous pensez qu'elle peut passer par des actions auprès des écoles, des jeunes ou... ?**

*53:14 Même, pas... fin oui, par ce que je pense ...*

53:18 Mais quand même y a un effort qui est fait vers les filières techniques, depuis quelques années. Parce que je sais moi quand j'étais à l'école, on en parlait pas. Tout le monde disait tu passes ton bac et après tu verras ce que tu veux faire. Et on pensait jamais... et voilà le CAP on aurait pu le faire finalement à 15 ans et moi je pensais même pas que c'était possible, fin, c'était pas concevable quoi.

*53:32 Ah oui, non moi mes parents ils m'ont dit d'abord passe ton bac.*

53:33 On a fait des études universitaires, on a fait des études après le bac et tout et puis finalement, on s'est rendu compte que c'est ça qu'on veut faire mais... On perd du temps dans ce sens-là. Mais on a fait autre chose en même temps donc voilà, c'était pas inutile et ça a ouvert sur autre chose mais... Ce côté-là... alors que finalement avec un bac en soi tu as rien de plus. Ça ouvre la porte aux grandes écoles après mais...

53:56 *Ouais je pense à l'éducation des jeunes, mais aussi du... mais aussi du public général, fin... pour que ça prenne pas 10 ans [rires]. D'attendre qu'ils grandissent ces petits.*

54:10 Y a longtemps eu une dévalorisation des métiers qui étaient pas considérés comme intellectuels, euh s'il y avait pas d'intelligence manuelle...

54:18 *Intelligence de la main. Mais ça bouge un peu*

54:20 C'est en train, y a un petit changement de ce côté là quand même, on sent... Voilà faut motiver les gens à faire des métiers artisanaux et tout, mais y a de plus en plus d'apprentissage aussi... Ca a changé un peu quand même de ce côté-là. Petit à petit... on va peut-être avoir les répercussions quelques années plus tard...

**54:37 Ok. Euh... et est-ce que vous voyez des freins à la valorisation des savoir-faire ?**

[réflexion]

**54:48 Vous l'avez un peu dit, les politiques qui peuvent voilà freiner, mais...**

54:53 *C'est ce que je vois là, dans l'immédiat... Et après des freins c'est les gens, se découragent, fin... faut être accroché quoi, faut être un peu fou quoi je pense que... passionné. Oui la passion c'est un peu la clé. Non je pense des freins personnels, de découragement et de...*

55:18 Et puis on a pas forcément les moyens de le faire quoi. Je pense qu'il y en a qui se disent c'est pas viable sur le moment...

55:24 *Et alors des gens hyper talentueux aussi quoi*

55:28 Ouais c'est dommage

**55:29 Ok.**

55:32 *Ouais des freins financiers je pense, clairement.*

**55:34 Euh... ben voilà j'ai fini. Ma dernière question, mais vous y avait déjà répondu c'était, euh... ben en tant qu'artisan, artiste, est-ce que vous pensez que c'est important de, voilà, mener des actions de valorisation, mais auprès des touristes euh ?**

55:53 *Ouais, mais après les touristes c'est... fin c'est tout le monde en fait quelque part donc... des fois je me dis oui mais...*

56:00 On dit c'est des gens de passage mais...

56:04 *On dit c'est des gens de passage mais c'est des gens qui sont encrés sur le territoire aussi, et de faire de la valorisation auprès de ces gens, ça, ça, pour le coup ça va peut-être valoriser un autre territoire pour le coup, mais c'est aussi un travail plus global, mais le touriste, bon ben c'est des gens qui sont ancrés quelque part.*

**56:20 Ok. Ben merci beaucoup. Est-ce que vous avez quelque chose à rajouter ?**

56:27 Non, non [rires]

56:31 *Non après ce que fait le musée c'est bien, que ça continue.*

56:32 Contente d'être là.

**56:43 Bon ben merci beaucoup en tout cas de m'avoir accordé ce temps.**

## Entretien M. G

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien
Monsieur G	Artisan peintre, gnomoniste – Bénévole à l'association Histoire et Patrimoine du Carmausin, responsable des activités de rénovation	Mercredi 11 avril 2018 14h00 Rencontre en face à l'atelier de restauration de la maquette de la cokerie

[00 :00] Donc tu veux me parler de quoi exactement ?

**[00 :03] Des savoir-faire du territoire et de voir comment, fin voilà, quelle place ils ont, le patrimoine artisanal, industriel, aussi agricole, et voir qu'est-ce qui serait intéressant, si c'est intéressant ou pas à valoriser sur le territoire, euh... voilà.**

[00 :20] D'accord. Moi sur le patrimoine euh, en dehors de, des activités que je mène moi, j'ai pas de regard sur les autres activités euh...

**[00 :28] Oui, mais après vous êtes habitant du territoire, donc vous pouvez avoir une idée un peu de, voilà.**

[00 :33] Oui... [Dubitatif]

**[00 :34] Voilà. C'est juste votre ressenti, votre...**

[00 :37] Oui, oui, oui. Poses moi la question et je vais essayer de...

**[00 :40] Ok. Déjà est-ce que vous pouvez vous présenter, présenter votre métier en tant qu'artisan ?**

[00 :47] Alors moi en tant qu'artisan, je suis artisan peintre euh... carmausin, je suis plutôt spécialisé dans tout ce qui est peinture extérieure, donc traitement des façades, mais aussi tout ce qui est traitement des fers, des bois, de la pierre, en extérieur principalement. Je suis donc artisan depuis trente ans sur Carmaux, et donc j'exer, j'exer..., j'exerce ma profession principalement sur le carmausin. Je bouge très peu de Carmaux. Après j'ai des spécificités, je suis donc gnomoniste, je travaille en restauration pour les Monuments Historiques, les architectes des Monuments historiques, les architectes du patrimoine. Et là donc je rayonne, je rayonne sur toute la France, et c'est donc dans la restauration de cadrans solaires. Voilà, ça c'est ma particularité. En même temps je suis, je m'occupe d'une association de restaurateur du petit patrimoine. Donc, et on ne restaure que le patrimoine appartenant à la collectivité, voilà. On travaille pas pour les particuliers puisqu'on œuvre bénévolement, les municipalités, les collectivités, se chargent de nous fournir, ou une association, ça peut être une association, par exemple comme une association du souvenir français et donc ils nous donnent le matériel, ils nous achètent le matériel et on fournit la prestation gratuitement. Donc ça se sont les activités les plus importantes qu'on mène sur le secteur, et après bien sûr, on œuvre pour les recherches

beaucoup plus intellectuelles, donc la recherches d'archives sur du savoir-faire, du patrimoine local, tout ça... Voilà ce qu'on fait.

**[02 :25] D'accord. Ok. Euh... donc ça c'est bon. Est-ce que vous arrivez à donner une définition de ce que c'est le patrimoine artisanal ou industriel ?**

[02 :36] Alors le patrimoine artisanal, ici, il est difficile à définir parce que bon, il reste plus grand-chose, pour ne pas dire il ne reste pratiquement plus rien, des vieux ateliers de, artisanaux qu'il y avait autrefois. Donc il perdure quelques vestiges d'outillages, mais bon qui est très sommaires et très peu explicatif. Par contre on a un patrimoine industriel, extrêmement important, même si aujourd'hui, la majorité a été détruit, il reste quand même encore des vestiges qui sont conséquents, et surtout à partir des archives qu'on possède nous à la mairie de Carmaux, on a quand même une définition de ce patrimoine industriel. Donc on a quelques bâtiments qui sont conservés sur le Carmausin, notamment la centrale électrique après euh... un chevalement sur Blaye, quelques petites pièces, mais c'est vrai que la majorité a totalement disparue. Il reste quelques maquettes, qu'on a, dont celle qu'on est en train de restaurer avec Histoire et Patrimoine, mais y a la maquette aussi Martin, à St Benoit, fin quelques pièces qui sont intéressantes. Et c'est vrai que c'est un patrimoine quand même qui a beaucoup souffert de la négligence des années 70, à la fermeture des mines, 70-80 quand tout a été fermé. Et c'est vrai que on s'est un petit peu pressé de gommer ce passé historique. Ça c'est dommage, ça c'est dommage, et on a quasiment, fin, on a gardé des bâtiments et peu de machines, pour ne pas dire pas de machines.

**[04 :01] Et pourquoi vous pensez qu'il y a eu cet empressement d'un peu effacer ce passé industriel ?**

[04 :07] C'est, c'est difficile à expliquer ça. C'est un ressenti des mineurs, de... la, la... l'Etat les a abandonné, c'est charbonnage de France qui s'est retiré, l'Etat les a abandonné, donc y a eu une frénésie de destruction, de gommer totalement ce passé et donc tout ce qui était ce passé industriel a été détruit parce qu'il y avait aussi une volonté de mise en sécurité des sites par les charbonnages de France, qui a été donc favoriser par le tissu politique, etc, etc..., pour implanter de nouvelles industries donc on a fait table rase. Euh... tout ce qui concerne après le patrimoine personnel, des pères fondateurs des mines de Carmaux, et ben par on va dire mesquinerie, jalousie, revanche, euh, on a donc éliminé tout ça. Donc ça a été rayé comme type le Pré-Grand, le château de la verrerie, y a beaucoup de choses qui ont disparues, etc, etc... On a, on a gardé très, très peu de vestiges, vraiment très peu de vestige. Et le peu qui a été conservé, il a été, parce que ça a été exfolié, ça a été brûlé, ça a été mis de côté par des personnes qui y ont trouvé un certain intérêt et, et pour l'enlever un petit peu à la destruction de la masse des carmausins. Par ce que les carmausins, ils ont, ils ont tout détruit. Il faut quand même reconnaître qu'il reste plus grand-chose hein sur Carmaux. Il reste plus grand-chose. Et des documents, des petites pièces, mais après l'essentiel tout ça a disparu.

**[05 :24] Ok, d'accord. Euh, et comment vous définiriez la définition de savoir-faire ?**

[05 :30] Alors savoir-faire, savoir-faire ça c'est autre chose. Les savoir-faire ce sont des personnes qui ont des acquis, de l'expérience dans un métier, euh... une particularité, un savoir, donc le savoir-faire aujourd'hui, sur le carmausin, va être..., donc appartient à l'artisanat, parce le, question industrie ici on a que des petites industries comme les fabriques d'échaudés, où donc c'est vraiment typique, c'est un savoir-faire très local. Mais des, des sociétés typiques, qui perpétuent un savoir-faire ancestral, y a, y a plus grand choses sur Carmaux. Moi je vois, je pense à l'échaudé, maintenant la société qui fait des échaudés, y a deux sociétés qui perdurent ce savoir sur le secteur. C'est un savoir hein, c'est connu, euh... après euh, les métiers d'autrefois, lié à l'industrie, verrière, minières, l'industrie des briques..., des briqueteries, aujourd'hui il reste plus rien, ce savoir-faire-là, il a complètement disparu. Oui on peut dire...

**[06 :32] Ok. Euh... et est-ce que sur le territoire, même si ça a disparu, est-ce que vous arrivez à identifier euh des éléments importants du savoir-faire industriel ? Qui serait intéressant à valoriser, alors qu'ils soient disparu ou pas.**

[06 :56] Non... de but en blanc comme ça... Des savoir-faire y en a eu à Carmaux c'est sûr, qui ont disparu, c'est sûr. Ils ont quasiment tous disparu, aujourd'hui non, lié à l'époque, à la grande époque de Carmaux, ce savoir-faire-là, ont complètement disparu. Je veux dire toute ce qui est industrie de la mine, industrie du verre, y a plus rien sur Carmaux. On en a que des souvenirs maintenant, on connaît ce qui se pratiquait, on plus rien là et y a plus personne qui le, qui le, qui le perpétue ça.

**[07 :33] Ok. Et au niveau du savoir-faire artisanal ?**

[07 :37] Ben le savoir-faire artisanal, après, on a un artisanat, l'artisan carmausin, l'artisanat carmausin est un artisanat de base je dirais, c'est, qui est lié..., des bâtiments modernes comme aujourd'hui, on a pas de maître artisans qui perpétue un savoir-faire ancestral, l'art du staff, l'art de l'ébénisterie, aujourd'hui on a perdu tous ces métiers où il y a un très fort savoir-faire manuel et intellectuel. C'est parti aujourd'hui, c'est... moi-même en peinture on est plus sur des enduits très traditionnels, à la chaux, qu'on faisait autrefois, malgré qu'on ait un fabricant de chaux sur le secteur, mais dans le bâtiment on le retrouve plus aujourd'hui. C'est fini, ça, tout ça c'est euh, on est dans de, dans une restauration et une application de produits qui se mettent en œuvre très rapidement maintenant dans le bâtiment. Un savoir-faire dans le bâtiment c'est par exemple quand on restaure un cadran solaire, ça c'est un savoir-faire. Et l'équivalent c'est quand on fait intervenir par exemple la société Benoit Cadilhac à Rosière qui est un ébéniste et qui vous reproduit un savoir-faire pour reproduire des menuiseries comme on les faisait au début du XIX... du XXème siècle, etc, etc... ça c'est un savoir-faire. Mais aujourd'hui des entreprises comme ça euh..., on pratique la métallerie, on a une métallerie importante quand même, des ateliers de chaudronnerie sur le carmausin, mais c'est de la chaudronnerie moderne qu'on fabrique, c'est fini on fait plus comme on fabriquait avant, il y a plus de forges, il y a plus... Donc c'est très rares les métiers, les métiers, un peu l'imprimerie, on a un imprimeur à Carmaux qui est quand même, qui pratique un petit peu la méthode ancienne, mais bon ils sont équipés de machines modernes, c'est... Non on a

basculé complètement dans un autre savoir-faire maintenant, ça y est plus ça, il y a pas de rentabilité dans les métiers manuels, les métiers... L'artisanat aujourd'hui, doit supprimer, diminuer au maximum son temps de main d'œuvre. C'est ça l'artisanat, sinon on est pas rentable. Donc les savoir-faire d'autrefois c'était... c'était justement un travail de très longue haleine. On a par exemple, les établissements Pagès qui sont sellier à Carmaux. Voilà quelqu'un qui fait de la sellerie, c'est-à-dire qui met des cuirs sur des..., dans des voitures, qui habille des habitacles d'automobiles et là... quand il est sur des vieilles voitures, qui restaure encore beaucoup de vieilles voitures, on est dans un travail d'art d'autrefois. Voilà, mais ça c'est, mais vraiment très spécifique. Y a lui, donc Pagès, très sympathique il faudrait le voir, donc Deymier, où c'est vraiment quelque chose de très, très particulier et après moi j'ai pas de...

**[10 :19] C'est très lié à la restauration, fin la restauration, si c'est un savoir-faire ancien, l'artisanat...**

[10 :30] Si on prend Pagès, et sellier bourrelier, c'est un métier qui se perdure pourquoi, ben parce que refaire un fauteuil, refaire, bon c'est sûr il fait pas des selles de chevaux, mais euh des fauteuils de calèche, des fauteuil de voiture d'autrefois c'est le même travail. Pour lui le métier a pas bougé. Là c'est très intéressant, quand on travaille donc, là c'est de la vrai restauration, après quand on part dans de la restauration de bouche comme les établissements Deymier, on travaille une méthode ancestrale, qui est figée dans le temps. Ca oui, mais après en dehors d'eux, je vois pas d'autres boites, bon lui qui fait quelques chose de vraiment... Cadilhac avec l'ébénisterie, parce que ça reste l'ébénisterie, y a un savoir-faire qui est tellement important, c'est pas les machines qui font tout le boulot, mais après...

**[11 :20] Ok. Et après je sais pas si là vous connaissez ou pas, mais est-ce que vous voyez du savoir-faire agricole qui serait intéressant à valoriser ?**

[11 :27] Alors là, savoir-faire agricole, euh... là c'est pas mon domaine... C'est sûr qu'il y a des savoir-faire agricoles, des gens... c'est sûr qu'il y est. Les agriculteurs, enfin le bon sens agricole existe toujours. Bon après les savoir-faire dans le carmausin, ça a sacrément perdu, ça a sacrément chuté hein. Tout le monde s'est orienté vers des concepts beaucoup plus modernes, fin ce que demande le marché aujourd'hui.

**[11 :59] Ok. Euh... est-ce que en tant que voilà, restaurateur de cadran solaire, voilà vous avez déjà accueilli du public pour expliquer votre métier ou... Non ? Mais même au niveau de l'association par exemple, lorsque vous faites des restaurations, pour expliquer voilà comment vous faites les restaurations ?**

[12 :17] Non. Portes ouvertes tout le monde peut venir nous voir mais bon, euh... même quand on fait venir, y a pas un engouement spécial de la part des gens, non. Ils le savent puisqu'on fait les salons, on fait, on fait les journées portes ouvertes, donc ils le savent tout ça mais ça...

**[12 :42] Mais ça intéresse pas forcément**

[12 :43] Pas spécialement, pas spécialement. C'est pas le. C'est un peu particulier. Carmaux tire un trait sur son passé, même les anciens mineurs, il y en a quelques-uns qui vont être intéressés mais c'est un intérêt du moment, puis après..., ils sont venus voir tu les verras pas d'un an, deux ans, ils vont pas... En sachant que tous les mercredis après-midi on est là, ils vont pas revenir plusieurs fois.

**[13 :12] Et pourquoi à votre avis y a cet écart fin...**

[13 :17] Je pense qu'il y a besoin de passer, tourner la page. Carmaux ça a été, on a tout détruit à Carmaux, c'est particulier. Moi quand je suis arrivé à Carmaux, il y avait toutes les industries, en l'affaire de cinq ans, tout a été rasé. Mais rasé, quand on, je dis rasé c'est rasé. Et les élus, personne s'y est opposé. Personne s'y est opposé, pas les syndicats, pas les élus, et tous ceux qui appartenaient au, à la famille fondatrice des mines, tout ça, ça a été détruit, volontairement détruit. Mais volontairement détruit ! Donc un besoin de revanche quelque part, revanche prolétarienne, donc on a détruit, on a tout détruit. Et aujourd'hui on s'aperçoit que merde. Moi je me suis battu, pendant les vingt premières années que je suis arrivé à Carmaux, je me suis battu pour pas qu'on détruise. Mais je me suis fait une multitude d'ennemis. Alors que maintenant on commence à le regretter. C'est problématique [rires].

**[14 :15] Oui. Euh...**

[14 :16] Quand il y a plus rien...

**[14 :19] Donc du coup est-ce que vous pensez que la population locale elle est attachée à ce patrimoine-là ? Au patrimoine artisanal et industriel ?**

[14 :25] Non. Pas du tout. La seule chose que les carmausins regrettent, c'est la destruction du parc du Pré-grand. Voilà.

**[14 :32] Oui, c'est vrai qu'on m'en a parlé plusieurs fois de ça.**

[14 :35] Tout le temps. C'est la seule chose qu'ils regrettent. Dès que ça a été détruit, ils se sont rendu compte qu'ils avaient fait une connerie. Mais il faut dire une chose, c'est que c'est quelque chose qui a été détruit complètement, sur la fin quand même quand ça a été détruit. Ça a été détruit pour la bonne cause, pour créer des emplois donc créer et installer des usines euh... mais comme les usines ça a pas fonctionné, ça pouvait pas fonctionner, la reconversion c'est, c'est quelque chose qui a jamais fonctionné. Dans tous les sites de charbonnière de France qui ont été reconvertis, ça a jamais fonctionné. Et Carmaux aurait dû euh, se renseigner et aller voir les autres sites puisque il y avait des sites il y avait 20 ans qu'ils étaient fermés, 25 ans, 30 ans qu'ils étaient fermés, donc 30 ans en arrière qui avaient subis des reconversions, et ce qui s'est passé, dans tous ces sites s'est passé à Carmaux et ça se passera, ça s'est passé dans ceux qui ont fermés après Carmaux. Voilà, donc tout ça les élus ont pas voulu en prendre connaissance, et ils ont fait n'importe quoi. Il y avait la pression des syndicats, la pression de la population, donc il fallait créer des industries. Enfin pourquoi pas. On a détruit le parc et on s'est rendu compte au bout de deux ans, que bon les usines c'était de la fumisterie, parce qu'elles ont jamais démarrées,

elles ont jamais employé personne, elles ont jamais démarrées pour certaines et donc et le parc du Pré-Grand il est parti. Ça c'est la seule chose, c'est le seul regret qu'ont les carmausins, c'est la seule chose. Après les carmausins regrettent leur jeunesse. Mais ça c'est pas lié au fait de l'industrialisation ou du savoir-faire carmausin. C'est lié, c'est propre à chaque humain ça. Quand tu as 80 ans, tu penses à ta jeunesse. Que ça soit de l'industrie minière, que ça soit de l'exploitation agricole ou n'importe quoi, ou un port de pêche, hein voilà. Ils regrettent leur jeunesse, mais ils regrettent pas la destruction, on en est pas là aujourd'hui. Ils en voient pas l'intérêt. Ça c'est tout... Tout ce qui a été conservé, qui est des bâtiments de la houillère, c'est parce que ça a été conservé, conservé par des personnes extérieures de Carmaux. La régie, bon on a conservé tout le, qui est aujourd'hui classée monuments historiques. C'est parce qu'on avait un directeur des mines, de la régie, qui a voulu et qui ont essayé, et qui voyait l'intérêt de ce type de bâtiment. En plus ils y ont trouvé une utilité pour développer la régie municipale de Carmaux. Et ça a été conservé sinon c'était appelé à être détruit. Voilà donc, parce que des personnes ont créés des projets derrière. Mais les personnes qui sont étrangères, toute façon tous ceux qui ont sauvées quelque chose à Carmaux, ce sont des personnes étrangères de Carmaux. Moi-même je suis pas carmausin, voilà parce que les carmausins ils en sont pas encore à ce [enregistrement incompréhensible], sauf le Pré-Grand.

**[17 :12] Ok, d'accord. Mais du coup ça veut dire qu'il y a quand même une image un peu négative du territoire ?**

[17 :16] Bien sûr, bien sûr. Carmaux souffre d'une image très négative. Les carmausins sont pas positifs sur leur ville. Non, petit à petit y a un changement, mais ils sont pas positifs.

**[17 :27] Et vous pensez que c'est dû à ça, à l'histoire minière ?**

[17 :32] Oui parce que le..., les carmausins ils ont, ils sont frustrés quelque part, parce qu'ils ont toujours était habitués à être dirigés quelque part. Leur vie était déjà, en naissant leur vie était déjà dirigée, elle était construite. C'était la mine, euh tous ceux qui travaillaient derrière, soit les commerces, soit la mine, etc, etc... tout marché très bien. Y avait, mais le problème c'est que y avait que la mine. Une fois que la mine s'est arrêtée, tout s'est écroulé avec. On, on, y a un petit peu se reproche qui est fait à la mine, de s'être retiré de Carmaux. C'est un peu ça qui est fait. Alors que la mine, la prise de conscience n'a jamais eu lieu. On aurait dû, les carmausins, ils auraient dû se prendre à plusieurs, se prendre par la main, il faut faire des choses, voilà. Ca... mais bon petit à petit, Carmaux, ça empêche pas de vivre, beaucoup sont partis ailleurs. Mais y a pas de regret, il y est pas le regret. Il y est pas le regret. On le sent... moi je le sens pas encore.

**[18 :24] Ok.**

[18 :24] Il viendra un jour ou l'autre, bon, ou il viendra pas. Ca ça veut rien dire. Mais le Pré-Grand, je suis sûr qu'il y a du regret, ça le Pré-Grand. C'est quelque chose que les carmausins ont dans le cœur.

**[18 :36] Ok. Et est-ce que vous pensez qu'une personne qui vient de l'extérieur, donc par exemple un touriste, il a une image, il a quelle image du carmausin ?**

[18 :45] Carmaux... Carmaux c'est une ville qui a jamais été, qui s'est jamais ouverte vers l'extérieur. Donc Carmaux était ont disait à l'époque au XXème siècle, un Etat dans l'Etat. Euh... ça a toujours été une ville très fermée, très repliée sur elle-même. Bonne culture, bonne industrie, etc, etc, il a fallu attendre les années 90 pour avoir un Centre culturel euh à Carmaux. Donc c'est quand même montrer... la culture c'était quand même un petit peu, bien qu'il y ait les bibliothèques des mines. Mais moi j'ai fréquenté la bibliothèque des mines quand je suis arrivé à Carmaux, y avait personne. Donc c'est vrai que ce côté-là d'ouverture Carmaux souffre, en souffre toujours. Mais elle essaye quand même de changer son image. Le problème c'est que les villes comme Carmaux, y en a quelques-unes en France. Donc tout le monde aujourd'hui essaye de faire face, d'attirer des gens, etc, etc... C'est pas évident non plus. Et le tourisme... y a rien pour attirer les gens à Carmaux. Y a pas de mise en valeur, on a pas un musée... on a jamais fait l'effort de ce côté-là. Euh... le, le, le peu de monuments qu'on a, on les a jamais valorisés. On a des places qui sont pas accueillantes, elles sont entièrement goudronnées, y a pas du tout..., on a pas d'espaces verts. On a des beaux parcs, mais c'est des parcs qui sont à l'extérieur, qui sont fermés, qui sont... Il faudrait, il aurait fallu dynamiser le centre-ville en attirant les gens, bien qu'il y ait des personnes qui viennent à Carmaux, parce que les parkings gratuits, etc... mais les touristes non euh... C'est pas une... Jaurès, Jaurès, on n'a jamais su vendre Jaurès. On aurait dû être, la première ville sur Jaurès ça aurait dû être Carmaux et pas Castres. Ca on a jamais su le faire.

**[20 :32] Oui. Ok. Est-ce que vous pensez que s'il y a des actions qui sont menées pour valoriser un peu le patrimoine industriel, artisanal, même agricole pour les alentours de Carmaux, ça peut participer à revaloriser un peu l'image du territoire ?**

[20 :47] Oui mais bon, le problème qu'il y a, ça valorisera toujours, mais quand on s'intéresse à son patrimoine, ça montre qu'on s'intéresse à sa ville. Mais euh... le problème c'est que toutes ces villes industrielles qui sont sinistrées aujourd'hui euh, se défendent à travers ça. On va à Saint-Juéry, tout est basé sur l'usine du Saut du Tarn, on va dans d'autres villes euh... j'étais dernièrement du côté de l'Ariège là c'est pareil, les mecs c'est leur patrimoine industriel, mais bon... C'est pas que ça qui fait venir les gens. C'est pas que ça. Et puis à Carmaux, montrer quoi ? On a plus rien. On va pas reconstruire les usines, on les a toutes mises par terre, à part la centrale électrique. Il reste plus rien à Carmaux, tout a été, le chevalement de Blaye qui a été conservé par le Maire, par la Mairie de Blaye et la centrale électrique. Après c'est vrai qu'on a vite fait le tour de la question. Donc patrimoine industriel oui, à condition qu'on le conserve. A Saint-Juéry, ils l'ont conservé leur patrimoine. Ils l'ont conservé parce qu'ils l'ont arrêté beaucoup plus tardivement que le nôtre et qu'il y a des personnes pour le valoriser. On a le musée mine de Cagnac, le musée-mine de Cagnac, euh... c'est une équipe de dix personnes qui l'ont restauré et ça a jamais fédéré les carmausins derrière. D'ailleurs le musée se plaint que..., ils arrivent pas à fédérer les communes, les communes principales. Blaye, Saint-Benoît, Carmaux, ils arrivent pas à les fédérer autour du musée de la mine de Cagnac. Parce que

c'est à Cagnac et que c'est pas à Carmaux. Et oui mais c'est compliqué. C'est très compliqué, c'est une..., c'est très, très fermé, comme euh... Et la directrice... Véronique Malfettes, elle te le dit : « moi j'ai pas d'écoute auprès des élus locaux ». Et oui. Ca montre bien qu'il y a encore... y a encore des tensions là-dessus, sur Carmaux. C'est très difficile de travailler sur ce patr... surtout toucher au patrimoine des mines.

**[22 :41] Ouais.**

[22 :42] Les gens sont extrêmement compliqués. Les syndicats tout ça... Moi je vois par exemple nous l'association histoire et patrimoine on est entre parenthèse, interdit d'intervention sur Cagnac.

**[22 :54] D'accord.**

[22 :55] C'est pas une interdiction formelle, mais

**[22 :57] Ok, vous le ressentez comme ça...**

[22 :58] C'est pas qu'on le ressent, c'est qu'on nous le dit, on est pas les bienvenue. Si on veut faire des manifestations autour de la mine sur le carmausin ok, mais on a pas à aller sur Cagnac. Absurde. Alors qu'on devrait fusionner nos savoir, nos compétences, nos disponibilités, alors qu'on, qu'on se tire la bourre. Pourquoi, j'en sais rien, honnêtement je sais pas. Mais simplement pour une histoire de passée, de ci, de l'un par rapport à un autre. Ça remonte toujours très loin, mais à la sortie... Et ce ressentis là il se retrouve au niveau de la direction du musée, où il y a pas d'écoute, avec la collectivité. Voilà. Tout simplement parce que le musée il est pas là où il faudrait être. Et oui mais bon. Alors c'est compliqué, c'est très compliqué quand on veut, quand on travaille sur le patrimoine, c'est très, très, très compliqué. Tout le monde veut se l'attribuer, tout le monde se donne des droits, mais la réflexion collective elle y est pas, fin pour l'instant elle y est pas.

**[23 :56] Ouais, ok.**

[23 :57] Et plus ça va, plus on perd d'éléments.

**[24 :01] Donc il manque un peu une volonté de la collectivité.**

[24 :06] Non, non, c'est même pas ça. C'est que c'est, c'est, c'est des problèmes de rapports d'hommes. C'est des gens qui veulent pas partager un certain savoir, un acquis, qu'ils conservent encore pour eux euh... Quand on veut pas partager, c'est difficile de communiquer. Et donc à partir de là, on commence à se donner des droits sûr.... On s'en sort pas, on s'en sort pas.

**[24 :30] Ok. Bon après j'avais une question, c'était est-ce que les locaux sont intéressés par la découverte de ce patrimoine, mais vous m'avez un peu répondu que...**

[24 :40] Pas tant que ça, parce que nous quand on fait des animations, on en fait beaucoup d'animation. C'est toujours les mêmes que tu vois, le problème c'est que c'est toujours les mêmes. Tu as un groupe de 200 personnes et ça va tourner autour de ces 200 personnes là.

Quand on fait le salon d'Imagine Carmaux, tu vois toujours les mêmes personnes, c'est toujours les mêmes personnes que tu vois. Moi ça fait, euh... 7 ou 8 ans qu'on le fait avec histoire et patrimoine, euh... mais tu vois toujours les mêmes. C'est, c'est ça qui est terrible, parce qu'en fin de compte après... mais on a une population nous qui a énormément changé. Elle a changé la population, elle a tournée, et donc, euh... les, les, intérêts, l'histoire carmausine c'est pas spécialement ce qui les intéresse. Ils s'en foutent un peu... C'est... On arrive pas déjà au niveau de, de la jeunesse, à impliquer la jeunesse, alors que les corps enseignants devraient, ils font histoire de l'art hein, c'est obligatoire maintenant, il en manque pas des œuvres d'art sur le carmausin, on pourrait en prendre connaissance, déjà des œuvres d'art qu'on a sur le carmausin. On peut toujours rattacher l'histoire avec le territoire, c'est... c'est possible. Il faut avoir une volonté aussi, il faut des enseignants qui sont du coin. Alors que les enseignants aujourd'hui ils sont même plus de Carmaux. Des enseignants carmausins y en a quelques-uns encore mais y en a pas beaucoup, avant y avait que ça. Donc c'est pas pareil. Tout ça fait que, moi je vois mes filles l'histoire locale bon elles la connaissent parce qu'elles la subissent avec moi, mais sinon après... Et puis quand vous prenez un jeune, vous allez voir une ville, si vous le forcez pas à découvrir l'histoire d'une ville, c'est pas ça qui va l'intéresser. Et ainsi de suite. Donc c'est compliqué à faire passer la fibre de, du patrimoine, c'est, c'est compliqué. Il faut, c'est aux adultes à la promouvoir, c'est aux élus. Nous on a la chance aujourd'hui, que ce soit la communauté de communes, que ce soit la Mairie de Carmaux, de Blaye, Saint-Benoît, ils sont regardant sur leur patrimoine, le peu qu'ils leur reste. Il faut savoir aussi faire la part des choses. On l'a pas par exemple dans les campagnes. Dans le milieu rural, c'est beaucoup plus difficile, c'est beaucoup plus difficile. Parce que c'est lié à des budgets, c'est lié à des financements, il faut s'en rendre compte aussi. On sait très bien, que dès qu'on veut faire restaurer, ça coûte de l'argent, etc, etc... puis intéresser les gens... Nous on essaye, avec l'association histoire et patrimoine, de trouver, de recruter des personnes qui sont à l'extérieur de Blaye, Saint-Benoit, Carmaux, euh... par exemple Saint-Jean de Marcel euh..., Mirandol-Bourgnounac, etc, etc, qui viendraient avec nous, pour... mais même si on est pas à Carmaux, on peut aller à Mirandol nous on s'en fout. Et qu'on travaille ensemble, mais c'est très difficile, on en trouve pas. Parce que ça intéresserait que des personnes écrivent des articles nous sur, ou fassent des conférences sur la vie à Mirandol autrefois, etc, etc... Je suis demandeur, j'y avais beaucoup pensé moi, c'est très intéressant. Et ça on arrive pas à le..., on arrive pas, fin nous on y arrive pas. Après y a les Acier, non..., enfin l'ancien directeur de Tanus là. Le maire de... je crois qu'il s'appelle Acier, non..., je me rappelle plus comment il s'appelle... enfin bref. Euh, c'est pareil il disait qu'il faudrait qu'on fédère tous ces groupes qui sont sur le patrimoine. Oui il faudrait le faire. Mais ça aujourd'hui il faut que ça soit, c'est au niveau d'une collectivité de le faire. Au niveau de l'associatif, on le fera pas. Au niveau associatif on le fera pas, c'est trop compliqué. Il faut que ce soit, il faut que ce soit des structures qui soient portées par euh la collectivité. Ca, ça pourrait se faire oui, c'est un peu ce que fait l'Office de tourisme, mais bon pour mettre en place l'Office de tourisme c'est compliqué tu vois, ça fait des années qu'on essaye de le faire, ça prend du temps. Ça prend énormément de temps, là bientôt l'office de tourisme ça va faire 5, 6 ans qu'on y travaille dessus, c'est pas encore tout à fait finalisé, parce que y a des municipalités qui s'opposent, qui y trouvent

pas leur intérêt, bon... Ca aussi, à la sortie, euh, ils passent, ils passent beaucoup de temps. Et 10 ans ça passe très vite, ça passe très vite. Alors il faut en faire... Alors ces collectivités qui sont en train de se mettre en place, mais c'est que nous, nous sommes grand, c'est l'intérêt de, du territoire, travailler de la même main. C'est ça qu'il faut qu'on fasse. C'est ça qu'il faut qu'on fasse.

**[28 :51] Ouais, ok. Euh... ok. Et est-ce que vous pensez que même si ça intéresse pas les locaux, ça peut intéresser les touristes, de découvrir un peu, ben voilà le patrimoine artisanal.**

[29 :03] Ah oui, après le... tout le patrimoine en général, après, c'est un... euh... quand on parle, on parle du Ségala-carmausin, euh il est évident que c'est une zone qui a quand même un intérêt culturel, touristique, artistique, euh... pour les vacances. Il y a un potentiel énorme, il est évident que plus on mettra en avant les richesses du territoire, les côtés attrayants du territoire, mieux ça sera, ça c'est sûr. Mais euh... après qu'on se déplace pour un savoir-faire [dubitatif], à Carmaux je vois pas trop. Je vois pas trop parce qu'on a pas, on a plus ça. Matériellement ça existe plus, donc euh..., euh..., les personnes qui vont se déplacer à Carmaux, elles vont se déplacer pour la région. C'est la valorisation de la région, c'est ça qui va les intéresser.

**[29 :51] Ok. Euh, donc bon, mais ça c'est une question vous y avait un peu répondu aussi, c'est ce que du coup cette valorisation du patrimoine industriel elle est développée, mais vu qu'il y a plus trop de patrimoine... [Acquiesce]. Ouais voilà, y a plus rien, ok. Euh, et est-ce que vous pensez, mais ça aussi c'est un peu compliqué d'après ce que vous m'avez dit, si on développe voilà le savoir-faire, fin l'attractivité... non... Je vais reformuler ma question, euh si on valorise mieux l'industrie ou l'artisanat qui est peut être présent, ou même l'agriculture, qui est présent sur le territoire, est-ce que ça peut être un moyen d'attractivité ?**

[30 :34] L'agriculture oui parce que y a un potentiel énorme aujourd'hui avec le bio, les gens sont, recherchent ça. On est quand même une zone rurale nous, donc qui dit rural dit bio..., confort de vie, etc, etc... Donc ça oui, au niveau de l'artisanat non, on est pas... Les gens qui veulent s'installer à Carmaux, sur le Ségala Carmausin, qu'il y ait quelques artisans ça les intéressent, mais c'est pas le... C'est pas la raison première. Le bien vivre que..., qu'offre le Ségala Carmausin, ça c'est sur parce que tu..., tu as des villes qui sont pas trop loin, tu as du confort. Y a un savoir-vivre gastronomique qui est relativement intéressant, donc ça les gens ça va les intéresser. L'agriculture oui ça j'y crois, mais nous l'industrie, l'artisanat, non. Ca non, parce que l'artisanat aujourd'hui c'est, n'importe qui peut s'installer quasiment artisan. L'artisanat n'a rien à voir avec les savoir-faire de l'artisanat du début du XXème siècle. C'est complètement différent.

**[31 :37] Ok. Euh... ok... donc, après c'était une partie sur un peu les problématiques du territoire, donc la question c'était quelle est la place du patrimoine industriel aujourd'hui, mais vous y avez répondu, il y a plus rien. Euh... ok... euh..., donc ça c'est bon... Euh à oui, donc là, la question c'est, souvent quand on parle de savoir-faire, c'est associer à, aux traditions, à un savoir-faire ancien, une technique ancienne. Est-ce que vous pensez qu'il est plus important de conserver cet héritage ou plutôt d'essayer de s'adapter à..., en par exemple comme le fait le**

**musée du verre, en accueillant des jeunes designers ou des jeunes artistes. Qu'est-ce, vous pensez que voilà il vaut mieux miser sur ce qui s'est fait avant ou plutôt sur ce qui se fait maintenant ? Ou allier les deux.**

[32 :30] Allier les deux, le musée du verre donc allie les deux avec bien sur un regard moderne sur, l'art du verre. C'est le, c'est le mérite de Laurent, de développer le musée qu'il a mis en place sur le domaine de la verrerie, c'est très intéressant. C'est ce qui est attrayant. Ce qui attire les gens c'est de voir un petit peu ces nouveaux savoir-faire, qui sont liés à la demande du moment. Parce que ça c'est porteur, ça veut dire que c'est créateur de... d'initiatives, de projets de... d'entreprise quelque part. De... Là y a un vrai métier qui décline. Tout ce qui est lié après à l'at du verre passé, euh... faut pas oublier que nous on était une verrerie à bouteilles. Donc euh... ça a rien d'extraordinaire une verrerie à bouteille. C'est on produit du verre, des bouteilles en masse et puis point à la ligne. Alors que là on travaille sur l'art du verre, c'est quand même beaucoup plus porteur. Aujourd'hui on se sert, comme le fait Laurent, très bien du passé verrier, pour le porter aujourd'hui dans cette façon de, du concept du verre du XXIe siècle, et ça, et ça c'est très bien. Ce qui est vrai pour le verre, on aurait pu le faire pour l'extraction minière, on aurait pu le faire pour notre savoir-faire industriel. On avait le potentiel, mais le problème c'est qu'aujourd'hui on a plus rien. Donc automatiquement euh... on pourrait partir sur un projet, recréer un projet, mais bon il faut l'imaginer le projet, et là ça devient beaucoup plus compliqué. Parce que, en plus l'exploitation charbonnière n'avait rien d'extraordinaire à Carmaux. Ça se faisait un petit peu de partout, le verre c'est un peu différent, le verre, c'est, c'est à Carmaux, on parle beaucoup de cette industrie du verre. C'est vrai que ça a été important, ça a marché avec le charbon, un savoir qui était reconnu, c'était toujours l'élite. Ils ont toujours été mis en avant les verriers à Carmaux. Donc euh... partir là-dessus, c'était beaucoup plus logique et puis il y avait de réels vestiges sur le Carmausin. Et il faut quand même reconnaître une chose, dans le, dans le tarn avec Grésigne tout ça, Sorrèze, on a un milieu verrier qui est très important, qui est bien développé, avec des musées, des... Et donc automatiquement ça s'est, ça s'est amalgamé tout ça. Alors que sur l'industrie on voit, on peut même pas s'appuyer sur Decazeville parce que Decazeville ils ont rien fait, nous à Carmaux on a rien fait... Euh... toute ces, les, les, les sociétés de charbon, un petit peu à l'Est mais bon à part un musée, mais... Cagnac, le musée de Cagnac, après ça a pas embrailé, donc automatiquement, on a rien construit là-dessus. Je dis pas que c'est pas possible, ça c'est..., je dis pas que c'est pas possible.

**[35 :11] Ok. Ok, ok. Et... Ok. Et donc dernière question... [Interrompu par une dame]. C'est la dernière question, est-ce que vous voyez un peu des freins qui existeraient à la valorisation de ce patrimoine sur le territoire ?**

[35 :33] Des freins ?

**[35 :34] Ouais.**

[35 :36] Non, des freins non parce que des freins, pour moi c'est lié à des volontés individuelles, donc qu'il y ait des freins non. Mais euh... le marché aujourd'hui ne,

n'amène pas des personnes à s'investir là-dedans. Ou alors faut vraiment que ce soit quelque chose de très spécifique, mais c'est pas le cas. Donc non.

**[36 :01] Ok. Ben merci beaucoup. Est-ce que vous avez quelque chose à rajouter sur la thématique ou...**

[36 :07] Non, non, non, faut creuser un peu plus, voir un petit peu ces savoir-faire. Peut-être en milieu rural s'il se passe des choses, j'ai rien en tête moi là-dessus. Mais bon euh... après des..., il faut trouver des personnes qui ont des métiers très particuliers, qui ont pas bougé depuis, ben depuis pas mal de temps quoi. Sur le carmausin, faut feuilleter un petit peu le, un peu ce qui..., le listing des artisans, des professions, voir un petit peu.

**[36 :41] Mais après voilà, moi ce que je trouve ce qui est compliqué aussi dans cette thématique c'est que le métier d'artisan est un métier à part entière et après moi c'est plus la partie ouverture touristique, et c'est deux métiers totalement différents. Donc y a peut-être des gens qui ont un savoir-faire très particulier, très intéressant, mais qui veulent pas forcément s'ouvrir au public, ou faire visiter ou...**

[36 :59] Oui mais nous, l'artisanat en lui-même n'a pas d'ouverture au public, ça apporte pas grand-chose. Si on prend par exemple un gars qui est maréchal-ferrant, qui ferre les chevaux ... voilà un métier ancestral et voilà un intérêt touristique. Parce que s'il est là c'est que justement y a du loisir, y a du tourisme etc... et ça c'est intéressant. La restauration bien sûr, ceux qui travaillent sur la restauration, c'est quelque chose qui, bien sûr ça va de pair, mais après il faut trouver les métiers. Alors aujourd'hui, on a un fabricant de... on a un fabricant de... à Carmaux, d'instrument de musique, de guitare, ou d'archer. Archer ça oui, ça c'est un savoir-faire ancestral qui est perduré là-bas au ASEI. Ca oui c'est quelque chose d'extraordinaire. Euh... y a ça. Après vous avez quelques facteurs d'instruments, ça c'est un savoir-faire. Mais, c'est, c'est très isolé ça, c'est pas lié au développement industriel carmausin. Euh... l'entreprise qui travaillait directement avec le charbonnage et qui est, comment dire, qui avait une activité qui était liée à cette industrie principale, y a plus rien aujourd'hui. Y a plus rien. Ca aujourd'hui, aujourd'hui ça existe plus. Les personnes qui travaillaient le cuir pour la mine, le gars qui des rivets rien que pour la mine, tout ça, c'est métiers là ils existent plus, ils existent plus. Le problème c'est que, ils sont partis avec la mine. Et ça là-dessus, vous le retrouverez pas ça.

**[38 :41] Et oui.**

[38 :42] Bon allez, je vais voir mes..., mes restaurateurs où ils en sont. S'ils me font pas trop de bêtises.

**[39 :24] Bon, ben merci beaucoup.**

[39 :27] Ben écoute si ça a pu te rendre service.

## Entretien M. H

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien
Monsieur H	Directeur du Musée/Centre d'art du verre Responsable du service culture de la Communauté de communes Carmausin Ségala	Lundi 16 avril 2018 13h30 Rencontre en face à face

**00:00 Euh, donc est-ce que déjà vous pouvez vous présenter, présenter vos fonctions, à la communauté de communes et au musée verre ?**

00:15 Donc Monsieur H, je travaille pour la communauté de commune Carmausin Ségala, où je suis en charge de la direction du musée/centre d'art du verre et des affaires culturelles.

**00:26 Euh, ok, et est-ce que vous pouvez présenter, ben un peu, pour le service culture, les actions qui sont menées, par exemple en faveur notamment du patrimoine, s'il y a des actions spécifiques ?**

00:38 Oui. Fin, le... au niveau du service culture ?

**00:42 Oui.**

00:43 Spécifiquement, euh... Ben après oui.

**00:47 Même au niveau du musée, vu que les deux sont...**

00:48 Oui voilà. Donc la politique culturelle de la communauté de commune en matière de valorisation, de conservation du patrimoine, va s'articuler essentiellement autour du musée, centre d'art du verre, forcément, puisqu'il s'agit d'un musée de site sur une ancienne manufacture royale, qui est occupée euh... donc son propos, le propos même du musée centre d'art est directement lié, à... le contenu au contenant, de ce fait. Ensuite, en termes de valorisation du patrimoine, on va avoir le soutien aux manifestations locales, du type, la fête de la pierre de salle ou par... d'autres biais, autre que la culture, le soutien à des manifestations, comme la foire de Tanus. Ensuite au niveau du patrimoine spécifiquement, la communauté de communes est adhérente à la Fondation du patrimoine, et à ce titre, elle soutient et accompagne les initiatives locales, qui visent à restaurer les patrimoines ou à le valoriser. Euh... donc c'est un lien qui est fait entre une association, une mairie ou un particulier aussi qui souhaite, euh... restaurer son patrimoine, et la, la Fondation du patrimoine.

**01:59 Ok. Ok...**

02:02 ... je n'oublie pas d'autres éléments... Et après, sur le volet plus touristique, ce sont les sentiers Rando patrimoine. Avec 11 sentiers thématiques, qui associent donc sport de pleine nature et patrimoine.

**02:16 Ok. Et en tant que musée du verre, du coup comment se concrétise la valorisation du patrimoine du territoire ?**

02:23 Alors, j'ai oublié un élément important aussi, du service culture. C'est la collecte des mémoires et la valorisation de ce travail, soit par le biais d'actions de, pédagogiques ou de diffusion aussi, parce qu'une exposition existe, elle est peut-être à réactiver et évolutive, donc sur la question des mémoires de migrants, les mémoires paysannes aussi qui vont être abordées cette année. Travail de collectage et de valorisation.

**02:50 Ok. Euh...**

*[Ferme la fenêtre]*

**03:13 Euh oui donc au niveau du musée du verre, comment se concrétise la valorisation du patrimoine industriel et artisanal du territoire ?**

03:25 Euh... c'est vaste comme question. C'est bon d'abord un parcours muséographique euh..., qui est très mal fait, mais qui permet malgré tout de retracer à peu près l'histoire des..., de, des verreries dans le Languedoc, donc plus large, c'est plus ouvert que le patrimoine industriel, mais la base, donc remonte à une proto-industrie du verre très présente dans le Languedoc et dans le Tarn euh... en forêt de Grésigne et en Montagne Noire, vraisemblablement euh... à partir du XIVe siècle, du XVe siècle, XIVe-XVe siècle, peut-être même de façon antérieure, à l'époque du Moyen-Age, fin au Moyen-Age, XIe, XIIe siècle. Euh... donc c'est important, puisque cette industrie du verre, euh... va chercher des racines plus anciennes que la période plus industrielle du XIXe siècle, euh... et jusqu'à nos jours. Donc on tente à travers le biais, par le biais du parcours muséographique permanent du musée, à restituer cette histoire de 600 ans de production verrière ininterrompues dans le Tarn, donc des forêts, des verreries forestières, on a la forêt de Grésigne et de la Montagne Noire, jusqu'à la verrerie ouvrière d'Albi, euh... qui est toujours en activité. Euh... on a une continuité, on a une continuité d'une production industrielle qui ne s'est jamais arrêtée, et qui se porte bien. Les verriers, aujourd'hui dans les usines, manipulent plus les cannes des souffleurs de verre, mais sont régis par un syndicat qui est celui de la chambre syndicale des verriers, se définissent toujours comme verriers, c'est important aussi, comme... euh donc y a ce rapport quand même, et toujours très important quand on va les rencontrer, aujourd'hui aux verre..., euh à la matière même, voilà, malgré la mécanisation, malgré le fait que ce soit une usine, il y a une relation à la matière qui est quand même particulière et qui reste particulière. On conçoit des bouteilles mais ça, ça implique de connaître le matériau, de connaître le coefficient de dilatation pour les couleurs etc, des préoccupations qui sont pas éloignées des souffleurs de verre, qui travaillent de façon artisanale. Donc, je... voilà. Donc le parcours muséographique et après des démonstrations au sein d'un atelier verrier. Déjà, l'existence d'un atelier verrier, euh... et les activités qu'on y mène, notamment l'ouverture de l'atelier au public, dans le cadre de

démonstration. Ça, ça fait partie des actions de valorisation du patrimoine. Je suis long hein !

**05:58 Non, mais y a pas de problèmes. Et du coup, euh quelle est plutôt le profil des visiteurs qui viennent, qui viennent sur le site, donc au musée et à l'atelier verrier ?**

06:08 Alors... ça si tu veux le voir dans le détail, par contre ça peut être intéressant de demander le bilan à Karine, le dernier bilan par exemple de la saison passée, où elle reprend un peu les analyses des années précédentes. Euh... et dans le PSC, j'avais fait quand même une synthèse, voilà. Donc on a, euh... sur la fréquentation globale, alors c'est une ouverture qui est limitée sur 6 mois, donc une fréquentation plutôt estivale, ce qui limite un peu les possibilités de, de travail de terrain, avec les scolaires notamment qui se joueraient plutôt sur le long court, sur la période d'hiver, donc... Mais sur la période donc d'ouverture, qui est estivale, du 1er avril au 15 octobre, on accueille quand même pas mal de tarnais, on a une belle fréquentation, c'est pas 50 % de fréquentation mais quand même, pas loin, de mémoire, on a autour de 40 %, euh de tarnais. Euh... sur ces 40 %, on a... un têt important de locaux, d'habitants de la communauté de communes. Les codes postaux de la communauté de communes sont vraiment bien représentés euh... Ça peut aller, ça peut représenter jusqu'à 2 000 voire 3000 habitants par an, ce qui est bien sur une fréquentation moyenne de... entre neuf et dix milles euh... personnes entrées, sur..., sur six mois d'ouvertures. Donc euh... et ensuite, le, c'est hors..., la fréquentation de mémoire, hors région, donc fréquentation plutôt touristique, donc on arrive à capter quand même un flux de touristes hors région Midi-Pyrénées. Ensuite, sur la région, la fréquentation, elle est assez, aujourd'hui limitée. C'est plutôt l'axe Haute-Garonne, Aveyron, euh... voilà, on est traversé par... Hors département c'est Haute-Garonne, Aveyron, donc on retrouve l'axe euh... Toulouse-Rodez, sur la fréquentation, c'est assez clair.

**08:02 Ok. D'accord. Euh... et ces visiteurs est-ce que vous avez un peu leur, qu'est-ce qu'ils recherchent en venant visiter le musée ?**

08:13 Les démonstrations de souffleur de verre. Voilà, ils viennent en premier lieu, fin ce qui déclenche la visite, c'est la démonstration. Le musée du verre, oui bon, ben ils voient bien... Ils voient pas trop justement ce que, à quoi ça peut correspondre, mais bon ils voient des images de création, mais... surtout ce qui plaît c'est la démonstration. Donc quand ils appellent ils demandent systématiquement, quand est-ce qu'on leur fait les démonstrations, les groupes veulent absolument des démonstrations de souffleurs de verre, ça c'est très important.

**08:44 Et, et pourquoi c'est ce qui attire le plus ?**

08:46 Ben je crois que c'est la partie la plus... euh... la plus... à la fois spectaculaire, mais à la fois je crois la plus vivante. C'est euh..., la, la recherche d'expérience, la rencontre, c'est ce qu'attendent les gens. La rencontre avec les verriers, ils sont pas juste là, ils sont pas derrière une vitre inaccessibles, ils sont là, ils parlent avec les gens, ils témoignent de leur, de leur savoir-faire, de leur expériences. Et c'est vraiment ce qu'attendent les gens, c'est le, le... la part, tout la part de l'humain derrière le patrimoine, ça c'est quand même très fort.

Le patrimoine ou la création c'est la même chose, la rencontre avec les artistes, avec les créateurs, c'est quelque chose plébiscité par le public. Voilà.

**09:27 Ok. Euh, donc maintenant est-ce que vous pouvez donner une définition de ce qu'on entend par patrimoine artisanal ou industriel ?**

09:39 Euh...

**09:41 Ben un peu à quoi ça fait penser, quelles images peut-être vous viennent à l'esprit ?**

09:48 Le patrimoine industriel, ce sont des notions assez récentes. Euh... la... ce qui est normal. Concevoir l'industrie, le mobilier ou les immeubles industriels comme du patrimoine, c'est plutôt récent ce qui est normal, quand une industrie s'arrête, il faut peut-être un certain laps de temps avant de considérer que derrière, euh... un bâti et des savoir-faire, il y avait des histoires euh... humaines, des histoires sociétales ou de construction, de..., de cohésion sociale, ce qui fait, ce qui fait... tout ce qui gravite autour de ces, des métiers. Alors l'industrie, ce qui est particulier c'est le..., la masse, la masse de personne... qui fait que... au sein de ces grandes, de ces grandes masses d'ouvrier et de personnel, nécessairement s'agrègent des us et coutumes, mais..., des avantages sociaux aussi, euh... des façons d'être en groupe et de faire cohésion, de se retrouver. Alors, ça peut être des, dans le festif comme les fêtes populaires comme on connaît bien sur les terres anciennement industrielles, les fêtes populaires, le fait syndical aussi, c'est quelque chose d'important, euh... le... voilà, la partie politique aussi fait partie du, du patrimoine lié à l'industrie... euh, voilà. Donc patrimoine industriel pour moi, ça veut dire euh..., ce qui était, ce qui a été avant la mécanisation et ses évolutions.

**11:43 Ouais ok. Et comment vous définiriez la notion de savoir-faire ?**

11:47 La notion de savoir-faire, je sais pas, c'est un peu... C'est un... [Rires]... C'est une bonne question la notion de savoir-faire. [Réflexion]. Forcément associé à une technique... euh... qui implique l'intelligence humaine, et une relation entre... le geste et..., et une conception de l'esprit.

**12:22 Ok. Et est-ce que sur le territoire, vous pouvez citer des éléments qui sont importants du savoir-faire industriel, qui serait intéressant à valoriser ?**

12:34 Le..., bon ben forcément le verre, ça paraît un peu... ça tombe sous le sens parce que c'est encore quelque chose qui fait vivre des..., des personnes, donc c'est un savoir-faire qui n'est pas, qui ne s'est pas éteint, qui n'est pas mort. Et on a une continuité patrimoniale entre la verrerie royale de Solages, et la verrerie ouvrière d'Albi, puisqu'elle a été créée par les verriers de, de Carmaux, avec l'aide de Jean Jaurès. Donc la VOA à elle seule représente un symbole, mais en même temps une réalité économique et industrielle toujours vivace. Ça c'est important. Euh... notre Président de la République ne s'y est pas trompé puisqu'il est venu à la VOA, comme beaucoup de Présidents, parce que c'est, c'est un symbole aussi. Je crois que c'est une des..., un des éléments, quand on parle de savoir-faire lié au patrimoine industriel, euh... assez unique en France, et euh... bon, ça c'est quand même à mon avis quelque chose de très spécifique, et de relier euh..., qui relie en plus

Albi, l'albigeois et le carmausin, ça c'est plutôt intéressant, euh... Relier aussi par l'école des mines Albi-Carmaux, bien que l'école des mines soit à Albi, soit plus à Carmaux, mais y a quand même ce lien toujours entre l'école des mines et Carmaux. Euh... je ne sais plus quel était le...

**13:59 C'est quels éléments du patrimoine industriel.**

14:00 Voilà, donc le verre. Après évidemment la mine, euh... donc on a la chance d'avoir un Musée-mine avec des galeries, donc là pour l'expérience de la mine, c'est vraiment important. Je crois que le pendant des démonstrations, à... du verre, pour la mine c'est les galeries. Euh... un musée de la mine sans galeries, là, fonctionnerait beaucoup moins. Euh... l'expérience pareil, là, prime. On va descendre dans la mine, on va mettre le casque de mineur, ça c'est vraiment quelque chose qui est plébiscité. Euh... donc c'est vraiment un atout qui doit être préservé, ces galeries, et un ancien euh... musée de..., encore musée de site, sur un ancien site d'extraction. Donc ça c'est important parce que tous les chevalements, quasiment tous les chevalements, ne sont plus visibles, n'existent plus. Donc tout le paysage industriel carmausin, a été quand même assez gommé, et se fait, et s'est fait très discret. Sachant que c'était déjà euh..., du temps de l'industrie, au plus fort de l'industrie, on avait pas le même rapport... à l'urbanisme industriel, ici que dans le nord. Dans le Nord c'était vraiment des cités ouvrières, on voyait euh... on voyait qu'on était dans une cité minière quand on arrivait euh... quand on arrivait sur les coronas. Par contre Carmaux, déjà à l'époque, du fait de son évolution très récente, certainement, fin..., c'est un bourg très ancien qui a connu une évolution dans un laps de temps très court, à fait que, et c'est vrai qu'on le retrouve, Jean Vareilles dans ouvrage Carmaux, des origines à nos jours, euh... le..., au XIXe siècle quand on arrivait à Carmaux, on ne sentait pas, on avait pas l'impression, d'avoir, d'être dans une cité minière. Donc c'était déjà pas évident à l'époque, et après ça a été gommé, petit à petit, les édifices ont disparus, euh... voilà. Et donc c'est vrai que ça a été, de même que pour la verrerie, industrielle Sainte-Clotilde, vraiment de type grande halle XIXème, a perdu ses cheminées, tout son caractère. Il ne reste qu'une halle qui est la salle François Mitterrand, mais elle a perdu son caché, son caché industriel. Donc le caché industriel du carmausin est caché. Il faut, il faut aller le chercher. Donc mine, évidemment, mais à dénicher, y a le musée, mais y a pas que le musée, donc c'est intéressant d'aller voir le lavoir, de s'appuyer sur les éléments architecturaux de la mine, encore visibles et de les, de les utiliser comme outils de valorisation. Donc les savoir-faire voilà, verre, mine, et après sur le territoire, forcément les terres paysannes du Ségala. Qui font, qui font partie d'une, d'un... des traits, des grands traits de caractère qui ont construit le patrimoine, industriel, et économique puisque...

**17:04 Ok. Et est-ce que vous voyez des savoir-faire plus artisanaux, euh... qui seraient aussi intéressants ?**

17:13 Euh... il y a l'artisanat, bon en dehors du verre, on va avoir la Pierre de Salle, c'est, ça fait partie des spécificité, on va avoir l'échaudé aussi, c'est particulier, euh... voilà, après au niveau de l'agriculture bon, le veau du Ségala ça fait partie des éléments assez anciens,

euh... voilà, après des savoir-faire, y en a, pratiqués y en a plein, mais liés à... à un patrimoine vivant encore, je vois que cela.

**17:55 Ok. D'accord. Et du coup, en tant qu'habitant du territoire, et travaillant aussi sur le territoire, est-ce que vous êtes attaché à tout ce patrimoine, lié à l'économie au final du territoire ?**

18:09 Oui, parce que je crois que c'est ce qui fait le..., la personnalité du territoire et de ses habitants, et... je pense que si on se sent, quand on est pas d'ici, et si on se sent euh... euh..., comme devenant habitant vraiment du territoire, c'est en épousant aussi ce, ce, cette histoire, voilà. Je pense qu'on, on, ou alors on est hors sol et on vient ici pour dormir et on travaille ailleurs, c'est possible aussi. Mais après si on vit vraiment sur le territoire cette, cette imprégnation du, de ce qui est aujourd'hui un patrimoine est encore très fort. Quand on rencontre des gens à Carmaux, s'ils ont..., ils sont pas très vieux certains, ils ont pas 30 ans, forcément leur parents, peuvent avoir à 30 ans un père mineur encore, puisque les mineurs retraités sont encore assez jeunes, donc pour la mine, c'est... c'est encore quelque chose de très, de très fort. L'agriculture, ben l'agriculture existe toujours, euh... ça fait partie des éléments du territoire. Le verre c'est pas pareil, parce qu'on est... l'activité industrielle s'est délocalisée sur Albi très tôt, début, donc c'est les années 30 mais, mais malgré tout sur les plus anciens..., y a un lien toujours avec le verre, le... alors c'est le grand-père ou l'arrière-grand-père mais qui était verrier. Alors à Carmaux, puis à la VOA à Albi, voilà. Ça reste encore quelque chose qu'on entend, euh... voilà.

**19:48 Et, et, est-ce que vous pensez que la population locale, dans l'ensemble, elle est attachée aussi à ce patrimoine ?**

*[Réflexion]*

20:03 C'est difficile à dire... je pense qu'elle peut y être sensible euh... si... on fait en sorte que ce patrimoine devienne un objet de fierté, quelque chose dont on est fier..., euh et alors là oui on peut, on peut soit se rappeler des origines, soit si on les connaît pas, de s'y intéresser. Euh... voilà, moi j'ai entendu souvent, euh... voilà les habitants... de la communauté de communes, enfin du territoire, demander "mais pourquoi un musée du verre ?". Alors certains ont une vague notion qu'il y a une histoire de verrerie mais on sait pas trop, mais alors que ici c'est une ancienne verrerie, alors là pour le coup c'est, c'est quelque chose qui est très, qui est très éloigné. Euh... mais par contre on voit bien que, que les habitants, sont, sont, du territoire, sont sensibles à la biennale des verriers, aux expositions temporaires, ils viennent en nombre, on a les chiffres et ils viennent et ils reviennent, ils amènent leur famille, ça devient... C'est un élément de patrimoine qui devient un élément de fierté, donc là tout d'un coup, on peut avoir envie de se réapproprier une histoire, de la découvrir, euh... pour la transmettre, euh... Et que le, cet aspect-là très positif et valorisant qui fait que, on peut réactiver. Sinon après je crois que les habitants, mais comme tout, au bout d'un moment, les choses on les oublie, ça se lisse, et on s'y intéresse pas. Si rien n'est là pour raviver... Moi je dis souvent, on réactive un patrimoine, euh... c'est ça réactiver un patrimoine, c'est lui donner une raison d'être aujourd'hui et demain. [Rire] C'est le titre de l'expo, mais voilà on est beaucoup là-dessus aussi. C'est

vrai... euh... si on n'arrive pas, si on reste que dans le passé et dans l'histoire, bon au bout d'un moment... les choses se, se, se délitent et s'oublient.

**21:57 Ok. Mais du coup ce patrimoine il a plutôt quelle image sur le territoire ?**

22:03 Ben après tout est noir. Noir comme le charbon. C'est encore je crois... que ce soit Jaurès ou la mine, le verre c'est encore à part que comme c'est plus vieux, je pense que les gens y a pas de cicatrices, y a pas de, de, de douleurs. Euh... ou en tout cas on n'associe pas l'arrêt de la verrerie au déclin du territoire. Alors que l'arrêt de la mine on le, on le relie forcément au, au déclassement du carmausin. Voilà, donc c'est... déjà pas très, ce qui est une réalité, c'est déjà pas très positif, et en plus on a la double cicatrice, le dernier site d'extraction de, du charbon, la découverte, euh... qui est vécu et perçu comme un échec, un gouffre financier, euh... toujours des images très négatives. Euh... voilà, donc pour les habitants du territoire c'est vrai que je comprends bien que quand on leur parle de patrimoine et de mine, c'est une difficulté pour ce, pour projeter ce patrimoine dans le futur, ou imaginer ce que ça pourrait apporter vraiment sur le territoire. Voilà. Comme on a pas des terrils ou des, des grandes manifestations, de, de... fin des manifestations..., paysagères ou patrimoniale bâti très forte, même le lavoir, il est impressionnant mais il est caché. Euh... le, le patrimoine industriel n'habite pas le paysage quotidien. Donc déjà on le voit pas, donc on peut l'oublier, euh, et il représente moins je pense un élément de, de fierté ou de, d'explication qu'on peut donner, quand on est face à des terrils énormes forcément, voilà, c'est là. Là aujourd'hui, il faut le chercher. Même la découverte, on a,... il reste le parc des titans en mauvais état, le reste à été effacé. Tout à coup on a un cratère, on peut être dans un cratère dans les Vogues ou je sais pas où. Enfin... Voilà, y a... donc y a une ambiguïté quand même, voilà, qui est entretenue par le fait qu'on ne valorise peut-être pas assez, euh... cette histoire-là. Et on veut la mettre quelque part sous le tapis, sous la pelouse de Cap'Découverte, mais en fait, il faut, il faudrait que ça soit un peu plus prégnant. C'est bien d'avoir fait un parc de sport de pleine nature sur un ancien site minier, mais là, l'idée initiale de, de patrimoine industriel et de paysage industriel, c'est devenu moins prégnant à Cap'Découverte. Même à l'échelle du territoire c'est pas du tout valorisé.

**24:49 Ouais, mais pourquoi y a eu cette volonté d'un peu détruire, ben les restes de la mine ?**

24:57 Après y a une réalité industrielle qui fait que, il faut dépolluer, que les houillères de France on dut, ben ça coûte plus cher de conserver et de dépolluer, plutôt que de détruire et il faut quand même toujours une phase de dépollution des sols, donc je pense que c'est lié à ça. Y a pas d'autre... on arrête une activité, on détruit. Euh... après j'ai l'impression quand même, parce que sur Carmaux c'est vraiment impressionnant, que, le fait que la ville a connu une explosion démographique et euh... urbaine, dans un laps..., très forte et dans un laps de temps très court, a fait qu'on a conservé pendant longtemps, une habitude de, on construit, on déconstruit, on déplace, on... voilà. Ce qui peut, je vois que ça pour expliquer la destruction du parc du Pré-Grand, qui était un bel ouvrage paysager, avec la construction d'un kiosque, c'était très beau, c'était voilà avec un statuaire incroyable, voilà c'était un pari... un jardin à la parisienne, c'était, c'était beau. Et il a, il a eu une durée de vie d'une cinquantaine d'année même pas peut être le parc du Pré-Grand. Euh... avant d'être détruit

pour installer une usine. C'est bien mais on aurait peut-être pu installer une usine ailleurs, je sais pas. C'est très, très, très bizarre. Euh mais je crois que c'est lié à ça, au fait qu'il y a eu une habitude euh... qu'ici, qui a été prise, voilà pendant 150 ans les choses ont tellement évoluées, qu'on a détruit, qu'on a cassé, qu'on a... mais on reconstruisait toujours derrière parce qu'il y avait la mine et qu'on était toujours dans une idée progressiste. C'est ce qui fait qu'on a détruit le quartier du Rajol, quartier médiéval, qui était insalubre, qui avait pas été entretenu, euh... mais bon les rues pavées, les maisons à colombages, on fait place à un ensemble, un complexe HLM autour de la maire. Voilà, c'est très bizarre. Euh... l'église romane elle a été détruite en 1876 je crois, euh... pas loin de l'église Saint-Priva aujourd'hui. Voilà, y avait une église romane du Ve siècle, [bruit pour expliquer qu'on l'a démolie], allez hop, on rase. Voilà, donc... Carmaux est une très ancienne cité, beaucoup plus ancienne que Cordes-sur-Ciel, ça ne se voit pas du tout. Bon ben parce que c'est lié à son histoire, son évolution... Je pense que l'accumulation de toutes ces, ces..., ces habitudes et ces cicatrices fait que, c'est plus complexe qu'ailleurs. Que de valoriser, et en même temps c'est la seule solution je crois pour arriver à..., à... d'un point de vue en tout cas du tourisme et de la culture, à, à donner une vraie réalité, une densité concrète d'un point de vue économique, à l'activité touristique. Je crois que c'est, voilà... tous les éléments sont là, mais il faut mettre tout ça en ordre de marche.

**27:46 Ok. Et est-ce que vous avez l'impression que les locaux, si c'est, si y a des actions de valorisation qui sont mises en place, seraient intéressés pour découvrir ou redécouvrir ce passé économique ?**

28:00 Ca c'est évident. Ça c'est succès garanti. A chaque fois que quelque chose se passe, on voit, on l'a vu sur les spectacles liés à Jean Jaurès, ça fait le plein, euh... la, je sais plus comment ça s'appelait, "Si la découverte m'était contée", enfin en tout cas, le spectacle en 94 sur Jaurès, ça a été euh... à c'est vieux 94, c'est sûr, j'étais au collège, mais euh... je, on en parlait dans toute la région. Ça a été un spectacle énorme et construit avec tous les habitants du territoire. Bon la mine était encore, c'était encore frais, y avait encore une activité industrielle, à la limite ben avait fermé ou c'était pas encore tout à fait le cas. Donc c'était très frais 94 encore. Euh... mais euh... si on organisait quelque chose aujourd'hui, qui corresponde à ce qu'attendent les gens aujourd'hui en termes de réalité augmentée, enfin en tout cas de spectacle de mapping, ce genre de chose, au lavoir, les gens irait. On le voit de toute façon y a toujours du monde au lavoir, on y va en famille, on va se balader dans les ruines, voilà c'est singulier. Le lavoir c'est intéressant parce que c'est vrai que les..., c'est un sport photographique incroyable, on vient y tourner des clips, euh... voilà, y a du caché industriel qui fait que c'est intéressant, c'est pas... voilà... si y avait quelque chose d'organisé autour du lavoir par exemple, ça ferait le plein. Voilà, on pourrait organiser un événement. Voilà après c'est à sécuriser, c'est pas, c'est privé tout ça, mais c'est un exemple, un exemple parmi tant d'autres, mais... Voilà, un spectacle mapping sur le lavoir comme on peut le voir quand on va à Blois euh... au château de Blois, voilà, ça fonctionnerait, c'est sûr. Après euh... la biennale des verriers c'est un exemple, ça fonctionne déjà. Y a sept à neuf mille personnes qui viennent. Une expo-vente sur le verre c'est quand même dingue, en trois jours à Carmaux... voilà. Et là les gens se déplacent de

très, très loin. Les albigeois viennent, voilà... Donc... et ils proposent quelque chose, à partir d'une histoire d'un patrimoine, euh... qui intéresse les gens aujourd'hui, tout simplement. Il faut trouver le moment.

**30:07 Et est-ce que c'est quelque chose qui peut intéresser les plus jeunes, comme voilà les écoles ou... ?**

30:13 Ben oui après ça c'est..., c'est toujours pareil, ça dépend, ça dépend comment on le présente. Le...ce... ce qui est pas forcément pris en compte, c'est la nécessité, bon conserver un patrimoine c'est bien, mais le valoriser ça implique quand même à un moment donnée, des moyens humains, pour euh... en construire des actions autour de ça. Euh... Qu'on soit dans une attitude plus passive, c'est à dire on assiste à une visite guide, type guide conférencier, et encore que c'est pas toujours d'ailleurs, euh passif, mais je veux dire, on a une attitude on va dire un peu plus de consommateur, vis à vis de ça. Euh... ça nécessite quand même des moyens, euh... il faut des guides conférenciers, il faut vendre l'offre, il faut la promouvoir, voilà. C'est, c'est... ça nécessite quand même des moyens. De même que pour les musées qui organisent des actions de médiation, euh... avec les scolaires, ça demande du temps de construction, pour un atelier pédagogique intéressant, mais euh... voilà, ça demande des moyens humains. Euh... faut des bonnes idées aussi, mais c'est vrai, là au musée on organise des ateliers où on va pouvoir danser par rapport à des œuvres, donc on installe une relation, euh... sensuelle euh... entre un objet en verre et son propre corps. Voilà, donc ça, ça fonctionne très bien avec les enfants ou avec les jeunes en situation de handicap ou très éloignés de la culture parce que tout d'un coup, voilà on fait appel à quelque chose qu'ils peuvent maîtriser et tout d'un coup ils se mettent à faire du break, du break dance ou d'importe quoi, voilà s'ils se sentent à l'aide avec leur corps... C'est un des angles de, des angles d'approche. Donc oui on peut intéresser, euh... évidemment les jeunes euh... par le biais des réseaux sociaux aussi, voilà la médiation ça passe aussi par là.

**31:58 Et voilà, donc si ça peut intéresser les locaux, est-ce que ça peut aussi être un attrait, du coup, touristique ?**

32:05 Ah ben, toute façon y a que ça. Après, euh... ben y a des territoires c'est vrai où y a pas grand-chose, mais enfin là y a quand même de la matière, y a quand même de la matière autour d'un patrimoine industriel, en premier lieu, euh... Donc je pense, oui, il faut, il faut utiliser, il faut l'utiliser. L'angle du savoir-faire je pense que c'est le bon, c'est le bon angle à partir du moment où on part de l'humain. C'est vraiment euh ça. Je crois que ça correspond à l'air du temps, dans un, dans une époque où tout se dématérialise, on a besoin de revenir à, à justement à la matière et à ce qui fait qu'on, à ce qui anime la matière. Je pense que la part de l'humain elle est vraiment importante.

**32:57 Ok. Euh... et quelles visites les intéresseraient un peu plus ? Fin, sous quelle forme ? Est-ce que, qu'est-ce qu'ils rechercheraient ?**

33:06 Ben pour moi c'est vraiment le, l'aspect ludique, simple et euh... L'expérience, voilà. On veut pas visiter un musée, on veut vivre un musée, on veut... on veut pas aller visiter un

territoire, on veut vivre un territoire. Ça, ça doit être vraiment le dénominateur commun de toutes les activités, de toutes les actions de valorisation autour du patrimoine industriel et des savoir-faire. Euh... le futur musée, tel qu'il est conçu dans le nouveau projet scientifique et culturel il est pensé comme ça, c'est-à-dire que, on va, on va découvrir le domaine de la verrerie, mais on va en faire l'expérience. C'est à dire qu'on va avoir des outils qui vont permettre de comprendre ce qu'était ce lieu, à quoi il a servi, avant même de s'intéresser au verre et à son contenu et au contenu des collections, on va avoir cette expérience-là du domaine de la verrerie, avec les extérieurs, avec un parcours muséographique hors les murs, avec une application et le chevalier de Solages qui sera là pour guider le public et pour le faire, pour faire visiter son domaine : pourquoi il a créé son domaine, où il avait fait son château, etc. C'est le, le chevalier de Solages, qui va le, le... le faire découvrir au public par le biais d'une application gratuite, euh... sur laquelle on pourra avoir des réalités augmentées pour voir tout d'un coup le château apparaître, donc ce genre d'élément, ce qui est... Après il faut pas que ça soit... il faut être au-delà du gadget. Il faut vraiment arriver à créer une cohérence, entre le contenu et les outils, pour transmettre le contenu. Et il faut que ce soit ludique, c'est hyper important euh... Voilà, sur le verre on va jouer avec ça aussi, dans le futur musée euh... Les jeunes aiment faire des selfies, les jeunes et les moins jeunes, voilà le selfie c'est un truc important, donc on va proposer, y aura des choses conçues pour faire des selfie mais en jouant avec le verre, donc des miroirs déformants, je sais pas je dis n'importe quoi, mais ça fait partie des éléments ça, inclusifs, il faut inclure les pratiques des gens euh... partout. Pour que ce soit vécu, pour que l'expérience soit vécue comme quelque chose de simple, d'accessible, de naturel et d'attrayant. C'est pas... on peut faire la même chose avec la mine.

**35:18 Ok. Donc vous y avait déjà répondu un peu mais, pour vous est-ce que vous pensez que la valorisation de tout ce patrimoine-là, elle est développée sur le territoire ?**

*[Réflexion]*

**35:32 Est-ce qu'il y a des, est-ce que y a des actions qui sont mises en place, est-ce que y en a assez où ?**

35:41 Euh non, pour le moment c'est très timoré je dirais. C'est très timoré. Sur l'agriculture, les..., l'aspect paysans est pas du tout... fin pas du tout, si y a, y a des balades gourmandes, mais bon c'est quand même assez discret. Sur... sur la mine, en dehors du musée-mine y a pas, on peut pas dire qu'il y a du mouvement. Donc c'est assez atone quand même aussi, ça pourrait être plus. Et... bon sur le verre c'est, c'est quand même pas trop mal, après c'est l'équipement qui est vieillissant, ça c'est vrai que c'est un vrai problème, et qui est pas du tout..., le public est content mais, bon ça reste... pas assez pour, pour arriver à vraiment créer une dynamique économique, euh... Et attractive, voilà. Sur une ouverture sur six mois, dix milles visiteurs, bon voilà c'est bien mais c'est pas... Voilà, on est dans un entre-deux, voilà, c'est pas encore un produit d'appel phare visible à l'échelle de la région. Ça reste, voilà... Un projet visible dans le milieu du verre, ça c'est une niche, mais à l'échelle du grand public, on a pas repéré le musée du verre comme un élément

d'attractivité. Pas encore... ça c'est sûr. L'équipement ne le permet pas aujourd'hui, ni l'équipe, ni le... c'est pas...

**37:14 Ok. Et en quoi cette mise en valeur pourrait être intéressante pour l'attractivité du territoire ? Qu'est-ce qu'elle pourrait apporter au territoire ?**

37:23 Ben, après au-delà de, ben le tourisme...

**37:26 Fin oui voilà au-delà du tourisme...**

37:28 Euh...bon c'est l'image véhicu..., fin l'image positive que pourrait véhiculer une, ce type d'action. Euh... parce que ça veut dire qu'on a digérer et qu'on assume le passé et qu'on le transforme, donc... voilà, je crois que c'est.... Et qu'on a la capacité à se réinventer, à se renouveler, pas à partir de rien parce qu'on part jamais de rien, mais à partir de ce qui a constitué les racines vraiment du territoire. Euh voilà, je crois beaucoup à ça. Je pense que l'approche disruptive, c'est-à-dire partir euh, prendre le contre pieds, de, de la très mauvaise image qu'à le territoire, mais justement jouer de ça euh... est nécessaire. Mais ça nécessite forcément qu'on ait pris du recul. Je crois qu'aujourd'hui, c'est, c'est le bon moment, parce qu'un territoire peut être prêt en 2018, bon les mines sont fermées depuis un peu plus de vingt ans, je pense que... on peut avoir cette approche-là.

**38:30 Ok. Et pourquoi, ce, le territoire il a cette image négative, voilà assez forte, même vue de l'extérieur parfois ?**

38:40 Ben je pense que c'était de toute façon déjà le cas du temps de, de la période faste, industrielle, euh... Par rapport au centre bourg albigeois très bourgeois, euh... le carmausin représentait déjà soit la paysannerie, encore que ça c'était encore assez noble posséder des terres, mais après, la partie ouvrière, bon voilà, c'était euh, pas... c'est pas quelque chose de forcément valorisant. Donc voilà, je pense que ça part de là aussi, euh... Y a eu jusqu'à 124 débits de boissons sur Carmaux, bon voilà, ça donne, après voilà, les ouvriers ils avaient des habitudes d'ouvriers euh... voilà. Donc... quand à Albi à sa cité épiscopale et ses belles pierres, bon le carmausin c'était euh, de toute façon déjà, noir comme le charbon et voilà. Donc ça déjà, c'est très ancien, et... mais malgré tout c'était une force économique aussi le carmausin, au moment où le charbon a été, on avait besoin du charbon. A partir du moment où la France, la politique énergétique de France a laissé tomber le, les énergies fossiles et le charbon, ben forcément Carmaux a subi, comme d'autres citées, le déclin. Dès qu'on arrête de toute façon une industrie, qui était très prégnante et... et qui, dominante sur un territoire, forcément... on associe l'image de déclin à, voilà. C'est très, l'image est très, est très dure du territoire. Elle est vraiment très mal perçue.

**40:24 Ouais, donc du coup valoriser le patrimoine d'une manière, ben voilà ben positive, ça pourrait...**

40:30 C'est ça justement, partir de ce qui est en apparence le point faible, euh... pour justement en faire un atout.

**40:37 Ok. Euh... et donc du coup sur le territoire, on a vu, y a tout ce qui est patrimoine industriel et patrimoine agricole, et comment pour que, voilà créer un peu une homogénéité, comment les valoriser, comment faire le lien entre ces thématiques ?**

40:52 Ben moi je crois beaucoup à la question du paysage, de toute façon c'est là... Ce qui fait quand on parle de territoire, le territoire c'est l'association d'un paysage et des habitants qui y vivent. Donc ils le transforment. Je crois que la mine à transformer le paysage, le verre d'une certaine façon aussi, dans la..., notamment dans la construction urbaine du territoire, puisqu'on a, ce qui est intéressant là de voir, c'est le fait qu'on a le domaine de la verrerie, le quartier de la verrerie, et qu'après y a les mineurs. L'échelle sociale, de l'époque... industrielle elle est représentée même dans la construction urbaine de Carmaux. Ça c'est assez intéressant. Bon, le... on a du... La question c'était quoi déjà, j'ai perdu le fil ?

**41:40 Euh... comment on pourrait faire le lien entre les différentes thématiques ?**

41:44 Oui, voilà. Le paysage.

**41:45 Le paysage ok.**

41:45 Pour moi le paysage, ça fait partie de, les paysans travaillaient la terre. Terre de Ségala, c'est terre de seigle. Euh... la découverte c'est une cicatrice à ciel ouvert, donc transformation, construction artificielle complètement de, de l'homme. Voilà, je pense que ça serait partir de là.

**42:04 Ok. Euh... et du coup, bon maintenant c'est la partie sur les grandes problématiques liées à ce, à ce patrimoine...**

42:11 Et un autre élément. Paysage et euh... politique. Paysage politique, c'est d'autre chose encore. Voilà, c'est important, parce que la réalité économique elle est liée notamment aux paysans mineurs, euh..., mais aussi la situation, le décalage notamment entre la situation des verriers et des mineurs, fait que tout ça, constitue, a fait la construction politique du territoire. Jean-Jaurès, la figure de Jean-Jaurès c'est pas rien, les luttes ouvrières et syndicales c'est très fort. C'est du patrimoine, ça en soi, et c'est lié directement à des savoir-faire. Euh... donc paysage et politique c'est les deux axes très forts, euh... voilà. Parce que derrière la politique, il faut entendre la politique au sens noble du terme c'est les histoires, des femmes et des hommes qui ont vécu tout ça. Et c'est ce que veut, ce que veulent euh... savoir et découvrir, les publics.

**43:10 D'accord. Donc oui et du coup maintenant, quelle est un peu la place du patrimoine industriel aujourd'hui sur le territoire ?**

43:20 C'est-à-dire la place ?

**43:21 Euh, ben euh... est-ce que l'industrie est présente ou non ?**

*[Réflexion]*

43:31 Non, mais non, mais après non. La mine c'est ce qui prédomine, ça n'est plus. Le verre, ben c'est encore... la verrerie est à Albi mais c'est..., c'est une usine on peut la visiter mais c'est pas non plus... on en fera pas un musée non plus de la VOA. On peut faire des produits, au moins visiter la VOA, on peut visiter la VOA d'ailleurs avec l'office de tourisme d'Albi. Euh... et bon, ici on peut rencontrer les verriers mais on a pas un village des verriers non plus, et toute une avenue avec des souffleurs de verre et voilà. Ça pourrait hein, mais ça nécessiterait euh... au niveau politique, un appel du pied pour créer une pépinière, arriver à générer vraiment une activité autour de ça. C'est pas... encore le cas, je sais que la mairie de Carmaux avait des vellétés, qu'elle avait racheter les maisons d'anciens verriers, pour les restaurer, en remettre une dans son contexte, euh historique d'habitation du XIXe siècle. Donc pour avoir, comme la Maison du polonais, un espace euh, où on pourra découvrir la maison du verrier. Ça c'est intéressant, ça ferait des supports, et ça ferait une liaison vers le centre-ville de Carmaux, parce qu'il serait intéressant par rapport au musée. Et après l'idée, pour les autres maisons c'était d'installer des artisans, voilà. Mais ça implique de, une politique incitative pour, aller chercher ces artisans. Mais pour que ces artisans viennent, s'installent et puisse vivre, c'est sûr qu'il faut une politique en termes de..., d'attractivité euh, beaucoup plus forte qu'aujourd'hui. C'est sûr que c'est pas les 10 000 visiteurs du musée du verre ou les 20 000 visiteurs du musée de la mine qui vont faire vivre des artisans sur le carmausin aujourd'hui, ça ferait pas assez de monde.

**45:24 Ok. Est-ce que il est, fin est-ce que vous identifiez peut être des menaces qui pèsent sur ce patrimoine-là ? En termes, je sais pas, de disparition, de... ?**

45:36 Ben je crois que..., si... le... S'il est pas suffisamment considéré, valorisé et utilisé, euh, on va... on va s'en lasser et ça disparaîtra, c'est toujours la même chose quoi. Si c'est pas perçu comme un élément fondateur, fondamental, dans la vie du territoire pour demain, euh... ça disparaîtra voilà. C'est... alors après on réinvente autre chose ou pas, mais... moi je crois pas. On fera pas venir le Louvre comme à Lans à Carmaux, donc voilà, autant utiliser ce qu'on a et le valoriser. Cap'Découverte, il faut pas lâcher l'affaires, il faut l'utiliser. Il faut arriver à vraiment faire en sorte, à recréer, à créer cette liaison tout court, entre le carmausin et Cap'Découverte. On sent que ce site est hors-sol, il attire quand même pas mal de monde, donc mais ça ne bénéficie pas, ça ne génère pas d'activité économique, euh..., sur le bassin de vie, centre-bourg de Carmaux. Donc c'est quand même..., voilà on ressent pas une..., les cinquante mille visiteurs je pense qu'on les sent pas l'été, sur, dans Carmaux centre. A mon avis, donc y a quand même un souci, parce que les gens sont pas loin en plus, ils sont à Cagnac. Donc... voilà. Là, ça veut dire que, on à Cap'Découverte et le Musée-mine à Cagnac, le seul point d'ancrage pour faire venir les gens à, dans Carmaux, ben c'est soit les services, le Supermarché, on vient faire le plein d'essence, éventuellement on vient à l'Office de Tourisme si on a besoin de renseignements mais, c'est, après c'est le musée. En termes d'attractivité, euh... au niveau du patrimoine et de la culture, on a que le musée du verre. Donc je pense qu'il faut recréer de la liaison, créer de la liaison tout court, entre Cap'Découverte, Musée-mine, Musée-verre, ça c'est important, à mon avis.

**47:37 Ok. Euh... et souvent les savoir-faire donc sont associés à, à des techniques passées, à l'acquisition de voilà, techniques ancestrales, est-ce que vous pensez qu'il est plus important d'essayer de conserver cet héritage ou plutôt d'adapter peut-être les techniques aux pratiques actuelles ? Est-ce qu'il vaut mieux se baser sur ce qui, sur l'ancien, où essayer de voilà, le replacer dans le contexte aujourd'hui ?**

48:01 Oui il faut le replacer dans le contexte ça c'est sûr. Après les pratiques elles évoluent nécessairement, pour ce qui est du verre, euh... on voit que les verriers aujourd'hui, qui sont... qui apprennent un métier, qui sont diplômé d'un CAP, ou d'un BMA voire même d'un master, bénéficient de..., de, d'un apprentissage lié au numérique, aux techniques, à l'usage du numérique dans les pratiques artisanales. Donc le FabLab verrier de Vannes-le-Châtel, ou les Art Codés... euh... la manufacture numérique à, à Pantin, qui est initié par le Cerfav, où les jeunes verriers qui apprennent les techniques traditionnelles sont aussi confrontés à l'usage du numérique, pour la réalisation de moules, de prototypage dans leur projet, dans leurs pratiques artisanales, ils vont inclure déjà ces pratiques-là. Donc les choses se font de toute façon d'elles-mêmes, dans le domaine du verre. Après, pour ce qui est lié à la mine, puisque c'est un patrimoine qui n'existe plus, je pense qu'il faut prendre l'angle de l'énergie, euh... et donc montrer, comment, puisque c'est le cas, le territoire est proactif en matière d'énergies renouvelables et d'énergies propres, notamment les panneaux, le, le panneau solaire, l'énergie photovoltaïque. Donc, le... y a une politique qui existe dans ce domaine-là, c'est intéressant, ça, c'est valorisant, euh et c'est directement tourné vers l'avenir, euh... Donc là, y a vraiment une liaison à faire d'un point de vue symbolique notamment entre verre et mine, puisque les panneaux photovoltaïques, se sont dure verre qui recouvre ces terres de mines et quand on arrive au musée mine aujourd'hui, et qu'on voit ce champs de, de verre euh... de panneaux photovoltaïques, d'un point de vue symbolique, c'est évident. Euh... voilà, le lien et comment on peut valoriser un patrimoine industriel et dire qu'il est, qu'il est, qu'il a toujours une raison d'être et qu'il peut continuer à faire vivre un territoire, c'est là. Euh... donc... voilà, mais tout ça c'est un grand mouvement politique global. C'est patrimonial, c'est culturel, c'est économique, euh... voilà, c'est vraiment un ensemble, voilà qui doit être travaillé dans, d'un point de vue, d'un ensemble. Voilà, à mon avis, aujourd'hui si le patrimoine industriel et les savoir-faire qui y sont liés, peuvent servir à quelque chose, euh... c'est à recréer, à redonner une cohérence politique aussi. Voilà, ça doit imprégner les tissus de la société, donc ce qui fait que ça passe aussi par une imbrication, et je crois que le tourisme sert à ça, notamment, c'est quand même une liaison entre culture, économie, développement des territoires, aménagement des territoires, euh et comme c'est une compétence obligatoire maintenant des communautés de communes, je pense que, euh..., le tourisme va permettre, de, de donner du, de mettre en musique un peu les atouts du territoires. De les mettre en musique d'un point de vue politique.

**51:00 Ok.**

51:05 Je parle beaucoup, il faut...

**51:06 Non, non, non. C'est très bien. Euh... et est-ce que vous voyez des freins, peut-être, voilà, à la, au développement de cette valorisation, sur le territoire ?**

51:22 Euh... oui. C'est sur que les obstacles sont peut-être les habitants eux-mêmes, les gens qui connaissent, qui sont d'ici. Qui perçoivent peut être tout ça comme pas vraiment positif ou nécessaire, voilà. Et c'est vrai qu'on entend souvent "au mais Jaurès ça suffit, la mine c'est bon". On entend tout le temps ça. Après quand on est pas d'ici, on se rend bien compte que oui, bon ben d'accord, si vous voulez pas faire ça on fait quoi du coup. Qu'est-ce qui se passe ? Comment on donne envie à, à des entreprises de s'installer sur le territoire, de le faire vivre, de le, comment on change l'image ? Parce que je crois quand même ça passe par là. Voilà, donc y a des atouts sur le territoire, mais... à tous les niveaux, mais bon je pense que, les obstacles, c'est les habitants eux-mêmes qui pourraient percevoir tout ça comme pas forcément..., voilà mais c'est normal quand on est dedans.

**52:24 Mais est-ce qu'il y a quand même une volonté, notamment au niveau des acteurs, que ce soit institutionnels, politiques, de, de développer ce côté-là ?**

52:37 Ben, je pense que oui, puisque bon on a quand même, ben le musée du verre il existe parce que c'est une volonté politique, quoi. On fait pas de musée du verre sans, sans volonté politique. Le musée de la mine c'est la même chose, c'est un musée public. Cap'Découverte, euh, pareil, c'est quand même un équipement important. Mais...voilà, donc y a une, y a une volonté politique, c'est, c'est certain. Après la jauge de, l'énergie, l'envie qui est mis dans..., pour le moment c'est difficile de l'évaluer, parce que comme je le disais tout à l'heure, il fallait digérer quand même un passé, une histoire. Voilà. Donc là je pense que maintenant, les choses sont en train de se mettre en place. Voilà, mais je crois que le paysage politique et l'évolution des communautés de communes..., le renforcement de l'échelle intercommunale aide. Va aider, à penser le territoire, à plus penser commune, mais vraiment penser le territoire. Et donc ça je pense que c'est positif mais ça prend du temps.

**53:51 Ok. Et du coup, dernière question, quels acteurs sont incontournables, euh, pour valoriser les savoir-faire du territoire ? Qui devrait être associé à, à ce projet ?**

54:05 Ben je crois que le... le musée, les musées et Cap'Découverte, le syndicat mixte, sont les trois entités vraiment euh... importantes. Après pour la partie, euh... ce que je veux dire... agricole, le lien c'est l'office de tourisme. Donc l'office de tourisme est évident, à évidemment avoir avec la valorisation de tous les savoir-faire, mais je pense qu'ils ont d'avantage le, euh..., le... la facilité de faire le lien avec les terres agricoles, parce que ça ne peut être lié qu'à des produits de consommations et à la valorisation des savoir-faire existants sur le territoire. Valoriser les produits locaux, voilà, c'est la carte destination Sud-I\*Ouest, voilà, mais ça reste... peut être difficile à appréhender, mais non, je crois que... ce que je disais l'autre fois pendant la réunion sur la stratégie touristique, euh... je crois qu'à la fin, la stratégie touristique c'est d'arriver à faire en sorte, que la destination soit identifiée comme "je vais rencontrer un mineur, un verrier, un paysan, et ils vont me raconter leur, comment ils ont construit, comment ils ont fait Jaurès, comment ils ont fait le territoire". Voilà, je crois que c'est ça qui va, intéresser et qui aura vraiment un effet levier d'un point

de vue économique autour de la valorisation des patrimoines et du territoire voilà. A mon avis c'est... et de montrer comment à partir de la mine et ben on arrive à l'énergie solaire et au, au développement des énergies de..., du XXIe siècle et des futures. Comment le verre, on parle de création et on parle aussi d'énergie, de sciences, euh... Voilà, je pense que c'est quand même intéressant, aujourd'hui, d'utiliser la fibre optique dans les télécommunications et internet, le verre c'est partout, c'est intéressant aussi de le prendre sous cet angle-là et... l'agriculture, ben c'est comment on valorise les circuits courts, comment on valorise les bons produits, comment on revient au travail de la terre sain. Voilà, ce sont des valeurs, euh..., je trouve que c'est important. Aujourd'hui une politique, c'est revendiquer des valeurs aussi, et là je crois que c'est par le biais du mineur, du verrier et du paysan, on peut revendiquer des valeurs, par le biais d'un patrimoine, et dire combien ces valeurs sont précieuses, sont rares, et à quel point elles seront utiles pour construire le monde de demain. C'est vraiment ça. Et c'est le message tout bête à faire passer, mais du coup, moi je trouve qu'on a vraiment tout ici euh... pour donner une image innovante et extrêmement moderne et... et progressiste du territoire. Ce qu'elle a toujours été. Ca a toujours été là. Il suffit juste de le rappeler et voilà. Puisque... Si rien était fait par exemple autour des énergies renouvelables, on pourrait le regretter, on pourrait dire c'est dommage, c'est vrai que c'est une ancienne cité minière, si les élus euh, avaient l'idée de, d'encourager tout ça... Mais ils le font, ils le font donc après ils ont fait un salon éco-énergie la mairie de Carmaux, c'est bien euh... donc on voit que c'est là. Parce que l'air de rien, y a un salon éco-énergie, y a une biennale des verriers tout est là. Il faut mettre tout ça en musique, que tout le monde en ait bien conscience, et mettre le paquet. Voilà, le coordonner et voilà, je pense... Et après les albigeois seront jaloux, parce qu'il fait bon vivre à Carmaux euh... voilà [rires].

**57:39 D'accord.**

57:40 Les aveyronnais aussi ils seront jaloux [rires]

**57:43 Ils sont déjà très fiers alors [rires]**

57:45 Ah ben ouais voilà, donc bon. Ils diront, ben Carmaux c'est aveyronnais.

**57:52 Euh bon, ben merci beaucoup. Est-ce que vous avez autre chose à rajouter euh, sur la thématique ?**

57:58 Bon courage Bérengère [rires] C'est tout, parce que y a de quoi faire quand même.

**58:03 Merci. Oui c'est ça. C'est très... Y a pas mal de boulot.**

58:09 Ouais, c'est sur... Non c'est bien, j'espère que voilà, tu vas, tu vas trouver du sens, et que tu vas mettre ta patte là-dedans aussi et que tu vas donner des idées, euh... Voilà parce que moi j'ai dit des choses, j'ai une vision beaucoup sur le musée et sur le verre, un peu, un peu sur le reste mais moins, donc c'est vrai que.

**58:34** Mais oui, oui. Mais c'est pour ça que je trouve que c'est bien que vous ayez accepté de me prendre en stage, parce que j'ai une vision totalement de l'extérieur, j'ai aucun lien avec le territoire.

58:41 C'est ça.

**58:41** Que je sais que j'aurais fait peut-être ce travail, ben par exemple sur l'Aveyron, j'aurais pas eu du tout la même vision. Parce que j'ai une vision objective là, fin voilà, je suis arrivée, je connaissais pas, j'ai pas d'attachement.

58:52 Ouais, c'est ça. Oui.

**58:57** Donc je trouve ça bien d'avoir une vision extérieure.

58:58 Ah oui ça c'est sûr. Oui. Oui parce que ma vision elle commence déjà à être altérée, je commence à être de l'intérieur [rires]

**59:08** Ben merci beaucoup.

59:11 Mais avec plaisir

## Entretien M. J

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien
Monsieur J	Viticulteur / Céréalière / Elu en charge de la commission petite enfance	Mardi 24 avril 2018 9h00 Rencontre en face à face

**00:00** Donc déjà est-ce que vous pouvez un peu présenter votre, vous présenter, présenter votre domaine, ce que vous faites ?

00:10 Alors, euh, euh, euh... donc du coup euh, euh, c'est un domaine familial. Y a 100 hectares de terre, moitié vigne, moitié céréales. Donc on est à mi-chemin entre Albi et Cordes, euh, euh donc la partie céréale, aujourd'hui elle est tout à fait conventionnelle, y a pas de..., y a pas de vente directe y a rien. La partie vigne, donc on est vigneron indépendant, donc, donc on récolte et on vinifie nos raisins. On vend le vin nous-même, euh, euh... donc comme... donc pour la structure, pour travailler, euh... c'est ma femme, ma fille et moi, euh... et, et donc après on a du personnel salarié pour arriver à peu près à, à une dizaine d'UTH (= unité de travail humain) par an. Euh, euh... donc, la, la, la si on parle un peu commerce et tourisme, euh... donc on est en conventionnel, on est, on est pas en bio, même si on essaye d'y aller. euh, euh... donc pour ce qui est du, pour ce qui est du, du commerce, on fait à peu près 40 % des ventes en ventes directe, donc ici ou sur des salons, euh, euh... et après c'est quelques, des ventes chez des professionnels, euh, euh... donc des cavistes, des épiciers euh, euh..., de temps en temps des foires aux vin, et l'export qui pèse à peu près 10 % des ventes totales.

**01:47** D'accord, ok. Euh, oui donc pourquoi vous avez choisi de faire, de vente directe ou de choisir vos, vos distributeurs au final ?

01:59 Ben parce que, parce que, c'est celui qui dans le commerce à la marge. Donc si y a... si on veut garder de la marge, il faut avoir son commerce.

**02:07** Ok. D'accord. Et donc vous faites des visites de votre domaine auprès de touristes, ou de locaux ?

02:16 Alors on fait pas de visites, on ne, on ne... Bianca fou le camp [parle à son chien]. On, on, on vend pas une prestation de visite en tant que telle, mais quand les gens viennent et qu'ils veulent visiter, ben on le fait. On le fait comme ça au moment. Mais y a pas de vente de... On accueille au domaine, on fait déguster, on explique tout ce que les gens veulent, veulent savoir, mais on a rien d'organisé, de structuré. On a pas une visite structurée, on a pas une promenade dans les vignes bien cadrée ou... Euh, donc ça se fait, ça se fait au moment euh... en fonction de ce que les gens demandent quoi. Y a pas de..., y a pas d'offre préparée, et.... et bien cadrée quoi.

**03:01** Ok. Et avec l'office de...

03:03 De toute façon c'est toujours gratuit, c'est jam..., c'est jamais, la visite elle est jamais vendue quoi, elle est toujours, elle est toujours offerte.

**03:09 Et du coup quand ils viennent, là ces visiteurs, ces acheteurs ils recherchent quoi, en général ? Qu'est-ce qui les attire ou qu'est-ce qui les intéresse le plus ?**

03:20 Bon, ben ce que les gens cherchent avec la vente directe c'est le contact avec le producteur quoi, je pense que c'est ça l'essentiel. Euh... et puis une relation un peu plus confiante que quand on, que quand on achète euh... dans un supermarché. Euh... mais, mais tout ça je pense, puis oui, c'est, c'est... c'est une partie de découverte. Après y a, y a la clientèle un peu différente des œnophiles, donc qui eux viennent chercher des informations plus techniques, plus... mais le client, le client ordinaire oui il vient chercher une relation un peu plus confiante que, que chez un distributeur.

**03:55 Ouais, d'accord. Et vous faites des actions avec l'office de tourisme aussi ?**

03:59 Alors qu'est-ce qu'on fait, avec lequel ?

**04:02 Euh, de...**

04:04 De Carmaux, de la communauté ?

**04:04 Ouais, ouais.**

04:04 Euh... non on fait pas grand-chose. On fait ce que fait, ce que propose l'office de tourisme, donc les balades gourmandes. Euh... on faisait le repas au mois d'août qui a été abandonné. Euh... non mais là-dessus, on est, fin à mon avis on pourrait faire plus. Et puis moi j'aimerais bâtir un partenariat avec Albi et Cordes. Donc euh... la rumeur dit que Cordes va fusionner avec, avec, nous l'an prochain, donc ça, ça m'intéresse beaucoup, parce que... j'aurais besoin d'avoir un accès à l'Office de tourisme de Cordes qu'on m'a refusé. Et, et... et j'aurais aimé avoir un accès à l'Office de tourisme d'Albi, mais là j'ai pas demandé, donc j'ai pas eu de refus, je sais pas trop. Mais c'est vrai que pour moi, le, le, les pôles touristiques importants, vu, vu notre situation, c'est Albi et Cordes.

**04:54 Ouais, ok. Euh... et avec d'autres Offices de tourisme que Carmaux, vous avez mis des choses en place ?**

05:01 Alors non, on a, non, non. Je suis preneur par contre, si, si, si y a des trucs à faire. Alors si, on fait un truc avec Monestiés, euh, euh... donc à Monestiés euh, euh..., y a du vin en dépôt, euh, euh... et donc l'office de tourisme, qui, sous le couvert de la Mairie, euh... qui vend, qui vend du vin.

**05:18 D'accord. Ok. Et quelles actions vous aimeriez mettre, fin vous trouvez seraient intéressantes à mettre en place ?**

05:27 Ben moi ce que j'aimerais, c'est que..., dans la configuration actuelle, c'est que le partenariat entre nous, euh, euh... et Albi soit structuré. Fin j'aimerais mieux que ce soit une relation entre Office de tourisme, que moi me pointer pour demander, une, une

adhésion individuelle. Euh, je suis pas opposé de payer une adhésion à l'office de tourisme d'Albi, ça me pose pas de problème majeur, mais si... si, si..., si l'office de tourisme de Carmaux, sait structurer une relation pour ses producteurs du carmausin, leur donner accès, euh, euh..., leur donner accès à toute l'audience que peut leur donner Albi, donc ça, ça moi je serais hyper intéressé.

**06:11 Ok. Ok. Et est-ce que, quel, quel genre de public vient chez vous ? C'est plutôt quel type de personne ?**

06:23 Pff, c'est souvent des familles. Euh, euh... c'est pas tout jeune. Ça a plus facilement 50 ans que 20 euh... C'est une clientèle, ouais c'est souvent, c'est souvent des gens, on, on utilise beaucoup le relais des gîtes. Euh, euh... donc ça pour moi c'est important euh, euh..., l'office de tourisme le fait un petit peu, euh, j'aimerais bien qu'on le structure mieux. Euh, j'ai besoin d'avoir accès au listing des hébergeurs du département. Euh, euh... donc que ce soit des hébergeurs Gîte de France, que Clé-vacances, que les campings, enfin tous les gens qui peuvent diffuser, tous les gens qui peuvent diffuser qu'on existe et qu'on accueille et qu'on fait déguster, euh, euh... et éventuellement qu'on vend un peu, euh, euh... ça, ça m'intéresse ouais. Et, et, et, chaque année au mois de mai là, on fait une, on fait une soirée pour les hébergeurs. Euh, euh... donc... où on invite aussi les offices de tourisme.

**07:29 D'accord, ok. Euh... donc moi ma mission c'est de travailler sur la valorisation du patrimoine donc artisanal, industriel et aussi agricole, au travers des savoir-faire, et donc qu'est-ce que..., pour vous, qu'est-ce que ça serait le patrimoine agricole et les savoir-faire qui y sont rattachés ?**

07:53 Alors le patrimoine à Gaillac, euh... c'est les cépages. Euh donc y a une histoire à raconter sur ça. Euh... après les savoir-faire et ben moi ce que je sais faire c'est du pinard. Euh, euh, euh..., pas, pas... après, après y a pas... Non si... fin le discours du vignobles ouais c'est les cépages. C'est les cépages, après le patrimoine... fin c'est... Après c'est, c'est, ça concerne plus le gaillacois que le carmausin, euh, le patrimoine c'est les pigeonniers, euh, donc y a un truc à raconter sur ça. Donc nous on se, aujourd'hui ça se passe bien par contre le..., moi je suis pas dans le pays gaillacois et vignoble Gaillac, je sais pas trop quoi...euh, euh... et, et donc on, on nous associe à toutes les actions du vignoble, même si on est hors agglo Gaillac-Graulhet et... Donc, donc ça, ça c'est bien euh... Ce qui, ce qui est bien, c'est chaque fois qu'on peut arriver... nous on est toujours en zone frontière ici, et chaque fois qu'on peut arriver à faire péter les frontières, pour nous c'est une, une bonne chose.

**09:07 Ouais, ok. Euh... Ok. Est-ce que vous pensez qu'au niveau de la population locale, ils sont intéressés par voilà ces savoir-faire et ces produits agricoles qui sont sur le territoire ?**

09:24 Pff... Ceux qui sont intéressés à mon avis ils savent, euh... Après y a un intérêt, y a un intérêt pour le manger local, mais, mais, mais j'ai l'impression que cet intérêt il reste quand même très théorique. Euh, euh..., après pour le vin c'est un peu différent. Euh... quand les gens veulent se faire plaisir... Fin déjà la consommation de vin à beaucoup changée. Euh... donc toute la partie consommation à table, tous les jours ça a beaucoup

baissé. On vend, on vend plus beaucoup de vin en vrac, fin en vrac, en... à la tirette, comme on, comme on faisait y a 30 ans. Euh...donc le vin est vendu en bouteille, donc c'est..., c'est, c'est plutôt des, des bouteilles qui sont sorties quand on a quelqu'un à la maison, plutôt, plutôt que pour boire tous les jours. Euh, euh... et donc du coup, quand les... par contre si... ce que les gens font, c'est que quand ils ont des amis, de la famille, il est fréquent qu'on amène les amis chez un vigneron pour boire un coup, et, et les faire découvrir. Ça, ça arrive... Ça il faut... S'il y a, s'il y a des leviers, pour, pour, pour... euh activer ce côté ambassadeur là, pour le vignoble, comme pour la cathédrale ou, ou pour le musée de la mine, ça c'est des bonnes choses. Si on peut valoriser les gens qui se comportent en ambassadeurs il faut le faire.

**10:54 Ouais, d'accord. Euh... et est-ce que c'est l'ensemble de la popu... fin est-ce que ça peut intéresser aussi les plus jeunes par exemple ? Les écoles ou ?**

11:09 Après nous ce qu'on fait c'est... intéresser je sais pas trop. Après le, le on reçoit des gens pour..., donc des écoles, des enseignants, avec les enfants pour les vendanges. Donc c'est le côté découverte un petit peu. Bon après ça dépend des enseignants, c'est toujours compliqué de sortir de l'école, il faut un bus, il faut voilà... Donc on peut, on peut envisager des choses avec, des écoles, des centres de loisir, euh, euh... des trucs comme ça. On peut être support, mais, mais c'est toujours pareil, c'est... on est pas structuré comme une ferme pédagogique pour, donc c'est pas... c'est toujours un peu bricolé, donc ça à le côté charmant de la bricole, mais, mais ça reste de la bricole quoi.

**11:59 Ok. Et est-ce que du coup c'est pas compliqué d'allier à la fois ben la vie de l'exploitation et du vignoble, et à la fois ben essayer d'organiser par exemple les visites ou ?**

12:08 Ben non, ça c'est le métier quoi, ça fait partie du... L'accueil euh, l'accueil, l'accueil dans les domaines viticoles il est, il est normal quoi. On a toujours reçu des gens et au contraire quoi, c'est, c'est le... plus il en vient, mieux on se porte quoi. Parce que, parce que c'est, c'est la clientèle qui..., qui est la plus fidèle après, c'est celle qui va euh raconter ce qu'ils ont vécu et qui, qui... Oui ils vont se comporter en, en ambassadeurs du domaine et du vignoble en général donc c'est, c'est, il faut le faire, il faut le faire et plus on le fait, mieux on se porte.

**12:47 D'accord, ok.**

12:50 Y a un truc dont on a pas parlé, euh, euh... y a toute la mode là, ce que développe Albi, euh... sur le mangé local avec euh... les cantines scolaires et tout. Bon le pinard est un peu en marge puisque, puisque le pinard dans les écoles, y en a plus beaucoup, donc on est un peu en marge de ce truc-là. Mais y a des trucs rigolos sans doute pour des producteurs euh..., d'autre, fin de viande, de lentille, de yaourt, de... de je sais pas trop quoi. Mais, mais... la restauration collective pour les vignerons c'est un peu barré quoi.

**13:21 Ouais. Ok. Euh... oui donc du coup ça intéresse les locaux, ça intéresse aussi les touristes de venir voilà découvrir les vignobles.**

13:30 Ah ouais, ouais. Ouais, ouais, le, le, quand on se balade dans une région, une sortie dans un domaine viticole, c'est quand même assez fréquent, ouais, ouais on a pas mal de... et donc nous on profite bien d'être sur la départementale 600 entre Albi et Cordes.

**13:46 Ok, ok. D'accord. Euh... et au niveau du territoire, est-ce que vous pensez que la valorisation...**

13:53 Fin sans, sans vouloir faire de la peine à Amandine, mais, mais oui, euh... la chapelle des Planques, elle m'apporte moins que.... fin on est... Mon raisonnement il ne vaut que par ma situation géographique. Donc ce que je vous raconte, ça vaut pour moi, je sais pas du tout comment raisonnerait quelqu'un qui serait situé euh... ailleurs sur le territoire quoi. Mais, mais nous on a cette chance-là. Fin c'est le gros, euh... c'est la particularité du domaine quoi, c'est cette axe Albi-Cordes qui pour nous est un axe majeur quoi.

**14:26 Ouais, d'accord ok. Et donc sur le territoire est-ce que vous trouvez que les patrimoines ben notamment agricoles, et les produits agricoles sont assez valorisés ? Donc sur le territoire de la com com.**

14:40 Ben à mon avis, c'est pas une histoire de communication, c'est une histoire de... enfin y a un peu, peut-être un peu de com, mais au départ il faudrait qu'il y ait des produits, et, et, et, aujourd'hui j'ai pas l'impression qu'on soit très riche, en, en offre de produit quoi, y a la truffe de Villeneuve, mais, mais ils veulent pas se structurer pour en faire une vraie filière, le vignoble c'est la marge, euh, euh, après y a des... y a une proposition des fois, de... des personnes qui font du fromage, mais, mais, c'est mal structuré quoi euh... et je pense que si les gens se plaignent d'un, d'un manque de com, fin là j'ai tendance à dire que c'est notre faute quoi, et que si on veut, si on veut communiquer il faut être structuré et il faut se mettre dans un cadre, dans un cadre collectif, et aujourd'hui ce que.. L'impression que j'ai c'est que chacun, chacun vit un peu pour lui quoi. Alors que ce soit Basse euh... avec son beurre et sa crème fraîche, que ce soit les Maratier avec les poulets, que ce soit... C'est pour ça que quand on, quand la communauté faisait le repas, de façon indirecte, elle, elle incité des gens à travailler ensemble pour avoir une offre concertée quoi. Euh, euh... et donc on a perdu, en abandonnant ces repas, je pense qu'on... et je crois que c'est vraiment le boulot de la communauté ça en plus, de mettre les choses en musique, et d'inciter les gens à travailler ensemble. Alors c'est, c'est peut-être l'office de tourisme qui peut le faire, c'est peut être aussi les gens chargés de l'économie, parce que y a, y a des vraies, des vraies retombées économiques et, et, et, et... je.... depuis que ce repas est abandonné, c'est vrai que je regrette quoi, je crois que ça vaut le coup, ça vaut le coup en terme de développement agricole c'était intéressant quoi, parce que ça, ça, fin moi ça m'a fait connaître par exemple Sylvie Basse que je connaissais pas, euh... ça m'a fait connaître la ferme des Maratière, ça m'a fait connaître... euh... des gens avec qui je continue des fois à travailler euh... et, et y a des gens... je suis sûr qu'on peut faire des gros progrès là-dessus quoi, mais plutôt que de faire du baratin, des conférences, des... mettre des gens ensemble pour faire des trucs, ça me semble beaucoup plus efficace que tout le reste.

**17:08 Ok. Mais du coup à ces repas c'était les prestataires, c'était les...**

17:11 Ben les, les, les producteurs fermiers se regroupaient pour proposer un repas complet. Fin il y avait, enfin moi j'allais chercher de la viande, j'allais chercher un petit cochon chez Michael Vaur, ou, ou une poule au pot chez, à la ferme des Maratière, j'allais chercher du fromage chez Basse...

**17:29 D'accord, d'accord. Chacun donnait... d'accord ok.**

17:31 Voilà, et ça marchait bien. C'était, c'était intéressant, les gens étaient gourmands de ça. Donc après là-dessus on pourrait peut-être rajouter euh... la promotion des groupes musicaux de la région, fin on, on... on peut rajouter, enfin le tourisme, l'économie et la culture, ça devrait pouvoir faire des trucs ensemble, plus, plus... Bon c'est vrai moi j'aimerais bien qu'on remette un peu d'ambition dans ce domaine-là quoi. Parce que, parce qu'en offre touristique, c'est pas structuré, c'est pas... Il me semble que c'est le travail de la communauté alors de, du tourisme, ou de l'économie, je pense que... et même et même de la culture, quoi, parce qu'on pourrait, on pourrait peut-être faire émerger des, des... des petits trucs artistiques locaux, pendant ces repas-là quoi. Il faut, il faut animer les repas, bon ça permet d'agglomérer des petits trucs pour faire, pour faire un truc un peu plus gros globalement.

**18:26 D'accord, ok. Euh... et... du coup si on arrive à créer ça, à créer un peu une dynamique autour de voilà, de ces savoir-faire, ce patrimoine qu'est-ce que ça pourrait apporter au territoire ?**

18:46 Ben, le but ultime,... fin oui, le but ultime c'est de, c'est de, ultime, fin un des buts c'est de gagner des sous, donc derrière, derrière, y a des retombées économiques, alors qu'est-ce que ça peut apporter, euh... Après, après, ça peut permettre de sauvegarder, mais j'ai pas trop réfléchi, mais ça peut permettre de sauvegarder peut être des...

*[Téléphone qui sonne - prend la communication]*

20:03 Euh... où on en était ? Euh oui donc, après, après euh... euh... ça peut permettre fin à terme... de façon plus globale mais sur le long terme, quand on maintient une filière, on maintient des paysages, on maintient un patrimoine des fois... enfin c'est, c'est à très long termes tout ça. Mais c'est vrai, après on a pas de..., euh... en terme de, de, de autre que viticole, euh... on a pas de race locale, fin on a pas du porc noir Gascon, on a pas, on a pas une race de patates particulière, euh... donc du coup on a... bon, je sais pas trop... Mais ce travail de recensement, peut être que, je suis pas sûr qu'il ait été fait seulement, être sûr qu'on a rien de particulier, je suis même pas convaincu qu'on ait vérifié de pas avoir des trucs euh... Bon peut être que la démarche, bon ben y en a un, un jour qui va se dire, on a, on a ce truc, que personne d'autre à... Si on a les répountchous. C'est la, c'est la saison... non mais c'est vrai y a un petit patrimoine culinaire par contre. Y a des, y a des... euh... y a des, des, des gens à mon avis à associer, c'est, c'est par exemple les Jeannots de chez Deymier, c'est... Ce petit patrimoine culinaire il faut le sauver quoi... les Jeannots, les répountchous euh... les radis au foie salé, enfin donc... Enfin je pense qu'il y a un travail à faire, là aussi sur la communauté, l'offre de restauration elle est pas énorme, mais des partenaires intéressants c'est les restaurateurs, sur tout ce qui est patrimoine alimentaire. Et

c'est vrai que le répuntchous, Cordes en a fait un petit peu son, ils font, ils font leur concours de préparation de répuntchous à chaque printemps euh... C'est vraiment, très, très Ségala en plus, c'est vraiment d'ici quoi. Euh... y a peut-être des petites histoires à raconter là-dessus.

**22:07 Ouais, ok. D'accord.**

22:09 Faut pas refaire la fête des répuntchous parce que ça va vexer Quilès mais...

**22:14 Ok. Euh... et pour vous, le territoire il renvoie qu'elle image ? Il a plutôt dans l'ensemble une bonne image ou ? Auprès des locaux, auprès des personnes extérieures ?**

22:30 Le territoire il a pas, il a pas une mauvaise image. Je crois, fin... je crois ce qu'il a c'est une belle campagne. Euh, euh... je crois qu'il a l'image fausse encore d'un territoire industriel, je crois que la mine marque, marque, encore beaucoup dans la tête des gens. Euh... et puis ce que je crains c'est qu'il ait pas, qu'il ait pas beaucoup d'image surtout. Qu'il soit pas très bien identifié, qu'ils soit pas... On a pas euh... on, on a pas, je crois qu'aujourd'hui, on a pas, fin le nôtre quoi, le Carmausin-Ségala, euh... on a pas d'image forte. L'image forte c'est la mine, c'est Jaurès, bon ça date un peu... Euh... et après c'est vrai que, on a pas, on a pas... on a pas de sites touristiques majeurs, on a des petits sites de qualités, mais un peu confidentiels quoi. La chapelle des Planques, la chapelle des Planques on y envoie pas des milliers et des milliers de visiteurs quoi. Euh... le seul site qui ait un peu d'envergure c'est Monestiés, euh... mais, mais c'est vrai qu'on gagnerait beaucoup, fin à mon sens, on gagnerait beaucoup en termes touristique si on fusionne avec Cordes. Parce que là y a un vrai point touristique et puis bon, si les trufficulteurs euh, voulaient bâtir quelque chose, y a un vrai truc à bâtir avec la truffe. Mais, mais... ils veulent pas.

**24:13 Ok. Euh... Et est-ce que essayer de bâtir quelque chose sur voilà, les savoir-faire du territoire, ça peut permettre un peu de changer l'image, ou de la renforcer ?**

24:25 Ben je sais pas, lesquels ?

**24:27 Voilà, c'est ça.**

24:30 Lesquels.

**24:31 Ok.**

24:31 Le, le, le... aujourd'hui, aujourd'hui je pense que le premier travail à faire c'est ce que vous faites quoi. C'est essayer de faire du recensement, d'essayer de voir, et une fois qu'on a recensé les trucs et qu'on s'aperçoit qu'il y a quelque chose de particulier. Aujourd'hui, aujourd'hui, je sais pas... On a les lentilles, enfin, Villeneuve est un territoire un peu, un peu particulier quoi, y a de la vigne, y a des, y a des truffes, y a des... donc ça... si tout le territoire était aussi riche que Villeneuve, euh... on se poserait moins de questions. On a de l'eau de vie à Villeneuve, donc on a deux distillateurs, bon on a des choses amusantes, mais, mais y a un petit... y a un dynamisme particulier sur ces produits, sur ces produits-là

à Villeneuve mais, mais après, alors c'est aussi peut-être parce que c'est mes voisins, mais, mais je vois pas, je vois pas ce dynamisme villeneuvois, se diffuser bien au-delà de ses frontières quoi. Je sais pas...

**25:35 Ok. Ok. Euh, et euh, aujourd'hui, vous diriez que fin, quelle est la place un peu de l'agriculture, et notamment, bon là du vignoble, sur le territoire. Est-ce qu'il se développe, est-ce qu'il ?**

25:52 Non. Non, non, non. Non, non, le, le, le... Fin je pense que le monde agricole dans sa globalité c'est en crise. Le vignoble, le mien, fin celui de Villeneuve, de Virac, sur le territoire, euh... donc le vignoble qui est sur la communauté de communes du Carmausin, il est, il est, il est tout à fait périphérique au gaillacois quoi, on pèse rien sur le nombre d'hectare. Et, et... et le vignoble gaillacois dans sa globalité il va pas bien quoi, le, le... mais bon ça, ça, ça dépasse, ça dépasse notre communauté quoi... mais, mais... le vignoble vieillit, la pyramide des âges est dégradée. Fin dégradée, y a beaucoup de vieux, pas assez de jeunes. Euh... les gens, les entreprises ont du mal à se développer, fin on a beaucoup, on a beaucoup de problèmes. Et puis pour le reste de l'agriculture, j'ai pas, j'ai pas trop d'idée, mais c'est vrai qu'on a pas... Euh... y avait eu, y avait eu du temps de Pastor, un travail important sur le veau du Ségala. Aujourd'hui, j'ai l'impression que ça s'essouffle un petit peu. Je sais pas trop, je connais pas trop la filière élevage. Euh... et à part, à part ce côté Veau du Ségala, qui est une vraie marque et qui utilise en plus le nom de Ségala, qui est le nom aussi de la communauté de communes, je sais pas trop ce qu'on peut faire. A mon avis, si la communauté peut faire quelque chose de particulier, c'est sur le veau du Ségala qu'il faut faire des trucs.

**27:27 Ok.**

27:29 Mais je suis pas sûr que ce soit du tourisme ça, je pense que c'est plus de l'économie de nouveau. Alors le tourisme à son mot à dire mais, mais, mais le... euh... je pense que c'est, c'est... c'est plutôt du développement économique, que du développement touristique.

**27:46 Ok. D'accord.**

27:52 Après en tourisme, y a, y a, sans doute beaucoup à faire sur le développement de l'hébergement quoi. Euh... je suis persuadés qu'il y a des choses à faire pour animer le groupe, euh... tous les gens qui accueillent quoi, donc... mettre en musique les hébergeurs, les campings et... non là je crois qu'il y a, là y a des choses à faire je pense.

**28:15 Ok. Ok, euh... Alors euh, souvent les savoir-faire on va, on les associe à des techniques passées, ou ancestrales, qu'on se perpétues, mais est-ce que vous pensez qu'il est, pour valoriser voilà les savoir-faire et le patrimoine du territoire, il est plus important de valoriser ce qui se faisait avant, ou plutôt de valoriser ce qui se fait maintenant ?**

28:41 Ben, c'est mieux de valoriser ce qui existe aujourd'hui, euh... Mais après, après bon tout ça, je pense que faut vraiment faire ce travail de recensement. Je sais pas trop... euh, je sais pas trop aujourd'hui ce qu'on pourrait valoriser et qui soit réellement actuel et... un peu

moderne quoi. Mais ça vaudrait vraiment le coup, ouais. Ouais, parce que, parce que, euh, c'est vrai que moi je crois qu'on a intérêt de sortir de l'histoire minière quoi. Euh... je crois que cette histoire-là, elle bloque l'émergence d'autres choses quoi. Donc je crois qu'on aurait tout intérêt.

**29:23 Ok. Et est-ce que vous voyez des freins à la valorisation de ce patrimoine ?**

*[Réflexion]*

29:38 Si y a un frein, c'est, c'est le manque de travail en réseau. Je pense que c'est... si y a quelque chose qu'on peut vraiment améliorer, c'est mettre les gens ensemble, mais pas forcément, en leur foutant des réunions ou... fin, fin, je sais pas, peut-être je me trompe, mais moi j'ai vraiment l'impression que les repas qu'on faisait entre producteur, on rebâtirait quelque chose avec les hébergeurs, je suis persuadé, qu'il y a... en faisant faire des trucs ensemble aux gens, je crois qu'on... on leur fout pas des raisonnements, on leur dit pas, il faut que, y a qu'a... on s'y met et, et... et les liens se font de façon plus naturelle quoi.... ça se décrète pas de se faire confiance, de travailler ensemble, de..., de, de se connaître, ça... je pense que c'est des choses qui viennent petit à petit, et je suis vraiment, j'ai vraiment l'impression que le, que le, ce qui avait été fait avec ces repas, y avait un vrai intérêt au-delà de ce qu'on faisait, au-delà du repas lui-même. Il s'est passé des choses à côté qui étaient intéressantes.

**30:47 Ok. Et les repas, ils attiraient plus les locaux, les touristes ?**

30:50 Non, non, non. Enfin ça, y avait, y avait une partie de locaux qui faisait tous les repas, mais y avait, y avait pas mal de passage touristique ouais. Y avait ça parlait quand même pas mal anglais, ouais c'est amusant. Quoi, y avait des choses intéressantes.

**31:06 Et c'était une fois par an ou c'était ?**

31:09 Ben au départ quand ça marchait bien, y avait eu une dizaine de repas organisés sur l'été.

**31:15 D'accord, ok.**

31:16 Et donc chaque producteur recevait, recevait un repas une fois dans l'année.

**31:21 Ok. D'accord. D'accord. Ok, bon ben voilà, vous avez répondu à mes questions. Merci beaucoup, est-ce que vous avez quelque chose à rajouter sur la thématique ?**

31:32 Non pour ma défense.

**31:34 D'accord [rires]. Bon, ben merci beaucoup.**

## Entretien M. K

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien
Monsieur K	Agriculteur	Mercredi 25 avril 2018 9h00 Rencontre en face à face

**00:00 Ok. Euh déjà est-ce que vous pouvez un peu vous présenter, présenter l'exploitation ?**

00:08 Oui...

**00:10 Voilà, fin...**

00:10 Oui, oui. Euh... en fait c'est donc une exploitation familiale qui était à nos grands..., à nos arrière-grands-parents, nos grands-parents, nos parents et donc maintenant mon frère Cédric et moi. Alors on est installés, lui il l'est depuis 2006, moi depuis 2008. Euh... on a deux productions principales, c'est ovin viande, pour avoir des agneaux, bovin viande pour les veaux. Euh... après on fait un peu d'apiculture, on à 70 ruches et on... on essaye de... de continuer à l'exploitation de châtaigneraie, donc la cueillette et la transformation de châtaignes, en crème de châtaignes. Voilà pour nos activités euh... Après que vous dire, on à 100 hectares, tout rond. On a, fin c'est pas des gros ateliers à chaque fois, c'est des petits ateliers.

**01:09 Ok. D'accord. Euh du coup vous faites de la vente directe sur l'exploitation ?**

01:14 Alors on fait de la vente directe de... tout le miel est en vente directe, la crème de châtaigne y en a une grosse partie aussi et euh... Après on vend aussi des colis de viande de veau, d'agneau, de brebis, de bœuf, mais euh... la vente directe de viande ça représente un petit tiers de la production.

**01:39 Ok, d'accord. Ok. Euh et pourquoi vous avez fait ce choix de vendre directement ici ?**

01:47 Euh, pourquoi ce choix, en fait euh... donc mon frère était installé sur l'exploitation, puis je suis revenu. On a pas... l'exploitation était pas extensive, euh, on voulait pas faire de production industrielle, fin de production hors sol et donc il a fallu trouver une idée pour... se diversifier et pour sortir un deuxième petit salaire. Puis ça nous plaisait donc voilà, on est parti voilà.

**02:20 Ok. Euh, et du... est-ce que vous avez d'autres points de vente ?**

02:26 On a... à la Fouillade, on a un copain qui a une... jardinerie, un petit libre-service agricole, où on vend miel et crème de châtaignes et après on a des points de vente pour la crème de châtaignes à Carmaux et Saint Juéry, voilà.

**02:48 D'accord. Et du coup c'est qui plutôt vos clients ? C'est des locaux ou...**

02:53 Euh locaux oui et... pas mal... beaucoup de personnes qui ont des maisons secondaires parce qu'ils reviennent toutes les vacances et après...

*[Entrée dans la pièce du frère et associé de l'enquête]*

**03:06 Bonjour.**

*03:08 Bonjour.*

03:09 Fais gaffes tu es enregistré [rires] Ne dis pas de bêtises. Donc Cédric, qui est sur l'exploitation voilà

**03:18 Ok. Euh... ok. Et donc vous faites des visites de l'entreprise aussi ? De l'exploitation ?**

03:23 Alors euh... très peu. On en fait un petit peu, ben fin, on en fait avec la communauté de communes, on fait..., on accueille deux balades, on fait, fin cette année je crois qu'il y en a qu'une d'ailleurs. On fait deux récréations gourmandes. Après euh... de temps en temps, si, on a des demandes pour les visites des écoles qui viennent. Euh... C'est sympa mais ça prend du temps, voilà.

**03:53 C'est ça. C'est dur à fin, voilà, allier vie de l'exploitation et visite ?**

03:58 Ouais voilà, faut arriver, faut arriver à tout goupiller.

**04:00 Et par exemple quand c'est pour les écoles, qu'est-ce que vous faites typiquement comme visites ? Qu'est-ce que vous leur montrez ?**

04:07 Euh... ils viennent essentiellement pour voir l'apiculture. Donc on explique euh, la ruche, la vie de la ruche, notre travail, euh... suivant après selon le temps qu'il reste, on va voir les brebis ou pas, mais souvent c'est 90 % que les abeilles.

**04:24 Que les abeilles, ok. Euh et est-ce que par exemple, y en a qui vous demandent, fin des touristes ou, qui vous demandent, voilà des visites ou des explications quand ils viennent acheter directement ?**

04:34 Oui, ils sont assez curieux. Ils demandent euh... Voilà comment ça fonctionne. Après le truc c'est que souvent, malheureusement nous on est pas là souvent, c'est souvent nos parents, euh... après... Donc c'est souvent ma mère, donc y a pas énormément de...

*[Interrompu par son frère]*

**05:12 Ok. Euh... et est-ce que vous envisagez de faire plus de visites ou..., comme ça ça vous convient, ou par exemple si l'office de tourisme met en place d'autres actions ?**

05:21 Euh... après c'est un petit dilemme qu'on a avec mon frère. Moi j'aimerais bien en faire plus, euh... mais après il a raison aussi. C'est que le temps que je le passe à faire ça, je suis pas à faire autre chose. Donc il nous faudrait arriver à trouver l'équilibre. Mais euh... un peu plus oui, c'est juste qu'on a pas le temps de s'en occuper pour le développer, tout simplement. Un petit peu plus, ouais, je pense que ce serait bien.

**05:47 Ok. Euh... donc moi je travaille donc voilà sur la valorisation du patrimoine essentiellement. Qu'est-ce que, fin pour vous ça fait référence à quoi le patrimoine agricole ?**

[Réflexion]

06:04 Ouais... [Rires]. Euh... comme ça là, je dirais le..., le... alors savoir... entre je sais pas si on peut dire comme ça entre le savoir travailler, le savoir entretenir, respecter, notre..., notre territoire. Je sais pas si...

**06:27 Oui, oui, non mais très bien. Euh et comment vous définiriez pareil la notion de savoir-faire ?**

06:35 La notion de savoir-faire, euh... c'est... [Réflexion]. C'est savoir regarder, regarder, regarder la nature, fin la nature, ouais regarder... comment... c'est compliqué là [rires]. La minute philo ! Euh... le savoir-faire c'est savoir, fin pour moi après je détiens pas le savoir, je dirais, c'est savoir produire tout en respectant et en regardant euh... la nature mais alors je veux pas tomber dans le panneau, non pas que je les aime pas, pas dans le panneau écolo et... et euh... image du zadiste là qui vit. C'est faire attention à ce qu'on fait quoi, pas faire n'importe quoi...

**07:45 Ok.**

07:47 Mais j'ai rien contre les zadistes, rien contre les écolos, c'est juste que des fois ils ont une image un peu trop... à mon goût.

**07:54 Ok. Est-ce que vous pensez que la population locale elle est attachée à tout ce patrimoine et ces savoir-faire agricoles du territoire ?**

08:04 Y en a oui, mais au niveau agricole y en a beaucoup malheureusement non, ils en ont rien à foutre.

**08:08 D'accord.**

08:09 Pardon pour le mot.

**08:11 Oui, non mais y a pas de soucis.**

08:12 Ils en ont rien à faire. Ils pensent à une chose, c'est produire sans regarder.

**08:17 Ok. D'accord. Et est-ce qu'ils sont intéressés par, par exemple, découvrir ce que vous faites lors des visites ?**

08:28 Alors, on a eu... Y en a oui, y en a qui viennent, qui... Mais y en a ils nous prennent pour des... Y a de tout, comme pour tout. C'est pas, c'est pas super comme réponse mais...

**08:48 Oui, non mais... Du coup ça intéresse plus les touristes peut être ?**

08:52 Ça intéresse... je pense que les personnes les plus intéressées, sont alors les touristes, ou alors les gens qui sont originaires de la région, qui reviennent ou qui... travaillent un peu

à l'extérieur, plus que les... Les retraités aussi sont pas mal intéressés, plus que les euh... les agriculteurs de... qui sont un peu bourrus, je dirais.

**09:17 Ok. D'accord. Et est-ce que ça peut intéresser les jeunes, donc les enfants ou les adolescents ?**

09:24 Les enfants oui. Les adolescents euh... les adolescents aussi, je pense aussi. Après faut être bon pour les...

**09:33 Oui c'est ça, y a la manière de... [Rires].**

09:36 Y a la manière. Mais après je suis sûr qu'ils seraient intéressés. Sur le moment je pense qu'on aurait l'impression qu'ils s'en foutent mais... Parce que j'en ai une adolescente à la maison et... sur le moment elle se fout de tout et puis après, on voit que...voilà.

**09:54 Ok. Euh... et sur le territoire, est-ce que vous trouvez que le patrimoine et les produits agricoles ils sont assez valorisés ?**

10:06 Euh... le patrimoine oui après je suis pas spécialement spécialiste donc euh...

**10:16 Non mais tout ce qui est voilà, agricole, patrimoine lié à ça en fait.**

10:21 Alors pour le patrimoine moi je trouve, je... étant à la limite avec l'Aveyron, c'est pas une critique hein, ils ont toujours été plus en avance que, que le Tarn sur plein de choses. Euh... au niveau agricole... [Réflexion]. Alors non je trouve que c'est pas assez valoriser, le problème c'est que, allez valoriser des agriculteurs qui... qui pour moi, après c'est ma vision des choses, qui travaillent pour moi pas bien, c'est à dire qu'ils balancent de l'engrais, des phytosanitaires à fond, qui... qui ont x vaches allaitantes alors qu'avec la moitié ça serait mieux, ça à mon avis faut pas le valoriser, c'est... Pour moi c'est des conneries. Je sais pas comment vous dire... Je sais pas ouais...

**11:20 Est-ce que vous pensez qu'il y a quelque chose à faire pour valoriser les différentes productions du territoire, que ce soit ben le vin, l'agriculture, fin voilà?**

11:32 Y a toujours à faire. Faut toujours essayer de faire. Après comment euh... on est un peu, y a bien quelques trucs qui se font. On est un peu chacun de notre côté, et... à vivoter chacun de notre côté quoi.

**11:46 Donc il faudrait essayer de trouver peut être un moyen de rassembler les gens, de...**

11:51 Euh...

**11:52 De créer peut être des projets, des actions pour...**

11:53 Oui, parce que tout seul... après ça, ça devient un métier quoi après. Et donc... après y en a des, des agriculteurs qui se regroupent qui... mais euh... fin nous y a des groupes d'agriculteurs, y a des boutiques, notamment y en a une au Garric là. La corbeille... je sais plus comment elle s'appelle... euh c'est vachement bien, c'est juste que ça demande énormément de temps quoi. Alors nous on y va pas parce que...

**12:25 Ouais, c'est deux métiers différents**

12:26 C'est des métiers différents et puis, faut, faut, faut avoir le temps quoi hein

**12:30 Ok. Ok, euh et est-ce que vous avez connaissance de peut-être, productions ou produits, qui seraient intéressants à valoriser, qui sont un peu typique d'ici ? Euh... alors voilà.**

12:49 Alors je parle pour notre vallée du Viaur. Des productions typiques d'ici, je dirais y a notamment la châtaigne, euh... après euh... après fin y en a pas qu'ici de la châtaigne, mais pour, pour la région, ouais y a la châtaigne, donc après... je vais vendre mon truc, y a du miel de châtaigner (rire). Euh... après y a des produits, mais produits région, ça se tient, il faut tout ensemble quoi. On peut pas... parce que la châtaigne y en a pas qu'ici, y en a partout, y en a à plusieurs endroits en France. Euh... on pourrait dire les agneaux mais y en a pas qu'ici non plus. Faut que ce soit rajouté, rattaché à une région et...

**13:41 OK. A une échelle plus large quoi ?**

13:44 Plus, ouais plus large et, et puis, y a l'agriculture, y a le tourisme fin... y a tout, faudrait que tout soit ensemble, lié et... alors je sais pas comment.

**13:57 Ok. Euh... et pour vous le territoire il renvoie quelle image, à l'extérieur ? Alors que ce soit le territoire ici, plutôt rural, mais aussi ben tout l'ensemble de la communauté de communes, jusqu'à Carmaux. Est-ce que vous pensez qu'il y a plutôt une bonne image ou ?**

*[Réflexion]*

14:23 Euh... je sais pas... [Rires]. Je sais pas, je sais pas. Euh... une bonne image, à mon avis l'image n'est pas négative. Après je pense qu'il faut qu'on soit un peu plus, entre guillemets, fier de, de notre territoire, de ce qu'on a, parce qu'on a pas à être jaloux des autres. Euh... maintenant il faut se vendre plus. Alors je sais pas, c'est compliqué votre question.

**14:58 Ok. Et est-ce que vous pensez, que du coup, valoriser un peu ben les savoir-faire du territoire, ça peut permettre d'apporter quelque chose au territoire, fin d'apporter quelque chose au territoire ? Une certaine attractivité ou un changement d'image ?**

15:14 Euh... oui, oui, oui et puis, je... enfin après... à mon niveau à moi j'en sais rien, je suis pas... je pense que les gens pour l'instant recherchent plus ce genre de chose que d'aller se dorser la pilule sur la plage. Fin plus, y a toujours deux catégories. Euh... et puis de toute façon il faut toujours chercher à faire des choses différentes pour se démarquer, pour attirer.

**15:40 Ok.**

*[Entrée d'une personne dans la pièce]*

15:43 Euh Gautier qui est en stage chez nous.

**15:44 Ok. Bonjour.**

**15:45 Euh... ok. Euh et vous diriez que sur le territoire, aujourd'hui l'agriculture, un peu elle se porte comment. Est-ce que ça se développe ? Est-ce que c'est compliqué ?**

16:03 Euh... [Réflexion]. C'est compliqué c'est clair. Euh ça se développe... non. Fin, je sais pas ce qu'on entend par se développer, c'est quoi se développer ? Je vous aide pas là...

**16:30 C'est pas un souci**

16:30 Se porte bien euh... je sais pas.

**16:36 Ouais ok. Et est-ce que vous identifiez peut-être, ouais des problématiques liées ben à votre métier, autour des savoir-faire ?**

16:52 Euh...

**16:55 Je sais pas de transmission, de..., d'image, fin voilà.**

*[Réflexion]*

17:08 Euh... après au niveau de l'image, je pense qu'on a eu, mais bon y en a beaucoup qui l'a... Je pense que l'agriculture on a pas une super bonne image, ça c'est clair. Euh... parce que y en a tellement qui ont abusés et qui abusent encore de tous les produits. On est pas en bio je précise. Euh... donc au niveau de l'image ouais y a des trucs à faire mais... C'était quoi la question pardon ?

**17:37 C'était est-ce que vous identifiez des problématiques euh, des menaces liées à l'agriculture ?**

17:47 C'est à dire des menaces que l'agriculture a ou que l'agriculture ? Ce serait l'agriculture qui menacerait ou ce serait ou ce serait l'agriculture qui est menacée ?

**17:56 Qui est menacée.**

17:59 Qui est menacée. [Réflexion]. Je sais pas... moi j'en reviens au truc...à mon avis il faut arrêter d'avoir une agriculture productiviste euh... parce que quelqu'un qui s'installe comme ça à mon avis il va, si il a, sauf si papa lui a tout donné, tout fait, autrement il va dans le mur. Mais euh... après au niveau de la région, je sais pas si... si la Région a beaucoup de pouvoir par rapport à l'avenir de l'agriculture, fin je sais pas... C'est compliqué. On a tous... on a tous un peu de pouvoir à notre niveau, mais les grandes décisions, malheureusement, on dépend beaucoup des décisions de plus haut là-haut. Et... après, je... la plus grande menace c'est, donc c'est pas au niveau de la région, c'est la manque de visibilité à plusieurs années. On sait pas... parce que malheureusement on dépend beaucoup des primes et on sait pas comment ça va évoluer dans les années, dans deux ans on sait pas comment ça évol., comment ça va évoluer. Du coup c'est difficile de, d'investir, de prévoir pour l'avenir.

**19:29 Ok. D'accord.**

19:31 Ca c'est assez pénible d'ailleurs.

**19:34 Ok. Euh... du coup moi je travaille sur les savoir-faire, c'est souvent associé à des techniques passées, à un héritage. Est-ce que vous pensez qu'il est plus intéressant de valoriser ce qui se faisait avant ou alors plutôt de valoriser ce qui se fait et ce qui est présent maintenant sur le territoire ? Par exemple pour l'agr...**

19:54 Je vais faire mon Normand, il faut les deux. Parce que... de toute façon ce qui... il faut, il faut savoir ce qui se faisait avant et il faut regarder devant. Donc euh... il faut les deux quoi, fin c'est bien de... ouais c'est bien de voir ce qui, de savoir ce qui se faisait avant pour mieux voir ce qui peut se faire. Il faut les deux. Je suis pas clair mais faut les deux.

**20:23 Si, justement. Ok, merci. Euh... ok. Euh... et est-ce que vous identifiez des freins un peu à la valorisation des savoir-faire agricoles du territoire, qui pourrait y avoir ?**

20:45 Euh... peut-être qu'on est trop... on est pas assez solidaire entre nous. Je...

*[Parle avec son frère]*

22:08 Euh... oui pardon.

**22:08 Donc, oui, non, y a pas de soucis. C'est si vous identifiez des freins à la valorisation des savoir-faire ?**

22:16 Ouais, le... [Réflexion]. J'en sais rien, ouais le manque de solidarité entre nous et le manque de temps. C'est... C'est le temps qui fait que... moi j'aimerais bien montrer, expliquer, à mon niveau à moi mais c'est le temps.

**22:38 Ok. Ok. Bon ben vous avez répondu à mes questions.**

22:44 J'ai essayé.

**22:44 Ben oui, très bien. Est-ce que vous avez quelque chose à ajouter peut-être sur la thématique ? Sur ?**

22:55 Euh... non je sais pas

**22:58 Vous pensez que ça peut être intéressant quand même pour le territoire de valoriser euh... les savoir-faire ?**

23:05 Ah ben oui, oui, oui, c'est clair. Parce que, enfin y a des trucs bien dans le territoire, je suis sûr qui se font très bien, fin qui se font, mais je suis sûr qu'il y en a encore qui peuvent se faire et... Et puis... il faut... plus on aura de chose à montrer, à voir différentes, plus ça fera venir du monde. Et... Il faut... il faut essayer d'en faire... Voilà, c'est comme, c'est comme quand vous allez dans un magasin, plus y en a, plus vous avez envie d'acheter plusieurs choses, plus ils auront envie de venir.

**23:43 Ouais, ok.**

23:45 Voilà ma philosophie de la fin. [Rires]

**23:46 Très bien. Merci beaucoup. Merci de m'avoir accordé du temps.**

## Entretien M. L

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien
Monsieur L	Président du syndicat des trufficulteurs du Tarn	Jeudi 26 avril 2018 10h00 Rencontre en face à face

**00:04 Euh, voilà, donc déjà est-ce que vous pouvez vous présenter, un peu ?**

00:09 Oui donc moi je suis Monsieur L, je suis retraité et je suis le Président du Syndicat de trufficulteurs du Tarn. Donc le syndicat, on est une structure de cent..., cent-trente adhérents et on a environ 250 hectares de plantés dans le Tarn.

**00:27 D'accord, ok.**

00:29 Et on estime une production annuelle, environ de 400 kg, pour le Tarn.

**00:35 Ok. Et le secteur ?**

00:39 Alors le secteur il part d'ici, tout... Carmaux non, à partir de, du plateau cordais qu'on appelle, jusqu'ici Cesteyrols. Après y a une partie qui est à Lautrec, y a un secteur qui est à Lautrec et y a une autre partie qui est à la Cocalière, à côté de Castres, Mazamet. Voilà, parce que la truffe ne se trouve que sur des sols calcaires, ou argilo-calcaires.

**01:00 D'accord, ok.**

01:02 Après le reste, quand on descend sur Gaillac, c'est plus, c'est plus, c'est des terrains acides donc y a pas de truffes. Voilà.

**01:07 Ok, d'accord. Et du coup, vous vous avez des truffes ?**

01:10 Et on a des truffes, on a des truffes oui. Moi j'ai une plantation de quatre hectares, ici dans le coin là, juste à côté. Euh, nous on est, ici on est situé pratiquement au centre de..., du secteur où c'est qu'il y a pratiquement le plus de plantations truffières.

**01:30 D'accord, ok. Euh... d'accord. Est-ce qu'elle a une particularité ou ?**

01:35 Non, non, non. La truffe c'est la même qu'on trouve en Italie ou qu'on trouve en Espagne. Ça s'appelle la tubermélanosporon et, et les gènes de cette truffe sont les mêmes que ce soit ici en Franc ou à l'étranger, c'est la mélando, c'est la truffe noir. C'est la même truffe hein, qu'on trouve partout. Elle peut avoir un parfum plus ou moins, un peu plus accentué, différents en fonction du terroir, le terroir compte aussi, mais c'est la même truffe.

**02:00 Ok, d'accord. Et la prod, enfin la production elle est ancienne, elle est ?**

02:05 Ben disons que la production, ici y a toujours eu de la truffe, mais à l'époque c'était dans du sauvage. Et donc le sauvage a disparu et donc comme on a vu que le sauvage était en train de disparaître, on a pallié ça par le, le fait de re..., de faire des plantations. Ce sont des arbres qui sont micorisés, qui sont issus de pépinières, de pépiniéristes euh agréés hein, sur lequel ils inoculent le micilion de la truffe sur les racelles de l'arbre. De la mélando. Donc on met ça en terre, on plante et on attend dix ans [rires].

**02:37 D'accord, faut être patient.**

02:39 Voilà.

**02:40 Ok.**

02:42 Minimum, minimum dix ans.

**02:42 Ok, d'accord.**

02:45 C'est une moyenne quoi, ça peut être un peu moins, mais des fois c'est beaucoup plus. Donc il faut être très patient quoi. Et planter jeune.

**02:55 Ok. Euh... ok, et au niveau de la vente des truffes ici, ça se fait comment ?**

03:01 Alors la vente des truffes, ça se fait en premier souvent maintenant par connaissance, les gens viennent les chercher à domicile, mais bon c'est minime quoi. Et puis nous nous organisons des marchés. Nous sommes présents au, au marché, marché au pont de l'art, un marché à Mazamet, et puis on fait un marché de Noël ici à Villeneuve-sur-Verre, et la fête de la truffe à Villeneuve-sur-verre.

**03:24 D'accord.**

03:26 Et maintenant on est présent au marché couvert à Albi. Tous les dimanches matin, voilà.

**03:30 Ok.**

03:33 Voilà, on a essayé. Et après les gens, ils...quand ils en ont trop, s'ils en ont trop, ils vont à l'Albinque. Ça c'est le gros marché à l'Albinque où c'est qu'il y a les... Mais c'est les marchés au dé..., au panier, tandis que nous ici on vend au détail, c'est à dire chaque truffe elle est contrôlée, on vend pas n'importe quoi. Tandis qu'à l'Albinque c'est au panier, y a de la bonne, de la mauvaise, et... voilà

**03:52 D'accord ok. Et le rôle du syndicat c'est quoi ?**

03:56 Alors le syndicat ça a été de relancer la plantation dans le Tarn, parce qu'à l'époque, comme je vous disais, partout y avait du sauvage, comme le sauvage à disparu, et... dans, dans le Tarn on disait qu'il y avait une production de trois, quatre tonnes, à l'époque, en dix-huit cent, quoi hein. Et, et bon elle a pratiquement disparue et donc euh... comme on avait des terrains favorables, on s'est dit, pourquoi pas relancer cette plantation. Et donc, les gens qui ont des terrains qui rapportent rien du tout, parce que c'est des terrains pauvres

les terrains à truffe, et ben on les incite à planter de la truffe. Des truffiers, voilà. C'est une passion aussi. C'est une passion. Nous sommes tous des passionnés, voilà, parce que on plante, on s'occupe des arbres, il faut que ça plaise attention, il faut que ça plaise. Et après on attend dix, quinze ans et après on est content quand on retrouve la première truffe. Voilà.

**04:54 Ok. Euh... et le syndicat est-ce qu'il mène un peu des actions de valorisation de la filière ou ?**

04:59 Ah, ben le syndicat là, dans l'année, nous, nous faisons sept journées là, de vulgarisation qu'on appelle. On en a fait une mardi, on vend dans différents secteurs du département, avec à l'appui on a un technicien, qui travaille au Lycée de Cahors le Monta. A Cahors le Monta y a un lycée euh... qui a une section truffe. Et donc ce technicien il est détaché, dans les structures, dans les départements parce qu'on a des..., une aide que ça s'appelle le FEADER, et ces journées sont payées par le FEADER. Donc nous on le fait travailler, on, on..., il vient nous faire le matin, à chaque..., on détermine les actions. Je vais vous montrer un peu [va chercher un papier] Là on en a sept... Vous voyez là le mardi 27 mars on a été à Ceysteyrols, donc y avait un thème. Là, mardi dernier on a été à Campagnac, parce que nous avons organisé, j'ai organisé un voyage en Italie, donc on a eu, un retour de ça. Le 2 juin on va aller visiter le département de l'Aude. Après le 26 juin à Villeneuve-sur-Vère et chaque fois, y a un thème différent. Là c'est à [incompréhensible], là c'est à La Roque de Puycelcis, et là c'est du côté de Montdragon. Voilà, on en a sept établie, dans, dans l'année. Donc le matin c'est le technicien qui nous fait des, des... on travaille sur ces thèmes-là. A midi on mange ensemble au resto, et l'après-midi on visite des truffières.

**06:39 Ok, d'accord. Et c'est, et c'est qui qui participent à ces journées-là.**

06:42 Tous les adhérents

**06:44 Les adhérents du syndicat**

06:44 Qui sont disponibles. Ici, la première journée, qu'on a fait ici à Cesteyrols, y avait 60 personnes qui ont participé. Euh... mardi dernier on a été 35 quand même, en fonction de, des gens disponibles, ils viennent... voilà, c'est des thèmes différents.

**07:01 Ok, d'accord.**

07:04 Donc le syndicat participe à ça. C'est nous qui l'organisons avec le technicien... de Monte.

**07:10 Ok, d'accord.**

07:11 Alors on organise des voyages et on organise les marchés.

**07:17 Ok, ok. Et eu, et donc j'ai vu que le gros événement ici, c'était un peu la fête de la truffe à Villeneuve. Ça se passe comment en fait ?**

07:25 Ça se passe que moi je trouve que... on a 50 exposants, des, des producteurs, souvent du coin hein... C'est pratiquement que des producteurs. Donc ils viennent, moi je, je les place dans le chapiteau, on a des chapiteaux, on a un gymnase, et en même temps, nous on fait un marché de la truffe. Et les gens qui viennent, nous on fabrique, nous on fait des omelettes truffier, c'est le syndicat, et après tous les exposants qui sont à côté ils vendent des produits, des assiettes, on peut consommer sur place. Y a les viticulteurs, euh... on mange et on boit sur place. Et y a environ 3000 personnes qui passent dans la journée. Ils sont comptés avec, y a un gars qui compte. On compte 3 000 personnes à peu près, qui passent.

**08:11 Donc les producteurs, c'est des producteurs de, de tous...**

08:16 Oui, d'ici, y a [nom d'une personne] qui fait du veau là, y a les viticulteurs du coin, de, de Villeneuve, y a les fromages du Ségala, y a... L'ail de Lautrec. C'est des producteurs qui viennent.

**08:28 Ok. D'accord. Et le public, donc ça se passe**

08:35 A Villeneuve

**08:35 Oui et à quelle période de l'année ?**

08:36 Là cette année c'était le 4 février, l'année prochaine je crois que ce sera le 3\.  
Toujours le premier dimanche de février.

**08:43 D'accord, ok. Donc c'est des locaux qui viennent plutôt ?**

08:47 Moi j'ai choisi des locaux et des producteurs.

**08:49 Oui. Non mais je veux dire le, le public qui vient ?**

08:50 Il vient de partout. Y a des gens qui viennent de Toulouse, qui viennent... De partout ils viennent, parce qu'on fait quand même de la publicité, par le biais d'affiches, de tracts là, y a La Dépêche, y a le journal d'ici, Le Tarn libre, qui parle... y a Fr3 aussi qui nous a filmé, on en parle quoi. Oui, oui on en parle beaucoup.

**09:10 D'accord.**

09:12 On a mis des banderoles sur les routes, euh... on, on fait 5000 flyers hein, qu'on distribue dans les magasins, un peu partout, Gaillac, Carmaux, Albi euh... On essaye de, de faire de la publicité, donc maintenant les gens ils, ils savent, donc chaque année on à a peu près le même nombre de personnes à quelque chose près.

**09:33 Ok.**

09:35 C'est en fonction du temps aussi. S'il pleut, les gens ils sortent pas. Mais quand il fait beau, ça va.

**09:38 Ok. D'accord. Donc moi je travaille sur tout ce qui est savoir-faire et patrimoine, euh... et pour vous, au niveau de la truffe et aussi tout ce qui est un peu monde agricole, ça serait quoi le patrimoine agricole, et le patrimoine truffier ?**

09:55 Ben le patrimoine truffier ben.... c'est, c'est d'avoir un maximum d'adhérents... et un maximum de, de, d'hectare de planté dans le Tarn. Le problème qu'on a ici, c'est que les gens euh... y a... presque plus de terrains. Les gens... les agriculteurs qui ont des terrains, ils ne le vendent pas, parce qu'il faut savoir que 90 % de pers..., de gens, d'adhérents ce ne sont pas des agriculteurs, d'accord. Et... y a quelques agriculteurs qui y s'y sont mis, mais y a pas trop de terrains pour pouvoir faire des plantations maintenant. Parce que les agriculteurs, ils plantent pas des truffiers, parce que quand il faut attendre 15 ans, ils préfèrent mettre du blé, de l'orge, voilà. Donc quand ils ont des parcelles qui sont vraiment très pauvres ils plantent quelques arbres mais bon c'est pas leur revenu principal. Parce qu'attention, on ne vit pas de la truffe, c'est une passion, on en vit pas. C'est une passion, non, non là. Nous sommes tous des retraités, pratiquement, et heureusement, parce que si on attendait 15 ans pour ça, et en plus ça dure même pas trois mois la saison. Du 15 décembre au 15 février, et après c'est fini, y en a plus. Donc c'est, c'est très court. La saison est, c'est très court. Mais bon ça, pendant ce temps-là nous essayons de faire les manifestations.

**11:22 Ok, d'accord. Et..., vous... ça serait quoi pour vous le savoir-faire lié à ça ?**

11:28 Ben le savoir-faire déjà, c'est l'expérience hein. On l'a au fil des années, parce qu'au départ, nous quand nous avons planté, on a suivi des gens qui soit disant savaient, et au fil des années, nous on s'est aperçu qu'on nous a fait faire des bêtises. Et donc maintenant, quand les gens plantent, avec l'expérience que nous avons, on essaye de les aiguiller d'une façon différente, à pas refaire les bêtises que nous nous avons fait. Voilà. C'est, ça vient avec le temps, et il faut savoir que chaque terrain est différent et il faut agir en fonction de son terrain aussi. Parce que si le terrain ne convient pas, vous pouvez planter des arbres microrisés, le mieux microrisés, ça fera un arbre mais pas de truffes. Voilà, c'est... c'est l'expérience qui parle, c'est au fil des années qu'on a, en regardant son sol, ses arbres, qu'est-ce qui se passe, les brûlés comment ils évoluent euh, le travail, y a quand même un travail à y faire. On les taille et on, on travaille, on travaille le sol maintenant. Alors qu'avant on nous disait qu'il fallait, on plantait un arbre et on s'en occupait plus, comme dans la nature. Mais la nature c'est la nature. Nous on, on implante un arbre à un endroit qui était pas fait pour faire de la truffe. Vous comprenez ce que je veux dire ?

**12:49 Oui, oui, oui. Oui, oui, oui.**

12:50 On oblige à faire quelque chose, à un endroit qui était pas prévu pour ça. Alors que dans les bois, c'est naturel, c'est vraiment naturel. Voilà et nous on oblige un arbre, à un endroit qui lui convienne ou qui lui convient pas à faire de la truffe. Donc on change un peu, un peu la nature. Voilà.

**13:08 Et c'est quoi le..., du coup..., moi qui n'y connaît absolument rien là-dedans, qu'est-ce que vous faites pour préparer peut être le terrain ou... ?**

13:16 Ben disons qu'au départ, le terrain il faut le travailler. Il faut qu'il soit propre et d'ailleurs avant de planter on fait des analyse pour voir si le PH et, et..., et bon... le taux de calcaire, le taux d'argile, on fait faire une analyse. Après on prépare correctement notre sol, en le travaillant, on est pas obligé de tout, de tout enlever, mais surtout sur la rangée sur... Parce que les arbres sont plantés comme ça hein, en ligne. Alors 6 mètres là et 4 mètres. Bon, maintenant avec l'expérience, on, on aurait à replanter, c'est 6 mètres et 6 mètres, en carré là, ici. Et les arbres, autour de l'arbre, ben il faut les travailler. Faut le tenir, il faut éviter l'herbe, parce que l'herbe c'est un concurrent. Qu'on laisse de l'herbe sur le rang, l'arbre il est là et il est là, on, on fait une bande d'un mètre cinquante de chaque côté, on travaille trois mètre, et puis le reste là, on le laisse en herbe. Et après on le tond, il faut le tondre. On travaille sur les rangs, et entre les rangs, ici, on laisse en herbe. Et l'herbe ça permet à toutes les bestioles de s'y mettre. Parce que si on travaille toute la truffière, qu'il y a pas un pet d'herbe, et ben comprenez qu'il y a une vie microbienne qui se passe dans le sol, avec tous les insectes, et les insectes ils sont, ils sont importants dans la, dans la trufficulture. Parce que surtout les vers de terres, les vers de terre, si y a pas de vers de terre dans un sol, il y aura pas de truffes. Les vers de terre sont associés avec la truffe parce que c'est eux qui font des galeries et ils font respirer, euh... le sol, et y a une vie qui se passe dans, dans le sol... que nous on ne voit pas et que la truffe a besoin.

**15:01 D'accord, ok.**

15:02 Voilà, la vie microbienne est importante, c'est surtout, du moins chez moi, c'est 100 % bio, y a jamais eu aucuns produits de quoi que ce soit. Y a pas du Roundup, y a pas, y a pas de produits, il y a rien.

**15:15 Ok. D'accord.**

15:19 Et ça moi j'y tiens que ça soit, que ça reste bio. Que... Parce que quand y a de l'herbe, y a des gens qui préfèrent mettre du coup de Roundup, au lieu de travailler, c'est pas bon. Mais, dans l'ensemble, chez nous y a pratiquement personne qui utilise des produits. Non, ça se fait, on travaille tous maintenant, manuellement ou mécanique.

**15:40 Ok, d'accord. Euh... donc là c'est une partie plus sur la valorisation des produits euh, du territoire, est-ce que vous pensez, alors moi je parle sur toute la partie communauté de communes, est-ce que vous trouvez que tous les produits issu de l'agriculture, ben comme la truffe sont assez valoriser ?**

16:00 Ah moi je pense que... y a quand même une certaine publicité qui se crée ici, dans, dans notre terroir, puisqu'on est entouré de vignes, vous avez vu en arrivant hein ? Ici, dans notre..., y a quatre viticulteurs déjà, qui font leur publicité. Après dans le Tarn y a l'ail rose de Lautrec, quand même qui est connu euh... le, le veau, le veau du Ségala, il est quand même, y a, y a quand même pas mal de publicité. Moi je pense quand même que les produits tarnais, Lacaune, le jambon de Lacaune, je pense quand même que les produits tarnais il est assez, on en parle. Moi je pense.

**16:41 Euh..., ok. Et euh, pour vous la valorisation donc de ces produits, est-ce qu'elle est intéressante pour l'attractivité du territoire ? Alors que ce soit attractivité des locaux, mais aussi attractivité touristique.**

17:00 Ben disons, que touristique, bon, nous, nous la truffe euh... ça dure que trois mois et c'est en période d'hiver. Donc le tourisme à ce moment-là peut-être y en a pas trop. Y en a pas trop. Ouais, y en a pas trop.

**17:13 Mais est-ce qu'il y aurait pas des actions peut être à mener en période d'été pour faire découvrir peut être ça, qui est pas forcément, qui est moins disons mis en lumière que..., que certains produits très... ?**

17:26 Disons que en été, y a la possibilité de faire visiter les truffières, mais y aura pas de truffes. Donc les gens ils vont voir des arbres, mais c'est tout.

**17:36 Est-ce que vous pensez que leur expliquer comment ça fonctionne ça peut les intéresser ?**

17:41 Ça, ça peut intéresser une partie, certaine, certaine personne ça peut intéresser. Oui parce que y a des gens qui ont jamais vu des truffes, ils savent pas comment on la ramasse, où ça se trouve, voilà. Parce que y a des gens qui disaient mais..., ça se trouve sur des chaînes,... c'est pas le fruit du chêne la truffe, hein, le fruit du chêne c'est le gland. Ça se trouve dans le sol. La truffe c'est un champignon hypogé qui se trouve dans le sol. C'est souterrain, ça se trouve pas sur les branches de l'arbre. Voilà.

**18:18 Ok. Et vous pensez que les trufficulteurs du territoire ils seraient intéressés si par exemple, l'office de tourisme met en place des actions, euh..., pour faire découvrir, la truffe, de voilà, partager un peu leur expérience ?**

18:31 Ca peut se mettre en place, oui, oui, moi je suis pas contre, non je suis pas contre. Ça peut se faire.

**18:40 Ok. Et vous pensez que la population locale elle est attachée, à ce, à cette production ?**

18:52 Locale, je dirais... pas trop. Parce que c'est un produit qui coûte cher déjà et y a des gens qui l'aiment pas. Ils se disent moi je vais pas mettre ce prix-là pour une truffe, je m'en passe. Alors le problème qu'il y a sur la truffe, on parle toujours du prix au kilo. Donc c'est 1000 € le kilo à peu près. Donc ça fait cher, ça fait très cher. Mais euh... pour faire manger une famille, avec 50 € vous allez faire manger dix personnes quoi. Voilà. On achète pas un kilo de truffe, on achète une truffe, une belle truffe là, vous la payez 50 € et vous allez régaler toute la famille. Mais ça les gens, ils le voient pas. Surtout c'est les médias qui, qui parlent, de, de prix. C'est très cher tout ça. Mais c'est très cher oui mais on achète pas un kilo. On achète qu'une truffe. Après ceux qui achètent un kilo, c'est, c'est les restaurateurs, c'est les conserveurs, c'est les revendeurs, c'est ça. Mais... nous personnellement, les gens qui viennent acheter, ils prennent une truffe, donc, ça coûte pas une fortune, et ils se régaler. Après bon... localement... disons que y a des gens encore ils savent pas qu'il y a de la truffe dans le Tarn. Le problème il est là. Le problème il est là hein. Quand... ah mais y a de la truffe dans le Tarn ?! Pourtant hein, nous ça fait 12 ans que nous faisons la fête de

la truffe, mais y a encore des gens qui disent "ah ben on savait pas". Même à Albi, même à Albi au marché couvert. A Mazamet là-bas quand on est présent au marché "et elle vient d'où cette truffe" on nous dit. Et... elle vient d'à côté, elle vient de là. Ah bon, ah ben y a de la truffe ? *Os saves pas*. Ils parlent en patois. Hein... on savait pas. Donc euh... pourtant on essaye, la presse nous en parle, la télé, enfin tout le monde de regarde pas, euh... je sais pas.

**20:51 Ok. Donc travailler sur les savoir-faire, ça peut, ça pourrait peut-être, sur les savoir-faire et les productions locales, ça pourrait peut-être apporter une autre visibilité ?**

20:59 Oui. Oui. Oui ça peut, ça peut se faire.

**21:05 Ok. Euh... ben j'en ai parlé un peut tout à l'heure mais euh... les touristes vous pensez qu'ils seraient aussi intéressés ?**

21:13 Je sais pas, ça je peux pas vous dire, je sais pas. Le touriste il faut savoir qu'est-ce qu'il vient rechercher dans le coin, qu'est-ce qu'il veut visiter euh... Et ça, je sais pas... Y a, je sais qu'il y a des gens qui sont intéressés à visiter les truffières quand y a de la truffe et voir comment le chien travaille pour enlever la truffe. Mais après aller, voir des arbres seuls, je sais pas... Je sais pas si ça, si ça peut intéresser des gens. Ça peut intéresser certains hein, mais la majorité des gens, si y avait de la truffe à ce moment-là, oui je sais qu'il y a... Nous nous faisons une démonstration de cavage à notre fête de la truffe là. On cache de la truffe et puis après, y a un chien qui, qui, et là y a beaucoup de personnes qui viennent voir. Parce que y a ce fait de, du chien, de la truffe. Après si y avait que euh..., visiter un arbre une plantation je sais pas si ça intéresserait beaucoup de gens. Ca je sais pas.

**22:09 Ok, ok. Et du coup donc vous travaillez avec des chiens ? C'est vous qui les dressés ?**

22:14 Oui, oui, oui.

**22:17 Ok d'accord.**

22:18 Les deux chiens que vous avez vu là, le petit..., la vieille là bon elle veut plus travailler, elle est, elle est faignante, mais le petit là, ça va il travaille bien.

**22:27 D'accord, et y a des races particulières ?**

22:29 Disons que..., tous les chiens quand ils sont bien dressés ils peuvent le faire. Mais, on dit qu'il y a..., comme cela, ça s'appelle des Lagoto Romanéo, ce sont des chiens d'origines italienne. Apparemment ce serait, comme les voitures, le numéro, dans, dans la hiérarchie quoi. Mais bon, moi je, pour en avoir un de bon, il m'a fallu en avoir trois quand même. [rires]. Donc voilà hein. Bon peut être c'est moi qui sais pas trop les dresser parce que je suis pas assez sévère peut être mais bon.

**23:03 Ok. Et y a des professionnels qui sont spécialistes dans le dressage, comme ça pour ?**

23:10 Ah, y a des centres, y a des centres qui vendent des chiens dressés. Voilà. Y a des centres oui oui, où ils vendent les chiens. Ça existe, oui, oui. Mais maintenant bon, ça coûte très cher. Ça coûte 3000 € un chien dressé.

**23:25 Et oui, oui.**

23:28 Ça existe oui, oui.

**23:27 Ok. Euh... pour vous, le territoire il renvoie quelle image, à l'extérieur ?**

23:34 Ah moi je pense que le Tarn aujourd'hui, il est... je vais dire... jalousais, par... parce que bon... on est en relation avec tous les... On fait partie de la région Occitanie, et dans la région Occitanie, y a tous les départements, qui chaque département à une structure de truffe. Ici, y a le Lot, le Tarn et Garonne, y a l'Aude, où on va aller, et ces gens-là maintenant, ils sont... je vais dire, nous on a mis en place notre fête de la truffe. Et notre de fête de la truffe, elle est... je pense que dans la truffe, dans l'Occitanie, le Tarn au point de vue de notre fête de la truffe, c'est la numéro une. Parce que les autres, à côté, c'est pas pour se jeter des fleurs, ils savent pas faire. Ils savent pas faire et donc à l'Albenque, ils font la fête de la truffe, mais d'une façon différente, c'est pas comme nous. Et, et vu le monde qui est, qu'on attire, certains gens des autres syndicats, ils se disent ben on aimerait faire pareil... L'Aude, ils sont venu, ils..., ils ont jamais fait de fête de la truffe, ils sont venus à notre fête de la truffe. Y a eu une délégation de l'Aude qui est venue pour prendre des photos, prendre des renseignements parce qu'ils veulent faire un truc chez eux, mais encore ils savent pas le faire. Et donc, euh... le Tarn maintenant, vis à vis de l'Occitanie, il est connu, il est connu. Je parle, par, par, par les trufficulteurs euh... des autres structures. Voilà, on est connu, oui, oui.

**25:21 Mais est-ce que vous pensez que c'est,... fin pour des personnes externes au département c'est identifié comme un département de truffe ?**

25:30 Bah... c'est, c'est compté comme un petit département de truffe, parce que c'est en fonction de la quantité.

**25:37 Et oui, oui.**

25:38 Qu'on ramasse. Oui. Parce que quand nous, nous faisons des réunions. J'ai été à l'assemblée générale puisque en tant que président, on se rejoint avec tous les autres présidents des syndicats de, de l'Occitanie. Et chaque département donne son estimation de, de vente de truffe récoltée. Et donc, nous on est encore petit hein, parce qu'on a que 250 hectares. Quand on regarde le Lot, dans le Lot y a trois structures : y à l'Albenque, Martel et Limogne. Et donc c'est, ils sont... quatre centres un truc comme ça, adhérents, donc ils sont le double que nous. Ils ont d'avantage de surface, donc ils ont un volume qui est supérieur à nous. Et donc c'est en fonction du volume de truffe, que on dit c'est un bon département trufficole. Nous on peut pas dire encore que nous sommes euh... un gros département, voilà. On est pas un gros département. On a de la truffe, mais on est pas un gros département, parce que on a des secteurs qui sont limités avec deux sols. On a trois différents mais, c'est pas, c'est pas, c'est pas très grand. On a que 250 hectares. C'est pas

énorme. En trufficulture c'est pas énorme, mais on a de la truffe, voilà. On est pas un gros mais on existe.

**26:59 Oui, ok. Euh... ça c'est bon. Est-ce que vous identifiez peut-être des problématiques ou des menaces liée à cette ?**

27:11 Des menaces encore chez nous on en a pas trop eu. Mais... il y a eu des menaces, le vol. Ca existe, le vol de truffe. Du côté de Castres y a des truffières ont été visités. Voilà, y a eu... Moi quand j'ai planté on m'a volé 100 arbres, mais bon maintenant ça s'est calmé.

**27:34 Du coup ils volaient les arbres ou les truffes ?**

27:38 C'est, c'est perdu.

**27:40 Oui, oui, non mais ce que je veux dire c'est ils volaient la truffe en elle-même ou plutôt quand vous plantez les jeunes arbres ?**

27:47 Moi, on m'a, deux jours après la plantation on m'a, on m'a volé 100 arbres, mais les arbres ils sont petits comme ça. Ils ont arrachés ils m'ont tout pris. Ca, deux rangées. Après y a des endroits où c'est que, mais du côté du Var, tout ça euh... Carpentras, y a énormément de vol. Énormément de vol, fait par les gens du voyage. Encore nous, ils sont pas trop venus nous embêter encore, mais, mais, tout ce qui est sujet à, à argent, ça se vole.

**28:25 Et euh, et du coup, donc vous m'avez dit les arbres c'est en pépinière qu'ils poussent. Y en a ici sur le, le Tarn ?**

28:32 Non, non.

**28:33 Du coup vous les achetez où ?**

28:34 Y a, y a une pépinière à Perpignan, chez Rives. Après y a des pépinières dans le Lot et... dans le Lot y en a deux et après y en a une à Bordeaux, et y en a une autre dans le Var.

**28:47 D'accord, ok. Donc assez loin quand même.**

28:49 Oui mais bon, y a pas de soucis pour les avoir, parce qu'ils viennent, ils viennent à la fête de la truffe, ces gens-là. Ils, moi, ils... On a cinq pépiniéristes qui sont présents à la fête de la truffe. Donc les gens qui vont planter euh... ils appellent, ils commandent et ils sont livrés

**29:04 Ce jour-là.**

29:04 Ouais. Y a pas de soucis pour, pour avoir des plans quoi. C'est rapide quoi, y a pas. On est en relation avec ces gens-là. Le syndicat.

**29:13 Ok. Et du coup, donc la culture de la truffe c'est quand même, fin c'est une culture ancienne. Est-ce que les techniques elles ont changées au fil des années ?**

29:24 Ca a énormément changé, parce que au départ, les anciens ils trouvaient de la truffe dans du sauvage. C'est à dire, en bordure de bois, il y avait un arbre, où y avait un brûlé et

le brûlé c'est, c'est un endroit où y a pas du tout d'herbe. C'est le, c'est comme si vous mettez du Roundup, du désherbant hein, mais ça c'est, c'est, ça vient naturellement. C'est le micilium de la truffe qui produit euh... un effet qu'en dessus il y a plus du tout d'herbe. D'accord. Donc ça, c'était dans le sauvage, mais étant donné que le sauvage a disparu, il a fallu compenser par le biais de planter des arbres. Donc y a 20 ans on nous disait vous plantez des arbres plus vous en mettez et plus vous aurez de truffes. Vous faites un trou et vous mettez l'arbre. On s'est aperçu, là depuis pas mal de temps que c'était une erreur. En définitive, il faut espacer, mettre comme je disais tout à l'heure 6 par 6, non plus faire des rangées et en mettre un maximum parce que nous, on a des gens qui ont fait pratiquement des haies, à deux mètres ils ont montés là et là ça donne pas du tout, la truffière elle est finie, et il a jamais trouvé de truffes et actuellement, avec l'expérience nous, on se dit que maintenant il faut planter, on fait planter les gens de maintenant 6 par 6 et travailler le sol. Parce qu'on s'est aperçu, si on travaille pas le sol, le sol il se compacte. Il est plus aéré et la truffe elle aime pas ça. Les, les cultures, les méthodes ont changées, et surtout dans la mesure, surtout pour les premières années, il faut arroser quand même. En fonction de son sol. Voilà. Ça a changé, dans le bon sens. Par l'expérience, c'est toujours pareil.

**31:22 Ok. Et du coup, les, est-ce qu'au niveau du syndicat vous arrivez à avoir de nouveaux adhérents ?**

31:29 Chaque année, on en a quelques-uns qui arrivent oui, parce que par le biais de notre fête de la truffe là, y a des gens qui se sentent. Ils ont, ils ont pas de grosse surface, on voit des gens qui repartent avec 30 arbres, y a pas besoin d'avoir des grosses surface hein et ils plantent. Oui, oui, y a des gens qui sont intéressés.

**31:52 Ok. Et c'est plutôt quel catégorie de personnes ?**

31:55 C'est des, des gens qui sont, qui vont prendre la retraite.

**31:58 D'accord.**

31:59 Parce que les jeunes ils ont pas... C'est pas leur... leur préoccupation. C'est surtout des gens qui sont à la retraite ou qui vont prendre la retraite. C'est, c'est un milieu un peu âgé. Voilà, bon les jeunes ça les intéressent pas parce qu'ils ont autre chose à faire. Et nous c'est, nous... Moi j'ai planté en prévision de quand je serais à la retraite qu'est-ce que je ferais. Voilà, donc c'est pour ça que j'ai planté, et après j'avais l'opportunité que j'avais le terrain. Ma femme était agricultrice donc quand elle a pris la retraite on a gardé des terres, les mieux pour, pour, voilà. Et j'ai planté.

**32:35 Ok, d'accord. Et j'ai oublié de vous demander tout à l'heure, est-ce que euh, ça vous arrive de faire des actions auprès des écoles ou pas ?**

32:42 Non. Non.

**32:44 Non. Vous pensez que ça pourrait être intéressé...**

32:45 Ah, si y a, y a... comment ça s'appelle... le lycée qui est venu... Fontlabours, ils sont venus en bus oui, ils sont venu sur notre [incompréhensible], oui, oui ils sont venu, ils sont venus carrément visiter et... c'était en période, et j'ai montré aussi les chiens trouver la truffe, et donc ils étaient, ils étaient contents. Oui, oui Fontlabours sont venu.

**33:11 Oui, donc le lycée agricole.**

33:13 Le lycée agricole oui, oui.

**33:15 Ok. Euh... et du coup, ben dernière question, est-ce que euh vous voyez des freins qui pourraient exister pour valoriser un peu cette ressources ?**

33:27 Qu'est-ce que vous appelez des freins ?

**33:28 Ben je sais pas est-ce que y a une euh..., euh... un frein au niveau des acteurs qui ont pas forcément envie de les valoriser, ou euh... je sais pas...**

33:40 Non, moi je vois pas de freins. Non au contraire, je vois que y a une dynamique qui s'est instaurée, que les gens, ça... Le, le fait d'être présent dans différents marchés, de nous montrer, avec nos, nos panneaux et montrer la truffe, ça donne une dynamique de gens qui ont la possibilité, d'avoir un peu de terrain de planter. Je pense pas que..., non ça freine pas, pour le moment au contraire, ça, ça... ça va se développer un peu, pour moi ça va se développer un peu plus dans la mesure où les gens ils ont... parce que nous on leur dit quand les gens viennent nous voir, y a pas besoin de planter un hectare hein, mais vous avez mille mètre carré de terrain, vous mettez des arbres. Qui ne plante pas ne récolte pas hein, ça c'est, c'est la base hein. Il faut, il faut planter pour récolter. Voilà. Et donc c'est pas obligé d'avoir des grandes surfaces avec beaucoup d'arbres, non, non. Et je pense que, actuellement dans le Tarn on a... euh... on... ben on a la fête de la truffe et y a cinq pépiniéristes qui viennent et... ils vendent tous les plants qu'ils amènent, donc ça veut dire que... Et ils sont pas tous adhérents hein. Y a des gens qui ont plantés qui sont pas adhérents. Qui risque, qui risque à le devenir plus tard, parce que nous quand même, on est... quand ils veulent vendre de la truffe, s'ils viennent sur nos marchés, il faut qu'ils aient la carte du syndicat. Vous comprenez hein ? Et donc ces gens-là quand ils auront de la truffe, ben ils vont prendre la carte, ils vont être adhérents. Mais y en a beaucoup qui ont plantés qui sont pas adhérents.

**35:10 Ok, ok. Et vous pensez que donc le travail que je mène, sur voilà, la valorisation des savoir-faire du territoire ça peut être intéressant pour le territoire ?**

35:17 Bien sûr. Mais bien sûr. Il faut se faire connaître, il faut montrer les produits que nous avons dans le Tarn. Oui, oui, oui c'est intéressant. Oui, oui. Ben, qui ne fait rien n'a rien. Non, non moi je dis qu'il faut montrer qu'on existe. Oui, oui, oui, de toute façon si on bouge pas ça arrive pas tout seul, devant la porte. Non, non, non, il faut, il faut montrer qu'on existe oui, oui.

**35:43 Ok. Bon ben merci beaucoup. J'ai plus de questions. Est-ce que vous avez quelque chose je sais pas, à rajouter sur la thématique ?**

35:50 Non, euh... [aparté] Nous la Communauté de communes nous aide, on est en partenariat avec eux. Donc euh... très content qu'ils soient nos partenaires, parce qu'ils nous aident financièrement, pour notre fête de la truffe là. Et donc euh... on fait de la publicité avec nos flyers, avec les logos marqués de tous nos sponsors, tous les gens qui nous aident. Et on en parle.

**36:35 Ok, ok. Bon ben merci beaucoup en tout cas.**

36:38 Mais avec plaisir.

## Entretien Mme M

Enquêté	Fonction	Déroulé de l'entretien	Autres informations
Madame M	Ancienne secrétaire de l'Association Passe Pierre à Salles	Lundi 30 avril 2018 14h00 Rencontre en face à face	Retranscription partielle car, malgré les relances et les recadrages, l'enquêtée avait du mal à répondre aux questions et était souvent hors sujet.

### **Information : retranscription partielle**

L'enquêtée a été secrétaire de l'association Passe Pierre pendant 10 ans.

Deux associations dans le village de Salles : La Confrérie de la Pierre et Passe Pierre

*"La Confrérie de la Pierre organise tous les 1er mai, une, comment dire, des intronisations à cette confrérie, donc demain matin à partir de 10h, toutes les confréries de la région sont invitées, y a un défilé, il y aura une messe à l'église et après ils feront l'intronisation des nouveaux impétrants qui doivent rentrer dans leur association. Ensuite ils ont un repas, eux entre eux, et il y aura dans le village un grand vide grenier qui est organisé par eux. Nous on tiendra, Passe Pierre, pour les aider on tient la buvette, et puis y a un repas qui est proposé, pas très cher, sur là, fin on verre s'il y a du monde ou pas, y a un repas. Puis voilà, ça se déroule comme ça sur la journée, voilà"*

Passe Pierre organise le festival de la Pierre (en 2018 ce sera la 11ème édition), le 23 et 24 juin, autour de la fête de la Saint-Jean *"avec généralement euh..., les compagnons du Tour de France, qui sont des, des, donc voilà, dont le responsable est d'ailleurs à la Confrérie de la Pierre, puisque c'est le grand intronisation, et ensuite ils sont tous sur la place du, du, du marronnier, avec leurs outils, avec euh..., les roues, enfin comment on faisait au moyen âge et tout ça. Et là, y a des, des, mais je vous ai préparé un petit texte comme ça vous pourrez voir, euh, ils organisent donc une formation pour les enfants, les adultes, autour de la pierre, de la taille de pierre, du bois du cordage, de, de comment dire, ils font aussi euh, y a des forgerons, enfin voilà, y a tout un tas de truc."*

Une habitante a ouvert une maison appelée L'escalier délivré, pendant la fête fait des lectures. L'année dernière c'était sur la pierre, cette année c'est sur la thématique de l'arbre. Le responsable des Compagnons du Tour de France va faire une conférence sur l'arbre et sur son utilisation. Egalement il y a un spectacle compté et un repas tiré du sac autour d'un feu de bois.

L'association organise également la fête occitane (42ème éditions) : un repas avec traiteurs et un bal autour d'un orchestre occitan.

*"Et généralement à l'automne, dans le cadre de l'accueil de la Mairie, la, la Mairie accueille depuis 3 ans, une association qui s'appelle Citrus, qui fait des chantiers internationaux, avec des jeunes qui viennent de partout, de Corée, du Japon, de Turquie,*

*d'Allemagne, des Etats-Unis, fin de partout. Et là ils viennent apprendre à travailler la pierre sèche. Fin à faire des murs en pierre sèche. Donc là aussi c'est une partie des membres de l'association qui encadre ça, avec une partie des compagnons qui sont libres, enfin compagnons tailleurs de pierre, et ça, ça dure trois semaines sur le village. Ils sont accueillis, on a installé un lieu pour qu'ils puissent dormir et tout ça, et là pendant trois semaines ils sont sur le village, donc y a euh..., un repas qu'ils proposent avec des spécialités chacun de leurs pays, y a un grand pot à l'arrivée, y a un pot au départ. Et là euh, mais nous, là en tant qu'association, on participe plutôt individuellement mais c'est pas euh, sous, sous l'étiquette Passe Pierre."*

A la même période, une randonnée autour du village est organisée autour du village.

### **Par rapport à l'histoire du village, pourquoi c'est si important l'artisanat ?**

*"Alors, le village c'était un village de tailleurs de pierre ici à Salles. On a un gré rose qui, qui est réputé. Y a paraît-il les trottoirs des Champs-Élysées qui sont fait avec cette pierre-là. Ça a été utilisé dans plein d'endroit. Donc ça, ça je vous l'ai mis dans le texte. L'église est construite comme ça aussi. Hein euh, voilà qu'est-ce qu'il y a ? Bon cette pierre est un gré qui est facile pour le relief et la taille. Je vous ai mis l'histoire du nom d'origine du village. Dans l'histoire ils disent à partir de 972." [...] "Donc y a encore des tailleurs, fin y a encore d'anciens tailleurs qui sont là et qui viennent justement au moment de Citrus. Ces, ces, ces anciens tailleurs de pierre du village ou qui avaient des parents qui l'étaient, ou des choses comme ça, parce que ça faisait partie vraiment du village, bon ils viennent donner la main pour, pour aider quoi."*

### **Et il y a toujours des tailleurs en exercice ?**

*"Non, non, non. Fin, y a un, un... fin y a des maçons je veux dire, qui peuvent faire des murs en pierre sèche et tout ça, oui, oui y en a mais..."*

### **Mais des tailleurs de pierre ?**

*"Non, les, les, pratiquement toutes les carrières ont été fermées".*

### **Quel est le public qui vient au Festival de la Pierre ?**

L'association veut faire des activités pour les habitants du village, mais comme la population est vieillissante, ils viennent de moins en moins. Ils essayent d'animer le bourg comme ils peuvent. En général pour les repas ils viennent. Ce qui est compliqué pour l'association, c'est de trouver une relève plus jeune, qui propose de nouvelles idées et de nouvelles animations. *"On a besoin de nouveau souffle"*. Venant de l'extérieur y a quelques personnes qui viennent d'Albi, de Cordes, de Monestiés, puisque l'association communique. Elle ne sait pas trop s'il y a des touristes. L'association communique sur internet donc y a quelques personnes de l'extérieur qui viennent.

Le Festival de la Pierre a été décalé pour la première fois l'année dernière, pour une question de disponibilité des compagnons. Donc l'année dernière, le festival n'a pas eu

beaucoup de monde. *"Moi j'ai des amis sur Albi, ils sont jamais venus, pourtant ils s'intéressent à ces choses-là, mais ils viennent pas quoi"*

## **Est-ce que structure la valorisation des savoir-faire, en y intégrant le festival, pour valoriser le territoire dans son ensemble peut être bénéfique ?**

*"Je sais pas, c'est difficile. Une année on avait fait venir un, un tailleur de verre et tout ça. Alors il a passé sa journée très gentiment à éduquer les enfants, mais bon ils viennent bénévolement ces gens-là, et en fait ils vendent pas tellement. Donc en fait, ben ils reviennent pas quoi. Le problème c'est ça, c'est que tout ça c'est fait avec des bénévoles qui viennent, les, les tailleurs de pierre c'est les compagnons qui gèrent ça. La Mairie finance euh..., la venue parce qu'ils amènent quand même beaucoup de matériel. Donc euh... là nous en tant qu'association ça nous coûte rien parce que c'est financé par la Mairie euh... mais la Mairie leur a fait faire une fontaine qui va être installée, toutes les plaques des rues ont été faites par, donc y avait un travail en échange, donc ils avaient des choses à faire, enfin les compagnons. Donc je veux dire, c'est pas que c'est mal géré, y a plein de choses qui se passent. La valori..., les gens sont intéressés, ils trouvent ça intéressant. Le forgeron affûte les outils pour les tailleurs de pierre, tout ça c'est bien, mais est-ce qu'on peut faire venir 400 personnes, voilà quoi."*

En été, il y a une concurrence entre toutes les fêtes de villages, et c'est difficile de faire bouger les gens. *"Parfois on fait des fêtes pour les villages, c'est surtout des gens de l'extérieur qui viennent quoi"*.

## **Est-ce que vous pensez que la découverte des savoir-faire des artisans peut intéresser la population locale ?**

*"Euh, ben oui ? Y en a qui sont venus l'année dernière pour voir ces compagnons, mais les compagnons à chaque fois, ils font le tour de France, donc partout où ils vont ils attirent du monde quoi, ils attirent du monde."* Les compagnons viennent de partout en France, uniquement pour cette manifestation. On a pas envie de faire beaucoup de kilomètres pour participer à des manifestations.

*"Je crois qu'en fait le travail qui est fait comme ça, c'est bien pour le microcosme. Ça touche pas le macrocosme. C'est bien pour le microcosme. L'association là où elle est nécessaire, c'est de créer du lien entre les gens de la population [...] Les jeunes qui veulent faire des stages, ils vont trouver, s'ils veulent faire un stage de pierre ou un stage d'agriculture ou un truc comme ça, y a tellement de choses qui sont proposées, que..., après il faut qu'ils puissent le financer. Non, les gens, mais même ceux qui encadrent les jeunes internationaux, y a quand même bien six, six, six monsieur du village qui viennent aider, et qui travaillent tous les jours, tous les matins, parce qu'ils travaillent que le matin, l'après-midi ils sont libres pour pouvoir aller à Cordes, à Albi, ..."*

*"Le village qui était un peu raciste, depuis qu'il y a eu des noirs, de toutes les couleurs qui sont passés dans le village, plus de problèmes. Ils les ont acceptés parce qu'ils ont vu qu'ils étaient pas... "*

L'enquête trouve que "les personnes ressources", notamment l'office de tourisme, font leur boulot, qu'elles communiquent bien.

*"Vous trouvez qu'il y a une bonne dynamique pour essayer de valoriser ce qui se fait sur le territoire ? Moi je trouve qu'il y a une bonne dynamique. Le problème, c'est que c'est que on est dans des milieux ruraux, où le vieillissement de la population se fait beaucoup. Et tant qu'il y aura pas des jeunes qui vont venir, voilà..., le problème c'est plutôt ça. C'est plutôt ça." Le Maire essaye de faire venir les jeunes.*

### **Pourquoi le territoire n'attire pas des jeunes ?**

*"Le problème, c'est que y a des problèmes de boulot, donc ils travaillent loin. Les jeunes qui sont dans les campagnes, ils font des problèmes un peu originaux, ils travaillent la terre, ils font du maraîchage, oui il faut qu'ils soient un peu autonome et puis qu'ils en vivent, de leur taille de pierre ou de je sais pas quoi, de leur sculpture ou de je sais pas quoi."*

*"En fait il manquerait un peu, ouais voilà, trouver de la relève pour créer des initiatives ? Voilà, alors sur Carmaux y a des choses qui se font comme ça. Parce que y a, moi quand j'ai visité à Saint-Benoît les ateliers pour les trucs électroniques ou je ne sais quoi, des, des, une femme qui est peintre et qui fait des ateliers auprès des enfants et tout ça. Mais Saint Benoît ils ont des enfants de Carmaux, de Saint-Benoît et elle arrive à, et elle tourne, elle fait un peu ce que j'ai fait à une époque. Donc y a un peu de relève, mais voilà quoi."*

Fait partie de l'association Cégaya : association qui valorise le Cérou, protection de la nature et écologie. Mise en place d'éco-aventures. A l'origine, l'association a été créée suite à une pollution majeure du Cérou. Sur la Roucarié, ils ont fait avec l'aide de la 3C le sentier de la libellule bleue, avec des initiations faites avec la LPO. Processus long, pour cette association, ils ont mis 10 ans pour pérenniser leurs actions et faire découvrir le territoire.

*"Tous les acteurs font bien leur boulot, les enfants sont très réceptifs, mais alors quand j'ai, moi j'ai vu des gens du village démonter leur cuve, et y avait la trace du fioul machin..."*

*"Maintenant c'est une question de temps. Il faut du temps pour que le monde avance quoi. Il faut du temps, et ça il faut être très patient"*

*"Moi j'ai vu des jeunes, et ça c'était le seul résultat positif. C'est que ceux qui étaient rentrés Copain du Cérou (centre de loisir) quand ils étaient petits, en grandissant, qu'est-ce qu'ils ont fait, ils ont créé leur association. Quand moi j'ai fait de la formation c'était la même chose, des jeunes un jour qui sont arrivés en cours, moi je faisais du dessin bien sur parce que j'étais peintre et tout ça, et un jour ils avaient pas envie de bosser, j'ai dit mais*

*qu'est-ce qui se passe ? Ben non, mon père est au chômage. J'ai dit on pose les marteaux, on pose les marteaux. On discute. Bon alors maintenant, bon alors on fait quoi ? Et vous rentre vous, vous allez dans des assoc ? Non. Et vous allez au conseil municipal, vous rentre dans vos conseils municipal pour faire bouger les choses ? Non. Ben j'ai dit, ben il faut que vous preniez les choses en main."*

Parle de citoyenneté et d'engagement. Face aux gros égaux politiques, c'est compliqué de bouger.

*"Vous allez construire quelque chose petit à petit, mais c'est du temps quoi."*

Est-ce que vous pensez que c'est intéressant pour le territoire de valoriser les savoir-faire ?  
*"Je pense que c'est bien que le territoire soutienne les activités qui sont, c'est à dire qu'au moins les subventions qui sont données aux associations soient maintenues, parce que c'est pas eux qui vont le faire. Et là il faut déléguer auprès des gens..., parce que même nous au sein de l'association, moi j'étais prête à la mettre en sommeil s'il y avait pas eu de relève"*

Image du territoire : les émissions télé et les médias valorisent quand même le patrimoine et les territoires

Est-ce que, en tant qu'habitante, vous êtes attachée à tout ce qui se fait en termes d'artisanat sur le territoire ? *"Absolument, moi je vais à tous les trucs sur la verrerie. [...] Comme elle grandie [sa petite-fille], on va aller au musée de la mine, on va aller. C'est évident que moi si y a des gens qui viennent, oui, c'est, je sais où il faut aller voir des choses quoi."*

*"Les gens seraient moins individualistes, ça serait plus facile quoi. Parce que y a des vraies générosités au niveau des artisans et des artistes, vraiment. Donc ils ont tous fait des essais de s'installer à Monestiés, de louer des lieux. Après faut qu'ils puissent en vivre, le problème c'est ça. Et ça euh... la reconnaissance et tout ça."*

Pour s'intégrer à la population locale quand on vient de l'extérieur, il faut participer à des actions, des animations, pour faire du lien et être accepté. L'essentiel c'est de créer du lien. *"Si on crée du lien, forcément il se passe des choses"*, mais si les gens n'achètent pas quand on est artistes ou artisans, au moins on crée du lien. *"Le problème c'est le vivre ensemble qu'il faut réapprendre"*

*"Moi je pense que dans le territoire, entre la mine, le musée du verre, y a quand même pas mal de choses hein, sur Cordes et tout ça. Le centre Carmaux a été refait. [...] Pour moi Carmaux c'est ma grande ville, Albi c'est déjà beaucoup plus grand. [...] Donc c'est aussi se sentir bien là où on est"*

Freins qui existent à la valorisation des savoir-faire sur le territoire : *"Ben c'est la manque d'engagement des gens. Je, y a pas de... Il faut savoir taper aux portes"*

*"C'est un problème d'engagement quoi, c'est surtout ça, un problème d'engagement. S'engager dans la, la vie de la cité [...] Donc il faut qu'on continue à avoir envie, même sans être d'accord, de participer à des trucs quoi. Et d'avancer sa petite vision et de dire"*

*on sait jamais, ça peut faire de la lumière, quoi à un moment. C'est compliqué, c'est compliqué, c'est long, ça prend du temps, faut de la disponibilité, faut de la générosité, faut..."*

*"Non moi je pense que vraiment, le département est un beau département, par chance, euh, y a eu quand même une belle protection des espaces, donc ça c'est bien parce qu'on a pas vu à Saint-Paul de Vance, des maisons qui sont sorties de partout. Donc ça quand même ça a été bien protégé, euh..."*

*"Moi je pense qu'au niveau de la communauté de communes, ce qu'il y aurait c'est d'attirer des jeunes et de, qu'ils peuvent faire du boulot et qui s'investissent dans la vie sociale."*

*"Comment faire que les gens deviennent des êtres citoyens"*

*"De temps on est pas d'accord, ben on parle. Peut-être qu'un jour on y arrivera"*

*"Pour la région, c'est savoir qu'est-ce qu'ils peuvent mettre en valeur [...] Il vaut mieux réfléchir un bon moment avant de savoir où on installe les choses."*

*"Si on fait de sa vie un amusement tout le temps, c'est bien. Moi j'ai jamais travaillé, j'ai toujours eu plaisir à aller bosser. Moi travailler c'est vraiment pas un problème"*

*"On est toujours moins con à plusieurs que tout seul"*

*Trouve que la visite de la cité de Fontgrande était très intéressante, et elle pense que ça pourrait intéresser des visiteurs. Pourquoi pas la faire découvrir si elle a du monde. "Mais y avait à cette époque-là une solidarité énorme entre les gens"*

*"C'est ça qui est important, c'est tenir compte des gens du territoire et quels sont leurs besoins et leurs demandes. Moi je dis bon, faire venir des..., fin que des jeunes puissent venir vivre ici et tout ça, c'est vachement bien quoi. Mais après comment les aider à développer leur structure, qu'ils puissent vivre quoi ! Qu'ils puissent mettre leurs enfants à l'école, qu'ils soient pas inquiets, que, que, que, qu'ils aient un minimum pour bouffer quoi, et un toit sur la tête."*

## Entretien Mme N, Mme O et Mme P

Enquêtés	Fonction	Déroulé de l'entretien	Autres informations
Madame N	Directrice du musée-mine départemental	Jeudi 17 mai 2018 9h30 Rencontre en face à face	L'enquêté a voulu connaître les questions à l'avance, le guide d'entretien lui a donc été transmis en amont. Entretien groupé de deux personnes, plus intervention rapide de la chef de service de la conservation des musées départementaux du Tarn
Madame O	Chargée de développement des publics au service départemental de la conservation des musées		
Madame P	Chef de service de la conservation des musées		

00:00 *On a dit industriel, agricole*

**00:04 Et artisanal. Donc en fait c'est très large au final.**

00:09 C'est vous qui avez fait cette proposition ou ça a été une commande ?

**00:12 Alors euh moi j'ai envoyé ma candidature au musée, en disant que je voulais travailler sur..., parce que mon mémoire de l'année dernière je l'ai fait sur l'artisanat local, mais sans avoir de stage allié, qui ait attiré à ça en fait, et donc je leur ai dit que je voyais qu'ils voyaient qu'ils travaillaient sur l'artisanat, donc le verre, et donc ça m'a intéressé, et c'est eux après avec l'office de tourisme qui m'ont dit ben nous c'est ce qu'on aimerait développer au niveau touristique et tout, puis ça tombait bien avec le projet scientifique et culturel du musée, l'étude que fait l'office donc, donc voilà. C'est après que c'est eux qui m'ont proposé l'étude. Euh... donc déjà...**

00:47 *Et votre nom s'il vous plait ?*

**00:48 Bérengère Fabre**

00:50 *D'accord. Alors moi je vais me présenter aussi, comme ça.*

**00:53 Oui. Ben c'était la première question est-ce que vous pouvez vous présenter.**

00:56 *Donc, vous, vous connaissez Madame N ? Vous vous êtes déjà rencontré ou pas du tout ?*

**00:59 Non.**

00:59 *Donc, moi je suis Madame O, je travaille au sein de la conservation des musées pour le développement des publics, donc pour les trois musées départementaux, donc le musée mine, le château musée du Cayla et le musée départemental du textile. Euh, développement des publics et des relations presse, donc relations presse c'est facile à expliquer, c'est euh, donc communiqués de presse, dossiers de presse qui ensuite*

*inondent euh, principalement le territoire, donc ça se fait au niveau départemental, régional et pour certaines expositions national. Donc ça c'est clair. Et ensuite le développement des publics donc est passé donc dans une première phase par la..., comment dire, par la, par la présence dans le paysage touristique et culturel des musées départementaux, parce qu'on s'est aperçu qu'en fait, ben on ne les connaissait pas. Donc la première étape a été, a été celle-ci et c'est naturellement que en fait je me suis tournée vers le public individuel, donc pour essayer d'asseoir cette présence auprès du public individuel, donc les relations avec le CDT se sont développées, des outils de communication ont été mis en place, notamment la lettre info. Et donc la deuxième partie est maintenant de s'orienter vers le public groupe, donc ce que nous sommes en train de mettre en place. Et je m'occupe par ailleurs de l'observatoire des publics, observatoire qui est pour l'instant un bien grand mot, qui se résume à la mise en place d'une grille d'analyse commune, donc pour partir sur les mêmes bases, pour les trois musées départementaux. Donc je suppose qu'on va s'en servir ici, comme disait Madame N pour qu'effectivement je vous donne des euh... des chiffres, euh, voilà y avait des bilans qui étaient fait, qui étaient fait en cours d'année. Concernant cet observatoire, on s'aperçoit en fait que chaque structure aussi se l'approprie différemment. Voilà, même si on a voulu mettre des choses en place, automatiquement y a des choses qui dévient.*

**02:52 D'accord, ok.**

02:55 Donc moi je suis Madame N, je suis responsable de site qu'on appelle en fait, responsable administrative et financière euh du musée.

**03:04 D'accord, ok. Euh, ben du coup en parlant du musée est-ce que vous pouvez un peu le présenter ?**

*[Se regardent toutes deux pour savoir qui va répondre à la question]*

03:13 *Non vas-y, vas-y, c'est toi la responsable, donc.*

03:17 Donc le musée, le musée mine est départemental donc depuis le 1er janvier 2007. A la base en fait c'est l'œuvre de six mineurs retraités bénévoles. Euh... il accueille aujourd'hui, mais on en parlera un peu plus précisément tout à l'heure, un peu plus de 20 000 visiteurs. Il se compose d'une visite libre en fait de salle d'exposition, une salle d'exposition permanente qui présente l'histoire de notre bassin, un salle vidéo en fait avec une petite vidéo qui sert de support ensuite à la visite guidée, donc on passe un film des charbonnages de France, pour le moment mais ça pourrait changer. Et une salle d'exposition permanente *[veut dire temporaire]* avec des thématiques renouvelées en fait chaque année, qui depuis plusieurs années sont des thématiques à l'échelle départementale. Euh donc l'année dernière sur la thématique des vacances et cette année sur la question, sur la notion du patrimoine. Qu'est-ce que le patrimoine pour des artistes contemporains. Euh... après ben en fait l'essentiel du musée c'est surtout les galeries. Y a 350 mètres de galeries reconstituées, avec une visite guidée euh, obligatoire. Donc le public ne peut pas déambuler dans les galeries en fait seul. C'est une visite qui dure 1h, 1h15 et pour la

plupart de nos visiteurs en fait, ils viennent principalement à la base pour la visite guidée dans les galeries, et découvrent ensuite le musée quoi.

**04:36 D'accord, ok. Et pourquoi, c'est la partie la plus importante pour eux ?**

04:42 Alors, ben c'est parce qu'en fait on devient acteur de sa visite et que ben voilà, c'est quand même, le fait qu'il y ait une visite, ben y a le côté visuel, le fait d'être dans des galeries et le fait de la visite guidée qui est un apport de connaissance et c'est ce que les gens viennent rechercher quoi.

*04:59 Ce que les gens recherchent, ils l'ont toujours recherché, c'est dans ce sens-là de toute manière que le musée mine à toujours bien fonctionné, euh... Mais maintenant pour être en contact étroit avec le Comité départemental du tourisme du Tarn, et peu importe hein, dans le cadre touristique, les gens recherchent ce qu'ils appellent du tourisme expérientiel. Donc on met ce qu'on veut derrière mais ça colle tout à fait effectivement avec cette, cette notion de visite, de créer sa propre expérience dans les galeries, qui... Après ce sont des mots. Ce sont des mots des concepts, euh, hein... Ca a toujours été le cas au musée mine depuis sa construction de toute manière. On a pas eu besoin d'attendre que ce soit un concept pour que les gens soient effectivement attirés, parce qu'ils voient ce qu'il se passe et ce qui se passait au fond. Ce qu'ils n'ont jamais pu voir. Et c'est... moi, moi comme je dis, la première fois que je suis descendue au fond, euh, je, je, c'était un univers qui m'était totalement inconnu, et je n'ai pas lâché mon guide. Maintenant que je connais les galeries, ça ne me pose aucun soucis si vous voulez, mais c'est tellement particulier, ça n'a même rien avoir avec, avec des grottes. Vu que les grottes on se crée des images, on y va quand on est en classe, quand on est petit. Donc c'est, c'est totalement différent. C'est une atmosphère déjà différente, euh..., y a une odeur qui est différente, y avait le bruit qui est différent, et voilà je pense que les gens recherchent ça. De toute manière, de cette mise en situation, qui fait que, d'ailleurs on le fait passer à travers les prospectus : vivez la vie du mineur de fond. Voilà c'est un message qui passe...*

06:31 C'est de l'authenticité quoi en fait que les gens recherchent.

*06:35 Et donc les galeries, c'est pour ça que les galeries sont si importantes, mais je pense qu'il est important aussi et que les gens le, le prennent en tant que tel, la visite des expositions complète ça, et elle est nécessaire pour avoir un, un regard global.*

**06:51 Ok.**

*[Quelqu'un frappe à la porte]*

07:06 Je vais le mettre sur ma porte. Mais peut être euh oui, les questions 2, peut être que c'est des choses qu'on va trouver dans les statistiques.

**07:17 Oui, oui, oui. Euh, ok. Euh, ben du coup quel est un peu le profil des visiteurs qui viennent ici ?**

*07:29 Alors moi je pourrais rentrer dans le détail, ensuite Madame N a plus la notion quand même et la visibilité sur euh, sur le musée, puisque moi je ne suis pas sur site.*

*Ensuite je peux vous donner effectivement des chiffres bruts. Euh... et tu compléteras toi par rapport à... Mais j'étais en train de regarder là, vos questions précédentes, on parle direct en fait de patrimoine industriel, mais, avant quand même de devenir patrimoine, c'était, c'était une industrie*

**07:59 Oui, oui, oui.**

*07:59 Donc bon... Euh, donc 2017, 21 366 entrées, qui ont été ventilées entre 14 916 payants et 6 450 gratuits. Donc le musée mine de toute manière à cette... particularité par rapport aux autres structures, mais qui devrait être normalité, de faire 70 % d'entrée payantes et 30 % d'entrées gratuites. Voilà, fin normalité, particularité je ne sais pas si ce sont des termes appropriés, puis après chacun on fait ce qu'il veut. A savoir s'il est nécessaire de payer un musée ou pas. Enfin toujours est-il que ça a été une constante pour le musée mine donc d'avoir 70 % d'entrée payante, 30 % d'entrée gratuites. Euh... donc au niveau de la ventilation individuelle groupe, nous sommes à 10 505 individuels, je suis précise hein mais c'est pas après bon on ventile entre 10 000 individuels et 6 000 groupes. Et donc la plupart des groupes sont constitués par les scolaires vu que nous sommes à 4 000 scolaires et y a 2 000, 2 000 groupes adultes, donc voyagistes, seniors, associations, euh... Voilà. Et dans les scolaires, principalement des collèges tarnais et ensuite les primaires. Donc y a des cycles de visites de fréquentation, ça Madame N tu pourras nous dire. Les scolaires commencent à partir de avril, mars-avril ?*

*09:27 Alors y a quelques groupes en fait qui viennent eux dès le début de l'année parce que là en fait y a un programme, y a un projet derrière pédagogique. Et ensuite, oui ils arrivent plutôt à partir du mois d'avril parce qu'en fait ce qui va intéresser, c'est plutôt les classes de 4ème avec la révolution industrielle, et ça arrive plutôt en fait en fin de parcours scolaire, donc d'avril à fin juin, oui on reçoit là beaucoup de groupes scolaires, quasiment tous les jours quoi*

**09:54 D'accord ok.**

*09:56 Le... au niveau de la fréquentation en fait, on voit bien que l'activité commence à partir du mois de mars, jusqu'au mois d'octobre. Les mois de janvier-février, novembre-décembre, ne sont pas quand même des mois creux. A part le mois de janvier-février mais parce qu'il est fermé, il est ouvert donc sur euh... réservations*

**10:15 Juste quinze jours.**

*10:15 Voilà. Euh... et sinon à près on est quand même on est quand même à 700, plus de 700 personnes pour le mois de novembre-décembre, et décembre ça ferme autour du 23 décembre, hein maintenant. Voilà donc on tourne, on oscille entre, le mois de mars vous voyez on est à 1400, le mois d'octobre on est à 1700 et avec euh..., euh... le gros toujours au mois d'août. Le mois de juillet est gros mais... pas si gros... enfin en comparaison c'est quand même le mois d'août qui est le plus important. Et juin juillet se tiennent, se tiennent suivant les années. Vous voyez même en 2016, j'ai les chiffres on est à 2002 sur juin et sur juillet. Donc on pourrait croire qu'effectivement la période estivale juillet-août est très marquante, finalement c'est le mois d'août qui est très marquant.*

**11:00 Ok.**

11:02 Oui mais parce que là en août c'est du grand public, c'est un public en fait de vacances. Quand on rééquilibre en juin et en juillet, c'est parce qu'en juin on reçoit tous ces groupes scolaires, qui en fait après se compensent avec l'arrivée des touristes en juillet. Après au musée, c'est sensible mais là plus à la journée, en fonction de la météo quoi. Donc la semaine dernière par exemple avec les ponts, on savait que ce serait une grosse semaine, mais ça a été plus important que ce qu'on avait prévu à la base, parce qu'il a fait mauvais. Donc en fait les gens vont venir euh... un peu plus dans les musées. Donc pour le moment en 2018, on fait un très bon début d'année, mieux que l'année dernière qui était déjà une excellente année, mais je peux pas encore dire que à la fin de l'année ce sera la même chose, parce qu'on risque en juillet-août s'il fait très beau, que les gens qui en fait attendent le soleil viennent un petit peu moins dans les musées quoi. Donc ça c'est toujours très difficile en fait à prévoir à l'avance quoi.

*11:57 Euh... beaucoup plus de visiteurs français qu'étrangers, mais ça c'est une moyenne au niveau euh... régional, puis au niveau des autres structures aussi, euh... j'en discutais avec l'Abbaye école de Sorrèze, on est sur la même proportion, c'est-à-dire qu'on est pratiquement à 95 % de visiteurs français et 5 % de, 5-6 % de visiteurs étrangers. Euh, principalement région Midi-Pyrénées, voilà après y a, y a Ile-de-France aussi qui viennent... voilà, ça c'est une constante je dirais régionale.*

12:29 La part des tarnais parce qu'elle est quand même importante.

*12:32 La part des tarnais est importante... on est à 9 000, 9 300 sur 13 000 voilà, et ensuite Haute-Garonne.*

**12:47 Ok.**

12:47 Donc par rapport à la question, fin si je suis un peu en fait. Adaptez-vous l'offre du musée au public ? Euh... y a une offre commune, ce que je vous disais tout à l'heure, les salles d'expositions, la visite guidée, mais après en fonction euh... du public, il peut y avoir une adaptation et notamment au niveau des scolaires, avec ben des activités qu'on va amener en plus, ou du moins proposer euh, des ateliers pédagogiques, euh donc notamment, si j'en cite quelques-uns, euh... de la mine à la cité. Donc en fait la visite du musée et ensuite la visite de la cité des Homps avec la, la maison du polonais. Après un atelier en fait plutôt art plastique, qui est un atelier fusain. Euh qu'est-ce qu'on va développer, euh, les ateliers énergies là en fait depuis peu, un atelier en fait plutôt scientifique qui s'appelle monter et descendre à la mine, qui répond à une question du programme des primaires sur tout ce qui est en fait les roulements et euh..., ben le fait, alors je sais plus comment on appelle ça... en technique vous savez une cage qui monte, une cage qui descend en fait voilà. Euh donc on a quand même, c'est des plus qu'on propose et euh après en fait ils peuvent choisir, par exemple aujourd'hui on reçoit des collègues sur un atelier presse, donc un atelier qu'on a monté avec les archives départementales d'Albi quoi.

**14:08 D'accord.**

14:10 Sur d'autres publics spécifiques, là ça sera un accompagnement un peu privilégié par exemple, sur euh, des gens en situation de handicap, où on va peut-être alléger la visite, ou... Il y a une adaptation en fait euh, en fonction ben des groupes que l'on reçoit. Après pour tous les publics anglophones, notamment euh... si ce sont des groupes qui ont réservés à l'avance, on a des guides ici qui peuvent faire la visite en anglais, donc mais bon, ça, ça se prépare à l'avance. Sinon, euh ils ont support papier qui leur permet un petit peu de suivre euh en fait la visite.

**14:47 Ok.**

*14:49 Ensuite, le guide s'adapte en fonction de toute manière du groupe qu'il a en face de lui, donc ils sont assez... Ils ont assez d'expérience et de métier qu'il fait qu'ils s'adaptent automatiquement au groupe qu'ils ont, qu'ils ont en face.*

15:03 Les actions passent souvent par des ateliers en fait, viennent amener un éclairage supplémentaire à la visite quoi.

**15:09 D'accord. Ok.**

*15:12 Et concernant le public adulte, pas, pas de visites spécifiques particulières, à part effectivement, le, le, le guide qui a... euh... et lorsque nous mettons en place des manifestations spécifiques ou qu'on nous demande de mettre en place des manifestations spécifiques, effectivement le musée propose des visites singulières et particulières. Je pense notamment là dernièrement quand on, l'office de tourisme donc nous a demandé de faire la soirée VIP pour le carmausin, et Madame N a organisé avec un ancien mineur une visite euh particulière.*

15:47 A deux voix que j'appelle. Mais qui a beaucoup de succès en fait. Là ça fait un an, un peu plus d'un an qu'on propose, mais comme dit Madame O de façon très spécifique, mais qu'on propose ce genre de visites. Et là le retour en fait du, des visiteurs est très, très bon. Parce que y a la partie en fait historique, qui est portée par le médiateur et euh, y a ben cette authenticité en fait qui va venir de la part du mineur et donc la combinaison des deux fait que là par contre, ça je pense que dans la valorisation euh touristique c'est important. Parce que ben voilà, pour les gens quand ils repartent, ils ont vraiment l'impression fin, d'avoir touché du doigt, ben ce que c'était vraiment grâce au mineur et d'avoir quand même une connaissance un peu plus élargie et assez pédagogique en fait, de ce qu'était l'extraction minière. Donc ça c'est très intéressant et on le voit c'est toujours un succès.

**16:39 Ouais, puis y a l'échange direct avec quelqu'un qui a travaillé.**

*16:43 Mais, je, je pense sincèrement qu'il ne faut pas que ça. Je pense que c'est intéressant de le faire à deux voix, parce que justement on apporte deux éclairages complètement différents, qui se complètent l'un l'autre, et qui sont selon moi nécessaires. Euh... la visite du centre historique minier de Leward, je vous parle quand même d'il y a quelques années*

17:00 Ca a beaucoup changé depuis.

*17:01 Voilà, je n'y suis pas revenue. C'était un ancien mineur qui euh..., qui faisait la visite, qui était, qui était employé. C'était super intéressant, mais, je trouve que justement cet aspect, donc guide-ancien mineur, donc visite à deux voix est beaucoup plus intéressante parce qu'elle apporte un autre éclairage qui est circonstancié, qui est éloigné et voilà. Y a l'affect et y à l'autre côté un petit peu plus posé. Donc je ne sais pas ce qu'ils font, si c'est toujours...*

17:33 Non à Leward, ils font plus du tout ça. Ils ont mis les mineurs dehors, et en fait ils leur en restent très peu et il y a que les médiateurs qui font la visite, jamais en fait de visite comme on peut le faire maintenant. Mais on peut acheter un billet groupé et après la visite, rencontrer un mineur, en dehors en fait du contexte des galeries, sur un sujet précis. Donc par exemple, ma première descente à la mine, donc le mineur est quand même bien..., bien cadré. Euh, nous là sur les visites à deux voix, ce que je trouve intéressant en fait aussi, c'est que y a ce jeu de question réponse en fait avec le public, mais aussi en fait entre le médiateur et le mineur. Et ça, ça ne peut se faire que si on se connaît très, très bien. Par exemple moi, qui je pense connais bien ma question quoi, en fait je ne pourrais pas le faire avec tous les mineurs et un mineur qui arrivait comme ça. Il faut vraiment bien se connaître, pour pouvoir renvoyer aux gens une certaine complicité et puis ben quelque part, fin voilà, ne faire que des compléments d'information et pas répéter de façon un peu académique, et avec leurs mots à eux en fait les mêmes choses. Parce que ça, ça passerait pas quoi. Donc ce qui passe auprès du public, c'est... Fin moi c'est toujours le mot d'authenticité quoi en fait.

**18:49 Ouais, ok. Mais euh, du coup, les mineurs qui viennent c'est par le biais d'une association, c'est... ?**

18:55 Oui alors en fait y a une convention qui a été passée entre le département et l'association notamment ASPIC, qui est l'association de sauvegarde patrimoine industriel Carmaux-Cagnac. Euh, donc ils viennent en appui du musée sur des missions bien définies au préalable euh, donc notamment de l'aide à l'identification sur l'identification des photos, euh de l'aide pour des événementiels particuliers, notamment les journées du patrimoine et euh aussi ben maintenant, depuis l'année dernière, sur ces visites à deux voix quoi.

**19:24 D'accord, ok.**

19:25 Sur les attentes des visiteurs qui viennent au musée, euh... comme ça là en fait, hier en y réfléchissant euh, pour moi qu'est-ce qui ressort de la visite, euh... respect et reconnaissance. C'est les mots qui me sont venus comme ça, parce que c'est les mots que les gens nous renvoient en fait en sortant de la visite. Ce qui est intéressant aussi, c'est que, de la visite, des salles d'expositions, ils peuvent repartir avec une idée un peu changée de celle avec laquelle ils sont arrivés. Parce que y a quand même une image euh... un peu misérabiliste en fait des mineurs..., j'ai beaucoup de gens et surtout sur les générations les plus anciennes. Euh... donc ça permet de rééquilibrer un peu les connaissances, et euh, les éléments qui les marquent les plus, c'est..., c'est que ce n'est pas qu'une histoire technique, c'est une histoire technique, une histoire humaine, une histoire sociale. Donc y a la dureté du travail, dans un monde qui est complètement hostile à l'homme, parce que même si nos

galeries aujourd'hui elles peuvent paraître hostiles à nos visiteurs, c'est encore rien par rapport à ce que, à ce que les mineurs connaissait au fond, avec tous les dangers euh, etc... Donc, mais cette vision, les gens ils arrivent déjà avec. Donc c'est intéressant qu'ils repartent avec un peu plus que ça et que ça souvent leurs horizons sur la question du patrimoine industriel et du patrimoine minier en général quoi. Ça c'est pour moi quoi, mais peut être que toi tu as pas la même...

*20:47 Non, non, si, si. Tout à fait. Fin moi, je, je ne suis pas sur site toujours pareil donc c'est difficile effectivement, de, de faire ce ressenti, mais euh... il est important à la fois dans la visite de la galerie, et dans la visite des salles d'expositions de faire ressortir, que, c'est, c'est pas qu'une histoire de techniques. Effectivement. Et c'est bien dit je pense, que ce soit au fond dans les galeries ou que ce soit dans la salle expo, c'est, c'est bien dit qu'il y a, qu'il y a autre chose. Tout un environnement à prendre, à prendre en compte quoi. Une histoire sociale, une histoire humaine.*

**21:20 Ok. Ok, euh... donc du coup...**

21:25 On est à la 5 [rires]

**21:26 C'est ça. Bon après je les suis pas forcément, ça dépend de comment**

21:30 Moi je l'ai bossé hein. Parce que quand j'ai vu le questionnaire j'ai dit ouah [rires]

**21:34 C'est vrai qu'il peut faire peur mais euh...**

21:36 Ouais je pense y en a qui vont vous dire qu'ils ont pas le temps quoi

**21:38 Oui, mais je l'adapte. Par exemple quand je suis allé voir des agriculteurs où je sais qu'il faisait beau donc c'était pas la période, j'ai réduit les questions, parce que moi j'ai dit...**

21:48 Non mais moi je l'ai bossé un petit peu hier, en fait. Donc par contre j'ai pris des notes parce que, comme ça le terme, alors je sais pas si tu veux Madame O toi à chaud comme ça, et qu'après moi vu que j'y ai un peu bossé.

*22:00 Moi déjà le patrimoine artisanal et agricole, je risque d'avoir du mal parce que pour moi, je, je déjà, moi déjà je ne comprends pas qu'on puisse parler de patrimoine agricole. Et voilà, et puis... artisanal non plus, je vous avoue parce que ce sont des choses qui sont encore en activité, qui vivent. Nous le patrimoine industriel j'arrive effectivement à mieux le comprendre vu que c'est une activité qui euh, qui n'est plus. Et qu'il a fallu faire la mise, la mise en patrimoine, mais... voilà. Et puis chez nous le département du Tarn est quand même, malheureusement... c'était un patrimoine fortement industrialisé, tant mieux pour lui mais qui ne l'est plus, tant pis, il faut passer à autre chose. Je pense que ça on a tout, tout à fait été capable de le faire et dès 1987, Madame N ?, avec les anciens qui ont, qui ont construit ces galeries et qui ont compris l'intérêt, donc on ne parlait peut être pas à cette époque-là encore de patrimoine industriel, mais ils avaient compris qu'il y avait, qu'il y avait une notion de passeur de mémoire à faire. Et...euh... Donc ça, ça s'est construit petit à petit. Ça s'est professionnalisé aussi avec le temps, vu qu'au départ c'était associatif et c'est ensuite devenu professionnel. Mais ça a évolué, ça a évolué au fur et à mesure que*

*la société a évoluée et que les notions ont évoluées aussi. Donc patrimoine industriel, oui je comprends, l'artisanat et l'agricole je comprends un peu moins, voilà.*

**23:27 Ok, ok.**

23:28 Mais ça c'est pour Madame O. Moi ça m'in..., moi j'ai... mais voilà c'était bien en fait à chaud d'avoir... Et puis après c'était intéressant, c'est pour ça que j'ai invité Madame O à venir, Madame O elle se cache mais elle a travaillé au musée de la mine en fait, avant de travailler là-bas, mais après elle habite pas sur ce territoire donc c'était intéressant, puis, puisque moi j'y habite en fait, qu'on ait deux visions... Donc ouais, alors là je reprends mes notes... Sur en fait la notion de patrimoine artisanal, fin de patrimoine au départ, parce que c'est, je me suis posée la question hier c'est... pour moi c'est un héritage commun qui est transmis aux générations suivantes. Mais pas spécialement euh... ça peut être quelque chose qui est en train de se vivre, c'est là que moi je peux comprendre le patrimoine agricole. Et euh, ce qu'ont fait en fait les mineurs ici, c'est ils l'ont sauvé au moment. Là, dans la plupart des bassins, sauf un, dans le nord de la France, mais dans les autres ils l'ont sauvé 10-15-20 ans après quoi. Donc ce qu'ont fait les papys ici au musée c'est hyper important parce que c'était encore quoi. C'était la fin, mais y avait encore sur place. Donc je trouve que c'est quand même intéressant de poser la question du patrimoine agricole parce que, oui c'est en train, mais ça pourrait ne plus être comme ont été l'industrie, et donc moi ça me paraît en fait. Ça peut être un patrimoine, euh... fin quelque chose qu'on transmet mais maintenant pour ne pas le perdre en fait, dans mon idée à moi.

*24:55 Et alors que moi quand tu acceptes l'idée de patrimoine, c'est que tu l'as déjà perdu, c'est ça qui me...*

**24:59 Mais c'est ça qui est compliqué avec la question de patrimoine**

*25:02 C'est pour ça que pour que l'artisanat et l'agriculture vivent il faut absolument..., alors que quand tu acceptes cette idée de patrimoine, c'est que tu l'as déjà quelque part déjà perdu. Mais comme quoi c'est ...*

25:10 Alors j'ai les deux visions parce que vous allez voir. Pour moi c'est autant un patrimoine matériel qu'immatériel quoi, et c'est un ensemble de biens qui est légué avec une idée de mémoire collective. Donc de garder cette trace. Donc là ça peut être un patrimoine qui est en train pour le moment en fait de vivre. Mais, quand vous posez la question des images, en fait qui me viennent à l'esprit, en fait euh, c'est l'image du passé quoi. Donc c'est là que je deviens ambivalente en fait sur ma, sur ma réflexion. Avec une idée d'image, de mémoire des hommes, mémoire des lieux, euh... Et y a toujours derrière, ça aussi c'est ce que moi je pense, une idée d'un intérêt historique, technique, social. Et du souci de préserver et de protéger pour ne pas perdre. Donc c'est pour ça que là je reviens sur quelque chose de qui peut être...

*25:59 Tout en étant pas figé. C'est pas parce qu'on parle de patrimoine que c'est figé. Effectivement y a une..., une situation qui était et qui n'est plus, mais c'est pas pour ça que c'est, que c'est figé, et... C'est pour ça que c'est intéressant ce que disait Madame N, quand les visiteurs viennent ils ont une image en tête et ils s'aperçoivent que, bon... ça, ça évolue.*

*Donc c'est pas figé et c'est ce qui nous sert à travers les galeries, les expositions, les expositions temporaires, c'est dire, pour dire que ce patrimoine-là n'est pas figé, qu'on peut le voir de différentes manières et qu'on le verra toujours de différentes manières. Y a tellement de possibilités euh... et puis c'est, c'est subjectif aussi par rapport aux personnes, donc y aura toujours matière à faire*

**26:40 Ok.**

26:42 Et euh... donc pour les exemples en fait, par rapport à la question, euh... Moi ça me fait penser aux formes traditionnelles d'artisanat bien sûr, le travail du bois, du verre, de la pierre, des choses comme ça. Pour l'agriculture, en fait, cette notion de patrimoine elle me renvoie à des espaces naturels, à du petit patrimoine en fait, à des paysages agricoles qui sont façonnés par l'homme donc... je sais qu'il fallait pas faire que notre territoire, mais moi ça me renvoie forcément à notre territoire, notamment le Ségala, c'est la terre du seigle, c'est une terre pauvre, donc en fait on peut pas euh, ben en fait travailler la terre dans le Ségala, comme on peut la travailler en fait en Picardie par exemple quoi. Donc euh, pour moi ça c'est un patrimoine parce que, et c'est aussi un savoir-faire mais on va y venir après. Euh... donc ça me fait penser aussi à l'habitat, aux outils, aux machines, euh..., donc avec cette idée de préserver. Pour l'industrie, euh, la par contre les exemples pour moi c'est des usines, des machines, des matières, des habitats spécifiques comme par exemple les cités ouvrières. Et euh... quand on parle en fait à quoi nous renvoie la notion, euh pour moi la notion elle me renvoie, comme ça tout de suite la première chose que j'ai pensée quand j'ai vue patrimoine industriel et tout, c'est à l'UNESCO quoi. Alors je sais pas si toi ça te viens de suite, mais moi oui. Au patrimoine mondial de l'UNESCO, autant qu'à la notion de petit patrimoine, qui recense en fait les divers témoignages du passé. Et euh, y a vraiment pour moi, le patrimoine c'est une mémoire collective. Mais, c'est une croix, un puits, des choses comme ça, autant que des machines ici nous à la mine.

**28:18 Ok**

*28:19 Et c'est intéressant parce qu'effectivement Madame N est très marquée par le territoire, on le ressent, et elle a tout à fait raison, ce que moi je perçois pas forcément, vu que déjà je suis une citadine et puis que, je, je... même si euh, c'est, Albi n'est plus petit que ne l'était Toulouse, je reste quand même à proximité, je suis très urbaine. Et du coup l'entendre parler, ça m'a fait, ça me fait penser à certaines choses effectivement. Je comprends mieux pourquoi elle met le terme de patrimoine derrière, vu qu'il y a des spécificités à cette terre là, que nous ne retrouvons pas forcément ailleurs, et autant y a l'habitude qui fait que, on exploite comme ça, mais il faudrait qu'à un moment cette habitude là ou ces faits-là, ces savoir-faire-là, soient, soient mis quelque part pour que... euh, ce soit gardé, non pas forcément parce que l'activité va s'arrêter mais pour qu'il y ait un souvenir dans le temps qui fait que, voilà et que... euh... l'oralité, mais l'oralité se perd, donc maintenant... on passe par d'autres support.*

29:17 C'est là qu'on en arrive à la notion de savoir-faire quoi. C'est pour ça que je me questionnais sûr qu'est-ce qu'était notre patrimoine, bon général quoi, mais aussi de notre territoire et la différence qu'il pouvait y avoir entre patrimoine et savoir-faire. C'est pour ça

que j'étais quand même contente que vous m'ayez envoyé les questions à l'avance parce que si vous m'aviez pris à chaud ce matin, je sais pas si en fait tout ça, ça me serait venu. Alors que hier en le bossant un peu, ça me paraissait évident que le patrimoine c'était pas tout à fait le savoir-faire ou du moins le savoir-faire rentrait dans le patrimoine. C'est comme ça que je le vois quoi. Donc euh, en cherchant la définition de ce qu'était pour moi le savoir-faire, celle qui correspond bien mais elle est pas de moi, mais en fait pour moi c'est vraiment l'idée que, que je me fais du savoir-faire, c'est euh, définition que j'ai trouvé sur le net qui dit que "le savoir-faire est le résultat de l'apprentissage personnel, de l'expérience et de l'habileté d'individus ou de groupes concrets". Donc... moi, ça correspond à l'image que j'en ai parce que ça, pour moi le savoir-faire il s'acquiert par l'observation, l'expérience et la pratique. Et la théorie qui peut être le savoir, euh... en fait... Voilà, pour moi la théorie c'est le savoir, mais c'est pas qu'une théorie très académique, ça peut l'être, mais ça peut être aussi un savoir qu'on se transmet. Mais le faire c'est vraiment, fin à l'expérience, et y a une idée de transmission derrière pour moi, et qui est souvent orale, dans un domaine très spécifique, donc c'est pour ça que le savoir-faire industriel pour moi il passe ben par les livres techniques qu'on peut avoir nous par exemple au musée de la mine dans nos collections, euh, que on peut retrouver après dans les archives des charbonnages de France. Mais ça passe aussi par cette oralité, et là je m'en rends compte, quand tous les mardis les mineurs viennent ici faire des identifications sur les photos. Ils sont toujours en train de parler de la machine et des adaptations qu'ils ont fait à cette machine pour pouvoir s'en servir euh et différemment entre le puits de Cagnac et le puits de Carmaux parce que c'était pas les mêmes puissances de veines. Là j'en reviens à ce que je connais mais... c'est parce que ça me parle. Aimé Malfettes, qui était le photographe de la mine, avait des appareils photo, notamment des Lineof ou en fait des Laika, et il faisait adapté avec les labos Laika en fait à Toulouse euh, pour avoir en fait des flashes antidéflagrants dans les galeries. Pourtant c'est un photographe, il a un appareil photo comme les autres, mais cet appareil il est spécifique parce qu'il a été adapté en fait à son lieu de travail quoi. Donc là y a du savoir-faire pour moi derrière quoi, et pas que du savoir quoi. Euh... à la mine, ça passe aussi par une compétence, et pour moi, en fait, le savoir-faire pour la mine, il se transmettait au plus jeunes. Donc ils avaient des stages en fait, les, les petits jeunes qui rentraient, avaient des stages avec des anciens, souvent par équipe de trois, donc deux anciens et un jeune. Donc là c'est très important et ça c'est un savoir-faire pour moi quoi. Parce que, alors j'ai cherché un exemple pour que ça vous parle, euh... dans les galeries quand on est en temps d'exploitation en fait, vous passez dans les galeries, et sur votre casque vous allez entendre comme des petits gravats, des choses qui peuvent tomber, ça ben par contre c'est une transmission orale, quand ça commence à tomber, c'est que ça va s'effondrer quoi. Et donc là les mineurs savent. Un petit jeune qui descend au fond, il peut avoir étudié pendant des années, il va pas savoir ça quoi. Et ça, ça va, ce savoir et ça va se connaître qu'à l'expérience et qu'au contact des autres. Donc pour moi ce savoir-faire bon il va passer par là. Dans le milieu agricole le savoir-faire il va passer souvent, ben de père en fils et c'est quelque chose qu'on va garder avec l'adaptation de ce que je disais tout à l'heure, telle récolte sur tel terrain, enfin etc... Et pour en penser à la question 7, sur le territoire pouvez-vous citer les éléments importants du savoir-faire industriel, artisanal et agricole, euh... ça, ça m'a posé une question de savoir si c'était un

savoir-faire passé ou présent ? Moi je suis toujours dans cette question-là quoi. Passé, pour moi par exemple la mine, c'était notamment la technique de la chambre sous-tirée qui est une technique qui a été inventée à Cagnac par rapport en fait aux puissances de veines qu'on avait et qui a été reprise en fait ailleurs, mais ça c'est vraiment un savoir qui a été créé chez nous et c'était hyper important, dans le domaine du verre en fait pour moi ce qui est important c'est le passage de l'industrie en fait vers, vers aujourd'hui quelque chose qui peut avoir un lien plus à l'art, que réellement en fait à l'industrie. Mais ça, ça peut être du passé. Si je regarde sur, si je regarde sur, aujourd'hui, là vraiment sur notre territoire on est d'accord, c'est le CIRTES par exemple pour moi. Le CIRTES c'est de l'usinage avancé, c'est du prototypage, c'est une industrie très, très en pointe euh... et ça c'est un savoir-faire pour moi. C'est la SAPA, le travail de l'aluminium, y a quand même beaucoup d'employés et y a aussi en fait une transmission qui va se faire, ou le CRM qui en fait est l'industrie de précision euh, avec les usines, notamment, les usinages de pièces notamment pour l'aéronautique, donc est-ce que ça c'est un savoir-faire industriel ? Est-ce que votre question elle va là ?

**34:25 Oui, ben oui. En fait, c'est ça, c'est savoir...**

34:29 C'est un savoir-faire actuel qu'il faut valoriser

**34:32 Voilà en fait y a les deux questions, c'est pour savoir un peu voilà, comment ça se situe sur le territoire et qu'est-ce qu'il vaut mieux valoriser, est-ce qu'il faut valoriser les deux, voilà ?**

34:40 Alors pour moi, moi, mon idée à moi, c'est les deux. Puisque là la mine et le verre et après vers les usines de pointe aujourd'hui. Et là on retombe sur ce que disais Madame O tout à l'heure en fait, la notion de savoir-faire et de patrimoine elle est en évolution et elle est en marche. Donc en fait des techniques qui ont été inventées ici et que c'est bien de valoriser, parce que en fait on s'en est servi ailleurs, et des industries de pointe aujourd'hui, qui valorisent aussi le territoire quoi.

35:06 Bonjour.

**35:07 Bonjour [rires]**

35:07 Madame P pardon

35:11 Pour, juste je fini j'ai deux choses...

35:12 Est-ce que vous avez besoin de moi ?

35:14 Oui peut être deux secondes, parce que ça peut être intéressant, mais je vous finit sur l'industrie de là et...

35:20 Je mets au point mon atelier et...

35:21 Et tu repasses deux seconde. Je vous dirais pourquoi c'est intéressant.

**35:25 Oui, oui, mais y a pas de soucis.**

35:26 Sur le savoir-faire artisanal, alors là, ça m'a posé un peu plus de questions, parce que pour moi, le savoir-faire artisanal, il passe par un artisanat, c'est peut-être ma vision un peu étriquée des choses, euh, d'artisanat d'art, de techniques anciennes. Donc là j'ai réfléchi euh, ce qu'on avait en fait ici. Donc pour moi y a les, les souffleurs de verre, parce que là, c'est, ça me paraît facile et c'est évident. Et après je me suis dit il doit y avoir les échaudés de Carmaux quoi parce que, mais est-ce que ça c'est de l'artisanat ?

**35:56 Oui.**

*35:57 Et oui.*

**36:00 Oui, oui, oui.**

36:01 Donc j'ai pensé aux échaudés de Carmaux, j'ai pensé à la colline aux chèvres par exemple, à une, aujourd'hui à des exploitations qu'il y a euh, fin des entreprises qu'il y a et qui valorisent un savoir-faire ancestral, mais qui le modernisent aussi. Donc c'est là que je voulais en venir, c'est que en fait y a cette idée de mémoire du passé mais aussi de s'ancrer vers l'avenir avec des usines de pointe, avec des industries qui bougent. Et euh je me suis dit aussi que au Garric, mais alors par contre j'ai pas retrouvé le nom mais peut être que vous savez, c'est quelqu'un qui travaille autour du miel et qui fait beaucoup de produits et...

**36:34 Euh, je crois que le nom c'est Savour miel non ?**

36:36 Oui, c'est ça, voilà. Donc pour moi, ça par contre, c'est de l'artisanat en fait. Et c'est des entreprises qui permettent de valoriser notre territoire je pense, et un savoir-faire. Et en savoir-faire agricole, euh... c'est ben ce que je disais tout à l'heure, une expérience qui permet euh, une meilleure connaissance des terres et des terrains. C'est des gestes et des pratiques en fait euh, et euh, c'est l'adaptation et la connaissance de la nature et là m'est venu tout de suite, mais j'ai pas réfléchi à plus, mais c'est le veau sous la mère et le veau du Ségala. Donc en fait des labels qui permettent, euh... je réponds un peu à une question qui va venir après.

**37:10 Oui, non mais y a pas de soucis.**

37:11 Qui permet, ben de valoriser notre territoire, et de faire un peu différent, des autres, même si en fait y a des productions agricoles sur tout le département, y a une spécificité et y a un label derrière quoi.

**37:24 Ok.**

37:26 Voilà.

**37:26 Très bien.**

37:29 Et après juste aussi pour finir avec cette question, euh... la visite à la ferme, ça me paraît vraiment quelque chose à valoriser. Parce que là, sur mon autre casquette, pas professionnelle, mais euh ma vie publique et en fait personnelle, c'est quelque chose qui,

j'entends beaucoup de gens en parler, alors je sais pas si encore y a beaucoup de gens qui vont jusque-là mais par contre en fait, j'ai l'impression que les agriculteurs se sentent valorisés et moi je trouve que c'est intéressant parce que ça valoriser et leur travail, et ça permet aussi, ce que dit Madame O, alors ça s'appelle, l'expér...

*38:05 Oui, le tourisme expérientiel, c'est de... fin bon...*

38:06 Ouais, mais ça, en fait cette idée-là, on peut la retrouver aussi comme nous on a dans les galleries, ben pour des visiteurs alors sans faire des images clichées, mais un parisien qui vient ici, en fait qui va à la ferme, qui mange à la ferme les produits, produits qu'on lui a expliqué le matin en fait. Ca je trouve que c'est vraiment intéressant quoi, et je crois que c'est vraiment en cours de développement quoi.

**38:28 Ouais, ok.**

38:28 Et là y a un..., l'histoire de passeur de mémoire en fait, elle y est pour moi, et puis ça permet de mieux connaître en fait...

*38:36 De passeur tout court là pour le coup.*

38:37 Pardon ?

*38:38 De passeur tout court, pour le coup, vu que c'est en, vu que c'est en activité. Tu vois vraiment l'activité qui se fait et...*

38:47 Donc en fait je trouvais intéressant que Madame P puisse passer, Madame P est la chef de service de la conservation des musées, donc ça je vous ai pas expliqué, peut être que c'est plus... Si on le fait en bref, au département du Tarn y a des compétences obligatoires, des compétences non obligatoires. Les élus en fait ont fait le choix, de valoriser en fait la culture à l'échelle départementale, et il y a donc un service qui s'appelle la conservation des musées. Là c'est pour ça Madame O, travaille à la conservation, Madame P aussi, nous on fait partie de la conservation, mais si vous voulez le gros service

*39:17 Une centrale*

39:20 Une centrale et après en fait, ben les trois musées.

*39:23 Même si le terme n'est pas joli, pas très élégant [rires]*

39:24 Y a trois musées départementaux qui sont gérés en direct en fait, donc voilà. Donc c'est intéressant d'avoir aussi la vision à chaud de Madame P, sur la notion Madame P, tu nous écoutes ?

39:38 Oui, oui pardon, c'est que le collègue arrive pas. Donc c'était juste ça.

39:42 Sur la notion de patrimoine artisanal, industriel et agricole. Quelle est ta définition ? [rires]

39:58 La définition du patrimoine je l'ai bien calée pour cette année patrimoine, puisque cette année on a travaillé sur le patrimoine. Et moi la définition du patrimoine qui me

satisfait le, le plus, c'est cette idée de ce dont on hérite et ce que l'on transmet. C'est, c'est vraiment, et je... et donc ce dont on est responsable à l'instant T. Et donc ça se, ça se déploie sur les diverses thématiques. Mais en tout cas cette année sur la notion de patrimoine, on l'a travaillé autour, autour de ça. Nous le patrimoine c'est notre cœur de métier, et sur, sur vraiment ce passeur, on parlait de passeur, sur ce lien, ce trait d'union, ce dont on hérite, dont notre travail c'est de repérer et sauvegarder, inventorier, restaurer, ce que, ce dont on hérite, le faire vivre au présent, et le, le documenter, et... le conserver pour le transmettre, pour le transmettre...

40:59 Et la définition du savoir-faire ?

41:02 Et alors, moi, oui...

41:04 Mais ça interroge

41:04 J'avais vu ça. Le savoir-faire, alors aujourd'hui on parle beaucoup de notion de compétences, je la mettrais un peu en parallèle avec ça, c'est la pâte, c'est la main à la pâte quoi le savoir-faire. Dans... dans ma conception du...

41:23 Oui, oui... nous aussi, ça me renvoie en fait... mais c'est ce que je disais, c'est une compétence technique, c'est pas de moi hein, particulière qui nécessite de l'expérience et de l'habileté dans un domaine spécifique pour le maîtriser pleinement.

41:36 C'est ça y a la notion d'expertise aussi dans le savoir-faire

41:39 Et vraiment de pratique aussi je crois.

41:40 Oui, c'est ça la main à la pâte, c'est le faire, c'est le faire

41:44 Est-ce que pour vous qui avez travaillé sur le sujet, elle est master 2, entre le..., cette question et cette question, le patrimoine et le savoir-faire, pour vous, le savoir-faire...

**41:53 C'est, ça, pour moi c'est ça, y a une question de geste aussi, de, fin si on prend par exemple le savoir-faire artisanal tout de suite ce qui vient c'est la main, fin le travail de l'homme, c'est le lien**

42:02 La pratique et le geste

**42:02 Voilà, que des fois le patrimoine on a pas forcément cette notion de personne qu'il y a derrière, que derrière le savoir-faire plus peut être.**

*42:10 Il y est automatiquement*

42:12 Après pour moi le savoir-faire vient, vient documenter le patrimoine

**42:16 Oui, et puis les savoir-faire c'est une petite partie du patrimoine voilà**

42:20 C'est ça et puis on est, le patrimoine ça va être la conséquence du savoir-faire et en même temps il va nous permettre de, de le documenter, de replacer l'objet dans son contexte, de donner du sens au patrimoine

**42:32 Ok. Très bien.**

42:35 Donc voilà, mais c'était intéressant

**42:36 Mais c'est toujours des questions un peu comp, fin voilà c'est pas facile à définir, à...**

42:42 Oui parce que c'est des concepts je pense.

**42:44 Oui voilà, c'est ça**

42:45 Le savoir-faire je sais pas si c'est si concept que ça

42:48 *Ouais, ouais, ouais, non*

42:50 Oui mais peut être que maintenant on conceptualise tout

42:52 Nous par exemple, alors c'est, c'est tout bête. Nous aujourd'hui quand on fait un profil de poste, quand on a des embauches, on a une partie savoir-être et une partie savoir-faire. Qui se juxtapose. Donc moi, pour moi je l'assimile à compétence quoi.

43:09 Oui mais moi aussi je l'avais mis ce mot, compétence. Moi l'image pour moi c'était...

43:18 Oui peut être avec un côté un peu plus expérience, dans le savoir-faire

43:20 Oui d'observation et de... (Pratique)

43:21 C'est à dire que la compétence elle peut être universitaire... mais qui passe aussi...

43:26 *Mais si c'est ce que tu disais tout à l'heure, quand effectivement la première descente au fond, la première fois que tu es au fond tu as pas ce savoir que quand sa tombe il faut vite partir*

43:37 Oui je donnais des exemples, tu sais en fait à la mine, on, y a avait beaucoup de transmission entre l'ancien et les jeunes, et en fait tu peux être à l'école des mineurs pendant deux ans, le jour où tu descends au fond et qu'il y a un ancien qui t'explique que quand tu entends en fait des petits gravillons, enfin quand tu entends un bruit sur ton casque, c'est que en fait ça bouge au-dessus et que ça va s'écrouler. Ça tu l'apprends en fait de ton expérience et du contact des autres. Donc c'est vrai qu'il y a une transmission orale. Le savoir pour moi c'est quelque chose qui peut être académique ou du moins, qu'on, qu'on a appris alors que le faire en fait, ne passe que par de l'observation, de la pratique et... Voilà.

**44:17 Très bien. Très bien.**

44:22 Voilà on en est à la partie deux. Tu peux y aller. Habitant du territoire

**44:28 Oui donc c'était, cette partie c'est savoir un peu le lien d'attachement de la population locale avec, voilà ce patrimoine, et notamment le patrimoine industriel de la mine, euh...**

44:39 Alors moi, ce que ça représente pour moi, la première question, et après peut être pour les gens, il vaudra mieux que ce soit Madame O, fin je compléterais mais...

#### 44:46 C'est bien d'avoir une vision interne au territoire et externe

44:51 Euh... moi pour moi c'est un témoignage du passé quoi, donc la mine euh oui on peut l'ancrer dans l'avenir, on peut parler des nouvelles énergies et se servir d'un point de départ de la mine, mais y a quand même cette idée en fait du passé, parce que c'est aujourd'hui une exploitation qui est terminée. Donc... Moi, pour moi, ce que j'ai toujours dit en visite, quand je fais des visites, quand les gens demandent, parce que c'est très, très souvent en fait, la... Même si quand on fait la visite on, on essaye d'être le plus objectif possible et que nous, on va remonter quand même du XIII<sup>e</sup> siècle jusqu'à aujourd'hui, ce que les mineurs peuvent pas faire. C'est pour ça aussi que c'est intéressant de faire à deux, euh... quand on ressort ils nous disent : "ah oui mais, fin vraiment vous la vivez la mine". Et c'est ce qui viennent rechercher aussi quoi. Y a un exemple très précis, qui peut être ennuyeux. Les gens nous demandent tout le temps "vous aviez quelqu'un qui travaillait à la mine ?". C'est presque un gage en fait pour les gens, de, de vraiment d'être euh..., comment on appelle ça en fait... oui crédible en fait vraiment. A un moment donnée, y a quelques années, y a une de mes collègues elle s'inventait un grand-père mineur parce qu'en fait elle avait beaucoup de mal face aux gens, de dire que non, elle avait personne qui travaillait à la mine.

*46:05 Alors qu'elle était aussi euh... aussi compétente et qu'elle passait autant d'émotion et de savoir, mais il manquer ça. Fin c'est...*

46:16 Une légitimité, c'est le mot que je cherchais quoi en fait. Alors là, moi ça fait presque 20 ans que je travaille au musée, on nous l'a demande encore un peu, mais un peu moins quoi. Mais c'est parce que en fait y a 20 ans on été euh quasiment à la fin de, fin on commençait ce devoir de mémoire mais c'était le début, et puis on avait presque tous les jours des anciens mineurs qui venaient parce que comme on avait pas le droit de descendre au fond avec la famille, et c'est la raison pour laquelle les anciens mineurs, les papys ont fait ce musée, c'était pour montrer à leur femme et leurs enfants. Donc là vraiment euh il fallait être légitime, il fallait avoir quelqu'un qui ait travaillé à la mine, et ça amenait le petit plus. Là on est en train de glisser dans le temps, y en a moins et on a moins besoin en fait de se légitimer...

*47:00 Tu viens de me filer un coup là [rires]. Penser que ça fait 20 ans...*

47:04 Donc ce que j'en reviens, ce que je disais, moi d'habitude je fini mes visites avec, en disant que ben en fait c'est mon histoire et mon identité. Et vraiment c'est ce que je pense quoi. Donc moi j'en ai une image positive quoi.

*47:19 Alors que moi, je ne suis pas du tout de ce territoire-là, je suis toulousaine donc je suis arrivée pour le, pour le travail. Euh... ce que je peux vous dire c'est que les gens sont fortement attachés euh... à l'histoire de ce territoire, à ce qu'il a représenté, à ce qu'il a véhiculé comme image, je pense que certains le sont trop et qui du coup ils n'arrivent pas à avancer. Et à... Mais Madame N tempère peut être mon propos parce que moi, ça fait, ça fait huit ans que je suis partie. Donc si vous voulez, j'ai, j'ai... mis de la distance par rapport à ça, mais voilà c'était... Et je pense que cet attachement est très important pour que les choses avances mais il ne faut pas y rester crispé dessus. Il faut arriver à, il faut*

*arriver à se projeter différemment mais avec. Euh... donc tant mieux si les choses bougent ou pas... Je pense également que nous avons une vision très négative du territoire euh... et qu'il ne l'est plus forcément comme elle était, parce que les choses changent aussi les choses bougent et on s'aperçoit qu'il n'y a pas que, qu'un regard et que le regard du beau qui est à voir, et encore, qu'est-ce qu'on met sous ce terme de beau. Y a, y a d'autres histoires qui sont à voir, à produire et je pense que c'est, c'est dans ce sens-là que c'est en train de bouger et que la vision n'est plus aussi négative que... Et puis y a, y a tous les, toutes les traces que l'on pouvait retrouver et encore qui était euh, euh..., qui était minime sur le territoire de l'exploitation, petit à petit la nature reprend ses droits de toute manière. Et y a la transformation du paysage qui a été très importante avec la mine à ciel ouvert de Cap'Découverte, enfin maintenant Cap'Découverte. Euh... je, je pense que les gens ça y est l'ont, l'ont dans l'œil. Autant quand ça a été lancé au départ ça a été compliqué euh... autant maintenant ça fait partie du paysage. Après bon sur Cap'Découverte c'est encore autre chose, mais je pense que sur le point de vue de l'évolution du paysage voilà, les gens, les mentalités évoluent... La vision est plus positive que négative selon moi. Après toi je ne sais pas comment, comment toi tu le perçois, mais c'est vrai qu'au départ même, quand moi je suis arrivée, c'est, c'était un territoire fortement marqué pour moi, qui était revendiqué en tant que tel de toute manière, et je, je pense que le temps et l'histoire, l'analyse de cette histoire a fait que les choses ont évoluées. Y a encore, des irréductibles, non pas gaulois, mais, carmausins mais après euh... et puis, et puis la génération aussi, les générations qui passent donc euh... Voilà qui je, je, je pense garde la fierté de cette histoire-là mais qui ne sont pas arque-boutés dessus. Vu qu'il nous arrivait fréquemment d'entendre qu'il y avait encore beaucoup de charbon et qu'il était tout à fait capable, tout à fait possible de rouvrir, de rouvrir les mines pour aller chercher ce charbon. Je sais pas si Madame N maintenant tu l'entends, mais voilà...*

50:47 Mais moi si je reviens en arrière en fait sur cette image qui a pu paraître négative à des gens qui venaient de l'extérieur, ou même qui a été ressentie par ici, c'est parce que les gens ils étaient en train de vivre leur histoire, et vivre une fin en fait c'est compliqué quoi. Euh... et ça moi je le mets en lien avec la mono-industrie, c'est que vous fermez en fait la mine, puis ben c'est les mineurs, c'est les sous-traitants et puis au bout d'un moment c'est toute l'économie. Donc euh... ma génération en fait, moi je suis née en 1977, euh j'avais 10 ans quand la mine a fermée. Je me souviens des grandes grèves de Cramaux, enfin ça c'est quelque chose qui m'a marqué. Et donc c'est vrai que mon image moi gamine de Carmaux, c'est la lutte, mais parce que j'avais 10 ans. L'image que mes parents en fait avaient de la mine, c'était une mine en plein exploitation et un bassin en fait, ben qui vivait et qui vivait même bien. Même si ça surprend les gens, y a des gens qui sont très vexés en sortant de visite quand on dit que les mineurs après nationalisation et auprès de grandes grèves et de grandes luttes, avaient acquis un certain pouvoir d'achat. Ce qui était vrai, donc en fait c'est des gens qui consommaient sur place... Très rapidement en fait on arrête cette exploitation, ben y a tout qui part quoi. Donc nous on a été acteur en fait de ce changement d'image qu'il y a pu y avoir et aujourd'hui, ben 20 ans après, on est en train..., 30 ans après maintenant de la fermeture de la mine, moi je sens ce glissement, on en parlais y a pas longtemps avec mes collègues, on le ressens quand les gens viennent au musée euh, aujourd'hui, Madame O

à raison, plusieurs fois j'ai entendu en visite que de toute façon on allait rouvrir les mines, que oui il nous restait 2/3 du charbon sur le site de la découverte et que ça serait facile de repartir en exploitation. Ca, je l'entends plus quoi, enfin en visite. Mais parce qu'on a quelque part dépassionné le débat. Et euh... l'image que peuvent avoir nos musées, autant le musée/centre d'art du verre, que le musée de la mine, c'est dans cette notion en fait de préserver notre patrimoine, là moi je pense que y a de la fierté quoi. Y a vraiment la fierté ben de mettre en avant ce qui a fait les heures de gloires, en fait de notre bassin

*52:59 Et je crois aussi la fierté que ça a été fait par des mineurs, euh... qui euh, ils l'ont fait, moi j'ai toujours entendu dire euh, ils disaient que de toute manière ils l'ont fait comme ils travaillaient au fond. Ils ont pas cherché, à la différence de ce que j'ai pu ressentir à Leward ou c'est, j'ai, j'avais trouvé ça super intéressant, puis on est pas sur la même échelle de toute manière, mais les bassins n'étaient pas à la même échelle, mais j'avais trouvé ça très bétonnée, alors qu'ici ils ont pas cherché, ils ont pas cherché, ils ont fait comme, comme ils travaillaient au fond, donc ils expliquaient que de toute manière au départ ils avaient fait ça pour les petits et pour la famille, vu qu'ils n'avaient pas la possibilité de descendre. Ça leur permettait de voir voilà, quelles étaient leur condition de travail, bon puis après de toute manière ça s'est étoffé, ça s'est professionnalisé, euh...*

53:49 Mais y avait pas une idée de pérenniser le site à la base. Mais la semaine dernière, j'ai reçu un artiste photographe de Vendée qui travaille, pour en fait des collègues à nous, qui est un musée qui est un peu équivalent niveau fréquentation, le musée de Fémerau en Vendée. Et en fait la commande qui a été passée par ce musée à cet artiste, c'est de prendre en photo les bâtis miniers restants en fait, dans ce qu'ils appellent, pour moi de façon un peu péjorative, les petites mines en France. Et euh, et c'était très intéressant parce qu'on a, je l'ai accompagné donc au Lavoir, à l'école de Fontgrande en fait, etc... Puis après avant de partir je dis non mais il faut venir voir nos galeries, alors il les a pas pris en photos parce que c'est pas en fait, de l'authentique, il a pris en photo le chevalement, la salle des machines mais les galeries sont reconstituées donc ça ne fait pas partie en fait du travail qu'on lui a demandé. Et... mais j'ai dit... et il me dit "mais oui, oui ça m'intéresse". Puis il a fait la même chose sur les 20 autres musées. Et en ressortant il m'a dit "Ouah", il m'a dit "franchement fin on a l'impression qu'on y est quoi". C'est exactement ce que dit Madame O. Et, et là on retombe dans le mot authenticité et ce qu'il fait un peu la spécificité...

*55:01 Et là du coup, on peut parler des savoir-faire, vu que, vu que les anciens*

55:05 Les boisages spécifiques...

*55:06 Les anciens ils ont fait comme ils ont travaillé au fond, donc c'est, c'est leur savoir-faire, et c'est, et c'est resté en l'état. Bon après y a bien sur des normes de sécurités qui se sont, qui se sont greffés sur la visite donc... euh... donc des visiteurs mais sinon, non ils ont fait tout comme ils faisaient au fond. Et, et du coup le savoir-faire là...*

55:24 Et après au niveau de la population locale, là on est plus personnellement, fin en tant qu'habitant sur ce territoire. Elle a été un peu modifiée sur ce territoire parce que y a pas longtemps on a reçu ici au musée une école du territoire en fait, avec des enfants que je

connais assez bien et euh, j'ai été assez surprise en fait, dans la classe y en avait certains qui savaient pas qu'il y avait des mines ici. Alors que si on revient à la génération d'avant, donc la mienne, quand moi j'étais à l'école euh, j'étais à l'école à Pampelone, c'est quand même le milieu rural en fait du Ségala, mais on savait tous qu'il y avait des mines à Carmaux et puis tous on avait des copines, des copains, leurs parents ils travaillaient à la mine, c'est évident, et là ça m'a interrogé parce que je me suis dit, des, des enfants d'ici ne savent pas. Cet après-midi par exemple on reçoit l'école de Cagnac et euh, là c'est un apport de nouvelle population, donc des gens qui, en fait travaillent sur Albi, c'est trop cher les terres à Albi ils habitent à Cagnac, mais ils connaissent pas en fait l'histoire de ce territoire. Des gens pour Toulouse, qui arrivent à venir vivre jusqu'ici maintenant, et qui quelque part ben le découvrent ou pas, parce qu'on donne des entrées aux nouveaux habitants à Cagnac chaque année en fait en partenariat avec la mairie, et ils viennent pas tous quoi. Fin voilà, y a des gens qui sont là mais, ben qui ont envie de connaître l'histoire, et y en a d'autres qui en fait, ben ne se posent pas la question quoi. Donc c'est certainement à nous aussi d'aller chercher ce public là et euh, du moins, ben à leur faire connaître, ben là y a une question par contre je pense de patrimoine et de savoir-faire, et de transmission, ça c'est clair. Ce qui n'était pas y a 20 ou 30 ans en arrière, ça, ça a vraiment bougé. Donc c'est pour ça que l'image elle a bougée aussi quoi. Puisque en fait y a eu des vraies politiques des élus d'embellissement, de... A Cagnac, fin quand on est arrivé c'est pas ce qu'il y a aujourd'hui quoi. Fin, y avait plus de commerces, plus rien, là maintenant y a euh..., fin y a le petit Intermarché, y a des allées piétonnières dans Cagnac, en fait vraiment y a eu cette volonté, ben pas de gommer l'histoire, parce que notamment les élus de Cagnac sont très fiers en fait d'avoir un musée ici sur leur commune, mais euh, ben aussi de donner une image en fait, ben plus, plus heureuse quoi je pense. Et à Carmaux c'est la même chose quoi, y a eu des travaux quand même d'embellissement de la ville, avec des commerces pour certains qui vivent mais y a encore des beaux magasins à Carmaux.

*57:58 De toute manière tu sais, ça vivote à Carmaux, ça vivote à Albi hein. Quand tu vois le centre bourg d'Albi. Aujourd'hui je pense que c'est, ce sont les centres urbains qui ont à souffrir de toutes ces zones qui sont en train de ce...*

58:08 Les touristes euh... pensez-vous que le mise en valeur des savoir-faire peut attirer les touristes ? Euh, oui, certainement, mais j'ai assisté moi à la dernière réunion de InExtenso, vous savez, c'est ce dont vous parliez tout à l'heure, bon voilà. Et euh, c'est intéressant d'avoir cette vision euh, de, de gens qui sont complètement de l'extérieur, et là ils m'ont interrogé, et ils nous interrogent depuis quand même, parce que, par exemple le musée de la mine, pour nous, et c'est très clair, autant pour la politique des élus que pour nous qu'on y travaille en fait. Pour nous c'est le musée de la mine du territoire, du bassin. Il se trouve à Cagnac parce que c'est comme ça, et parce que c'est des bénévoles pour la grande majorité qui étaient de Cagnac. Mais pour moi, et j'en ai donné l'exemple le jour de cette réunion, l'année dernière j'ai fait le tour de plusieurs musée de la mine en France, en fait le musée de la mine de Cagnac, il est connu, mais pas pour son magnifique gisement ou en fait pour sa veine de charbon, il est connu par rapport à l'histoire, là plutôt sociale, syndicale et politique, autour de la figure tutélaire de Jean-Jaurès, mais plus précisément en fait avec

Jean-Baptiste Calvignac. Et donc pour moi le musée de la mine de Cagnac c'est le musée du bassin carmausin dans son ensemble.

*59:24 Et on l'a toujours identifié comme ça de toute manière.*

59:26 Oui. Mais il semblerait, mais ça c'est des ressentis qui nous arrivent en fait par des personnes extérieures, que le fait que le musée par exemple hein, c'est un exemple, s'appelle Musée-mine départemental, qui est le nom du musée, il est très ancré en fait au niveau du département et donc il pourrait, dans la tête de certaines personnes être déconnecté en fait de ce territoire. Donc ça, ça nous a beaucoup interrogé, on s'était jamais en fait, fin on l'avait jamais pensé comme ça quoi. Donc par rapport en fait, pour attirer les touristes, oui peut être qu'il y a besoin d'une image forte de marque, mais c'est ce qu'on disait tout à l'heure, de passeur, c'est à dire, on est fier de notre passé, on le met en avant, et on a des industries de pointes et y a des choses qu'on sait faire et qu'on va transmettre et là en fait on va vers un futur, en fait vers l'avenir. Donc je pense que pour attirer euh, pour attirer les touristes sur les visites qui sont intéressantes, c'est ce que nous on a commencé à mettre en place ici avec notamment les visites à deux voix, et qui pourraient très bien en fait s'appliquer aux autres structures, et même au monde agricole en fait. Parce qu'il pourrait très, je sais pas, comme ça hein, mais ça pourrait être quelqu'un de la chambre d'agriculture qui vienne ben en fait parler des, des nouvelles, je sais pas, des nouvelles cultures, des nouvelles façon de procéder, et en même temps un agriculteur qui lui parle, mais là très franchement, ce qu'on fait ici, ben de ces difficultés, de s'adapter à ces grandes règles européennes et comment lui il fait avec son matériel, avec euh, ces moyens, avec sa terre pour en fait pour que les deux arrivent à avancer ensemble. Donc ça je pense que c'est possible pour tout le monde quoi. Mais il faut une volonté derrière quoi, mais je pense pas que ce soit très difficile à mettre en place.

**1:01:18 Ouais, ok. Et vous sentez que les élus ou la population, ils ont envie de voilà, de valoriser ?**

1:01:24 Oui, je crois que oui. Mais après c'est, c'est difficile comme question parce que je suis moi-même élue, quoi [rires]. Donc ça voudrait donc dire qu'en fait euh, je...

*1:01:34 Je pense là aussi, Madame O a sentie l'évolution, et moi aussi je l'ai sentie au niveau de la, de la population, de cette inversion de... d'image, et je pense que ça se fera à ce niveau-là aussi. Donc, euh, pour l'instant vu que ce sont les acteurs qui ont participé effectivement, peut-être que le mot départemental, leur pose non pas question vu que ça s'est fait avec leur accord hein. Euh... mais voilà. Mais je, je pense que quand il y aura quelques années et euh... là pour le coup pas une génération mais d'autres personnes, les choses seront prise différemment parce que la, la, il a toujours était très clair que le musée était le musée du bassin Carmaux-Cagnac. Il s'avère qu'effectivement le puits de mine qui a été sauvé du ferrailage, ça a été celui-ci, qu'à Carmaux ça avait déjà été fait, y en a un mais qui est, qui est complètement désolidarisé de son lieu d'exploitation et d'extraction. Donc voilà, il s'avère que c'est ici et euh... Mais là on retrouve effectivement entre guillemets la guéguerre qui existait entre les mineurs de Carmaux, les mineurs de Cagnac, et finalement peut être les élus de Carmaux, les élus de Cagnac, et qui je pense fera comme*

*le reste, se fondera et fera que de toute manière c'est le musée-mine, alors départemental oui mais parce que c'est, c'est pas le musée mine territorial, mais c'est le musée mine d'un ensemble de, d'un bassin, voilà, donc il faut. Et moi je ne vois pas, quand on dit à oui le musée mine à Carmaux, donc je le resitue géographiquement mais ça ne me pose aucun souci, qu'il soit associé à Carmaux, vu que c'est la réalité de toute manière. Voilà je pense que les choses évolueront aussi. Elles sont peut-être comme ça, mais les choses, les choses évolueront. Par contre effectivement il ne faut pas qu'on oublie, qu'on oublie ce passé, et il faut vraiment en face de ces, de ces jeunes que tu as accueilli ou de ces familles qui s'installent sur le territoire, leur dire que ce territoire a été comme ça, euh... il évolue, il faut qu'il évolue de toute manière, mais il ne faut pas oublier effectivement qu'il était, que c'était celui-là.*

1:03:52 Et par rapport à pensez-vous que la thématique puisse intéresser les plus jeunes, les élèves, les adolescents. L'année dernière, oui l'année dernière ou y a deux ans je sais plus, y a un ancien mineur en fait qui a un ado, qui a 16 ans, 17 ans, et on lui a demandé de venir en fait avec deux copains à lui, ils avaient visité plusieurs musées dans l'année et pas que des musées ici, je crois qu'ils étaient allés à Paris aussi, et ils avaient visité le musée de la mine et, et... et en fait ça a été très intéressant parce que vraiment on leur a demandé est-ce que ça leur plaisait d'aller visiter les musées, qu'est-ce qu'ils attendaient dans les musées ? Et là, bon on s'y attendait un petit peu quoi, ils nous ont dit que, euh... fin ils avaient une image d'un musée que c'était assez barbant quoi en fait, que l'image qu'ils en avaient aussi c'est que il fallait toujours qu'ils apprennent quelque chose, que quand on les amenait en visite scolaire ça ne pouvait jamais être du ressenti, fin que même s'il n'y avait pas toujours une interrogation derrière, on les amenait pas pour rien quoi. Donc c'était intéressant parce que vraiment on a discuté et on leur a dit ben, bien évidemment on ne va jamais visiter un musée pour rien quoi en fait, même dans le cadre personnel. On y va jamais pour rien. Et euh, après ils disent ouais mais le musée de la mine c'est pas pareil quoi. Donc... on leur dit oui mais pourquoi ? Alors bon là ils avaient quelqu'un qu'ils connaissaient, mais c'est intéressant quand même, parce que en fait ils s'intéressaient, alors pas pour son fils, mais pour les copains ils s'intéressaient au travail de quelqu'un qu'ils connaissaient et ils avaient vraiment en fait, ils disaient oui mais là c'est sûr en fait c'était comme ça quoi, parce que Bernard il dit que c'était comme ça aussi, il valide. Donc quand on parlait tout à l'heure de la légitimité euh, dès qu'un mineur en fait, ou quelqu'un qui a travaillé, ça peut être pareil pour le verre, pour toute autres choses, même pour l'artisanat, si quelqu'un qui l'a vécu le valide, toute de suite c'est en fait beaucoup plus crédible. Et après ils nous disaient, puis non mais au musée en fait on bouge et puis on voit des choses. Donc aujourd'hui, les adolescents, fin de ce qu'ils nous ont transmis eux, ils nous ont dit que ça les intéressait plus en fait d'aller voir un musée pendant des heures. Et alors j'ai dit si par exemple, ils étaient allés je crois en fait euh, à Orsay, il me semble que c'était à Orsay. Et alors je lui dis bon d'accord, en fait on décide d'aller à Orsay, vous n'avez pas le choix, vous devez aller visiter le musée d'Orsay et pour que la visite soit des plus agréable pour vous et pour qu'elle vous serve à quelque chose elle devrait, elle devrait se passer comment ? Et euh, ils avaient l'air de dire qu'il valait mieux en fait jeter un rapide coup d'œil au musée et décrire deux ou trois œuvres, que en fait passer de salles en salles, etc... Et parce que il y avait une

vrai connexion, du moins c'est ce qu'ils ressentaient, il pouvait y avoir une connexion entre l'œuvre et eux, j'aime, j'aime pas, pourquoi, et en fait on allait un peu plus loin quoi.

*1:06:47 Une immersion dans un univers finalement. Une immersion dans un univers qu'on retrouve ici dans les galeries, une immersion dans un tableau où tu le, tu le prolonges...*

1:06:57 Et c'est pour ça qu'ils trouvaient que ça pouvait être moins barbant, parce que en fait c'était moins académique, et que ils bougeaient, qu'ils étaient acteurs. Et après alors bon ça il faut le prendre en compte, on a pas... euh... c'est ben les vidéos quoi. Là aujourd'hui je pense qu'un savoir-faire, dans un lieu, si par exemple c'est le nouvel office de tourisme qui peut en fait ben centraliser et après que les gens aillent sur les territoires mais que le lieu d'information soit là, et que après ben en fonction de ce qui intéresse les gens, on leur disent ben voilà, ce savoir-faire-là vous l'avez dans telle exploitation, euh la mémoire ouvrière euh..., vous l'avez au musée du verre, vous l'avez au musée de la mine des choses comme ça. Ça doit passer par de la vidéo, parce que ça ils nous l'ont, fin ils nous l'ont très clairement dit quoi. Et de la vidéo il faut qu'on y fasse attention aussi, euh... pas que ça dure une demi-heure quoi en fait. Aujourd'hui, ça va vite, ça passe, faut que ça dure ouais, 3-4 min quoi. Mais dans l'exposition qu'on a pour le moment au musée, c'est une exposition en fait de peintures contemporaines sur la notion du patrimoine, on en parlait tout à l'heure. Y a une vidéo en fin de visite qui dure je sais pas 4-5 min euh tout juste, et elle est regardée par bon nombre de nos visiteurs. Et elle amène un complément euh réel d'information en fait à la visite. Donc aujourd'hui, je pense que ces savoir-faire, quand on parlait tout à l'heure l'artisanat, moi je suis d'accord ça passe par des gestes et en fait par quelques chose autour de la main, je pense qu'il faut qu'il y ait des vidéos, même si c'est des vidéos flash, mais où on voit en fait la main de l'Homme et pas que la technique et la machine quoi.

*1:08:29 Et ce qui est intéressant aussi, ce qui intéresse les gens, c'est la vidéo, que vous mettez soit avant, soit après la visite suivant, suivant l'heure d'arrivée, mais ça, ça leur permet aussi de voilà mettre de l'image sur ce qu'ils ont vu, ou sur ce qu'ils vont voir au fond. Et, et ils... fin je voilà, y a des images, qui se, qui se crée et notre cerveau a besoin, a besoin de ça.*

1:08:53 Et surtout pour les enfants

**1:08:55 Et oui, oui faut que ça soit ludique, il faut que...**

1:08:57 Après c'est ce que j'expliquais à ces ados, je disais on est d'accord en fait, le musée, même si ça peut être un musée ouvert, un musée hors les murs, un musée si, un musée là, il y a quand même quelque part une idée d'institution derrière quoi en fait. Comme disait Madame P tout à l'heure, il n'y a pas que de l'exposition, que des expositions, y a derrière tout un travail euh, de préserver ce patrimoine, de le traiter. Alors au Louvre ça sera la Joconde mais moi ici euh l'objet de collection c'est une haveuse, c'est une machine qui permettait d'extraire le charbon et doit peser trois tonnes. Donc en fait il faut aussi que ces gens se rendent compte que...

*1:09:37 La partie immergée*

1:09:37 Voilà en fait que le musée y a pas que ce qu'on montre quoi, y a aussi l'envers du décor. Et bah ouais les faces cachées des métiers et alors ça, ils me dis... Quand je leur aie dit ça, ils me disaient que ça les intéressés. Si en fait par exemple dans un musée y avait quelqu'un qui venait et qui leur expliquait le travail derrière de dépoussiérer, alors après il faut être un peu fun. J'ai raconté quand Madame O a dépoussiéré la main d'Eugénie dans un autre musée quoi, et là tout de suite on les raccroche en fait. Mais parce qu'ils font quelque chose. C'est leur... y a... ouais.... Donc ça je pense que c'est à valoriser quoi.

**1:10:12 Ouais, ok.**

1:10:14 Et après quand vous parlez de valoriser les savoir-faire du territoire pour échanger euh une image euh... Ouais je pense que ça permet si on arrive, je crois que c'est difficile pour les gens quand ils le vivent, de se rendre compte que ce qu'ils font est intéressant. Parce que derrière, c'est très Judéo-chrétien je pense en fait, parce que derrière y a on se vente pas quoi en fait. On va pas tout le temps mettre en avant et, et moi je pense que en fait, leur montrer que ce qu'ils font euh, ben c'est, c'est les rendre fiers de leur travail, même s'ils sont fiers je pense en fait, voilà, un ouvrier qui arriver... Là c'est un exemple. Pour le moment on est en train de refaire la clôture d'enceinte du musée mine. Au départ on avait pensé faire une clôture assez classique. Comme le, le chevalement en fait et la salle des machines sont inscrits aux Monuments Historiques, euh, l'architecte des monuments de France est venu et à dit on veut pas de panneaux rigides en fait, il faut remettre une clôture qui euh, peut faire penser à l'exploitation, etc... Donc il a étudié des photos de l'époque et ils sont en train de construire en fait une jolie clôture avec des poteaux. Et euh, l'autre jour les ouvriers qui sont pas du tout d'ici et pas du territoire. Donc je suis allé discuter avec eux j'ai dit ça doit être difficile. Alors il me dit, non mais bon vous savez les briquettes qu'on a commandé elles sont trop jolies, on les passe une par une et en fait on les, on les salit un peu pour qu'elles fassent anciennes. Et là je me suis dit ouah quoi, ils sont en train de prendre vraiment ce que l'archi des bâtiments de France a dit et puis il me dit, ben vous savez ça nous plaît bien parce que d'habitude on fait des trottoirs et là en fait on fait quelque chose, on fait un ouvrage d'art, et euh, ils étaient très valorisés par ce travail et par leur savoir-faire. Et euh par quelque chose qu'ils ne dont pas d'habitude mais ils se sont complètement adaptés et en regardant ils m'ont dit oh et puis on a vu là, les briquettes qu'il y avait là sur les bâtiments anciens autour du musée, ils essayent de coller, mais pas que pour l'archi quoi, mais pour eux aussi. Et ils sont en train de faire quelque chose qui va... rester dans le temps, et qui quelque part va s'intégrer complètement au site, et je trouvais que c'était intéressant. Et là ça les valorisé. Donc je pense que c'est un peu pareil sur les savoir-faire qu'il y a sur tout le territoire. Il faut aussi que ces gens prennent conscience que ce qu'ils font c'est bien et que, en fait...

*1:12:32 Après moi, je, je pense qu'il serait intéressant qu'il y ait une... mise en synergie, de cela. Et que je trouve qu'il manque actuellement, voilà, c'est... Voilà, ça manque actuellement. Et, y a, y a certaines choses, donc qui sont, qui sont effacée, vous me parlez du musée/centre d'art du verre, donc moi je trouve les expositions magnifiques, on verra ce qui ressort du projet scientifique et culture, de la façon dont ça ressort, mais, je... j'ai tendance à penser qu'on oublie et qu'on est en train d'effacer toute cette partie histoire, et*

*qui est vraiment lié. Nous sommes, nous sommes liés et... voilà. Je... y a, y a quelque chose qui me manque à ce niveau-là. On s'entend bien hein, moi, je, je les apprécie mais voilà, je, je... le... l'orientation prise est très intéressante parce que justement on se projette vers l'avenir, mais j'ai tendance à penser que le, que le passé est voilà...*

1:13:47 Alors ça je crois que c'est quand même en cours parce qu'à la dernière réunion InExtenso en fait y avait Laurent, et on été un peu, pas seuls contre tous mais, enfin la plupart des gens étaient d'accord, mais c'est, on expliquait tous les deux et on avait la même vision des choses, que en fait ce territoire c'était d'abord une histoire d'Homme, avant en fait d'être une histoire technique, économique, etc... quoi. Et Laurent avait aussi cette vision des choses quoi. Donc je pense qu'avec le PSC...

**1:14:16 Oui mais j'ai lu le projet du PSC et vraiment c'est ce qu'il veut faire, c'est d'abord expliquer, puisque c'est un musée de site il faut en profiter, vraiment ce que c'était, le remettre en contexte, puis après parler de l'art contemporain et tout. Mais il veut vraiment le ré-ancrer sur le territoire.**

1:14:31 Mais Brigitte Bénéteux qui était notre, notre chef de service en fait, qui était conservateur départemental des musées départementaux a travaillé avec eux sur le PSC et c'est quelque chose qui lui tenait à cœur parce qu'en fait, même pour ici, c'est-à-dire la remise en situation... Mais c'est plus facile ici parce que c'était déjà comme ça quoi en fait. Ça avait été pensé, sans le savoir, parce que les papys s'étaient pas posé ce genre de question, mais c'est comme ça qu'ils l'avaient pensé. Puis déjà de leur œuvre tout simplement quoi. C'était déjà des hommes qui reconstituaient en fait ce qu'ils avaient connu donc...

**1:15:06 Ouais, ouais**

1:15:09 Donc voilà, je sais pas. Après sur la valorisation...

*1:15:12 Tu suis le plan toi. Moi je suis plus où j'en suis, je sais plus où on en est [rires].*

1:15:14 Non c'est parce que je me dis qu'après en fait ces pauvres étudiants c'est difficile de revenir.

*1:15:20 Je sais plus où on en est moi du plan*

1:15:24 Sur la valorisation du patrimoine industriel, artisanal est-elle développée sur le territoire ? Euh, les exemples de valorisation du patrimoine, bon les musées...

*1:15:32 Et vous en êtes où là les filles ?*

1:15:32 Là, à la 13. Euh donc bon les musées ça on en a parlé, c'est évident. Et après j'ai essayé de chercher donc les exemples en fait qu'il y ait de valorisation. Donc il y a les journées à la ferme, ce que je vous parlais tout à l'heure. Euh, la biennale du verre, bon tout ça, ça paraît un peu facile mais c'est quand même à noter parce que c'est important, et là ça montre en fait euh, ça montre aussi à la population biennale du verre, de savoir qu'il y a des verriers qui viennent de la France entière, même voire plus loin, et en fait voilà. Ils

viendraient pas s'il y avait pas en fait un attrait. Et pourquoi ils viennent là, il faut se poser la question et ça je trouve que c'est intéressant et à valoriser. Après y a aussi, ben en fait les grandes foires, notamment la foire de Tanus, qui a pris quand même une ampleur assez importante les dernières années et qui là ben valorise tout ce qui est savoir-faire agricole et artisanal quoi. Donc ça je pense que c'est intéressant et ça permet aussi ben que les gens du territoire, de, découvrent ou redécouvrent ce qui peut se faire en fait chez eux, mais ça permet aussi, ben là, d'agrandir une zone et de faire venir des gens chez nous. Donc je pense que pour nous ça passe, euh, toutes ces valorisation passent aussi par des événementiels, des gros événementiels quoi en fait. Et euh... bon là je suis chauvine mais, la fête du livre et de la gourmandise à Pampelone en fait, pour la partie en fait gourmandise, ce ne sont des gens que du territoire et qui vendent que en fait des produits, ben fait à la ferme, euh, de l'ail par exemple mais que de Lautrec, et là même s'il n'y a pas que notre territoire, mais il est quand même privilégié, ça permet, oui de montrer notre savoir-faire, et de montrer l'excellence. Et je pense qu'aujourd'hui où on parle de la malbouffe etc, ça se voit très bien à la fête de la gourmandise les gens en fait viennent acheter et se retournent vers ce côté-là. Et là, mais ça aussi c'est juste pour des exemple, à Pampelone y a une épicerie euh, qui a fermée qui va rouvrir la semaine prochaine, et quand on a rencontré la dame qui va reprendre, elle nous a dit que pour elle c'était évident mais qu'elle avait posé des questions autour d'elle mais qui fallait que dans une épicerie donc de village, et qui est pas très grande en fait en superficie, elle va avoir en fait, tout un étalage de produits locaux, parce que c'est la demande en fait des gens.

**1:18:01 Ok.**

*1:18:01 Moi au niveau de la valorisation du patrimoine industriel sur le territoire, quand je suis arrivée ici donc en 99, je crois que c'était encore en cours, mais ça s'est très vite terminé, il y avait un circuit patrimoine industriel montrant tous les, les points, vu qu'effectivement il n'y a pas que le musée mine, il n'y a pas que le centre d'art/musée du verre, il y a également du, du bâti*

**1:18:24 Des cités ouvrières**

*1:18:24 Des cités ouvrières oui, y avait tout un ensemble de choses et ce circuit, ce circuit était très intéressant et les gens étaient très intéressés. Donc quand vous parlez effectivement euh qu'est-ce qu'on pourrait faire, qu'est-ce qu'on pourrait refaire, peut-être...*

**1:18:39** On en a parlé avec Laurent à cette réunion des parisiens, on leur a dit que c'était très important de remettre en fait quelque chose comme ça...

*1:18:44 Et je pense qu'à ce niveau-là l'office de tourisme à un rôle à jouer en tant que, mise en synergie. Voilà. Que les structures travaillent sur site, peuvent créer des partenariats à travers leur programmation, à travers différents biais, mais ont elles vocation justement à mettre en place un circuit, qui est à l'échelle d'un territoire et qui porte le territoire, bon les communauté de communes enfin tout ça, et l'office de tourisme au niveau, au niveau touristique.*

1:19:15 Je crois qu'Amandine elle m'a dit que c'était vers là qu'ils voulaient travailler. Par contre y a une question que je, non c'est après on a répondu aux autres... A la 23 là, afin de connaître la richesse de ce patrimoine sur le territoire, j'essaye de constituer un répertoire des savoir-faire. Qu'est-ce que c'est un répertoire des savoir-faire ?

**1:19:32 En fait, ça c'était une demande de Laurent pour un peu voir ce qu'il y avait comme savoir-faire sur le territoire. Donc j'ai essayé de répertorier, mais c'est très compliqué parce que c'est aussi subjectif un savoir-faire, et puis y en a tellement...**

1:19:44 Non mais c'est surtout sur la thématique de la mine ? Parce que c'est fini alors en fait

**1:19:50 Voilà, c'est ça. La question y est, mais je la posais plus à la fin, parce que... voilà c'est ça, c'est très compliqué à part le fait de découvrir ce qui se faisait en venant au musée, voilà. Mais voilà la question y est mais je la posais plus parce que c'était compliqué, à part ce qui se fait actuellement sur le territoire, où là y a vraiment des savoir-faire, c'est...**

1:20:13 Oui parce que après je me suis dit, oui on a inventé des techniques ici, mais en fait cette exploitation elle est fini, et dans le répertoire, je suis pas sûre que ça valoriserait. Les gens ils se poseraient la question en fait...

*1:20:24 C'est très pointu.*

**1:20:24 Oui voilà, puis c'est très, très...**

1:20:30 Que tu parles qu'aujourd'hui à la colline aux chèvres on travaille avec ça, ça parle aux gens, mais en fait les techniques minières passées, mais ça m'a interrogée, je me suis dit j'ai pas bien compris

**1:20:40 Non, non mais y a pas de soucis, du coup celle-là c'était...**

1:20:45 Et après est-ce que vous avez rencontré les gens dans les gîtes ?

**1:20:49 Alors non, j'ai essayé parce que du coup mon temps est assez réduit, donc j'essaye de, là j'ai essayé de rencontrer là tous les acteurs, donc j'ai rencontré pas mal d'associations, notamment HPC, j'ai rencontré La Cabano à Tanus, euh voilà, j'ai rencontré l'association qui s'occupe de la fête de la pierre de salles**

1:21:11 C'est pour ça que j'ai mis le travail de la pierre, parce que j'y étais allé et j'avais trouvé ça bien et puis là y a vraiment une image de savoir-faire.

**1:21:15 Oui, oui, oui, euh après j'ai rencontré des agriculteurs, des viticulteurs, j'ai essayé d'avoir un peu euh, tous les profils et toutes les thématiques pour, pour avoir le plus d'informations possible.**

1:21:27 Non mais c'est juste peut être ne serait-ce qu'un seul et voir avec Amandine lequel, mais il me semblait que ce serait intéressant, parce que les gîtes ils reçoivent en fait de la clientèle et de voir ben l'image qu'ils avaient de ce territoire. Alors, d'après l'autre jour,

l'analyse d'InExtenso, euh, ils arrivaient avec une image pas très négative mais pas très positive non plus et ils repartaient avec une image positive.

*1:21:51 Une image neutre.*

1:21:52 Ouais, plus ou moins quoi en fait.

**1:21:54 Mais déjà rien que là moi dans mes entretiens, même les acteurs qui sont quand même voilà, qui travaillent sur le territoire, qui habitent sur le territoire, c'est très mitigé niveau image. Y en a qui vont dire que l'image est très négative, alors que d'autres ils vont dire ben non elle est très positive. Alors pour l'instant c'est encore très mitigé.**

1:22:10 Et oui c'est compliqué. Donc...

*1:22:12 Mais tu as ce basculement*

**1:22:11 Oui, mais voilà et donc y a un acteur, je sais plus qui, qui a dit je pense que maintenant c'est le moment où c'est en train de changer en fait. L'histoire de l'arrêt de la mine a été digérée et du coup maintenant c'est peut-être le bon moment...**

1:22:21 Il faut une génération de plus aussi. Moi la génération de mes enfants, qui connaissent bien la mine au final mais parce que je travaille ici, en fait, etc... Mais pour eux la mine c'est quand même du passé en fait, cette mémoire minière elle a été mise en musée quoi en fait. Et c'est très clair pour eux quoi.

*1:22:45 L'avenir ne se traduit pas comme ça pour eux quoi. Ça a existé, mais...*

1:22:48 C'est bien que ça y soit, c'est notre histoire, notre identité, ce que je vous disait tout à l'heure, mais euh... même mes enfants qui sont très impliqués là-dedans, ne diraient jamais si on leur posait la question pour toi, fin au-dessus d'Albi qu'est-ce qu'il y a ? Ça serait jamais ça quoi, c'est clair. Ça serait pas ça. Et peut-être même ils parleraient de Cap'Découverte quoi. Mais c'est normal en fait parce que c'est ce qui, ouais c'est ce qui est ancré dans le futur quoi, donc dans quelque chose qui est devenu notre image. Et puis eux ils ont pas l'idée de l'image, alors qu'ils sont à fond dans les images, mais ils ne collent pas en fait une image en fait à un territoire quoi. Alors que par exemple si on leur demandait à Albi, certainement ils diraient le musée Toulouse-Lautrec. Mais, mais voilà, ici, ouais non, pour eux la mine c'est un musée, c'est, c'est plus du tout en fait... alors que j'en reviens à ce que j'ai vécu moi. Moi quand j'avais leur âge, le musée de la mine commençait, mais je savais même pas en fait, je savais pas... Non. Nous les dimanches on allait euh de temps en temps quand on avait des repas de famille, on venait sur le site de la découverte, voir la découverte se creuser. Donc je veux dire euh, ouais moi quand j'étais gamine, euh c'était encore de l'exploitation quoi. C'était la grande visite, fin tout le monde faisait ça quoi le dimanche.

*1:24:16 Ça devait être extraordinaire ?*

1:24:17 C'était énorme. Ah oui...

*1:24:19 De voir ces machines exploiter*

1:24:20 Et puis gamin en fait c'était surtout, on avait l'impression, mais c'était pas qu'une impression maintenant je le sais, mais à l'époque, en fait les machines montées, fin ça faisait film mais devant nous quoi, enfin c'était un truc complètement délirant quoi. Et puis toutes cette terre qu'on a enlevé, on venait même jusqu'à Cagnac, voir sur le tapis en fait qui partait et qui venait jeter ici quoi. Euh donc là on était à fond dedans quoi, alors qu'aujourd'hui, voilà, une géné..., déjà qu'une génération de plus, oui pour eux. Quand on a des..., des enfants mais pas que des enfants, qui viennent en visite, quand on pose la question en fait comme ça d'entrée, pour vous, quand est-ce qu'a fermée la mine ? C'est y a 100 ans quoi et vraiment. Moi je fais exprès, on a un de nos collègue qui est ancien mineur, il a fait 7 ans de fond, et je dis ben vous voyez Marc-là qui passe il a travaillé au fond de la mine. Mais ils le regardent, enfin c'est un dinosaure quoi. Alors pas encore pour les gens de ce territoire, mais pour les autres euh, qui viennent de l'extérieur, euh, oui. On ramène toujours en France la mine à Germinal quoi. Ça c'est très clair. Donc... et même dans les jeunes générations quoi en fait. Alors ils connaissant pas réellement germinal mais c'est quelque chose qui est passé quoi, dans la mémoire collective. Euh... donc voir un mineur aujourd'hui, c'est ouais, c'est assez surprenant pour eux quoi. Et après quand on demande à quoi sert le charbon, ça c'est pareil. Y a 50 ans vous auriez demandé à n'importe qui à quoi sert le charbon, au moins pour le chauffage quoi. Fin c'était, c'est comme si nous aujourd'hui à quoi sert le gazole quoi en fait. C'est... Et quand je suis arrivé au musée, quand on posait la question à quoi sert le charbon, quasiment tout le monde répondait, y a toujours 20 ans. Et aujourd'hui quand on pose la question, les jeunes générations, je sais pas si nous on est jeunes ou pas, mais enfin même jusqu'à notre âge, y en a beaucoup qui répondent pour le barbecue, alors que pour le barbecue c'est du charbon de bois, alors que nous c'est de l'extraction du charbon de pierre. Et ça, euh, plus on va aller dans le temps, plus on va se poser la question je pense pour certain à quoi servait le charbon quoi. C'est normal je pense.

*1:26:24 Et à quoi il sert encore, vu qu'il est encore exploité, dans d'autres...*

1:26:27 Ben ça il y a des gens ils sont surpris aussi, qu'en France on fasse venir du charbon, du charbon de l'extérieur, mais pour quoi faire quoi en fait ?

**1:26:37 Ok. Euh...**

1:26:40 Bon je pense qu'on a répondu à tout. Puisqu'on en est revenu à là.

**1:26:43 Euh, oui...**

1:26:47 Oui y avait est-ce que les savoir-faire passés tendent à disparaître quoi ?

**1:26:52 Ouais.**

1:26:54 Ben oui je pense que oui, c'est pour ça qu'il y a un souci de les préserver, de les protéger. Mais après c'est aussi parce qu'ils disparaissent qu'on se pose la question de la protection. C'est ce qui s'est passé sur les bassins miniers, alors pas que le nôtre hein, mais partout quoi. Pourquoi le musée, Madame O l'a dit tout à l'heure, pourquoi il est à Cagnac c'est parce que en fait c'est le dernier chevalement sur site. Et ils ont, ils ont arrêté les

travaux de démolition. Ça veut donc dire qu'il y a, en l'espace de 4 jours quoi, fin c'est vraiment à la journée quoi, en l'espace d'une semaine, en une semaine il n'u aurait plus rien eu en fait sur tout notre bassin. Qui, qui est pourtant connu en fait en France,... dans la France entière pour les grèves et pour les luttes, mais qui est quand même connu quoi. Et ce dire que en fait en l'espace d'une semaine on aurait pu ne plus rien avoir ici sur le territoire quoi. Alors certainement qu'il y aurait eu un musée, je, j'en suis convaincue, peut-être pas des galeries reconstituées. Mais un musée à un moment donnée en fait, je pense que pour la population, pour les élus, il faut pas oublier, nous on est d'accord avec ce devoir de mémoire. Mais peut-être pas celui-là, fin certainement pas celui-là, ça c'est sûr quoi, et euh... Et y aurait plus de toute façon de choses sur site, je me le suis dit l'autre jour quand il m'a téléphoné quand il venait pour les bâtis euh restant. Je me suis dit en fait, il aurait pu m'appeler et que je lui dise que en fait on avait rien, fin presque rien...

*1:28:18 Et y a, et y a celui-là mais y a le Lavoir aussi. C'est, le lavoir qui est en très mauvais état...*

1:28:23 Aujourd'hui c'est privé, c'est difficile le lavoir, je l'y ai amené, je l'y ai amené, on a fait des photos mais j'y étais allé avec France 2 l'année dernière et j'y étais pas revenu depuis, donc à peu près depuis un an quoi. C'est encore plus dangereux que ce que c'était l'année dernière.

*1:28:37 Moi pour avoir visité un lavoir, vu que j'ai fait, euh, j'ai fait la fin de mes études, donc le fameux DESS n'est-ce pas, à Metz, euh on est allé visiter (Forbach), voilà euh. J'ai vu un lavoir, donc pareil, qui a été abandonné, mais qui était, c'était une cathédrale industrielle extraordinaire. Euh et qui là pour le coup nous est en train de tomber, alors que ça pourrait faire partie, fin ça fait partie de notre histoire.*

1:29:06 Ben là moi je l'ai amené le photographe

*1:29:08 Et effectivement que ça pourra être valorisé différemment, alors après c'est sûr il faut des moyens, il faut du personnel, il faut un ensemble de choses, mais quelle est, quelle est la volonté ? Quelle est effectivement la volonté ?*

1:29:20 Quand tu parlais tout à l'heure de se déplacer sur le territoire euh, je l'ai amené bon au musée de la mine, à la cité des Homps, à la cité de Fontgrande, l'école de Fontgrande, euh... le, le château en fait de Solages, là où il y a le musée/centre d'art du verre euh, mais là il a pas pris de photo parce qu'en fait il y avait pas ce lien direct en fait euh, mais il a trouvé intéressant le site, je l'ai amené en fait à, au centre culturel à Carmaux, où là il a pris beaucoup de photos, des choses qu'on voit plus maintenant. Moi je n'avais pas remarqué que le portail, en fait le portail d'entrée du centre culturel euh, y a comme de la dentelle de pierre en bas et c'est des pics en fait de mineurs. Mais on est tellement habitués qu'on fait plus attention. Lui il a trouvé ça super. Je l'ai amené à l'ASEI pour prendre en photo la lampe de Carmaux à l'école des mineurs, alors ça il a trouvé ça, il m'a dit que sur tous les bassins qu'il avait fait, c'était la première fois qu'il voyait quelque chose comme ça quoi. Mais c'est vrai que ça a été sauvé un peu in-extrémiste, heureusement à Blaye, il y a un chevalement. Il est pas sur site mais il a été démantelé, et ce démantelage et le fait de

l'avoir mis là-bas c'est qu'il y avait bien un soucis en fait de conserver, mais de conserver au dernier moment. Et quand j'en parle avec les mineurs, plusieurs fois on en a parlé, euh, ils me disaient, et ils l'expriment très bien aujourd'hui, ils disent, mais nous on en était pas là quoi, mais nous on en était pour sauver l'exploitation, pour sauver les emplois.

*1:30:46 C'était au présent*

1:30:47 On le vivait en fait au jour le jour, donc nous c'était les reclassements, le congé charbonnier, euh, donc nous on luttait en fait d'ouvrier à ouvrier quoi, pour sauver le maximum de choses, et il m'a dit après euh nous on était pas du tout à penser qu'un jour on pourrait être acteur de notre propre métier, mais dans un musée. Ce qui d'ailleurs est extrêmement rare. On y réfléchissait, quand vous, vous pensez à un musée c'est extrêmement rare, d'avoir encore aujourd'hui les gens en fait qui ont bossé, dont on parle en fait et qui est le sujet principal du musée. Dans quelques années ça n'existera plus, en fait on aura plus ça. Donc c'est pour ça que c'est important que aujourd'hui encore en fait on privilégie les contacts avec les hommes et qu'on les mettent en avant, parce que en fait ce qui fait la fierté de ce territoire c'est d'abord les hommes, ça j'en suis sûre.

*1:31:43 Je, je vois moi, alors la question n°14, en quoi la mise en valeur de l'héritage, bon je parle pour ma part industriel est intéressant pour l'attractivité du territoire, peut être un moyen de différentiation ? Ça l'est fait, ça l'est de fait. Il ne faut pas que ce soit que ça, mais ça l'est de fait. Quand les gens viennent ici, euh ils viennent pour voir, pour voir la mine, pour avoir cet univers-là. Ils vont voir autre chose c'est pour ça qu'il y a des savoir-faire qui sont des savoir-faire artisanaux normalement qui..., qui sont justement en train de se développer et d'être pris en compte parce que ça n'est pas que ça. C'est ça mais ça n'est pas que ça, euh... et pourquoi nous viendrons à Carmaux plutôt qu'ailleurs, c'est parce qu'effectivement il y a une histoire minière qui est derrière, que ça intéresse les gens.*

1:32:34 Mais une histoire d'Homme aussi, des luttes, des grèves, du... fin ça je leur ai

*1:32:39 Quand je parle d'histoire minière moi je pense pas forcément à la technique, je pense aux...*

**1:32:45 Tout est lié de toute façon**

1:32:49 Ça je leur ai dit, je leur ai dit l'autre jour en fait à la réunion quoi. J'ai dit ce qui fait la fierté des gens ici, c'est les grèves, les luttes, les..., un bassin minier fait en fait de mineurs paysans, et qui, quelque part quand, quand je sais pas, en 1892 on sait que les paysans viennent donner à manger aux mineurs de façon à pouvoir continuer la grève, c'est là on y est quoi en fait. Les verriers, les grèves des verriers, etc... Voilà, je crois que c'est un territoire d'Homme et en fait c'est ces Hommes qui ont ben en fait des savoir-faire et qui font la fierté.

*[Téléphone qui sonne]*

**1:33:35 Ok**

*1:33:37 Mais il faut montrer aussi que le territoire vit. Et qu'il ne s'est pas arrêté. Il y a certes des bâtiments qui se sont arrêtés parce que leur gigantisme a fait qu'on a pas su quoi en faire, mais y a d'autres bâtiments qui ont été reconvertis et qui, et qui vivent.*

1:33:48 Oui puis y a pas que la mine et le verre quoi en fait. L'industrie de pointe là que je vous parlais tout à l'heure euh, le CIRTES ils font des trucs super, CRM en fait, alors après c'est vrai que les gens ne connaissent pas toujours les entreprises qu'il y a sur le territoire, parce que euh..., le fuselage de pièces d'avion et de précision c'est clair c'est pas quelque chose qu'on se sert ici. Sauf que ça permet quand même de valoriser le territoire à une échelle plus importante que..., que le périmètre actuel quoi. Donc je trouvais que ces grosses usines en fait, mais pas que parce qu'elles emploient du monde, c'est vraiment euh parce qu'elles font du travail d'excellence quoi.

**1:34:23 Oui, c'est pour ça que voilà je travaille à la fois sur savoir-faire passé qui a fait l'histoire, mais aussi sur ce qu'il y a sur le territoire pour montrer qu'il vit quoi. Donc c'est ça que je trouve qui est intéressant aussi. Après c'est toujours compliqué puisque ces entreprises elles ont pas vocation à être ouvertes au public, ou voilà, donc après il faut trouver la manière de.**

[Question privée - hors entretien]

1:35:22 Donc en fait y a pas cette idée de transmission, et donc c'est pour ça que je l'ai pas cité, parce que pour moi dans le savoir-faire y avait une idée de transmission

*1:35:23 Et puis tu l'as ici, tu pourrais l'avoir ailleurs*

1:35:25 Oui c'est ça y a rien de spécifique et dans le savoir-faire c'est spécifique

*1:35:29 Quand tu parlais des ouvriers qui sont en train effectivement de mettre, les, les, les briquettes, les briquettes elles sont ici, alors que le centre d'appel tu réponds ici, fin c'est...*

1:35:40 Oui c'est pour ça que je les ai pas cités.

*1:35:41 C'est ce qui s'est de toute manière passé avec tous ces centres d'appel qui... voilà...*

1:35:47 Fin, c'est, c'est pas, fin pour moi y a pas de savoir-faire derrière en fait... Donc c'est intéressant de mettre en avant parce que en fait, y a, y a des gens qui y bossent et c'est des acteurs de nos territoire et ils font vivre notre économie ces gens qui y travaillent. Mais oui, c'est pas le savoir-faire qu'on pourrait mettre en avant pour être un Pays d'art et d'histoire ou des choses comme ça quoi en fait.

**1:36:12 Mais c'est toujours intéressant. J'avais juste une question, c'est est-ce que vous voyez ou vous identifiez des freins qui pourraient exister, à valoriser voilà ce patrimoine, ces savoir-faire ?**

1:36:21 Non, quand on veut on peut. [Rires]. Non et puis si ça passe, si ça... Madame O elle a raison, je pense que vraiment s'il y a une vraie synergie qui se passe, que par exemple, moi je pense que c'est par là que ça doit passer, si par exemple, cet Office de tourisme qui se situe sur la place, en fait qui est bien identifié, est une entrée en fait pour

les gens de l'extérieur, ou les gens d'ici, de notre territoire et qui permet après de mailler en fait tout ce qui est possible et de renvoyer en fait les publics... et après de mettre en synergie les sites aussi pour que tout le monde travaille ensemble en fait

*1:36:53 Par contre pas de dispersion effectivement. Mise en synergie mais 2-3 idées et réalisations forcées, ne pas se perdre quoi. Parce que je, je pense que.... la conjoncture actuelle fait que, les structures n'ont ni les moyens techniques, humains, financiers, pour, pour se lancer sur des projets à tout va quoi. Donc définir, deux-trois grandes... axes ou stratégies ou produits enfin je ne sais pas ce que ça pourra, et foncer là-dessus. Enfin à mon avis parce que ...*

1:37:26 Ouais et puis les gens ils papillonnent hein donc en fait, les gens ils restent pas beaucoup, donc en fait faut ça soit, faut quand même une clarté dans le propose pour qu'en fait les gens se repèrent tout de suite. Parce qu'à un moment donné, je sais plus si ça se fait, le CDT avait mis en place euh, avec le téléphone tu sais... tu te rappelles comment ça s'appelait ?

*1:37:49 Oui, oui. Que faire...*

1:37:49 Que faire au moment quoi.

*1:37:49 Au moment ou dans une heure, avec des enfants, s'il pleut, s'il fait beau*

1:37:52 Voilà, ça prenait la météo, c'est ça que j'avais trouvé et donc il pleut dans une heure, qu'est-ce que je peux faire dans une heure ? Sauf que... voilà, là faut que ça soit clair, que les gens se posent pas trop la question. Puis bon oui aujourd'hui, on a des groupes qui veulent tout faire. Nous, je le disais en réunion y a pas longtemps, on a un groupe des Landes, des Landes ici il faut quand même un certain nombre d'heure de bus quoi. Ils nous appellent, ils veulent faire le musée, ils veulent visiter la cathédrale d'Albi, le musée Toulouse-Lautrec, le musée de la mine

*1:38:27 Tout ça dans la journée*

1:38:27 Tout ça dans la journée et y en a même ils rajoutent "mais est-ce que vous pensez qu'on peut aller au Viaduc à Millau quoi ?". Donc... en fait c'est compliqué. Donc là Madame O travaille pour le moment pour développer euh, des produits à la journée mais de notre territoire enfin... voilà quoi. Que les gens on les reçoivent et qu'on les gardent ici. Et donc vu des Landes, pour eux ils pourraient très bien faire Albi, chez nous et le Viaduc dans la même journée quoi. C'est...

*1:38:54 Et il y a de quoi, mais.... Il y a de quoi faire, mais après ça sera pas mon travail à moi de, de, de faire ça mais effectivement qu'est-ce qu'il fait qu'ils aient envie de venir ici, ça on le sait, vu que c'est très spécifique. Qu'est-ce qu'il fait qu'ils aient envie d'aller à la colline aux chèvres, d'aller au miel, alors que chez eux euh... peut être à 30 km de chez eux effectivement y a un apiculteur, voilà. Qu'est-ce qu'il fait la spécificité, ce que vous disiez, voilà, qui, qui peut les attirer. Et c'est diversifier aussi. C'est diversifier ou pas, ça après tout dépend les axes que..., moi je développe, je développe dans, dans un sens de diversification, mais après l'Office de tourisme euh, fera différemment, enfin bon ça c'est*

*elles qui se le verront, enfin mon c'est vrai c'est diversifié. Donc je pense que l'Office de tourisme à un rôle à jouer, un rôle de moteur à jouer. Euh... et qu'Amandine en a conscience.*

1:39:58 Mais les élus aussi. Voilà Madame [rires].

1:40:01 **Ok. Ben merci beaucoup, ça m'aidera bien.**

## Annexe E : état des lieux de l'environnement

### Les ressources patrimoniales :

#### Légende :



Elément important mais présent ailleurs



Elément important et spécifique ou innovant

Ressources patrimoniales	Carmausin-Ségala	Tarn	Aude
Artisanat	Brasserie	Charcuterie et salaison	Chapeau en feutre de laine
	Biscuiterie d'échaudés	Coutellerie	Distillerie
	Distillerie	Cuir	Huile d'Olive
	Verrerie	Ebénisterie	Moulin à papier
		Filature et tissage	Poterie
		Fonderie	
		Pastel	
		Poteries d'Albi	
Industrie	Mine de charbon	Carrières (granit) - travail de la pierre	Peinture aéronautique
	Verrerie	Sidérurgie	Saline
		Cuir - textile	Usine de ciments
		Verrerie	Chapeau
		Cosmétique	Chaussures
Agriculture Agro-alimentaire	Fromage	Ail	Eau de vie
	Jus de fruits	Elevage : veau - volaille - agneau - porc	Elevage : canard
	Châtaignes	Fromagerie	Riz
	Elevage : veau - volaille - agneau	Maraichage	Safran
	Miel	Pastel	Vin
	Truffe	Safran	Truffe
	Vin	Vin	Olive
	Whisky - eau de vie		
Les Indications Géographiques Protégées (IGP)	Agneau de l'Aveyron	Agneau de l'Aveyron	Aude
	Canard à foie gras du Sud-Ouest	Ail rose	Canard à foie gras du Sud-Ouest
	Veau d'Aveyron et du Ségala	Canard à foie gras du Sud-Ouest	Cité de Carcassonne
	Côtes du Tarn	Comté Tolosan	Coteaux de Narbonne
		Côte du Tarn	Coteaux de Peyriac
		Jambon de Bayonne	Haute Vallée de l'Aude

		Porc du Sud-Ouest	Jambon de Bayonne
		Veau d'Aveyron et du Ségala	Le Pays Cathare
		Veau d'Aveyron et du Ségala	Pays d'Oc
		Volailles du Languedoc	Rosée des Pyrénées catalanes
		Volailles du Lauragais	Ternera de los Pirineos Catalanes ou Vedella dels Pirineus Catalans ou Vedell des Pyrénées catalanes
			Tomme des Pyrénées
			Vallée du Paradis
			Vallée du Torgan
			Volailles du Lauragais
	Les Appellations d'Origine Protégée (AOP) et les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC)	Gaillac	Gaillac
		Roquefort	Corbières
			Crémant de Limoux
			Fitou
			Grand Roussillon
			La Clape
			Languedoc
			Limoux
			Lucques du Languedoc
			Malepère
			Minervois
			Muscat de Rivesaltes
			Pélarдон
			Rivesaltes
		Roquefort	
Les Appellations d'Origine Réglementée et les Indications géographiques (AOR/IG)			Eau-de-vie de vin originaire du Languedoc ou Fine du Languedoc ou Eau-de-vie de vin du Languedoc
			Marc du Languedoc ou Eau-de-vie de marc du Languedoc

Ressources patrimoniales	Aveyron	Haute-Garonne	Hérault
Artisanat	Chocolaterie	Briqueterie	Bottes camarguaises
	Coutellerie	Ebénisterie/travail du bois	Brasserie
	Ganterie	Fabricants d'instruments de musique : hautbois et cornemuses des Pyrénées, orgues de barbarie	Confiseur
	Poteries - faïences	Faïence - Poterie	Facture de clavecin

	Tannage - Travail du cuir	Pastel	Faïence
		Sabotier	Taille de pierre
Industrie	Conserverie	Aéronautique	Fonderie de cloche
	Mine	Aérospatiale	Imprimerie
	Minoterie	Centrale hydraulique	Tapisserie
	Usines et barrages hydroélectriques	Usines de traitement des déchets	
Agriculture Agroalimentaire	Fromage	Cultures	Algues
	Elevage : veau - agneau - brebis	Elevage : volaille - canard	Confiserie
	Tripous	Pastel	Eau de vie
	Vin	Vin	Huile d'olive
			Vin Elevage : taureau de Camargue
Les Indications Géographiques Protégées (IGP)	Agneau de l'Aveyron	Canard à foie gras du Sud-Ouest	Coteaux de Béziers
	Agneau du Quercy	Comté Tolosan	Coteaux de Peyriac
	Aveyron	Haricot tarbais	Coteaux d'Ensérune
	Canard à foie gras du Sud-Ouest	Jambon de Bayonne	Côtes de Thau
	Comté Tolosan	Porc du Sud-Ouest	Côtes de Thongue
	Génisse Fleur d'Aubrac	Tomme des Pyrénées	Haute Vallée de l'Orb
	Jambon de Bayonne	Volailles du Gers	Pays d'Hérault
	Miel des Cévennes	Volailles du Lauragais	Pays d'Oc
	Porc d'Auvergne		Poulet des Cévennes ou Chapon des Cévennes
	Proc du Sud-Ouest		Sable de Camargue
	Veau d'Aveyron et du Ségala		Saint-Guilhem-le-Désert
	Volailles d'Auvergne		Vicomté d'Aumelas
			Volailles du Languedoc
Les Appellations d'Origine Protégés (AOP) et les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC)	Bleu d'Auvergne	Ail violet de Cadours	Bleu des Causses
	Bleu des Causses	Fronton	Clairette du Languedoc
	Cantal	Jambon noir de Bigorre	Faugères
	Côtes de Millau	Porc noir de Bigorre	Huile d'olive de Nîmes
	Entraygues - Le Fel	Saint-Sardos	Languedoc
	Estaing		Lucques du Languedoc
	Laguiole		Minervois-La Livinière
	Marcillac		Muscat
	Noix du Périgord		Olive de Nîmes
	Rocamadour		Pélardon
	Roquefort		Pic Saint-Loup
	Salers		Picpoul de Pinet
			Roquefort
			Saint-Chinian
			Taureau de Camargue
		Terrasses du Larzac	

Les Appellations d'Origine Réglementée et les Indications Géographiques (AOR/IG)			Eau-de-vie de vin originaire du Languedoc ou Fine du Languedoc ou Eau-de-vie de vin du Languedoc
			Fine Faugères ou Eau-de-vie de Faugères
			Marc du Languedoc ou Eau-de-vie de marc du Languedoc

Ressources patrimoniales	Tarn et Garonne	Gers	Lot
Artisanat	Chapellerie	Distillerie	Distillerie
	Distillerie	Pastel	Packaging de luxe
		Poterie	Poterie
Industrie	Central Hydraulique	Aéronautique	Cosmétique
	Centrale Nucléaire	Cuir - chaussure	Extraction et taille de pierre
	Conserverie	Métallurgie	
Agriculture Agroalimentaire	Fromage	Eleavage : canard - volaille	Eleavage : canard - agneau - chèvre
	Eleavage : porc - volaille - agneau	Maraichage	Fromage
	Pruneaux	Pastel	Melon
	Vin	Vin	Noix et huile de noix
		Pruneaux	Safran
		Eau de vie	Truffe
			Vin
Les Indications Géographiques Protégées (IGP)	Agneau de l'Aveyron	Ail blanc de Lomagne	Agneau de l'Aveyron
	Agneau du Quercy	Bœuf de Bazas	Agneau du Limousin
	Ail blanc de Lomagne	Canard à foie gras du Sud-Ouest	Agneau du Périgord
	Canard à foie gras du Sud-Ouest	Comté Tolosan	Agneau du Quercy
	Comté Tolosan	Côtes de Gascogne	Canard à foie gras du Sud-Ouest
	Jambon de Bayonne	Gers	Chapon du Périgord
	Lavilledieu	Haricot tarbais	Comté Tolosan
	Melon du Quercy	Jambon de Bayonne	Coteaux de Glanes
	Porc du Sud-Ouest	Kiwi de l'Adour	Côtes du Lot
	Pruneau d'Agen	Porc du Sud-Ouest	Fraise du Périgord
	Volailles de Gascogne	Pruneau d'Agen	Jambon d'Auvergne
	Volailles du Gers	Volailles de Gascogne	Jambon de Bayonne
		Volailles des Landes	Melon du Quercy
		Volailles du Béarn	Périgord
		Volailles du Gers	Porc d'Auvergne
		Porc du Limousin	
		Porc du Sud-Ouest	

			Poulet du Périgord
			Pruneau d'Agen
			Saucisson sec d'Auvergne ou saucisse sèche d'Auvergne
			Veau d'Aveyron et du Ségala
			Veau du Limousin
			Volailles d'Auvergne
			Volailles de Gascogne
Les Appellations d'Origine Protégée (AOP) et les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC)	Ail violet de Cadours	Ail violet de Cadours	Bleu d'Auvergne
	Brulhois	Armagnac	Bleu des Causses
	Chasselas de Moissac	Béarn	Cahors
	Coteaux du Quercy	Brulhois	Chasselas de Moissac
	Fronton	Floc de Gascogne	Coteaux du Quercy
	Rocamadour	Haut Armagnac	Noix du Périgord
	Saint-Sardos	Jambon noir de Bigorre	Rocamadour
		Madiran	
		Pacherenc du Vic-Bilh	
		Porc noir de Bigorre	
Les Appellations d'Origine Réglementée et les Indications Géographiques (AOR/IG)		Saint-Mont	
		Tursan	
		IG Haut Armagnac	

## La valorisation :

La valorisation	Carmausin Ségala	Tarn	Aude
<b>Actions de valorisation</b>			
Musées et sites de visite	Cités minières	Atelier du sabotier	<b>Châteaux et domaines viticoles</b>
	Exploitations agricoles et viticoles	<b>Centre de tri TRIFLY</b>	<b>Espace scénographique Aude en liberté :</b> présentation du territoire, accent mis sur le métier de vigneron
	Fromageries	<b>Château - Musée du Pastel :</b> séchoir à cocagnes, moulin pastellier	<b>L'Odyssée de l'olivier :</b> son et lumière, visite guidée, dégustation
	<b>La Cabano :</b> reconstitution de scènes de vie 1900	<b>Conservatoire de l'ouillage du Pays des Bastides :</b> outils d'autrefois	<b>Maison de la truffe d'Occitanie :</b> parcours ludique et audiovisuel
	La Grange et l'étable	<b>Espace des Métiers d'Autrefois :</b> exposition	<b>Maison éclusière de Sainte Lucie :</b> située sur

	d'outils d'autrefois	le Canal du Midi
<b>Musée mine départemental</b> : galerie reconstituée	<b>Filature Ramond</b> : découverte des techniques de filage, circuit " <i>Il était une fois la laine</i> "	<b>Moulin à papier de Brousses</b> : moulin en activité, visites avec démonstrations
<b>Musée/Centre d'art du verre</b> : démonstration de souffleurs de verre	<b>La Maison de Payrac</b> : ancienne ferme du XIXe siècle, démonstration autour de la laine, du bois, du foin, dégustation de pain	<b>Moulins à vent</b> : Moulin à vent de Villeneuve-Minervois, Moulin d'Omer, Moulin de Cugarel
Cap' Découverte	<b>La maison des paniers</b> : exposition permanente de paniers issus de l'art et de la vannerie	<b>Musée de la Chapellerie</b> : espace scénographique, ateliers pour les scolaires
	<b>La Maison du Safran</b> : culture, propriété, comment le cuisiner	<b>Musée de l'imprimerie de Limoux</b> : visites et ateliers pédagogiques
	<b>Le Moulin de Record</b> : démonstrations, visites guidées, vente de produits	<b>Musée des arts et métiers du livre</b> : visites guidées, ateliers créatifs
	<b>Maison de la Charcuterie</b> : explications des savoir-faire (élevage, abattage), dégustations	<b>Musée du Quercorb et de l'Instrumentarium</b> : vie quotidienne en Quercorb (métiers du XXe) et musique médiévale (démonstration de lutherie)
	<b>Maison des métiers du cuir</b> : présentation des métiers du mégissier et du maroquinier (exposition tactile)	<b>Salins</b> : Le salin de Gruissan (visites guidées), Le salin de la Palme (visites guidées)
	<b>Maison du Sidobre - Espace Muséologique du granit et des Hommes</b> : découverte du travail du granit, de son extraction à la transformation.	<b>Terra Vinéa</b> : chai souterrain, son et lumière dans les galeries
	<b>Moulin à vent de la Salette</b> : explication du fonctionnement du moulin et de la production de farine	
	<b>Musée Art du Chocolat</b> : sculptures et œuvres en chocolat, dégustation commentée de grands crus de chocolats, ateliers découverte	
	<b>Musée de la broderie</b> (musée privée)	
	<b>Musée de la vie paysanne en Haut-Languedoc</b> : présentation en situation de la vie paysanne et de l'artisanat d'un village d'autrefois	

		<b>Musée départemental du textile</b> : démonstrations de machines, expositions, ateliers créatifs	
		<b>Musée du bois et de la Marqueterie</b> : histoire de la marqueterie et du travail du bois, centre d'art contemporain	
		<b>Musée du Cuivre</b> : retrace l'histoire du savoir-faire du cuivre	
		<b>Musée du Saut du Tarn</b> : ancienne usine métallurgique, expositions, maquettes, démonstrations sur la fabrication de l'acier et la production d'outils.	
		<b>Musée du verre</b> : verres à boire et verrerie bleu-vert du Languedoc	
		<b>Musée du Vin (Invincible Vigneron)</b> : travail du vigneron avant la mécanisation (exposition d'objet, espace tonnellerie et distillerie, dégustations)	
		<b>Musée Les arts du Sucre et du Chocolat - Yves Thuriès</b> : exposition de chefs-d'œuvre en sucre et chocolat, techniques du travail du sucre et de chocolat	
		<b>Visite autour des énergies</b> : Centrale hydroélectrique, éoliennes d'Assac, Barrage des Cammazes	
	<b>Visites d'entreprises agricoles et agroalimentaires</b> : fermes, laiteries, fromageries, charcuteries artisanales		
Événements	Biennale des verriers	<b>Concours de chevaux de trait</b> : repas avec les éleveurs et démonstrations	<b>Fêtes autour des métiers d'autrefois</b> : les vieux métiers d'antan à Fontfroide, 11ème Grande fête d'antan
	Festival de la pierre de Salles	<b>Concours de chiens de troupeaux</b>	<b>Fêtes en lien avec les productions locales</b> : fête du vin, fête de l'olive, fête du melon, fête de la truffe d'été, Foire de l'oignon doux du Pays Cathare

	Fête de la truffe	<b>Exposition "Architecture en terre d'aujourd'hui"</b> : présentation des savoir-faire et techniques dans le domaine du trompe-l'œil, des moulages et des fausses matières + ateliers	<b>Fêtes médiévales</b> : les médiévales de Villesquelande, Festival médiéval de Peyrepertuse
	Foire Exposition du Ségala	<b>Fête de l'ail rose de Lautrec</b>	<b>Marchés</b> : Marché des potiers, Marchés de producteurs
	Marchés : Marchés de producteurs, Marchés gourmands...	<b>Fête des lavoirs</b> : lavage à l'ancienne, défilé	<b>Transhumance de la Clamoux à Nore</b> : démonstration de tonte, marche avec le troupeau
		<b>Fête des sabots et des anciens métiers à Lautrec</b> <b>Fête des vins</b> : rencontre avec les vignerons <b>Fête du pain</b> : concours du meilleur croissant du Tarn, marché gourmand, démonstrations de teinture au Pastel <b>Fêtes médiévales avec savoir-faire et artisanat</b> : Fête médiévale de Monestiés, La médiévale de Berniquaut, Fête médiévale de Graulhet <b>Foire au miel</b> : produits artisanaux et locaux <b>La fête du fil</b> : festival de loisir créatif, accueil d'artiste textile <b>Outilautec</b> : rassemblement européen des passionnés de l'outil ancien et de l'art populaire + démonstrations de teinture au Pastel <b>Passion d'antan</b> : vieilles voitures et engins agricoles, démonstrations de travaux, artisanat ancien	
Activités Visites organisées	Balades accompagnées	<b>Activités autour du vin</b> : rencontre avec les vignerons sur leur domaine, ateliers œnologiques, apéros concert chez les vignerons	<b>Carrière de marbre du Roy</b> : randonnée (possibilité de visites guidées)
	Balades gourmandes	<b>Ateliers</b> : créations en bois à la Maison du Bois et du Jouet, ateliers de cuisines	<b>De ferme en ferme en Val de Dagne</b> : portes ouvertes des exploitations agricoles sur une journée, avec dégustations, repas

			du midi et visites guidées
	Récréations gourmandes	Démonstrations : teinture au pastel	L'atelier du livre : ateliers d'initiation aux techniques artisanales des métiers du livre
	Sentiers de randonnée thématiques	Portes ouvertes dans les exploitations agricoles	L'été des Corbières : les vigneronns de l'AOC Corbières ouvrent les portes de leurs caveaux (dégustations, animations, rencontre avec les producteurs)
	Visites guidées des cités minières et autour des luttes sociales	Promenades gourmandes	OT Carcassonne : Balades vigneronnes
		Visites guidées : Sidobre, le monde du granit, Missègle, moulins, œnologiques	OT Narbonne : pour les enfants, ateliers autour de la poterie, chasse au trésor
			Sentiers Gourmands en Clape Vigneronne : balade gourmande pour découvrir le vignoble (des formules et séjours sont proposés par une agence en partenariat avec l'OT)
			Visites guidées : Moulin de Cugarel, balade vigneronne, les filets gourmands, village du livre de Montolieu
<b>Communication</b>			
Site internet	Onglet : Musées et galeries d'art	OT Mazamet Montagne Noire : onglet savoir-faire	CDT de l'Aude : onglet <i>Artisanat d'art</i>
			OT Carcassonne : onglet <i>Art, artisanat, librairie</i> ; espace <i>A faire en famille</i> qui valorise les ateliers artistiques et créatifs ; Œnotourisme avec activités développées
			OT Castelnaudary : le Cassoulet est la première chose mise en avant avec l'artisanat et l'agriculture qui gravite autour. OT Limoux : onglet <i>Produits artisanat</i>
Application mobile		Application Pays de Cocagne	
Brochures / circuits		Circuits touristiques : La route des pigeonniers	La route du cassoulet de Castelnaudary : gastronomie et artisanat autour de cette spécialité

			(producteurs de haricots, potiers, conserveurs, viticulteurs, éleveurs de canards...)
		<b>OT Gaillac</b> : circuits motos (circuit des vignes, circuit des pigeonniers)	
Réseaux sociaux	Facebook	Facebook	<b>Blog</b> : recettes, le savez-vous, portraits, art de vivre, insolite, reportages...
	Flickr	Instagram : paysages, patrimoine, produits locaux, savoir-faire	Facebook
	YouTube	Pinterest	<b>Instagram</b> : paysages et natures
		Twitter	Twitter
Axes de communication	Nature	YouTube	YouTube
		Expérientiel - vivre des moments marquants	Pays Cathare
Relations presses		<b>Communiqué de presse thématique</b> : Savoir-faire tarnais	
<b>Commercialisation</b>			
Visites Séjours groupes et scolaires	<b>Groupes</b> : journées à thème sur le passé industriel (Balade en Sol mineur), mémoire de mineurs et de verriers	<b>CDT</b> : Mode, broderie création : ma journée sur-mesure à Albi ; La cuisine du canard au château (préparation et cuisine du canard) ; séjour sur le thème du vin et de l'œnologie	<b>Agences réceptives</b> : séjours sur le thème saveur et gastronomie, vignoble et découverte
	<b>Séjours individuels</b> : week-end patrimoine, truffes et vignobles, auto-tour Glou Glou, auto-tour Miam Miam	<b>Patrimoine, sites et musées</b> : Albi terre d'artisan, d'art et de matière (poterie et verrerie) ; Balade artisanale de Cordes sur Ciel à Monestiés (accès visite de village) ; Savoir-faire : mémoire des mineurs & des verriers ; Vignoble et vie de château ; L'univers du cuir ; Evadez-vous sur les traces des pigeonniers tarnais ; Au fil des "savoir-faire sur les contreforts de la Montagne Noire » ; Circuit du pastel	<b>OT Narbonne</b> : séjours autour du vin et de la gastronomie
		<b>Rallye touristique</b> : rallye touristique avec des indices cachés	<b>Visites groupes à la journée</b> : Du champ à l'assiette (potier, élevage de canard, fabrication cassoulet) ; Sur la route du Cassoulet (savoir-faire artisanaux, agricoles et légendes)

		<b>Vignoble &amp; gastronomie</b> : Circuit des caves dans le vignoble de Gaillac, Journée Bastides et Vignoble, Le Parcours des Légendes à la cave coopérative de Labastide de Lévis, Devenez Vigneron d'un jour au domaine Vayssette, Guinguette au domaine Larroque, Une expérience authentique savoir-faire à la ferme de Rayssaguel, Journée gourmande à Lacaune, Journée gourmande l'ail rose de Lautrec en vedette, Les pieds dans les fleurs, les fleurs aux étoiles (safran)....,	
Tourisme d'affaires			<b>OT Carcassonne</b> : séminaires dans le vignoble

La valorisation	Aveyron	Haute-Garonne	Hérault
<b>Actions de valorisation</b>			
Musées et sites de visite	<b>Autour de l'énergie</b> : Espace EDF Truyère de Couesques, Barrage, centrales...	<b>Asquali, sculpteurs d'arômes - l'Explorarome</b> : jardin botanique, exposition, visite du laboratoire de création de parfum	<b>Arguileum, la maison de la poterie</b> : vie des potiers, savoir-faire, histoire de la céramique, démonstrations et initiations
	<b>Château / Musée de la vie rurale / Musée de la pierre</b> : objets concernant les métiers, l'agriculture, la vie rurale et les métiers de la pierre.	<b>Atelier de teinture Carré bleu de pastel</b> : démonstration, visites guidées	<b>Caveau muséographique des vigneron</b> : histoire de la vigne, métallurgie du cuivre, exposition d'objets
	Espace du Viaduc de Millau	<b>Atelier musée du Huchier</b> : collection d'outil, fabrication	<b>Ecomusée des mémoires de Puisserguier - Centre de ressources</b> : présentation de la vie d'autrefois (écoles, commerces, viticulture)
	<b>Espace Hydro Rapses et Lévézou</b> : présentation du patrimoine industriel lié à la fabrication d'énergie hydroélectrique (barrage, centrales...)	<b>Ecomusée Notre Pais</b> : collection d'outil et d'objets de l'activité artisanale et agricole du XXe siècle	<b>Espace vins et campagnes de Magalas</b> : exposition de cloches et des savoir-faire des maîtres fondeurs, espace viticole avec dégustation
	<b>La Maison de la cerise</b> : culture de la cerise au fil du temps et produits régionaux	La fonderie de Bronze Lauragaise	<b>Ferme et pailler de Prat d'Alaric</b> : grange-étable à couverture en genêts, exposition sur les techniques de construction (visite sur

		demande)
La <b>Maison de la truffe</b>	<b>La maison de la violette</b> : boutique sur une péniche, exposition sur la violette	<b>Halle du verre de Claret</b> : histoire de la verrerie languedocienne
<b>Le grenier de Capou</b> : espace regroupant une grande collection d'objet d'autrefois + accueil à la ferme avec participation à la traite et aux soins des animaux	<b>La Maison du potier</b> : musée installé dans une ancienne poterie	<b>Les Ateliers des métiers d'art</b> : lieu regroupant des ateliers vitrines
<b>Les Moulins de Roupeyrac - Maison d'écrivain François Fabié</b> : vie du poète et présentation des savoir-faire du XIXe siècle	<b>Le musée paysan</b> : outils et machines agricoles	<b>Les lumières de la mine au Bousquets-d'Orb</b> : collection de lampes et d'objets de la mine
<b>Maison de la châtaigne</b> : utilisation de la châtaigne, récolte et transformation, utilisation du bois	<b>Le Museum du pastel</b> : expositions, démonstrations de teinture, ateliers...	<b>Maison cévenole des arts et traditions populaires</b> : collection d'objets artisanaux et du quotidien
<b>Maison du bois</b> : atelier, exposition d'objets	<b>Le Quai des Savoirs</b> : espace culturel dédié à la diffusion de la culture scientifique, technique et industrielle	<b>Miellerie du Salagou</b> : explication des ruches et de l'apithérapie
<b>Musée de la ferme et du foie gras</b> : musée créé par des producteurs pour montrer l'évolution des méthodes pour faire le foie gras	<b>Maison de la Haute-Garonne</b> : exposition sur l'histoire et la construction du Canal du Midi	<b>Musée Agathois Jules Baudou</b> : vie de la cité de l'Antiquité à nos jours (activités maritimes et viticoles)
<b>Musée de la forge</b> : ancienne forge gardée intacte	<b>Moulin de Barrau</b> : minoterie encore en fonction	<b>Musée d'arts et traditions populaires d'Olargues</b> : histoire de la vie locale et collection d'outils
Musée de la forge et de l'ancienne vie rurale	<b>Moulin La scierie</b> : moulin rénové avec meule en fonctionnement, scie battante, musée des métiers du bois (visite sur rendez-vous)	<b>Musée de la cloche et de la Sonnaile</b> : techniques de fabrication des sonnailles, des clarines et grelots, des cloches d'églises
Musée de la forge et des anciens métiers de Belcastel	<b>Moulins à vent</b> : Moulin de la Paillasse, Moulin de Belard, Moulin à six ailes (visites guidées avec atelier pain)	<b>Musée de la faïence du château de Raissac</b> : collection de faïence et d'objets d'art de la table
<b>Musée de la mine Lucien Mazars</b> : maquette, outils, galerie reconstituée avec scène de vie et simulation d'un coup de grisou	<b>Musée Cap Al Campestre</b> : art et tradition populaire, outils et matériels, parfois visites avec ateliers	<b>Musée de la porte et de la ferronnerie</b> : exposition de portes anciennes, ferronnerie, serrures, promotion des métiers du bois
<b>Musée départemental des arts et métiers traditionnels</b> : situé dans	Musée de la tuile	<b>Musée de l'artisanat des poilus</b> : collections de pièces artisanales

	une ancienne filature de laine, présentation des activités rurales du XIX-XXe siècle		fabriquées dans les tranchées
	<b>Musée des traditions agricoles du Ségala "Lo Ségali"</b> : présentation de l'agriculture du Ségala au travers des outils et des machines	<b>Musée de l'abeille</b> : Rucher école du SAM, uniquement accessible pour les groupes, sauf fête du miel en octobre	<b>Musée de l'étang de Thau à Bouzigues</b> : métiers de la pêche et de la culture des huîtres et des moules
	Musée des traditions du Sud Aveyron	<b>Musée du bois et de la marqueterie</b> : présentation de l'industrie du bois, des métiers du bois, expositions de créations contemporaines	<b>Musée dels vinhairons a pierrerue</b> : histoire de la viticulture
	<b>Musée du Charroi rural</b> : moyens de locomotion et objets agricoles avant la motorisation	<b>Musée du Compagnonnage</b> : expositions des œuvres réalisées par les Compagnons	<b>Musée du château de l'Engarran</b> : retrace le travail du vin et de la vigne d'autrefois
	<b>Musée du couteau de Laguiole, de l'objet forgé et de l'outil tranchant</b> : collection privée d'outils des métiers d'autrefois	<b>Musée du pays de Luchon</b> : artisanat, traditions populaires...	<b>Musée village d'antan</b> : rencontre avec les santonniers
	<b>Musée du moulin de Burée</b> : explication du moulin du XVIIIe siècle à la minoterie	<b>Musée du vieux Castanet</b> : artisanat et art populaire, lieu de vie du XIXe siècle	<b>Viavino pôle œnotouristique</b> : ateliers du goût, accueil groupe et entreprises, boutique
	<b>Musée du patrimoine minier et industriel</b> : mine, sidérurgie, verrerie, briqueterie	<b>Musée et jardin du Canal du Midi</b> : découverte du projet	
	<b>Musée du Rouergue (mœurs et coutumes)</b> : dans une ancienne prison, collection de mœurs et coutumes	<b>Musée Rizla Croix</b> : histoire industrielle du papier à rouler Rizla Croix	
	<b>Musée rural du bois</b> : métiers du bois	<b>Patrimoine naval</b> : écluses, canal du Midi	
	<b>Musées des ardoisières</b> : extraction des ardoises	<b>Veolia eau Manatech</b> : visite de l'usine de production d'eau potable de Pech David et usine de dépollution des eaux usées de Ginestous-Garonne	
	<b>Noria, la maison de l'eau</b> : fonctionnement d'un moulin à eau du XIIIe siècle et utilisation de l'eau	<b>Visites d'ateliers artisanaux</b> : meubles et marqueteries, faïences	
	<b>Nos campagnes autrefois</b> : reconstitution de scènes de la vie rurale d'autrefois	<b>Visites d'exploitations agricoles et de domaines viticoles</b>	

	<b>Poterie - Galerie du Don</b> : site européen de référence dédié à la céramique contemporaine		
	<b>Visites agricoles et agroalimentaires</b> : exploitations, fromageries, Coopérative Jeune Montagne, Conserveries, Brasseries		
	<b>Visites de domaines viticoles</b>		
	<b>Visites d'entreprises artisanales</b> : Coutelleries de Laguioles, Ganteries de Millau		
	<b>Visites des caves de Roquefort</b> : Société, Papillon, Coulet		
Evènements	Concours de chiens de berger	<b>Festival de la sculpture et du marbre</b> : stage et démonstration	<b>Ban des vendanges du Cru Faugères</b> : défilé de la Commanderie, cueillette des premières grappes par les enfants, rencontre avec les vignerons
	Conférences	<b>Festival gourmand Toulouse à table</b> : valorisation de la gastronomie et des productions locales	<b>Coop Live Festival</b> : événement artistique (peintre, photographes, graffeurs) et musical, avec dégustation organisé par la Cave Coopérative de Puilacher
	<b>Fête de la brebis</b> : randonnée gourmande, repas du terroir, défilé des troupeaux	<b>Fêtes médiévales</b> : Médiévales d'Aurignac	<b>Cuisines dans la rue</b> : manifestation autour de la gastronomie, avec repas, vin et musique
	<b>Fête de la Pomme de terre et du Veau d'Aveyron</b> : animations, vieux métiers	<b>Foire de la Saint Martin</b> : foire gastronomique et artisanale	<b>Culture, terroir et vin</b> : fête autour des produits du terroir avec producteurs locaux, artisans d'art...
	<b>Fête de la race Aubrac</b> : exposition des animaux, rencontre avec les producteurs	<b>Fronton Saveurs et senteurs</b> : dégustations de vin et de produits du terroir, ateliers œnologiques, animations	<b>Festival de gastronomie en Grand Pic Saint-Loup</b> : échoppes gourmandes, démonstration de cuisine, concours du "Petit chef"
	<b>Fête de la tonte</b> : démonstration de tonte de chèvres Angora, tri, filage...	<b>L'Agriday</b> : exposition et démonstration de matériel agricole, concours de labours, marché de producteur...	<b>Fête de la mer, du vin et des coquillages au port du Chichoulet</b> : dégustation
	<b>Fêtes autour du vin</b> : Bruéjous, foire au vin de Marcillac,	Salon chocolat et gourmandises	<b>Fête de la transhumance à Montpeyrroux</b> : arrivée du troupeau, repas, rencontre avec les bergers...

	<b>Fêtes médiévales</b> : Les Mascarades médiévales	<b>Salon des artisans d'art et des jeunes créateurs</b>	<b>Fête de l'oignon doux</b> : marché de producteur, animations
	La transhumance sur l'Aubrac	<b>Salon vins et terroirs</b> : salons produits locaux, vins et vignoble de la France entière	<b>Fête des vieux métiers</b> : techniques et savoir-faire des artisans expliqués par des démonstrations, marché du terroir et de l'artisanat, projection de films...
	<b>Les métiers d'hier et d'aujourd'hui à Campagnac</b> : démonstration de savoir-faire (paniers, cannage, dentelle, crochet, fer, pierre...)	Transhumance de l'escalette	<b>Fête du Bouletchou</b> : reconstitution vie d'autrefois, démonstration et initiation aux vieux métiers
	<b>Les Rencontres Made in Viande</b> : ouverture des exploitations agricoles de la filière élevage et viande		<b>Fête du melon</b> : balades gastronomiques, marché des artisans, restauration
	<b>Marchés de pays et marchés nocturnes</b>		Fêtes et salons des différents crus et appellations
	<b>Terr'Aveyron (événement sur les produits aveyronnais)</b> : exposition photos, petit déjeuner aveyronnais, village dégustation avec présence de producteurs		<b>Journée des indépendants</b> : promouvoir le réseau professionnel local au travers d'un marché, d'ateliers rencontre & découverte, de concerts
			<b>La fête des vignerons</b> : salon autour de la vigne avec dégustation
			<b>La régalaude du Prevost</b> : balade sportive et gourmande ponctuée de dégustations culinaires.
			<b>Les fêtes médiévales</b> : traditions et métiers anciens
			<b>Les soirées divines</b> : soirées vin, tapas, musiques avec producteurs locaux, change de lieu
			<b>Les théâtrales vigneronnes de Saint Drézéry</b> : dans les anciennes carrières de Sussargues soirées alliant découverte du vin et théâtre
			<b>Les Vignes Buissonnières</b> : balade oeno-gastronomique avec 6 étapes gourmandes pour composer un menu, avec dégustation de vin.

Activités Visites organisées	Ateliers créatifs et d'initiation	<b>Balade gourmande</b> : visites guidées historiques et gastronomiques dans les marchés toulousains	<b>Ateliers arôme du vin</b> : découvrir le goût et les odeurs du vin
	Le four banal, cuisson au four à pain	<b>Bienvenue chai les vigneron</b> : visite des vignes et des chais de Fronton	<b>Béziers Greeters</b> : habitants de la ville qui font des visites (une personne est spécialisée dans l'artisanat)
	<b>L'été des 6-12 ans</b> : l'atelier la Maison à pans de bois (les enfants deviennent bâtisseurs)	<b>Greeters</b> : fille de l'ancien contremaitre de la cornichonnerie,	<b>Les mercredis du patrimoine</b> : Visites guidées du patrimoine religieux de Sainte Eulalie suivie d'une dégustation de vins
	<b>OT Ségala (Sauveterre de Rouergue)</b> : Route des métiers <i>La vie en Ségala</i> (visite de fermes, d'ateliers d'artisans et d'entreprises) + Pôle des métiers d'art + Mise en avant du Veau d'Aveyron et du Ségala	<b>Les dimanches de l'été</b> : chaque dimanche un vigneron du frontonnais ouvre ses portes	<b>Oenorando</b> : randonnées dans les vignes
	Visites guidées intégrant les sites de savoir-faire	<b>Randonnée gourmande</b> : randonnée et dans le parcours arrêt chez un producteur avec dégustation	<b>Œnotourisme</b> : tours, dégustations, œnologies, ateliers pour les enfants, pique-nique
		<b>Sentiers de randonnée (pédestre ou à vélo)</b> : Le sentier des éoliennes à Calmont, Secrets du pastel et des herbes folles, Chemin des vignes, Sentier des moulins à vent, de ferme en ferme <b>Stage artisanal</b> : stage de vannerie <b>Visites guidées de l'OT de Toulouse</b> : Bleu pastel avec démonstration, La petite histoire du commerce	
<b>Communication</b>			
Site internet	<b>CDT</b> : onglet savoir-faire (mise en avant)	<b>CDT</b> : mise en avant du canal du Midi	Gastronomie et vin mis en avant
	<b>OT Millau</b> : onglet <i>Sur les traces de la brebis</i>	<b>OT Aspet</b> : mise en avant du <b>pastoralisme</b> et de l'artisanat	Œnotourisme mis en avant
	<b>OT St Geniez Campagnac</b> : onglet découverte et savoir-faire		
Brochures / circuits	<b>CDT</b> : brochure Déguster en Aveyron	Circuit des pigeoniers	Carte Oenotour
	<b>Circuit des savoir-faire</b> : Sur la Route des Matières, circuit de Laguiole à Millau qui regroupe les	Les carnets gourmands du pays Lauragais	L'agenda des vignes

	entreprises labellisées Entreprises du Patrimoine Vivant		
	<b>Circuit vignoble</b> : La route des vins de Marcillac, La route des vins Entraygues-sur-Truyère - Le Fel		Œnotourisme, l'Hérault terroir d'artisans vignerons
			Un jour un territoire, nos routes des vins
Réseaux sociaux	<b>Blogs</b> : Déguster en Aveyron - Découvrir l'Aveyron	Facebook	<b>Audioboom</b> : podcasts
	Facebook	Instagram	Facebook
	Instagram	Twitter	Flickr
	<b>Pinterest</b> : tableau le savoir-faire d'excellence en Aveyron		Twitter
	Twitter		YouTube
	<b>YouTube</b> : Playlist savoir-faire		
Axes de communication	Territoire vrai - authentique	Patrimoine (Toulouse) et sports de pleine nature	Culture et aventure (sport de pleine nature et œnotourisme)
Relations presses	<b>Communiqué de presse thématique</b> : savoir-faire d'excellence + mise en avant des savoir-faire dans le dossier de presse		<b>Dossiers de presse thématiques</b> : Nos savoir-faire d'hier & d'aujourd'hui ; Causses & Cévennes, patrimoine mondial de l'humanité (agropastoralisme) ; (Œnotourisme en Languedoc
<b>Commercialisation</b>			
Visites / Séjours groupes et scolaires	Excursion, Séjour groupes et scolaires sur les thèmes de la gastronomie, du terroir, de la transhumance, de l'artisanat...	<b>Circuits journée ou demi-journée adulte</b> : Canal du Midi, les Chemins du pastel	Balades gourmandes dans les vignes
	<b>OT Decazeville</b> : circuit de découverte patrimoine minier et industriel	<b>Séjours journée ou demi-journée enfant</b> : visites de fermes, ateliers autour du pastel, moulin	<b>Groupes</b> : visites spéciales œnotourisme, Journée art et terroir en Pays Minervois, Journée féerie des grottes et magie du verre
	<b>OT Ségala (visites groupes)</b> : Les productions agricoles du Ségala, Sauveterre Bastide des métiers d'art + intégration des sites de tourisme industriels dans les programmes	<b>Visites groupes</b> : dégustation de produits locaux, La fabrique à fromage (visite exploitation + atelier moulage + dégustation) pour les enfants	
Tourisme d'affaires		Activités de teambuilding autour du vin et des produits locaux	<b>Incentives</b> : jeux œnologiques

Autre	<b>Document de l'observatoire touristique :</b> fréquentation des entreprises ouvertes à l'accueil du public		
-------	---	--	--

La valorisation	Tarn et Garonne	Gers	Lot
<b>Actions de valorisation</b>			
Musées et sites de visite	<b>Aux outils d'antan :</b> outils et machines d'autrefois, en état de marche, rénové et repeint	<b>Atelier du Bleu de Lectoure :</b> pastel artisanal, processus d'extraction et de fabrication, teinte du textile...	<b>Atelier - Musée des vieilles mécaniques :</b> évolution du monde rural en mécanique agricole depuis 1930
	<b>Centre d'interprétation de la vie rurale en Lomagne du XVIIIe au XXe :</b> objets et coutumes de la vie d'antan	<b>Chai Maison Ryst Dupeyron :</b> bouilleur de cru, salles d'expositions sur le travail de la vigne et de l'élevage de l'Armagnac	<b>Atelier - Musée Jean Lurçat (tapisseries) :</b> œuvres, ateliers et appartement
	<b>Conservatoire des Métiers d'Autrefois :</b> objets de la vie quotidienne, village d'artisans, musée de la vigne et du vin, collection de faïences régionales	<b>Conservatoire de la vie agricole et rurale d'autrefois :</b> collections d'objets de la vie d'autrefois (uniquement sur rendez-vous)	<b>Atelier du Moulin des Fumades :</b> matériel ancien et récent servant à la fabrication d'huile de noix, démonstration de mouture
	<b>Ferme de Lacontal - Lavande du Quercy :</b> huiles essentielles, produits à base de lavande	Domaines viticoles et Armagnac	<b>Ecomusée départemental de Cuzals :</b> métiers d'antan, exposition d'objets
	<b>L'épopée Chapelière :</b> découverte de l'industrie chapelière de Caussade	<b>Ecomusée de l'Armagnac :</b> histoire de la fabrication de l'eau-de-vie	<b>Le petit musée du fer :</b> présentation des moulins (forge hydraulique destinée à réduire le minerai de fer) à fer de la vallée de la Masse
	<b>Les conserves d'autrefois :</b> atelier de transformation (foie gras, confits, pâtés...), visite avec vue sur les salles de fabrication, dégustation en fin de visite	<b>Musée Chai Laurence :</b> exposition de matériel, barriques, tonneaux servant à la transformation du raisin en vin	<b>Moulin à eau de Cougnaguet :</b> histoire du moulin fortifié, fonctionnement et technique, démonstration de production de farine
	<b>Maison de la Lomagne :</b> vie d'autrefois du territoire, objets des métiers d'autrefois	<b>Musée d'art campanaire :</b> cloches, sonnailles, grelots, horloges...	<b>Moulin à huile de noix :</b> visite et dégustation
	<b>Musée de la Mémoire rurale à Lacour de Visa :</b> vie quotidienne, de la fin du XIXe à la moitié du XXe avec des outils de l'artisanat et de l'agriculture locale	<b>Musée de l'Armagnac :</b> explication de la fabrication de l'Armagnac depuis sa création (visites adaptées aux enfants avec jeu des senteurs)	<b>Moulin de Boisse (moulin à vent) :</b> histoire des meuniers, démonstration de mouture

	<b>Musée de la vigne et du vin</b> : travail de la terre à la vendange, transformation et alambic	<b>Musée des amis de l'archéologie et de l'histoire</b> : exposition d'anciens outils agricoles et artisanaux	<b>Moulin des Conturies</b> : moulin à eau, petit musée du matériel agricole et des vieux outils
	<b>Musée des compagnons du Tour de France des devoirs unis</b> : chefs d'œuvre de compagnons	<b>Musée du foie gras et des traditions populaires</b> : outils et explications sur le gavage des oies	Moulins et moulins à huile de noix
	<b>Musée du miel</b> : apiculture ancienne, travail de l'apiculteur, fabrication de friandise, ruches et objets du monde	<b>Musée du paysan gascon</b> : machines et objets d'autrefois, de la viticulture à l'artisanat.	<b>Musée agricole et de l'automobile de Salviac</b> : outils agricoles, vieux métiers et commerces
	<b>Musées de la faïence et de la batellerie</b> : art de la faïence, objets des métiers d'autrefois, instrument de musiques...	<b>Musée paysan d'Emile</b> : vie des paysans gascons au début du XXe siècle avec outils du travail de la terre et des artisans	<b>Musée d'Art et traditions populaires</b> : objets présentant le travail du paysan, des artisans
	Visites de fermes	<b>Musée viticole de Gascogne</b> : machines à greffer, mécanismes de distillation, alambics et outils	<b>Musée de la Manufacture de Porcelaine Virebent</b> : espace muséographique avec vieux four à charbon, procédés de fabrication de la porcelaine et de la faïence
		<b>Pottery farm gallery</b> : poterie culinaire en grès	<b>Musée de la vieille prune - Distillerie Louis Roque</b> : chai et musée d'une distillerie artisanale, démonstration de mise en bouteille
		<b>Salle des Dioramas</b> : métiers anciens illustrés par des santons	<b>Musée du biscuit</b> : histoire de la biscuiterie, atelier artisanal
			<b>Musée du safran</b> : explications autour de la culture et des propriétés du safran
			<b>Musée du vin</b> : travail de la vigne et transformation
			<b>Musée éclaté</b> : sept bâtiments du village de Cardaillac retracent la vie d'autrefois et les vieux métiers
			<b>Musée la planète des Moulins</b> : maquettes qui représentent des moulins et leurs fonctionnement
			<b>Phosphatières du Cloup d'Aural</b> : mines de phosphate du début du XXe siècle
			<b>Quercy terre d'arômes</b> : histoire et vertu du safran, utilisation culinaire, dégustation de produits

			<p><b>Truffes passion</b> : visite de truffière avec démonstration de cavage.</p> <p><b>Visite de ferme</b> : ferme de Siran (chèvres angora), ferme pédagogique La Borie d'Imbert, ferme pédagogique de Caffoulens...</p>
Evènements	Fête de la gastronomie	<b>14ème Festival des moissons et battages en Gascogne</b> : concours de labour, moissons à l'ancienne, métiers anciens ...	<b>Festival des Rencontres d'Antan à Montcléra</b> : animations et ateliers pour renouer avec les traditions ancestrales et métiers d'autrefois
	<b>Fête de la noisette</b> : vente de produits, intronisations à la confrérie de la noisette,	<b>Anniversaire du vieux pressoir</b> : producteur locaux et artisans	<b>Festival Médiéval de Montcuq</b> : marché médiéval, animations, démonstrations
	Fête de l'ail blanc	<b>Estiv'Ail</b> : marché du territoire, démonstrations autour de l'ail (tressage, pelage, atelier de cuisine), démonstrations d'enluminure à l'ail	<b>Festi'ValCéou</b> : concerts, arts de la rue, expositions, marché d'artisanat d'art
	<b>Fête des battages</b> : exposition d'anciennes machines agricoles et tracteurs, démonstration de l'ancienne moissonneuse-batteuse, métiers d'autrefois, visite du pressoir à huile de noix...	<b>Festival d'Artagnan chez d'Artagnan</b> : animations, marché et métiers du temps des mousquetaires...	<b>Fête de la Noix à Thégra</b> : animations et démonstrations
	<b>Fête du goût et des saveurs</b> : producteurs locaux, initiation) la traite à la main, visite du robot de traite, vaches de trait, conduite de tracteur, chiens de troupeaux, métiers anciens...	<b>Festival de sculpture à Mourède</b> : exposition, ateliers d'initiation au modelage, à la sculpture en terre et en pierre.	<b>Fête de la pomme</b> : ateliers pédagogiques, démonstration de fabrication de jus de pomme, de bouilleur de cru...
	<b>Fête du vin des Coteaux de Quercy</b> : marché de producteur	<b>Festival galop romain à Eauze</b> : animations, village d'artisans et vieux métiers, producteurs locaux	<b>Fête de la Transhumance entre Vallée du Lot et Volcan Cantalien</b> : accompagnement, à l'arrivée démonstrations de tontes, de chiens de troupeaux, marché des producteurs
	<b>Fêtes médiévales</b> : Marché médiéval de Caylus (village d'artisans et de commerçants) ; Fête médiévale du parc Le Bec Corbin (calligraphie, campement, boutique, alchimie...)	<b>Foire médiévale nocturne d'août</b> : ateliers de vieux métiers avec démonstrations, artisans et commerçants	<b>Fête du pain à Sarrouilh</b> : atelier de fabrication de pain et de pizzas - <b>Fête du pain à Lafontade</b> (marché des producteurs, démonstration, ramassage de pommes de terre et labour...)

	<b>Journée de l'agriculture</b> : exposition d'animaux et de matériel agricole, produits du terroir, concours de labours, démonstration de matériel	<b>La Flamme de l'Armagnac</b> : marché de producteur, balade dans les vignes, repas	<b>Foire à la poterie</b> : démonstration de tournage, concours...
	<b>La fête des vendanges au domaine de Montels</b> : repas, vendanges à l'ancienne avec cheval de trait, pressoir manuel	<b>Les Gasconnades</b> : fête dédiée à la culture gasconne (animations, ateliers cuisine...)	Foire artisanale à Marcihac-sur-Célé
	<b>La foire à la châtaigne</b> : initiation aux greffes, vente de produits, expositions d'artisans et artisans d'art, projection-débat...	<b>Les Médiévales (Termes-d'Armagnac)</b> : artisans avec démonstrations	Foire aux vins et produits régionaux
	<b>Les Estivales du Chapeau</b> : expositions, animations musicales, défilés...	<b>Rando Tempo Pato y Vino</b> : randonnées avec arrêt dégustation de vin et produits locaux	<b>Journée Patrimoine de Pays et Journée des Moulins</b> : animations et visites commentées dans les moulins, démonstration de métiers
	<b>Les vigneron du Brulhois, soirée gourmande</b> : producteurs locaux et musique		<b>Les médiévales de gourdon</b> : marchés des artisans, vieux métiers
			<b>L'été du Malbec</b> : festival dédié au vin avec lors de l'ouverture un circuit dînatoire dans les rues de Puy-l'Evêque <b>Lot of saveurs</b> : festival pour promouvoir la gastronomie lotoise, présence de grands chefs, démonstrations, cours et ateliers, repas, marchés <b>Marché aux potiers</b> : ateliers de modelage, démonstrations, initiations... Marchés aux truffes Marchés gourmands
Activités Visites organisées	<b>Balades thématiques</b> : Circuit des potiers, Circuit du foie gras,	<b>Journée du patrimoine de pays &amp; des moulins</b> : randonnée de 6km puis projection d'une vidéo des années 80 du moulin local.	<b>Atelier de savoir-faire et visites insolites à l'écomusée de Cluzals</b> : atelier de vannerie, atelier de fabrication du pain, rencontre avec des éleveurs...
	<b>Ot Caussade</b> : visite guidée de l'atelier du formier	<b>OT Condom</b> : idées de séjours Week-end sur les "chemins d'art en Armagnac", découverte œnologique ; Balade sensorielle pour les	<b>Les Mercredis Curieux</b> (animations pour les enfants) : ateliers cuisine avec un chef

		enfants ; brochures Les ateliers d'artistes et antiquaires, Mettre l'eau à la bouche : producteurs aux domaines ou à la ferme	
	<b>OT Laumagne</b> : circuit des pigeonniers, brochure sur l'ail blanc,	<b>OT Marciac</b> : Visite de vignoble, visite des vignes préphyllloxériques inscrites aux Monuments Historiques, visite de la chaîne de production du safran	<b>Les visites apéritives à Cahors</b> : découverte de l'histoire de la ville sous l'angle de la cuisine et des recettes traditionnelles, en fin de visite dégustation
	<b>OT Saint Antonin Noble Val</b> : visites guidées et circuit patrimoine autour de la tannerie et du moulin à huile de noix	<b>Visites guidées</b> : asinerie d'Embazac (producteur de lait d'ânesse), visites guidées de domaine viticole et explication de la fabrication de l'Armagnac	<b>OT Figeac</b> : visites avec des <b>Greeters</b>
	<b>Stages et ateliers auprès des enfants et des adultes</b> : tissage, mur en pierre sèche, poterie, cuisine et gastronomie		Visite guidée de la carrière de Bagnac-sur-Célé
			<b>Visite sensorielle de Gourdon</b> : visite à l'aveugle où les autres sens sont mis à contribution
			Visites guidées du Pays d'Art et d'Histoire - Visites guidées thématiques
			<b>Visites-ateliers jeune public</b> (PAH de Figeac) : visite de la ville suivie d'un atelier (exemple atelier de vitraux)
<b>Communication</b>			
Site internet	<b>CDT</b> : Onglet visite de fermes mis en avant	<b>CDT Gers</b> : onglet Partir à la découverte du savoir-faire gersois (artisanat et métiers d'art en Gascogne et Midi-Pyrénées, atelier d'art de France, Entreprise du Patrimoine Vivant)	<b>Onglet incontournable</b> : les saveurs du Lot
	<b>OT Quercy Sur Ouest</b> : communications sur la terre, la pierre, l'eau et l'esprit	<b>CDT plusieurs sites internet</b> : Gers à la découverte des vignobles, Terra Gers (vacances éco-responsables), Le Petit d'Artagnan (vacances en famille)	<b>OT Figeac</b> : onglet savoir-faire (artisan et fermes)

	<b>OT Saint Antonin Noble Val</b> : onglet artistes et artisans d'art	<b>CDT Tarn</b> : grande mise en avant de la gastronomie locale	
Brochures / circuits	2 Circuits des pigeonniers	<b>Brochures CDT</b> : Lieux insolites et culturels, galeries d'art et Métiers d'art ; Les produits gersois ; Le vignoble gersois ; Les fermes auberges ; marchés, fêtes et foires de produits locaux	<b>Brochure CDT</b> : Le Lot gourmand
	6 Circuits des Saveurs selon les secteurs	<b>Circuits voiture</b> : vignoble, sur la route du foie gras dans les coteaux du Gers,	<b>Circuits pédestres</b> : phosphatières, circuit des arts, petit patrimoine, un paysage façonné par la brebis, le circuit des moulins...
	Circuit autour des vignobles	Route des vignobles du Gers et de la Gascogne	<b>Circuits voiture</b> : Vignoble et château, Terroir et petit patrimoine
			<b>OT Vallée du Lot et du vignoble</b> : brochure conseil d'experts avec des tops
Réseaux sociaux	Facebook	Facebook	Facebook
	Flickr	Instagram	Instagram
	<b>Pinterest</b> : tableau gastronomie	<b>Pinterest</b> : tableau gastronomie, tableau Elles&Ils font le Gers, tableau Vignobles et vins	YouTube
	<b>YouTube</b> : peu développé	Twitter	
		<b>YouTube</b> : playlists L'oenotourisme dans le Gers, Gers terre de gourmandise, Elles&Ils font le Gers : portraits de gersois	
Axes de communication	Douceur de vivre	Histoire, culture et gastronomie - Sud-Ouest	Expérience et sites d'exception
Relations presses	<b>Communiqués thématiques</b> : les chapeaux de Caussade, le label vignoble et découverte		<b>Dossier de presse thématique</b> : Le goût de l'excellence (gastronomie)
<b>Commercialisation</b>			
Visites / Séjours groupes et scolaires	<b>Séjours groupes</b> : visites exploitations ou musées en lien avec l'artisanat ou l'agriculture, séjour groupe axé gastronomie et produits locaux	<b>Journées découverte par thématiques</b> : patrimoine, gastronomie, vignoble	<b>OT Cahors</b> : séjours et visites groupes accès patrimoine, vin et gastronomie
		<b>Séjours</b> : Toutes les saveurs, Culture et délice, convivialité et traditions	<b>OT Vallée de la Dordogne</b> : séjours et journées groupe sur le patrimoine associé à la découverte des productions locales

## La demande touristique

Départements	Tarn	Aude	Aveyron	Haute-Garonne	Hérault	Tarn et Garonne	Gers	Lot
<i>Dates des chiffres</i>	2016	2016 (2008 pour les motivations)	2012 (2014 sites de visite)	Très peu de données	2017	2017	2017	Sites 2017 - clientèle 2008
<b>Nuitées touristiques</b>	Plus de 5 500 000 nuitées	22 000 000 nuitées environ	10 452 000 nuitées (2016)		37 400 000 nuitées	318 776 nuitées	7 700 000 nuitées	10 800 000 nuitées (2012)
<b>Durée moyenne du séjour</b>	Camping : 4,9 jours	Camping : 5,1 jours	Excursion (22 %) : 1 jour		Hôtel : 1,7 jour	Excursions (38,2 %)		Séjour de vacances (54 %) : 9,9 jours
	Hôtels : 1,6 jour	Hôtels : 1,8 jour	Court séjour (23 %) : 2,5 jours		Camping : 7,3 jours	Week-ends : 2,4 jours		Week-end (11 %) : 2,8 jours
	Meublés & Gîtes : 8,1 jours	Durée moyenne : un peu plus de 2 jours	Vacances (55 %) : 12,9 jours		Durée moyenne : 11,4 jours	Total : 3,97 jours	Total : 7 jours	Total : 7,1 jours
<b>Provenance des touristes français</b>	84 % des touristes		90 % des touristes		80 % des touristes	80,3 % des touristes	79 % des touristes (45 % de proximité)	78 % des touristes
	Ile de France (21 %)	Bouches du Rhône (13,7 %)	Ile de France (15 %)		Rhône	Midi-Pyrénées (28,3 %)	Midi-Pyrénées (28 %)	Ile de France (18 %)
	Aquitaine (14 %) : Gironde	Haute Garonne (13,2 %)	Midi-Pyrénées (14 %)		Isère	Ile-de-France (13 %)	Aquitaine (17 %)	Midi-Pyrénées (13 %)
	Occitanie (12 %) : Haute Garonne	Rhône (12 %)	Languedoc-Roussillon (13 %)		Bouche du Rhône	Aquitaine (12 %)	Ile de France (10 %)	Aquitaine (9 %)
		Paris (10,2 %)	Bouches du Rhône et Rhône Alpes (8 %)		Haute-Garonne		Ouest (9 %)	
<b>Clientèles étrangères</b>	16 % des touristes		10 % des touristes		20 % des touristes	20 % des touristes	21 % des touristes	22 % des touristes
	Espagne	Allemagne (23 %)	Grande-Bretagne (22 %)	Espagne (30 %)	Allemagne	Royaume-Uni (6,2 %)	Grande-Bretagne	Grande-Bretagne (32 %)
	Grande-Bretagne (14 %)	Grande-Bretagne (14 %)	Belgique (18 %)	Grande-Bretagne (5 %)	Belgique	Belgique (3,6 %)	Belgique	Pays-Bas (21,7 %)

	Belgique	Hors Europe (12 %)	Pays-Bas (16 %)	Allemagne (4 %)	Royaume-Uni	Pays Bas (2,0 %)	Pays-Bas	Belgique (16 %)
	Pays-Bas	Belgique, Luxembourg (11 %)	Espagne et Allemagne	Belgique (2 %)	Pays-Bas	Allemagne (2,0 %)	Espagne	
Type de clientèle	Couples (50 %)		Famille (40,9 %)		34-49 ans (26 %)	Couple (46,6 %)	Couple (43 %)	Familles (42 %)
	Familles (35 %)		Couple (38,9 %)		50-64 ans (25 %)	Famille (31,9 %)	Famille (30 %)	Couples (39 %)
	Moyenne d'âge : 49 ans		Moyenne d'âge 49 ans (40 % de plus de 54 ans)		25-34 ans (21 %)	Seul (11,3 %)	Moyenne d'âge : 51 ans	Moyenne d'âge : 49,1 ans
Sources de motivation pour la venue dans le Tarn / Activités pratiquées	Découverte du patrimoine	Visite de ville	Découverte (40 %)		Plage et baignade (74 %)	Découverte	Gastronomie et production agroalimentaire	Visites de villes, villages
	Recommandations et visites de famille/amis	Histoire / Patrimoine	Loisirs, sports nature (35 %)		Balade, promenade (70 %)	Repos, détente	Visite à des parents ou amis	Balades à pied
	Nature/détente	Randonnée / Balade	Repos, détente (15 %)		Visite de villes et villages (66 %)	Visites amis, familles	Curiosité et envie de découvrir le département	Visites de monuments et de musées
	Proximité géographique	Vins / Gastronomie	Gastronomie (7 %)		Visites de monuments et musées (47 %)	Evènementiel	Evènementiel	Foires et marchés
Sites les plus visités	Cathédrale Sainte-Cécile (Albi) : 925 078 visites	Château Cité de Carcassonne : 562 514 visites	Aire du Viaduc de Millau : 1 087 452 visites	Cité de l'espace (Toulouse) : 323 100 visites	Saint-Guilhem le désert : 700 000 visites	Cloître de Moissac : 69 892 visites	Village fortifié de Larressingle : 175 880 visites	Gouffre de Padirac : 482 831 visites
	Espace nautique Atlantis (Albi) : 281 730 visites	Réserve Africaine de Sigean : 291 387 visites	Conques : 600 000 visites	Ensemble conventuel des Jacobins (Toulouse) : 311 780 visites	Parc zoologique de Montpellier : 579 084 visites	Centre du Patrimoine : 31 965 visites	Cathédrale Auch : 120 000 visites	Pont Valentré Cahors : 231 500 visites
	L'archipel piscine (Castres) : 220 901 visites	Abbaye de Fontfroide : 125 356 visites	La Couvertorade : 269 462 visites	Muséum d'histoire naturelle de Toulouse : 273 510 visites	Europark (Vias) : 542 640 visites	Château de Bruniquel : 31 006 visites	Abbaye de Flaran : 35 850 visites	Forêt des singes de Rocamadour : 15 4 431 visites

	Musée Toulouse Lautrec (Albi) : 163 845 visites	Espace Balnéo Ludique - Gruissan : 120 718 visites	Viaduc espace info (fermé) : 219 393 visites	Basilique Saint Sernin (Toulouse) : 234 791 visites	Neuf écluses de Fonsérannes (Béziers) : 430 000 visites	Abbaye de Belleperche : 19 690 visites	Collégiale La Romieu : 26 154 visites	Chemin de fer du Haut Quercy à Martel : 94 419 visites
	Parc de loisir Cap' Découverte : 68 673 visites	Château de Peyrepertuse : 104 837 visites	Musée Soulage : 200 073 visites		Aquarium Mare Nostrum : 312 500 visites	Conservatoire des métiers d'autrefois : 19 258 visites	Château Lavardens : 23 843 visites	Parc animalier de Gramat : 89 000 visites

## Annexe F : Analyse des entretiens

Thème 1	Population locale et territoire : une relation complexe encore d'actualité						
Sous-thème	Une image du territoire très divisée			Un patrimoine passé important pour la population, en lien avec son identité		Une partie de la population moins attachée à l'histoire et au patrimoine du territoire	
Sous-thème détaillé	Une image très dure et négative	Une image plutôt positive	Une image plus contrastée, preuve de changements	Une histoire qui constitue l'identité et les racines de la population	Un attachement matérialisé par les regrets et le souvenir	Des jeunes qui n'ont pas la même approche et la même connaissance du passé	Des nouveaux arrivants avec une appropriation du territoire différente
<b>Monsieur C</b> (association patrimoine)				"oui parce qu'ils [les anciens] donnent difficilement, ils donnent difficilement, donc c'est une preuve que pour eux c'est une partie de leur vie "	"C'est important pour faire connaître, parce qu'effectivement on a le plaisir de voir des gens qui disent « ça me rappelle ci »"	"En fait, c'est presque un devoir de mémoire. Un devoir de mémoire parce que le, les jeunes, les enfants qui viennent visiter pensent, comme le disait mon collègue Francis, que c'était la préhistoire, alors que c'est pas si vieux que ça "	
<b>Madame M</b> (association patrimoine)							

<p><b>Madame B</b> (association patrimoine)</p>	<p>"Carmaux a eu et a encore une image négative. Il faut être honnête"</p>			<p>"Parce que je pense que des gens se sont rendu compte qu'on allait détruire un tas de choses et que, et après il nous manquerait des éléments pour comprendre nos racines. C'est ce que j'explique, alors bien sûr maintenant dans le carmausin on a plein de gens qui arrivent d'à droite et d'à gauche, etc...Mais et je dis, nous on a des racines profondes voilà. "</p>	<p>"Les gens sont contents, nous les gens qu'on rencontre, qui viennent nous voir, qui achètent notre revue : « ouais ça c'est bien, vous avez bien fait », les anciens : « à ouais je me rappelle-ci, j'avais fait ça... ». "</p>	<p>"Après les jeunes c'est difficile, c'est difficile, parce qu'on essaye de les sensibiliser, mais... Les gens, ceux qui restent ou ceux qui reviennent ne sont pas hostiles à bon voilà. Mais y a des gens qui nous disent, à quoi ça sert qu'on garde ça. »"</p>	<p>"une partie de la population qui est nouvelle, qui arrive et qui n'a pas forcément de connaissance et d'attachement au territoire et à son histoire. "</p>
<p><b>Monsieur G</b> (association et artisan)</p>	<p>"Carmaux souffre d'une image très négative. Les carmausins sont pas positifs sur leur ville."</p>		<p>"petit à petit y a un changement, mais ils sont pas positifs."  "Mais elle essaye quand même de changer son image. Le problème c'est que les villes comme Carmaux, y en a quelques-unes en France. Donc tout le monde aujourd'hui essaye de faire face, d'attirer des gens"</p>		<p>"Après les carmausins regrettent leur jeunesse. Mais ça c'est pas lié au fait de l'industrialisation ou du savoir-faire carmausin. C'est lié, c'est propre à chaque humain ça. Quand tu as 80 ans, tu penses à ta jeunesse. Que ça soit de l'industrie minière, que ça soit de l'exploitation agricole ou n'importe quoi, ou un port de pêche, hein voilà. Ils regrettent leur</p>	<p>"On arrive pas déjà au niveau de, de la jeunesse, à impliquer la jeunesse, alors que les corps enseignants devraient, ils font histoire de l'art hein, c'est obligatoire maintenant, il en manque pas des œuvres d'art sur le carmausin, on pourrait en prendre connaissance, déjà des œuvres d'art qu'on a sur le carmausin. On peut toujours rattacher</p>	<p>"on a une population nous qui a énormément changé. Elle a changé la population, elle a tournée, et donc, euh... les, les, intérêts, l'histoire carmausine c'est pas spécialement ce qui les intéresse"</p>

					jeunesse" "On en a que des souvenirs maintenant, on connait ce qui se pratiquait, on a plus rien là et y a plus personne qui le, qui le, qui le perpétue ça."	l'histoire avec le territoire"	
<b>Monsieur D (artisan)</b>	"Après c'est vrai que Carmaux on a une image aussi un peu écornée, vis-à-vis des grèves, des luttes sociales, de tout ça... Bon mais il faut accepter c'est notre passé."	"L'image elle est toujours positive, ça y a pas trop de problème"		"c'est les origines, enfin des... c'est voilà. Quand on parle de Carmaux c'est bien, mais bon de savoir d'où l'on vient, voilà, de... du passé de la mine."  "plus on vieillit, plus on se rattache des racines."	"Les gens ils se rappellent, « oh je venais à la foire avec mes grands-parents, on venait acheter des échaudés ». C'est des souvenirs d'enfance. Et pour les gens, c'est revenir au souvenir. C'est surtout ça."		
<b>Madame E et Madame F (artisan)</b>	"on souffre un peu d'une image, de l'artisan dans un petit village qui fait les, ses vases a champignon ou je sais pas quoi, quelque chose d'assez ancien [...] l'artisan qui travaille un peu à l'ancienne, dans sa petite boutique un peu caverneuse."	"c'est un peu un conte de fée quoi"		"Moi peut-être c'est plus euh sur le..., quelque chose de peut-être plus organique entre guillemets, euh... sur les racines mais au sens propre et métaphorique aussi, sur ce qui nous nourrit, ce qui nous tient en fait debout, ce lien où on puise nos nutriments"	"moi je travaille beaucoup sur la nostalgie, le souvenir, [...] souvent quand j'ai une pièce en tête c'est le passé... c'est quelque chose que j'ai remarqué c'est, ça parle, de la nost..., d'une certaine... ça parle d'une certaine nostalgie."		

<b>Monsieur K</b> <b>(agriculteur)</b>	"Je pense que l'agriculture on a pas une super bonne image, ça c'est clair"	"à mon avis l'image n'est pas négative. Après je pense qu'il faut qu'on soit un peu plus, entre guillemets, fier de, de notre territoire, de ce qu'on a, parce qu'on a pas à être jaloux des autres"					
<b>Monsieur J</b> <b>(viticulteur - élu)</b>	"Euh, euh... je crois qu'il a l'image fausse encore d'un territoire industriel, je crois que la mine marque, marque, encore beaucoup dans la tête des gens. Euh... et puis ce que je crains c'est qu'il ait pas, qu'il ait pas beaucoup d'image surtout. Qu'il soit pas très bien identifié"	"Le territoire il a pas, il a pas une mauvaise image. Je crois, fin... je crois ce qu'il a c'est une belle campagne."					

<p><b>Madame A (élu)</b></p>	<p>"ça a été entaché par l'effet négatif de la fermeture"</p>		<p>"si on veut donner une image positive de ce territoire, il faut faire autre chose"</p>	<p>"Cette identité qu'ils ont quoi, leur donner des racines. Parce qu'aussi c'est une population mélangée, voilà à l'heure actuelle aussi, le Carmausin."</p>		<p>"Alors, ils savent, à l'échelle du territoire, effectivement, ils savent qu'il y a eu la mine. Mais très peu d'enfants savent que par exemple que Cap'Découverte c'était une mine à ciel ouvert"</p> <p>"C'était une certaine fierté. Moi je voudrais que nos jeunes aujourd'hui, je le sens un peu moins ça, qu'ils soient fiers, d'appartenir à ce territoire. Voilà, c'est de leur donner une certaine fierté ! "</p>	<p>"C'est euh, donner des billes à des enfants, euh... et bon, aux primo arrivants aussi, connaître son territoire, mais c'est surtout dans la construction de l'individu en lui-même. Comprendre d'où on vient pour, pour mieux savoir où on va en fait"</p>
<p><b>Monsieur H (musée du verre)</b></p>	<p>"Noir comme le charbon"</p> <p>"Alors que l'arrêt de la mine on le relie forcément au déclassement du carmausin. Voilà, donc c'est... [...] c'est déjà pas très positif, et en plus on a la double cicatrice, le dernier site d'extraction de, du charbon, la</p>		<p>"Mais ça nécessite forcément qu'on ait pris du recul. Je crois qu'aujourd'hui, c'est, c'est le bon moment, parce qu'un territoire peut être prêt en 2018, bon les mines sont fermées depuis un peu plus de vingt ans"</p>	<p>"Et qu'on a la capacité à se réinventer, à se renouveler, pas à partir de rien parce qu'on part jamais de rien, mais à partir de ce qui a constitué les racines vraiment du territoire"</p> <p>"si... on fait en sorte que ce patrimoine devienne un objet de fierté, quelque chose dont on est fier..."</p>	<p>"il fallait digérer quand même un passé, une histoire"</p>		<p>"C'est sûr que les obstacles sont peut-être les habitants eux-mêmes, les gens qui connaissent, qui sont d'ici. Qui perçoivent peut être tout ça comme pas vraiment positif ou nécessaire, voilà."</p>

	<p>découverte, euh... qui est vécu et perçu comme un échec, un gouffre financier, euh... toujours des images très négatives"</p> <p>"C'est très, l'image est très, est très dure du territoire. Elle est vraiment très mal perçue."</p>			<p>euh et alors là oui on peut, on peut soit se rappeler des origines, soit si on les connaît pas, de s'y intéresser"</p>			
<p><b>Madame N et Madame O (musée-mine)</b></p>	<p>"sur cette image qui a pu paraître négative à des gens qui venaient de l'extérieur, ou même qui a été ressentie par ici, c'est parce que les gens ils étaient en train de vivre leur histoire, et vivre une fin en fait c'est compliqué quoi"</p>		<p>"Je pense également que nous avons une vision très négative du territoire euh... et qu'il ne l'est plus forcément comme elle était, parce que les choses changent aussi les choses bougent "</p>	<p>"moi d'habitude je fini mes visites avec, en disant que ben en fait c'est mon histoire et mon identité"</p> <p>"les gens sont fortement attachés euh... à l'histoire de ce territoire, à ce qu'il a représenté, à ce qu'il a véhiculé comme image, je pense que certains le sont trop et qui du coup ils n'arrivent pas à avancer."</p>	<p>"Je me souviens des grandes grèves de Cramaux, enfin ça c'est quelque chose qui m'a marqué. Et donc c'est vrai que mon image moi gamine de Cramaux, c'est la lutte, mais parce que j'avais 10 ans."</p>	<p>"on savait tous qu'il y avait des mines à Carmaux et puis tous on avait des copines, des copains, leurs parents ils travaillaient à la mine, c'est évident, et là ça m'a interrogé parce que je me suis dit, des, des enfants d'ici ne savent pas. "</p> <p>"Mais pour eux la mine c'est quand même du passé en fait, cette mémoire minière elle a été mise en musée quoi en fait. "</p>	<p>"Elle a été un peu modifiée sur ce territoire parce que y a pas longtemps on a reçu ici au musée une école du territoire en fait, avec des enfants que je connais assez bien et euh, j'ai été assez surprise en fait, dans la classe y en avait certains qui savaient pas qu'il y avait des mines ici."</p>
<p><b>Monsieur L (trufficulteur)</b></p>						<p>"bon les jeunes ça les intéressent pas parce qu'ils ont autre chose à faire."</p>	

Thème 2	<b>Une attractivité territoriale relative, qui nécessite la mise en place d'actions de valorisation</b>			
Sous-thème	Une moyenne d'âge élevée et un manque d'implication de la population, signe d'une attractivité complexe		Un besoin de valorisation du territoire qui passe par une image vivante et innovante	
Sous-thème détaillé	Un vieillissement de la population et un besoin de renouveau	Un manque d'intérêt pour l'histoire du territoire de la part de certains habitants et des écoles	Une nécessité de montrer un territoire vivant, sans occulter le passé	De nombreux moyens d'attirer les jeunes et les visiteurs
<b>Monsieur C</b> (association patrimoine)	La population du territoire est vieillissante, mais ils ont vécu ce que La Cabano présente, donc ça les intéresse.	Ca dépend des jeunes et des écoles. Il y a une école qui est venue et qui a été filmée en train de redonner vie aux scènes, le personnel d'accompagnement était très impliqué, donc ça s'est très bien passé. Certaines autres écoles étaient moins préparées et moins intéressées.	« Le but c'est de faire parler de Tanus, c'est de faire découvrir, de montrer qu'on vit quoi. »	
<b>Madame M</b> (association patrimoine)	"Le problème, c'est que c'est que on est dans des milieux ruraux, où le vieillissement de la population se fait beaucoup."		"L'association là où elle est nécessaire, c'est de créer du lien entre les gens de la population"	"Moi je pense qu'au niveau de la communauté de communes, ce qu'il y aurait c'est d'attirer des jeunes et de, qu'ils peuvent faire du boulot et qui s'investissent dans la vie sociale."  "C'est ça qui est important, c'est tenir compte des gens du territoire et quels sont leurs besoins et leurs demandes. Moi je dis bon, faire venir des..., fin que des jeunes puissent venir vivre ici et tout ça, c'est vachement bien quoi. "

<b>Madame B</b> (association patrimoine)		« Les gens sont, fin les gens du local sont pas intéressés. Très peu de gens... Ils sont contents quand vous le faites, mais quand vous demandez du monde... »  « C'est pas eux qui vont s'investir à le faire ».	« C'est toujours pareil il faut qu'il y ait des gens qui accompagne, qui le fasse vivre. Voilà c'est ça ! Moi je pense qu'il faut faire vivre les choses. »	« On pourrait peut-être trouver un truc ludique, bon il faut le créer ».
<b>Monsieur G</b> (association et artisan)		"Portes ouvertes tout le monde peut venir nous voir mais bon, euh... même quand on fait venir, y a pas un engouement spécial de la part des gens"  "Carmaux tire un trait sur son passé, même les anciens mineurs, il y en a quelques-uns qui vont être intéressés mais c'est un intérêt du moment, puis après..."	"L'agriculture oui parce que y a un potentiel énorme aujourd'hui avec le bio, les gens sont, recherchent ça."  "Ce qui attire les gens c'est de voir un petit peu ces nouveaux savoir-faire, qui sont liés à la demande du moment. Parce que ça c'est porteur, ça veut dire que c'est créateur de... d'initiatives, de projets de... d'entreprise quelque part."	"il est évident que plus on mettra en avant les richesses du territoire, les côtés attractifs du territoire, mieux ça sera, ça c'est sûr [...] les personnes qui vont se déplacer à Carmaux, elles vont se déplacer pour la région. C'est la valorisation de la région, c'est ça qui va les intéresser"
<b>Monsieur D</b> (artisan)		"Euh... pendant un moment on faisait les écoles, surtout pour la journée du goût, on faisait les écoles. Après bon, c'est tombé un peu à l'eau. Les enseignants..., bon faut venir avec les gosses, ça pose des problèmes."	"Bon je sais bien qu'il faut vivre pas dans le passé, qu'il faut avancer, toujours avancer, mais bon on aurait, je pense, pu garder un peu plus de..., de mémoire de l'industrie de l'époque"  "Justement, de faire voir que y a pas que ni Jaurès, bon c'est vrai qu'il faut pas l'oublier, ni les mines, mais y a autre chose qui est resté et qui continue à faire vivre le territoire."	"Donc les gens retrouvent pas ce qu'ils cherchent de traditionnel, ce qui est important, la tradition."

<p><b>Madame E et Madame F (artisan)</b></p>	<p>"C'est pas mal des personnes âgées qui viennent."</p>	<p>"Mais y a plein de gens aussi, qui sont locaux, qui nous disent euh... fin on savait que c'était là mais on était jamais venu non plus, donc... Ils se disent même si c'est à côté on a un peu la flemme."</p>	<p>"le Musée aussi en lui-même c'est de la valorisation, du fait de retracer aussi l'histoire, de rappeler que voilà qu'il y a cette histoire, mais y a aussi ce qui se fait maintenant et de mettre ça en parallèle, ça montre que c'est toujours vivant"</p> <p>"d'avoir vraiment, un, un centre dédié, un centre vivant, dédié au design et à l'artisanat et à, à l'art. [...], ils jouaient sur ce côté-là vraiment contemporain, et pas du tout ce dire le patrimoine et la tradition, et du coup ça, fin, ça donnait un souffle nouveau pour moi, et c'est ce qui manque, en, en Europe. "</p>	<p>"Que ce soit connecté dans tous les sens du terme. Pas juste un, internet, mais... ce connecté, effectivement à ce qui... là où ça bouge, là où y a du dynamisme et... ouais..."</p>
<p><b>Monsieur K (agriculteur)</b></p>			<p>"il faut savoir ce qui se faisait avant et il faut regarder devant. Donc euh... il faut les deux quoi, fin c'est bien de... ouais c'est bien de voir ce qui, de savoir ce qui se faisait avant pour mieux voir ce qui peut se faire."</p>	<p>"Il faut toujours chercher à faire des choses différentes pour se démarquer, pour attirer."</p> <p>"plus on aura de chose à montrer, à voir différentes, plus ça fera venir du monde"</p>
<p><b>Monsieur J (viticulteur - élu)</b></p>	<p>"le vignoble vieillit, la pyramide des âges est dégradée. Fin dégradée, y a beaucoup de vieux, pas assez de jeunes."</p>	<p>"Ceux qui sont intéressés à mon avis ils savent, euh... Après y a un intérêt, y a un intérêt pour le manger local, mais, mais, mais j'ai l'impression que cet intérêt il reste quand même très théorique. "</p>	<p>"moi je crois qu'on a intérêt de sortir de l'histoire minière quoi. Euh... je crois que cette histoire-là, elle bloque l'émergence d'autres choses quoi"</p>	<p>"s'il y a des leviers, pour, pour, pour... euh activer ce côté ambassadeur là, pour le vignoble, comme pour la cathédrale ou, ou pour le musée de la mine, ça c'est des bonnes choses. Si on peut valoriser les gens qui se comportent en ambassadeurs il faut le faire."</p>

<p><b>Madame A (élu)</b></p>	<p>"Pour faire venir des gens d'ailleurs, des gens jeunes ! Parce que l'on veut c'est des gens jeunes tant qu'à faire. Parce que l'on veut c'est des gens jeunes tant qu'à faire. Pour l'instant ceux qui viennent dans notre territoire, c'est ceux qui sont attirés par le paysage, voilà ils arrivent à 60 ans, à la retraite, ils se disent j'ai 20 ans à peu près en forme. Ils se disent je vais me faire plaisir, je vais acheter une maison à la campagne, je vais vivre... je vais vivre 20 années, 10-15 années... Mais c'est pas de l'avenir 10-15 années ! "</p>	<p>"Sauf que les enseignants sont pas forcément originaires d'ici et qu'ils connaissent très peu notre territoire au final. Donc c'est difficile de parler de quelque chose qu'on ne connaît pas."</p>	<p>"Ce qui est passé c'est en fait, dans un musée, avec un savoir-faire scénographique qui, qui est quand même, qui le rend quand même vivant. Mais ça appartient au passé. Aujourd'hui y a quand même cette vision d'aller vers l'avant quoi, et de, de, de, de montrer notre territoire, non plus vers le passée, mais vers l'avenir"</p>	<p>"c'est dans la façon de présenter euh... voilà, de savoir faire des échaudés, le savoir-faire des échaudés, à la limite c'est savoir faire un gâteau. Ca a rien d'extraordinaire, c'est dans la façon dont tu le présente que tu le rends insolite"</p> <p>"Je pense que c'est du coup de trouver cette... cet insolite qui va nous différencier"</p>
<p><b>Monsieur H (musée du verre)</b></p>			<p>"pour donner une image innovante et extrêmement moderne et... et progressiste du territoire. Ce qu'elle a toujours été. "</p>	<p>"je crois qu'à la fin, la stratégie touristique c'est d'arriver à faire en sorte, que la destination soit identifiée comme "je vais rencontrer un mineur, un verrier, un paysan, et ils vont me raconter leur, comment ils ont construit, comment ils ont fait Jaurès, comment ils ont fait le territoire". Voilà, je crois que c'est ça qui va, intéresser et qui aura vraiment un effet levier d'un point de vue économique autour de la valorisation des patrimoines et du territoire voilà"</p>

<p><b>Madame N et Madame O (musée-mine)</b></p>		<p>"les gens ne connaissent pas toujours les entreprises qu'il y a sur le territoire [...] sauf que ça permet quand même de valoriser le territoire à une échelle plus importante"</p>	<p>"Mais il faut montrer aussi que le territoire vit. Et qu'il ne s'est pas arrêté. Il y a certes des bâtiments qui se sont arrêtés parce que leur gigantisme a fait qu'on a pas su quoi en faire, mais y a d'autres bâtiments qui ont été reconvertit et qui, et qui vivent."</p>	<p>"les gens recherchent ce qu'ils appellent du tourisme expérientiel. Donc on met ce qu'on veut derrière mais ça colle tout à fait effectivement avec cette, cette notion de visite, de créer sa propre expérience dans les galeries "</p> <p>"les gens quand ils repartent, ils ont vraiment l'impression fin, d'avoir touché du doigt, ben ce que c'était vraiment grâce au mineur et d'avoir quand même une connaissance un peu plus élargie et assez pédagogique en fait, de ce qu'était l'extraction minière."</p>
<p><b>Monsieur L (trufficulteur)</b></p>	<p>"C'est surtout des gens qui sont à la retraite ou qui vont prendre la retraite. C'est, c'est un milieu un peu âgé."</p>	<p>"Après bon... localement... disons que y a des gens encore ils savent pas qu'il y a de la truffe dans le Tarn"</p>	<p>"les cultures, les méthodes ont changées, et surtout dans la mesure, surtout pour les premières années, il faut arroser quand même. En fonction de son sol. Voilà. Ca a changé, dans le bon sens. Par l'expérience, c'est toujours pareil."</p>	

<p>Thème 3</p>	<p><b>La mise en valeur du patrimoine économique est intéressante, mais nécessite de nombreux moyens</b></p>	
<p>Sous-thème</p>	<p><b>Un patrimoine complexe à valoriser malgré des potentialités importantes</b></p>	<p><b>Une synergie des acteurs importante pour la valorisation du territoire et de son patrimoine</b></p>

Sous-thème détaillé	Un patrimoine lié aux activités économiques riche mais qui a connu des vicissitudes	Des productions, notamment agricoles, de qualité	Les visites et la vie d'entreprise : deux métiers différents	De nombreux freins en termes de moyens	Une nécessité de créer du lien entre les acteurs	Le rôle important de l'Office de tourisme et de la collectivité
<b>Monsieur C (association patrimoine)</b>	Beaucoup d'activités à Tanus qui ont disparue, de par la suppression des foires.	« En fait le veau du Ségala c'est quoi, c'est un, c'est un produit de qualité fait à une, à une échelle assez restreinte puisque c'est le Ségala, euh... C'est spécifique. C'est vraiment ce qu'ont voulu les agriculteurs pour s'en sortir. »		« Les gens, le manque de personnes, le manque de bénévoles. Ouais, ça c'est un frein »		

<p><b>Madame M</b> (association patrimoine)</p>	<p>"Non, les, les, pratiquement toutes les carrières ont été fermées"</p>			<p>"On a besoin de nouveau souffle"</p> <p>"C'est un problème d'engagement quoi, c'est surtout ça, un problème d'engagement. S'engager dans la, la vie de la cité [...] Donc il faut qu'on continue à avoir envie, même sans être d'accord, de participer à des trucs quoi. Et d'avancer sa petite vision et de dire on sait jamais, ça peut faire de la lumière, quoi à un moment. C'est compliqué, c'est compliqué, c'est long, ça prend du temps, faut de la disponibilité, faut de la générosité, faut..."</p>	<p>"Si on crée du lien, forcément il se passe des choses"</p> <p>"On est toujours moins con à plusieurs que tout seul"</p>	
<p><b>Madame B</b> (association patrimoine)</p>	<p>« Ici moi j'ai l'impression qu'on se réveille un peu tard pour conserver le patrimoine industriel et sur le Carmausin. »</p> <p>"Honnêtement j'ai pas assez de recul. Est-ce que ça risque de disparaître tout totalement ? Y a tellement de choses qui ont disparue."</p>			<p>"Je vais être claire, on se rend compte que financièrement on nous ferme les robinets à tout, donc ce patrimoine... "</p>		<p>« Il y a pas un endroit où vraiment on sentait, un endroit qui vous accueille pour vous expliquer tout ce que vous pouvez faire. Nous on pense que l'endroit doit être à l'ancien café des arts, c'est-à-dire ce qui est près de cette place Jean Jaurès qui est importante et pas avoir ce stationnement sur cette place Jean-Jaurès collé à cette statue. »</p>

<p><b>Monsieur G</b> (association et artisan)</p>	<p>"il reste plus grand-chose, pour ne pas dire il ne reste pratiquement plus rien, des vieux ateliers de, artisans qu'il y avait autrefois. Donc il perdure quelques vestiges d'outillages, mais bon qui est très sommaires et très peu explicatif. Par contre on a un patrimoine industriel, extrêmement important, même si aujourd'hui, la majorité a été détruit"</p>	<p>« L'agriculture oui parce que y a un potentiel énorme aujourd'hui avec le bio, les gens sont, recherchent ça. On est quand même une zone rurale nous, donc qui dit rural dit bio..., confort de vie, etc, etc... Donc ça oui, au niveau de l'artisanat non, on est pas... Les gens qui veulent s'installer à Carmaux, sur le Ségala Carmausin, qu'il y ait quelques artisans ça les intéressent, mais c'est pas le... C'est pas la raison première. Le bien vivre que..., qu'offre le Ségala Carmausin, ça c'est sur parce que tu..., tu as des villes qui sont pas trop loin, tu as du confort. Y a un savoir-vivre gastronomique qui est relativement intéressant »</p>	<p>"Oui mais nous, l'artisanat en lui-même n'a pas d'ouverture au public, ça apporte pas grand-chose, Si on prend par exemple un gars qui est maréchal-ferrant, qui ferre les chevaux ... voilà un métier ancestral et voilà un intérêt touristique."</p>	<p>"Le problème c'est que les villes comme Carmaux, y en a quelques-unes en France. Donc tout le monde aujourd'hui essaye de faire face, d'attirer des gens"</p> <p>" Dans le milieu rural, c'est beaucoup plus difficile, c'est beaucoup plus difficile. Parce que c'est lié à des budgets, c'est lié à des financements, il faut s'en rendre compte aussi. On sait très bien, que dès qu'on veut faire restaurer, ça coûte de l'argent"</p>	<p>"Tout le monde veut se l'attribuer, tout le monde se donne des droits, mais la réflexion collective elle y est pas, fin pour l'instant elle y est pas."</p>	<p>"Euh, c'est pareil ils disaient qu'il faudrait qu'on fédère tous ces groupes qui sont sur le patrimoine. Oui il faudrait le faire. Mais ça aujourd'hui il faut que ça soit, c'est au niveau d'une collectivité de le faire. Au niveau de l'associatif, on le fera pas [...] c'est un peu ce que fait l'Office de tourisme, mais bon pour mettre en place l'Office de tourisme c'est compliqué tu vois, ça fait des années qu'on essaye de le faire, ça prend du temps."</p>
---	---	--	---	---	--	--

<p><b>Monsieur D (artisan)</b></p>	<p>"Bon euh sur Carmaux quand moi j'ai repris en 84, on était quatre marchands d'échaudés, à fabriquer des échaudés hein. Bon maintenant on est plus que deux"</p> <p>"je trouve qu'on a pas assez gardé assez de choses de la mine d'ailleurs"</p>		<p>"Un peu plus puisqu'on n'est pas très nombreux donc... parce que quand même quand il y a une visite, ça coupe un peu le travail. Donc bon, c'est plus embêtant, faut le prévoir, bon..."</p> <p>"Et je pense que partout c'est pareil, fin dans toutes les entreprises, d'expliquer c'est pas un problème, mais ça prend quand même du temps."</p>		<p>"Je pense que tout fait partie de, de l'attractivité. Je veux dire, pour faire venir les gens, il faut que tout le monde y mette du sien. Nous euh, les autres, fin je veux dire c'est un tout, voilà, c'est un tout. Euh, oui, mais à notre petit niveau, voilà, mais plus on est de gens à faire des animations, mieux c'est, enfin je pense."</p>	
<p><b>Madame E et Madame F (artisan)</b></p>		<p>« C'est chercher l'excellence, après c'est renommé : a oui effectivement, a oui t'es allé à Carmaux faire ci et ça... »</p>	<p>"quand on a des gens qui viennent, parce qu'on a du mal à se concentrer effectivement, faut qu'on explique tout, donc oui là on est en train de faire ça, vite j'ai oublié de faire ça... Bref on arrive pas, fin on arrive, ça serait plus compliqué quoi. Beaucoup plus compliqué."</p> <p>"quand je suis concentrée sur une grosse pièce, je vais moins prendre le temps de valoriser mon métier " ; " je pense que les gens qui sont pas ouvert au public, c'est aussi ce côté-là, cette double casquette qui des fois est compliquée à, à</p>	<p>"Ouais des freins financiers je pense, clairement."</p>	<p>"Fédérer les gens aussi..."</p>	<p>"ouais une éducation à être plus, ben du coup de valorisation, de médiation, et ça je pense que nous on peut y faire quelque chose, mais y a aussi aux institutions et aux politiques à faire quelque chose."</p>

			mettre en place quoi."			
<b>Monsieur K (agriculteur)</b>	"étant à la limite avec l'Aveyron, c'est pas une critique hein, ils ont toujours été plus en avance que, que le Tarn sur plein de choses. Euh... au niveau agricole... "		"C'est que le temps que je le passe à faire ça, je suis pas à faire autre chose. Donc il nous faudrait arriver à trouver l'équilibre. Mais euh... un peu plus oui, c'est juste qu'on a pas le temps de s'en occuper pour le développer, tout simplement."	"ouais le manque de solidarité entre nous et le manque de temps. C'est le temps qui fait que... moi j'aimerais bien montrer, expliquer, à mon niveau à moi mais c'est le temps."	"Plus, ouais plus large et, et puis, y a l'agriculture, y a le tourisme fin... y a tout, faudrait que tout soit ensemble, lié "	
<b>Monsieur J (viticulteur - élu)</b>	"mais au départ il faudrait qu'il y ait des produits, et, et, et, aujourd'hui j'ai pas l'impression qu'on soit très riche, en, en offre de produit"  "on a pas de sites touristiques majeurs, on a des petits sites de qualités, mais un peu confidentiels quoi"			"Si y a un frein, c'est, c'est le manque de travail en réseau"	"si on veut communiquer il faut être structuré et il faut se mettre dans un cadre, dans un cadre collectif, et aujourd'hui ce que... L'impression que j'ai c'est que chacun, chacun vit un peu pour lui quoi."  "mettre des gens ensemble pour faire des trucs, ça me semble beaucoup plus efficace que tout le reste."	"le tourisme, l'économie et la culture, ça devrait pouvoir faire des trucs ensemble"

<p><b>Madame A (élu)</b></p>	<p>"Alors les actions que l'on... mène justement pour la valorisation des savoir-faire ou du patrimoine... elle est pas très riche à l'heure actuelle sur le territoire "</p>	<p>« Il faut savoir qu'on a de petites exploitations rurales qui font, qui sont dans l'agric..., ils ont pas forcément le label bio, mais ils ont... une agriculture on va dire raisonnée, et à petite échelle. Donc ils ont une qualité. Une très, très bonne qualité. Ca je pense que pour le savoir-faire agricole c'est essentiel. »</p> <p>« Voilà, alors moi c'est, en premier lieu donc c'est cette qualité, quand même cette qualité euh, je, cette qualité agricole essentiellement, parce que bon quand on parle de vignoble et quand on parle d'élevage c'est de l'agriculture. Mais sans oublier ces petites unités industrielles et de pointe qui font quand même... on ne le sait pas suffisamment. »</p>	<p>"Bon les personnes, dans leur entreprise, elles veulent pas des gens tous les jours non plus, voilà."</p>	<p>"C'est la dispersion. C'est la dispersion. Pour, pour... pour l'agriculture, pour valoriser les produits agricoles, c'est... c'est... c'est la diversité et l'étendue quoi. Celui qui fait du, de la chèvre, n'a aucun lien avec celui qui fait du mouton, et celui qui fait du mouton n'a aucun lien avec euh... le veau et la chèvre quoi voilà. "</p>	<p>"créer une synergie entre toutes ces nouvelles... ces, ces industries de pointes, c'est pas des industries c'est...C'est quand même du savoir-faire, c'est du savoir-faire industriel de pointe et de le mettre un peu plus en avant quoi. "</p>	<p>"Moi je sais pas, ça, c'est peut être un travail avec l'OT plutôt. "</p>
----------------------------------	---	---	--	---	---	---

<b>Monsieur H</b> <b>(musée du verre)</b>	<p>"Donc tout le paysage industriel carmausin, a été quand même assez gommé, et se fait, et s'est fait très discret [...] Donc le caché industriel du carmausin est caché. Il faut, il faut aller le chercher."</p>			<p>"bon conserver un patrimoine c'est bien, mais le valoriser ça implique quand même à un moment donnée, des moyens humains"</p>	<p>"mais tout ça c'est un grand mouvement politique global. C'est patrimonial, c'est culturel, c'est économique, euh... voilà, c'est vraiment un ensemble, voilà qui doit être travaillé dans, d'un point de vue, d'un ensemble."</p>	<p>"que le tourisme sert à ça, notamment, c'est quand même une liaison entre culture, économie, développement des territoires, aménagement des territoires"</p>
<b>Madame N et Madame O</b> <b>(musée-mine)</b>	<p>"J'ai vu un lavoir, donc pareil, qui a été abandonné, mais qui était, c'était une cathédrale industrielle extraordinaire. Euh et qui là pour le coup nous est en train de tomber, alors que ça pourrait faire partie, fin ça fait partie de notre histoire."</p>		<p>"je crois que c'est difficile pour les gens quand ils le vivent, de se rendre compte que ce qu'ils font est intéressant"</p>	<p>"effectivement que ça pourra être valorisé différemment, alors après c'est sûr il faut des moyens, il faut du personnel, il faut un ensemble de choses"</p>	<p>"Après moi, je, je pense qu'il serait intéressant qu'il y ait une... mise en synergie, de cela. Et que je trouve qu'il manque actuellement" ; "mettre en synergie les sites aussi pour que tout le monde travaille ensemble en fait"</p>	<p>"Là aujourd'hui je pense qu'un savoir-faire, dans un lieu, si par exemple c'est le nouvel office de tourisme qui peut en fait ben centraliser et après que les gens aillent sur les territoires" ; " Et je pense qu'à ce niveau-là l'office de tourisme à un rôle à jouer en tant que, mise en synergie"</p>
<b>Monsieur L</b> <b>(trufficulteur)</b>		<p>« chez nous y a pratiquement personne qui utilise des produits. Non, ça se fait, on travaille tous maintenant, manuellement ou mécanique. »</p>		<p>"Parce qu'attention, on ne vit pas de la truffe, c'est une passion, on en vit pas."</p>		

## Annexe G : inspirations et idées pour les fiches action

### Fiche action n°3 : gamme de produits 100 % locale

**Boutique de l'Office de tourisme du Cap Ferret<sup>116</sup>** : La boutique de l'Office de tourisme du Cap Ferret est pensée de manière à faire vivre une réelle expérience aux visiteurs. Les produits proposés sont de grande qualité et sont destinés aux touristes, mais également aux locaux.

**Inspiration pour les étiquettes des produits :**



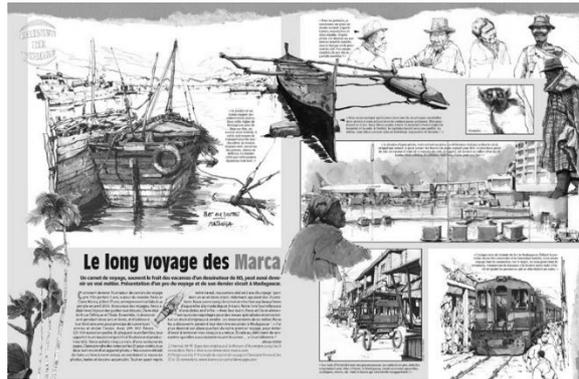
### Fiche action n°5 : créer une route des savoir-faire

**Site internet de *La Route des savoir-faire de Trièves*** : <https://www.savoirfairetrieves.fr/fr/>

**Brochure de *La route des savoir-faire de l'Oisans*** : <https://www.oisans.com/wp-content/uploads/2018/01/guide-rsf-2018.pdf>

---

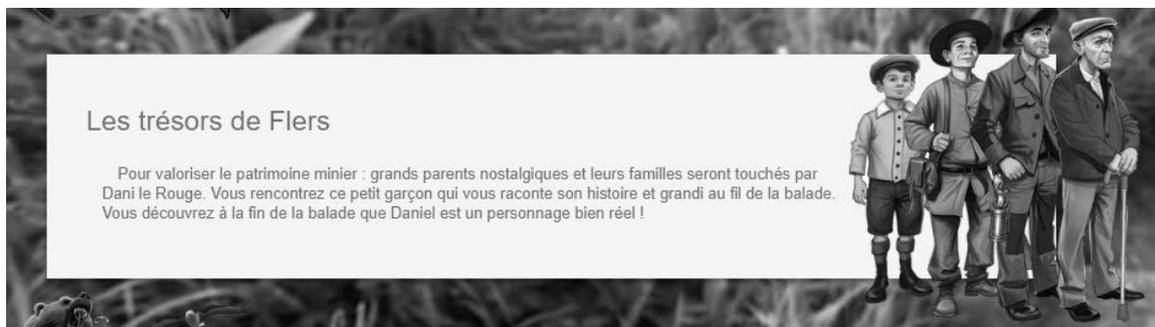
<sup>116</sup> <https://www.facebook.com/MazetteCapFerret/>



**Carnet de voyage :**

**Application mobile de découverte :** vidéo de présentation de *ExplorGames Le secret du réservoir* : <https://youtu.be/pWy6Dj3J6iE>

**Personnages développés pour l'application sur la mine :**



## Fiche action n°6 : offre de visites pour les individuels

L'Office de tourisme Saint-Geniez Campagnac dans l'Aveyron<sup>117</sup> met en place chaque été un programme d'animation en lien avec différents prestataires, appelé *F'Estivale du Lot à l'Aubrac*. Ces animations sont soit libres, soit guidées et souvent accompagnées par un animateur. Elles sont conçues pour la clientèle familiale et le programme varie chaque semaine, en gardant des rendez-vous récurrents. Ces animations rencontrent un grand succès et sont souvent complètes rapidement, surtout les visites de fermes. Le programme est présenté tous les lundis matin devant l'Office de tourisme, où un pot de bienvenue est proposé aux visiteurs. C'est également l'occasion de réserver pour certaines visites qui connaissent un engouement, comme la rencontre avec un éleveur, suivi du repas au buron, ou encore les animations traites et découverte des élevages.

<sup>117</sup> <https://www.facebook.com/pascaleotstgeniezdolt>

## Fiche action n°8 : ambassadeurs de territoire

### Initiative intéressante pour attirer de nouveaux arrivants grâce aux ambassadeurs :

La campagne Amène ton monde au Québec est une belle initiative pour attirer de nouveaux habitants sur le territoire: <http://www.marketing-territorial.org/2018/03/amene-ton-monde-une-belle-campagne-de-la-region-de-victoriaville-au-quebec.html>. Site créé spécialement pour la campagne : <http://bit.ly/2PldLZb>.

### Profil-type de l'ambassadeur de marque territoriale :

Une personne influente	Lorsqu'il prend la parole sur internet, sa famille, ses amis et son entourage professionnel réagissent.
Un créateur de contenus	Il crée des contenus sur la dynamique du territoire et n'hésite pas à relayer des informations et messages.
Une personne non rémunérée et positive	Il n'appartient pas à l'institution qui anime le Club des ambassadeurs et n'est pas rémunéré. Ses prises de parole vont dans le sens de l'intérêt du territoire.
Il dynamise le réseau	Il n'hésite pas à partager avec l'équipe de gestion du réseau ses retours d'expériences ou ceux qui lui parviennent.
Il fédère de l'attractivité	Il s'implique directement ou permet d'attirer dans le territoire de nouveaux projets d'investissement, des événements, entreprises, talents, acteurs culturels, touristes...
Un passionné du territoire	Qu'il y habite ou pas, il est fortement engagé en faveur du territoire dans ses actions personnelles, professionnelles ou associatives. Il fait remonter à l'équipe d'animation des opportunités de développement du territoire.
Il est porteur de la marque	Dans ses actions et outils de communication, il n'hésite pas à utiliser la marque territoriale pour faire connaître et valoriser le territoire.
Il est engagé dans la vie du Club	Il partage les valeurs de la marque et participe aux actions d'animation mises en place. Il contribue au recrutement de nouveaux ambassadeurs qualifiés.
Il s'implique durablement	Il s'implique durablement dans la vie du club et ses actions en faveur de la marque territoriale montent en compétence et efficacité.

Vincent Gollain, 2016<sup>118</sup>

<sup>118</sup> Gollain Vincent. *Les 9 caractéristiques des Ambassadeurs de territoires* [en ligne]. Disponible sur <http://www.marketing-territorial.org/2016/06/les-9-caracteristiques-des-ambassadeurs-de-territoires.html>. (Consulté le 23-07-2018)

## Fiche action n°11 : animations auprès du jeune public

**Brochure des activités pour les groupes scolaires de l'Office de tourisme de Béthune**

**Bruay** : <http://bit.ly/tourisme-bethune>

**Brochure des activités pour les groupes scolaires de l'Office de tourisme de Roubaix :**

<https://fr.calameo.com/read/0033219413f086f1f08e3>

**Animations ludiques (Office de Tourisme de Grenoble)** : <http://bit.ly/tourisme-grenoble>

# Table des figures

---

<b>Figure 1</b> : étapes du travail de recherche	p.10
<b>Figure 2</b> : caractéristiques des métiers d'art	p.15
<b>Figure 3</b> : critères de définition de l'artisanat	p.16
<b>Figure 4</b> : les entreprises artisanales selon leur secteur d'activité	p.17
<b>Figure 5</b> : poids en valeur ajoutée de l'industrie manufacturière en France	p.24
<b>Figure 6</b> : évolution des exploitations agricoles selon l'orientation économique	p.28
<b>Figure 7</b> : les formes d'innovation dans l'entreprise	p.35
<b>Figure 8</b> : les patrimoines en lien avec les savoir-faire productifs	p.45
<b>Figure 9</b> : les classes sociales selon Marx et Weber	p.53
<b>Figure 10</b> : distinction entre tourisme rural, agrotourisme et tourisme à la ferme	p.60
<b>Figure 11</b> : les formes de tourisme liées à la découverte des activités humaines	p.62
<b>Figure 12</b> : les facteurs d'attractivité territoriale selon les acteurs	p.65
<b>Figure 13</b> : le Modèle touristique régional	p.70
<b>Figure 14</b> : les 8 leviers d'un « bon » marketing territorial	p.73
<b>Figure 15</b> : la démarche du marketing territorial	p.74
<b>Figure 16</b> : le marketing territorial adapté aux petites villes	p.76
<b>Figure 18</b> : les étapes de la patrimonialisation	p.80
<b>Figure 19</b> : la situation géographique du territoire d'étude	p.88
<b>Figure 20</b> : le bassin houiller de Carmaux	p.90
<b>Figure 21</b> : les vestiges du lavoir à charbon	p.91
<b>Figure 22</b> : répartition des établissements par secteurs d'activités	p.97
<b>Figure 23</b> : la création de la Communauté de communes Carmausin-Ségala	p.102
<b>Figure 24</b> : les communes composant la Communauté de communes	p.102
<b>Figure 25</b> : organigramme des services de la Communauté de communes	p.107
<b>Figure 26</b> : le château de la famille De Solages	p.110
<b>Figure 27</b> : le domaine de la verrerie aujourd'hui	p.110

<b>Figure 28</b> : chronologie de l’histoire du Musée/Centre d’art du verre	p.111
<b>Figure 29</b> : évolution annuelle de la fréquentation totale du MCDAV	p.114
<b>Figure 30</b> : chronologie de la création de l’Office de tourisme du Ségala tarnais	p.116
<b>Figure 31</b> : organigramme de l’Office de tourisme du Ségala tarnais	p.118
<b>Figure 32</b> : la nouvelle muséographie du MCDAV	p.121
<b>Figure 33</b> : étapes de réalisation de la mission de stage	p.125
<b>Figure 34</b> : première étape de l’étude : la collecte d’informations	p.126
<b>Figure 35</b> : extrait du répertoire des savoir-faire	p.127
<b>Figure 36</b> : extrait du répertoire des entreprises	p.128
<b>Figure 37</b> : méthodologie de l’enquête qualitative	p.138
<b>Figure 38</b> : la roue de l’expérientiel	p.148
<b>Figure 39</b> : le tourisme de savoir-faire et les attentes des touristes	p.149
<b>Figure 40</b> : seconde étape de l’étude : l’analyse des données et le diagnostic	p.156
<b>Figure 41</b> : carte des ressources patrimoniales de la 3CS	p.157
<b>Figure 42</b> : les mots-clés de l’étude qualitative	p.170
<b>Figure 43</b> : les axes de développement révélés après le diagnostic	p.175
<b>Figure 44</b> : synthèse de l’état des lieux et diagnostic	p.176
<b>Figure 45</b> : troisième étape de l’étude : le projet de valorisation	p.177
<b>Figure 46</b> : carte mentale pour construire le positionnement	p.183
<b>Figure 47</b> : les labels de valorisation du patrimoine et des savoir-faire	p.195
<b>Figure 48</b> : synthèse du plan d’action	p.233
<b>Figure 49</b> : synthèse globale de l’étude	p.235
<b>Figure 50</b> : cheminement de la recherche	p.237

# Table des tableaux

---

<b>Tableau 1</b> : les secteurs de l'industrie manufacturière	p.22
<b>Tableau 2</b> : synthèse des Révolutions industrielles depuis 1750	p.34
<b>Tableau 3</b> : la quatrième révolution industrielle	p.36
<b>Tableau 4</b> : la protection de la propriété par l'INPI	p.48
<b>Tableau 5</b> : les labels de valorisation des activités économiques	p.49
<b>Tableau 6</b> : les dimensions du tourisme industriel	p.57
<b>Tableau 7</b> : les composantes de l'attractivité résidentielle	p.66
<b>Tableau 8</b> : les facteurs de succès transférables	p.83
<b>Tableau 9</b> : catégories socioprofessionnelles du territoire selon l'âge	p.98
<b>Tableau 10</b> : l'enseignement dans le Carmausin-Ségala	p.99
<b>Tableau 11</b> : organigramme du Musée/Centre d'art du verre	p.115
<b>Tableau 12</b> : les associations de valorisation du patrimoine	p.134
<b>Tableau 13</b> : les fêtes et événements en lien avec les savoir-faire	p.135
<b>Tableau 14</b> : les acteurs interrogés pour l'enquête qualitative	p.144
<b>Tableau 15</b> : les atouts des départements étudiés lors de l'état des lieux externe	p.159
<b>Tableau 16</b> : le diagnostic interne au territoire	p.171
<b>Tableau 17</b> : le diagnostic externe au territoire	p.172
<b>Tableau 18</b> : les savoir-faire forts du territoire	p.179
<b>Tableau 19</b> : les cibles du projet de valorisation des savoir-faire	p.180
<b>Tableau 20</b> : plan d'action détaillé	p.186
<b>Tableau 21</b> : l'intégration du plan d'action dans la création du label territorial	p.189
<b>Tableau 22</b> : budget et planification des actions	p.232

# Table des matières

<b>Introduction .....</b>	<b>8</b>
<b>Partie 1 : Les savoir-faire artisanaux, industriels et agricoles : un patrimoine complexe, contemporain et attractif .....</b>	<b>11</b>
<i>Introduction de la partie 1 :.....</i>	<i>12</i>
<i>Chapitre 1 : Des activités économiques qui entretiennent une relation forte avec le temps.....</i>	<i>13</i>
1. L'artisanat : une activité de proximité aux multiples facettes .....	13
<b>1.1 Une définition complexe, multidimensionnelle.....</b>	<b>13</b>
1.1.1 Une délimitation socioprofessionnelle selon différents critères .....	13
1.1.2 Entre artisanat et artistes : les métiers d'art.....	14
1.1.3 Les artisans : maillon essentiel du secteur des métiers .....	15
<b>1.2 Un secteur d'activité très présent en France .....</b>	<b>17</b>
1.2.1 L'artisanat d'art : des chiffres à part .....	17
1.2.2 Des produits adaptés à la consommation des Français .....	18
<b>1.3 L'artisanat en proie à de nombreux défis.....</b>	<b>19</b>
1.3.1 Un manque d'attractivité dû à une image dévalorisée .....	19
1.3.2 Trouver des repreneurs : un défi pour certains artisans .....	20
1.3.3 Une forte concurrence à gérer .....	20
2. L'industrie : une production de masse en difficulté .....	21
<b>2.1 Un secteur d'activité qui englobe de nombreux domaines .....</b>	<b>21</b>
2.1.1 Une approche statistique grâce aux nomenclatures .....	21
2.1.2 Des modes de production à plus grande échelle.....	22
<b>2.2 Des secteurs industriels non homogènes en France .....</b>	<b>23</b>
2.2.1 L'industrie extractive .....	23
2.2.2 L'industrie manufacturière .....	24
<b>2.3 L'industrie française en équilibre précaire ? .....</b>	<b>24</b>
3. L'agriculture : le travail de la terre en perpétuelle mutation .....	26
<b>3.1 Des productions multiples de culture et d'élevage.....</b>	<b>26</b>
3.1.1 Les nomenclatures pour définir les activités agricoles .....	26
3.1.2 Des modes de productions répondant aux préoccupations écologiques .....	27
<b>3.2 Un secteur essentiel, mais en baisse constante.....</b>	<b>28</b>
<b>3.3 Une image à double facette .....</b>	<b>29</b>
3.3.1 Un secteur populaire qui a besoin d'aide.....	29
3.3.2 Des phénomènes sociétaux qui dénoncent les pratiques agricoles .....	30
4. Des activités économiques tiraillées entre passé et présent.....	31
<b>4.1 Des activités fortement marquées par l'histoire passée.....</b>	<b>31</b>
4.1.1 L'agriculture, aux prémices de l'évolution de l'humanité.....	31
4.1.2 Les artisans : bâtisseurs du passé .....	32
4.1.3 Une histoire plus récente de l'industrie .....	33

<b>4.2 Des activités actuelles, tournées vers l'avenir .....</b>	<b>34</b>
4.2.1 Retour sur le concept d'innovation .....	35
4.2.2 L'innovation en agriculture : un retour vers le passé ?.....	35
4.2.3 Le numérique : la quatrième révolution industrielle ?.....	36
4.2.4 L'artisanat innove en se rapprochant de l'art .....	37
<b>4.3 Le point commun entre ces trois activités : la maîtrise de savoir-faire.....</b>	<b>38</b>

***Chapitre 2 : Les savoir-faire liés à une activité économique : un patrimoine multidimensionnel .....*** **40**

<b>1. Un patrimoine aux multiples facettes .....</b>	<b>40</b>
<b>1.1 Les savoir-faire, partie intégrante du patrimoine culturel immatériel .....</b>	<b>40</b>
1.1.1 La notion de patrimoine selon l'UNESCO.....	40
1.1.2 Un patrimoine récemment reconnu : le patrimoine culturel immatériel .....	41
1.1.3 Les savoir-faire : un patrimoine immatériel .....	42
<b>1.2 Un lien avec d'autres formes de patrimoine.....</b>	<b>43</b>
1.2.1 Un patrimoine industriel et technique .....	43
1.2.2 Un patrimoine matériel, agricole ou paysager.....	44
1.2.3 La reconnexion de toutes ces formes de patrimoine.....	46
<b>1.3 La complexe préservation de ce patrimoine.....</b>	<b>46</b>
1.3.1 Le classement du patrimoine par l'UNESCO.....	47
1.3.2 La protection légale de la propriété.....	48
1.3.3 Des labels pour valoriser les savoir-faire .....	49
<b>2. Le patrimoine immatériel, indissociable de la culture et des Hommes .....</b>	<b>50</b>
<b>2.1 La culture : un objet d'étude aux multiples aspects .....</b>	<b>50</b>
2.1.1 La culture : une question récurrente toujours sans réponse .....	51
2.1.2 Les classes sociales : des groupes particuliers qui partagent une culture commune ?.....	52
2.1.3 L'identité culturelle.....	53
<b>2.2 Une relation forte entre culture, appartenance territoriale et patrimoine .....</b>	<b>54</b>
2.2.1 Le patrimoine indissociable de la culture et de l'identité .....	54
2.2.2 L'identité territoriale .....	55
<b>3. La valorisation touristique des savoir-faire productifs .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1 La visite d'entreprise : un moyen de découvrir les savoir-faire .....</b>	<b>56</b>
3.1.1 Le tourisme de découverte économique .....	56
3.1.2 L'ouverture au public des entreprises en activité .....	57
3.1.3 Le tourisme de mémoire pour les sites industriels.....	58
<b>3.2 D'autres formes de tourisme qui valorisent les savoir-faire .....</b>	<b>59</b>
3.2.1 L'agrotourisme et le tourisme à la ferme .....	60
3.2.2 La tourisme créatif .....	61
3.2.3 Le tourisme culturel : ombrelle de ces formes de tourisme.....	61

***Chapitre 3 : L'attractivité territoriale et touristique grâce à la valorisation du patrimoine .....*** **63**

<b>1. L'attractivité : la recherche de tout territoire .....</b>	<b>63</b>
<b>1.1 Un espace bien défini : le territoire .....</b>	<b>63</b>
<b>1.2 Les caractéristiques de l'attractivité territoriale .....</b>	<b>64</b>

1.2.1 L'attractivité des territoires auprès de différents acteurs.....	64
1.2.2 Les facteurs d'attraction des acteurs.....	64
<b>1.3 Les spécificités des territoires ruraux .....</b>	<b>68</b>
<b>1.4 Les touristes : des résidents temporaires tout aussi importants .....</b>	<b>69</b>
2. Les outils et stratégies de l'attractivité territoriale .....	70
<b>2.1 Le marketing territorial : difficile adaptation des concepts économiques .....</b>	<b>71</b>
<b>2.2 La démarche stratégique du marketing territorial.....</b>	<b>72</b>
2.2.1 Les étapes de la démarche marketing.....	72
2.2.2 Les nouvelles pratiques du marketing territorial .....	74
2.2.3 Le marketing territorial pour les petites villes.....	75
<b>2.3 Les marques territoriales : l'outil par excellence du marketing territorial.....</b>	<b>76</b>
3. La valorisation des savoir-faire et des patrimoines productifs : un atout pour le développement local.....	77
<b>3.1 Le développement local, basé sur les spécificités des territoires.....</b>	<b>77</b>
<b>3.2 Les ressources territoriales : élément central du développement local .....</b>	<b>79</b>
3.2.1 Les ressources territoriales liées à un patrimoine .....	79
3.2.2 La valorisation des ressources révélées .....	81
<b>3.3 Les savoir-faire comme ressource territoriale et acteur du développement touristique .....</b>	<b>82</b>
<b><i>Conclusion de la partie 1 : .....</i></b>	<b>84</b>
<b>Partie 2 : Le Carmausin-Ségala : un territoire riche de ses savoir-faire.....</b>	<b>86</b>
<b><i>Introduction de la partie 2 : .....</i></b>	<b>87</b>
<b><i>Chapitre 1 : Le Carmausin-Ségala, marqué par un passé économique important .....</i></b>	<b>88</b>
1. La Communauté de communes Carmausin-Ségala : une histoire économique qui a forgé son identité.....	88
<b>1.1 Une histoire industrielle, minière et verrière .....</b>	<b>89</b>
1.1.1 Les mines de charbon.....	89
1.1.2 La verrerie royale .....	91
<b>1.2 Un artisanat traditionnel et rural.....</b>	<b>92</b>
<b>1.3 Une agriculture pauvre, mais qui s'est adaptée .....</b>	<b>93</b>
<b>1.4 Une histoire d'Hommes.....</b>	<b>93</b>
2. Un territoire rural, mais avec des activités industrielles encore fortes .....	95
<b>2.1 Les activités économiques du territoire .....</b>	<b>95</b>
2.1.1 Une agriculture riche et de qualité .....	95
2.1.2 L'industrie toujours présente malgré son déclin.....	96
2.1.3 L'emploi marqué par l'industrie et un fort taux de chômage .....	97
<b>2.2 Les habitants du territoire et les services qui leur sont apportés .....</b>	<b>98</b>
2.2.1 Des retraités très présents.....	98
2.2.2 La formation sur le territoire .....	99
2.2.3 Les équipements culturels et de loisirs.....	99
3. La Communauté de communes Carmausin-Ségala, une collectivité résultant des réformes territoriales.....	100
<b>3.1 Un Etablissement public de coopération intercommunale.....</b>	<b>100</b>

<b>3.2 La Communauté de communes Carmausin-Ségala</b> .....	<b>101</b>
3.2.1 Le processus de création de la Communauté de communes Carmausin-Ségala.....	101
3.2.2 L'organisation de la collectivité.....	103
3.2.3 Les actions de la 3CS et son financement.....	103
<b>3.3 Deux services en régie directe : l'Office de tourisme de territoire et le Musée/Centre d'art du verre</b> .....	<b>105</b>
3.3.1 La régie directe pour les Offices de tourisme.....	105
3.3.2 La régie directe pour les musées.....	105
<b>Chapitre 2 : Deux structures culturelles et touristiques en mutation</b> .....	<b>109</b>
1. Le Musée/Centre d'art du verre : un musée contemporain basé sur l'histoire économique du territoire.....	109
<b>1.1 Le domaine de la verrerie</b> .....	<b>109</b>
1.1.1 Un site multifonctions qui a connu de nombreux changements.....	109
1.1.2 L'évolution du musée dans le temps.....	111
<b>1.2 Le Musée/Centre d'art du verre : un équipement culturel complet</b> .....	<b>112</b>
1.2.1 Un site, trois fonctions.....	112
1.2.2 Le fonctionnement du Musée/Centre d'art du verre.....	114
2. L'Office de tourisme du Ségala tarnais.....	116
<b>2.1 Une structure récente qui s'organise</b> .....	<b>116</b>
2.1.1 Les missions de l'Office de tourisme.....	117
2.1.2 Le fonctionnement de l'Office de tourisme.....	117
<b>2.2 Le tourisme sur le territoire : un tourisme de proximité marqué par la nature</b> .....	<b>118</b>
2.2.1 Des visiteurs de proximité.....	118
2.2.2 L'atout du territoire : la nature.....	119
3. Une étude sur la valorisation des savoir-faire qui fait écho à la restructuration des deux régions.....	119
<b>3.1 Le nouveau projet scientifique et culturel 2017-2022 du musée</b> .....	<b>120</b>
3.1.1 Les raisons du projet de restructuration.....	120
3.1.2 Les axes de développement du musée.....	121
<b>3.2 L'étude stratégique et les changements de l'office de tourisme</b> .....	<b>122</b>
3.2.1 Les premiers résultats de l'étude stratégique.....	123
3.2.2 Un changement de lieu pour une plus grande cohérence.....	123
<b>3.3 Une réflexion autour de la valorisation des savoir-faire</b> .....	<b>124</b>
<b>Chapitre 3 : Un état des lieux pour comprendre les enjeux du territoire</b> .....	<b>126</b>
1. Un état des lieux des savoir-faire du territoire.....	126
<b>1.1 Le répertoire des savoir-faire : un recensement des pratiques passées et présentes</b> .....	<b>127</b>
<b>1.2 Les principaux sites patrimoniaux industriels, artisanaux et agricoles</b> .....	<b>129</b>
1.2.1 Le Musée-mine départemental : la mémoire du passé industriel.....	129
1.2.2 Cap'Découverte : un site patrimonial important en difficulté.....	131
1.2.3 Le petit patrimoine : d'autres vestiges des savoir-faire.....	132
<b>1.3 Des initiatives de valorisation du passé économique du territoire</b> .....	<b>132</b>
1.3.1 Des initiatives de la part des acteurs du territoire.....	133
1.3.2 Les fêtes et événements qui valorisent les métiers du territoire.....	135

2. La rencontre avec les acteurs du territoire grâce à l'enquête qualitative .....	137
2.1 La méthodologie d'enquête.....	137
2.2 Les grandes thématiques abordées lors des entretiens .....	138
2.3 Des acteurs aux statuts variés.....	142
3. L'étude externe au territoire .....	146
3.1 Le tourisme de savoir-faire : une forme de tourisme qui correspond aux attentes des touristes.....	146
3.1.1 Les nouvelles pratiques touristiques.....	146
3.1.2 Le tourisme expérientiel.....	147
3.1.3 Le tourisme lié aux savoir-faire : une réponse à ces nouvelles attentes ?.....	148
3.2 Une comparaison avec les territoires proches .....	150
3.3 Des politiques nationales et régionales portant sur les savoir-faire.....	150
3.3.1 Un pôle d'excellence touristique à l'initiative de l'État .....	151
3.3.2 La région Occitanie veut renforcer les savoir-faire .....	151
<b>Conclusion de la partie 2 : .....</b>	<b>153</b>
<b>Partie 3 : Un plan stratégique pour valoriser les savoir-faire du Carmausin-Ségala ....</b>	<b>154</b>
<b>Introduction de la partie 3 : .....</b>	<b>155</b>
<b>Chapitre 1 : L'élaboration d'un diagnostic basé sur l'analyse de l'état des lieux et des entretiens.....</b>	<b>156</b>
1. .... Des opportunités de valorisation des savoir-faire, malgré des potentialités non exploitées .....	156
1.1 Un territoire devant faire face à de nombreuses difficultés, mais qui possède des potentialités .....	156
1.2 Un environnement concurrentiel plutôt favorable .....	158
1.2.1 Des savoir-faire non spécifiques .....	158
1.2.2 Des actions de valorisation éparses .....	159
1.2.3 Un tourisme qui doit se démarquer .....	160
2. La parole des acteurs du territoire révélatrice de ses problématiques .....	160
2.1 Population locale et territoire : une relation complexe, encore d'actualité.....	161
2.1.1 Une image du territoire très divisée.....	161
2.1.2 Un patrimoine passé important pour la population, en lien avec son identité .....	162
2.1.3 Une partie de la population moins attachée à l'histoire et au patrimoine du territoire .....	163
2.2 Une attractivité territoriale relative, qui nécessite la mise en place d'actions de valorisation .....	164
2.2.1 Un manque d'attractivité du territoire renforcé par une méconnaissance de ses ressources.....	164
2.2.2 Montrer que le territoire est vivant : un moyen de changer son image .....	165
2.3 La mise en valeur du patrimoine économique est intéressante, mais nécessite de nombreux moyens .....	167
2.3.1 Un patrimoine complexe à valoriser, malgré des potentialités importantes .....	167
2.3.2 Une synergie des acteurs aujourd'hui nécessaire .....	169
3. Un diagnostic de territoire plutôt favorable à la valorisation des savoir-faire.....	170
3.1 Des points à améliorer et de nombreuses forces .....	170
3.2 Un environnement opportun mais avec quelques menaces.....	172
<b>Chapitre 2 : La mise en place d'un plan stratégique pour améliorer l'attractivité du territoire grâce aux savoir-faire .....</b>	<b>177</b>

1. Un projet de valorisation basé sur les métiers et les Hommes qui construisent le Carmausin-Ségala .....	177
1.1 Les questions préalables à la formulation du projet.....	178
1.2 Le projet de valorisation : faire le lien entre les savoir-faire et les Hommes qui les détiennent .....	180
1.2.1 Les cibles visées.....	180
1.2.2 Les missions.....	181
1.2.3 L'âme du projet .....	181
1.3 L'élaboration d'un plan d'action pour mettre en œuvre le positionnement.....	185
2- Structurer le plan stratégique autour d'une action forte : la création d'un label territorial	188
2.1 Un label pour répondre au projet de valorisation .....	188
2.2 Le label territoriale : la première action à mettre en place.....	190
<b>Chapitre 3 : des actions permettant de répondre aux missions fixées dans le plan stratégique.....</b>	<b>197</b>
1. Fédérer les acteurs autour d'un projet commun, susceptible d'apporter du développement .....	197
1.1 Associer les acteurs autour d'un réseau commun et solide .....	197
1.2 Favoriser la consommation des productions locales grâce à des partenariats entre acteurs .....	200
2. Valoriser les savoir-faire pour attirer les touristes et changer l'image du territoire .....	203
2.1 Faire des savoir-faire l'élément central de la communication du territoire .....	203
2.2 Développer une offre d'animations pour attirer les touristes, notamment les familles et les touristes d'affaires, grâce à la thématique des savoir-faire.....	211
3. Favoriser la connaissance des savoir-faire auprès de la population locale afin qu'elle puisse renouer avec l'identité du territoire .....	216
3.1 Développer des actions pour impliquer la population locale et faire connaître les savoir-faire aux nouveaux habitants .....	217
3.2 Mener des actions auprès du public scolaire et des jeunes.....	221
4. Des actions transversales aux différentes missions .....	225
5. La programmation du plan stratégique.....	231
<i>Conclusion de la partie 3 : .....</i>	<i>234</i>
<b>Conclusion .....</b>	<b>236</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>239</b>
<b>Table des annexes .....</b>	<b>2471</b>
<b>Table des figures .....</b>	<b>471</b>
<b>Table des tableaux .....</b>	<b>473</b>

## Résumé

La découverte des savoir-faire, qu'ils soient issus d'une activité industrielle, artisanale ou agricole, intéresse de plus en plus les visiteurs en quête d'expérience et d'activités insolites. Le tourisme de savoir-faire est un moyen de mettre en avant un patrimoine riche aux multiples formes, ancien, mais qui est toujours vivant et d'actualité, fortement lié aux populations locales. La Communauté de communes Carmausin-Ségala possède une histoire importante attachée à son passé économique (mine, industrie verrière, agriculture). Cependant, l'arrêt de l'exploitation des mines et le déclin qui en a suivi a fortement impacté l'image du territoire : les habitants sont les premiers à en avoir une représentation très dure. Cette complexité est accentuée par un manque de notoriété et d'image clairement définie de la destination. La collectivité a donc souhaité engager un travail sur la place de son patrimoine artisanal, industriel et agricole. Elle veut évaluer l'opportunité de développer le tourisme de savoir-faire et surtout voir de quelle manière le territoire pourrait se démarquer et avoir une image forte et identifiable grâce à ce patrimoine. Ce travail de recherche a donc eu pour but de voir comment les savoir-faire peuvent devenir un élément d'attractivité territoriale et touristique fort.

### Mots clés :

Savoir-faire – Attractivité territoriale – Tourisme de découverte économique – Développement rural – Population locale – Valorisation du patrimoine

## Summary

Tourists, who are looking for unusual activities or a unique experience, are more and more interested in the discovery of expertise related to an industrial activity, a hand-crafted activity or an agricultural activity. This form of tourism is a way to highlight a rich and multiform heritage, which might be old but which is still alive and more newsworthy than ever, strongly connected to local communities. The *Communauté de communes Carmausin-Ségala* has a rich history linked to its economic past (mine, glass industry, agriculture). However, the cessation of mining and the decline which followed strongly impacted the image of the territory: inhabitants are the first to have a very negative representation of the territory and they are the first to be hard on their land. This complexity is stressed by a lack of renown and the image of the destination which is not clearly defined. The community has started a work on the place of its hand-crafted, industrial and agricultural heritage. They want to consider the opportunity of developing this form of tourism, and they especially want to see how this form of tourism can distinguish itself from other forms and how it can get a strong and identifiable image, thanks to this heritage. This research work aims to see how craftsmanship can improve both territorial attractiveness and tourist attractiveness.

### Key words:

Craftmanship – Territorial attractiveness – Industrial tourism – Rural development – Local community – Heritage