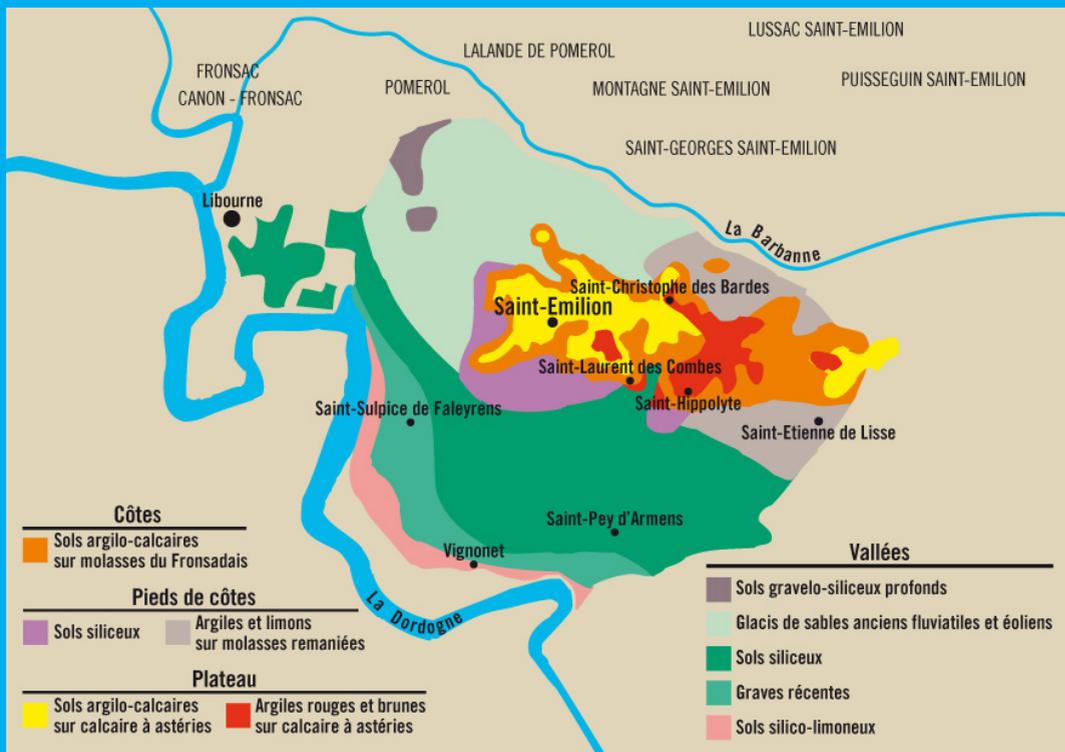




Quel rôle pour un paysage culturel UNESCO ?

Le terrain :
La Jurisdiction de Saint-Émilion
inscrite au patrimoine mondial
de l'humanité en 1999



Le territoire

Pays : France

Département de la Gironde (Bordeaux)

Région Aquitaine

Juridiction de Saint-Émilion
(8 villages dont la Cité médiévale)

UNESCO – Date d’inscription : 1999

Critères : (iii)(iv)

Superficie du bien inscrit : 7.800 ha

Vignobles : 5.400 ha

6.000 habitants – 800 viticulteurs



Quelle est la problématique ?

- Ce territoire vit un moment et un changement inégalés. Une transition économique, sociologique qui questionnent son identité culturelle.
- Quelle est l'histoire de Saint-Émilion ? Pourquoi cette histoire est originale et unique ? Quelles en sont les clés mais aussi les handicaps pour faire face à ce changement de paradigme ?



Un paysage culturel évolutif ?

Il résulte d'une exigence à l'origine sociale, économique, administrative et/ou religieuse et atteint sa forme actuelle par association et en réponse à son environnement naturel.

Ces paysages reflètent ce processus évolutif dans leur forme et leur composition. (source UNESCO)



Un paysage évolutif vivant ?

Un paysage qui conserve un rôle social actif dans la société contemporaine étroitement associé au mode de vie traditionnel et dans lequel le processus évolutif continue. En même temps, il montre des preuves manifestes de son évolution au cours des temps. (source UNESCO)



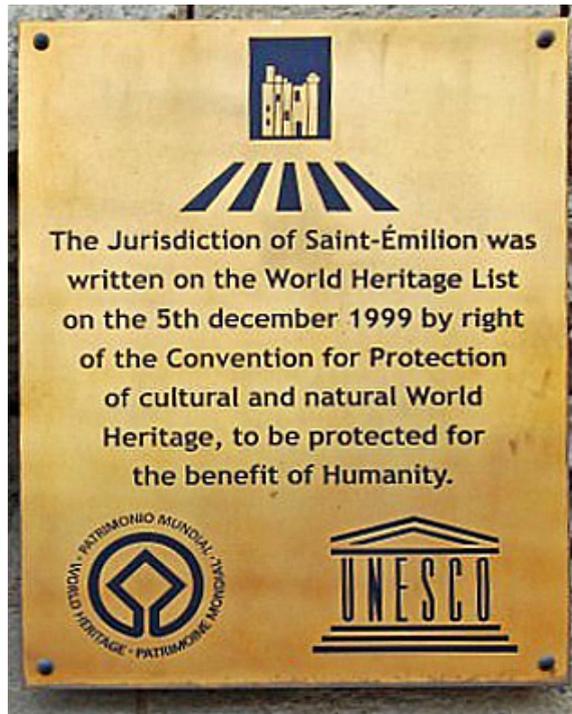
Critères d'inscription

Critère (iii) : La Juridiction de Saint-Emilion est un exemple remarquable d'un paysage viticole historique qui a survécu intact et est en activité de nos jours. (source UNESCO)



Critères d'inscription

Critère (iv) : La Juridiction historique de Saint-Émilion illustre de manière exceptionnelle la culture intensive de la vigne à vin dans une région délimitée avec précision. (source UNESCO)



UNESCO première génération (1999)

État des lieux à Saint-Émilion (1)

- 1.000.000 de visiteurs, majoritairement dispersés sur la cité médiévale au détriment du vignoble inscrit.
- L'inscription UNESCO a eu peu ou pas d'effet sur la fréquentation touristique et sur le secteur viticole (la notoriété de la « marque » Saint-Émilion a précédé l'inscription UNESCO et elle lui est supérieure en matière d'attractivité).
- L'attractivité de la Jurisdiction de Saint-Émilion n'a pas de rapport avec la situation sociale du territoire (la population décroît, les commerces de proximité ferment, le commerce touristique prend la (leur) place, la muséification de la cité est une réalité).



UNESCO première génération (1999)

État des lieux à Saint-Émilion (2)

Qu'en est-il de sa relation au paysage ?

- Le paysage est encore un sujet mineur. L'intérêt de le prendre en compte comme un paramètre clé n'est pas encore partagé par tous.
- Le paysage culturel est encore aujourd'hui utilisé comme une image de marque (principalement pour sa dimension esthétique mais pas encore pour son caractère structurant en matière de développement durable).

Le Barde *du label*

Une piste de travail ouverte par « Le Barde »

- Le Barde du Label est une association à but non lucratif créée en 2013 pour montrer le rôle indispensable du patrimoine mondial dans la construction du changement sur un territoire inscrit.
- Son postulat : questionner le sens de l'inscription UNESCO, le partager de manière démocratique entre acteurs du patrimoine mondial (élus, viticulteurs, habitants, visiteurs) pour en faire une opportunité -> interroger les valeurs qui y sont associées, peut permettre d'enrichir le projet territorial.
- Comment ? En intégrant le paysage dans la gestion du territoire.



Paysage et gestion territoriale (1)

. Pourquoi ? Pour consolider l'identité culturelle de la Juridiction face au changement du monde :
- d'abord pour réincarner le label patrimoine mondial avec la participation des acteurs du territoire ;
- et ensuite pour s'emparer et vivre cette histoire originale.

. Pourquoi maintenant ? Parce que l'accélération exponentielle des mutations ces 15 dernières années rend nécessaire voire vitale cette démarche.



Paysage et gestion territoriale (2)

Comment ? En intégrant au projet politique du territoire les valeurs du patrimoine mondial (une expression combinée de valeurs tangibles et intangibles).

Photo : Les chevaux qui apparaissent sur les deux images (1)(2) sont un marqueur à la fois de la tradition et de la modernité dans notre paysage viticole.



Comment intégrer les valeurs de l'inscription dans l'action politique ? (1)

2013-2016 - Trois ans pour agir !

Une expérimentation avec le paysage en médiateur :

- un questionnaire collectif pour comprendre qui nous sommes et ce que l'on veut en faire.
- une stratégie pour partager les valeurs émergentes de ce questionnaire ;
- la réalisation de trois programmes culturels pour donner une réalité à cette démarche (vivre et faire vivre son patrimoine au quotidien).

Pourquoi une expérimentation ?

La Juridiction est un vignoble dont la notoriété précède l'inscription par l'UNESCO. En 1999, ce fut pour le territoire une inscription « sans conscience ». Cette expérimentation est un retour incontournable sur le futur de l'inscription !

Photo : Les Petits Ambassadeurs du Label. expérience culinaire au Château La Dominique/La Terrasse Rouge (Saint-Emilion)



Comment intégrer les valeurs de l'inscription dans l'action politique ? (2)

2016

L'Heritage Camp, événement de clôture de l'expérimentation et présentation des résultats de l'expérimentation. Trois modules principaux : les camps, la fête, l'expérience culinaire.

Après 2016

Un projet de développement contemporain pour la Juridiction : Sortir de la seule vision mémorielle. Faire de notre histoire originale à travers les valeurs qu'elle véhicule un paramètre fort d'une identité culturelle aujourd'hui (et demain). Un nouveau paradigme pour la gestion du territoire.

Photo : Projet Earthquake Meringue du désert – Rodolfo Guzman – Santiago (Chili)



L'expérimentation avec les générations futures

Un livre conçu avec les enfants de la Juridiction sur le thème de «la Valeur Universelle Exceptionnelle» (V.U.E.) : leur définition, leurs points de vue, des propositions faites aux adultes en charge du territoire.





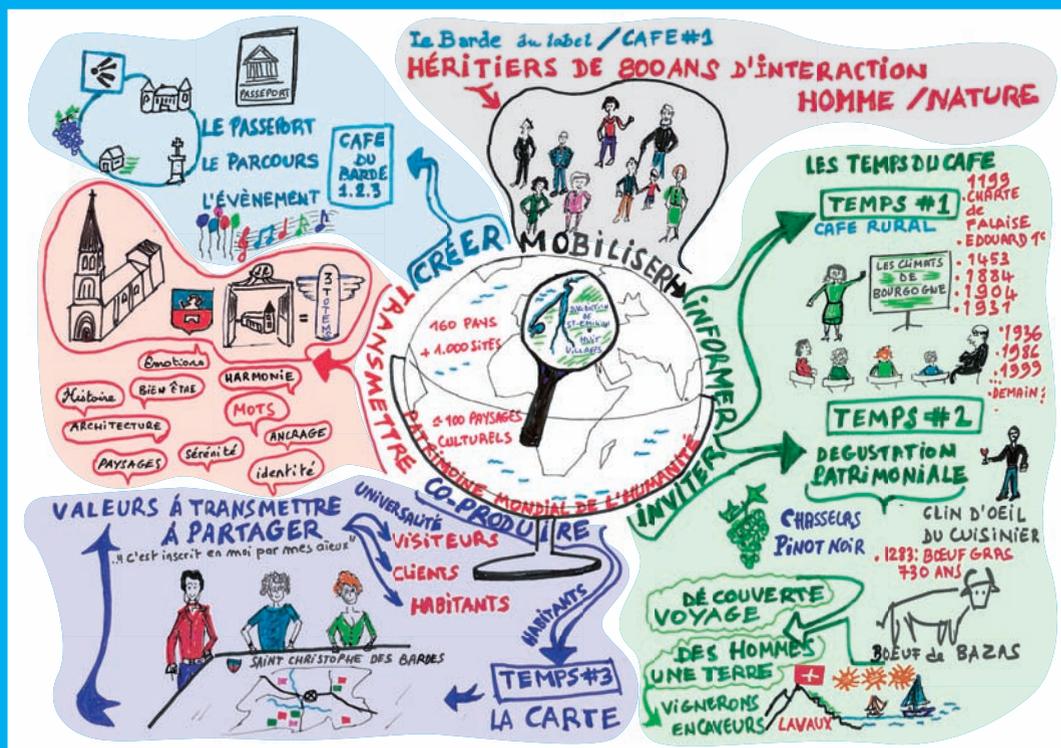
L'expérimentation sur site

Des balades type « slow-tourism » pour permettre au visiteur, résident ou non-résident, de prendre la mesure de cette histoire humaine originale et pour partager notre art de vivre, etc.

La création de Saint-Christophe Greeters



#vivresonpatrimoinemondial



Les Cafés du Barde (Bar Camp)

Les Cafés du Barde (Bar Camp) pour construire ensemble ! Un espace d'information et de concertation pour une réappropriation de notre environnement.

Photo : Mindmapping du 1er Café du Barde



Une quête collective de notre histoire humaine

Parce que ce label UNESCO est un chemin de 800 ans...

Parce que le vin n'est pas un fait mais une histoire qui commence à Saint-Émilion en 1289 avec la délimitation du périmètre de la Juridiction par le roi Édouard d'Angleterre.

À cette époque la Juridiction devient à la fois le territoire politique et l'entité patrimoniale remarquable (cela ne changera pas au départ des anglais en 1453). Cela va durer pendant 800 ans. En 1999, l'inscription UNESCO confirme cette originalité territoriale.

Mais aujourd'hui, du fait de la réorganisation administrative le bien gouverné n'est plus le bien labellisé.

La question de la gouvernance est posée. Qu'en sera-t-il demain ?

Photo : Jurade de Saint-Émilion



Un changement inégalé depuis 15 ans (1)

Le principe

- Un paysage culturel évolutif vivant est le fruit de l'interaction homme-nature sans laquelle le territoire ne serait pas ce qu'il est, ce qui justifie l'inscription, ce qui lui permet d'exister.

Quid de ce principe dans la Juridiction de Saint-Émilion ?

- Aujourd'hui le point de rupture est proche entre les valeurs historiques et ce qui est mis en place politiquement ou émerge socialement (lieu de production non habités, maisons fermées, pauvreté paradoxale des communes, etc.).

photo : Château de Pressac



Un changement inégalé depuis 15 ans (2)

Economie et société, un changement de paradigme.

- La première de ces mutations se traduit par la **remise en cause très rapide de la viticulture «familiale»** - l'un des fondements de la spécificité du territoire de la Juridiction et, plus largement, d'une Valeur Universelle Exceptionnelle (V.U.E.) qui aurait reposé sur la solidarisation durable de la communauté viticole locale ;

- Avec un **corollaire** : l'implantation d'investisseurs en lieu et place des familles, avec **un nouveau mode d'habiter** : augmentation des volumes de production -> augmentation du dispositif commercial (amortissements) -> nouveaux usages inhérents à ces transformations (oenotourisme) -> modification du concept de Château expression du territoire, de l'esprit et de l'équilibre des lieux.

photo : Château La Croizille – Château Tour Baladoz



Ce n'est pas nouveau ! Déjà en Napa Valley...

Déjà en 1972, naissait l'oenotourisme à **STERLING VINEYARDS**, Californie.



Et depuis 1985, une joint-venture célèbre est créée entre la Californie et Bordeaux, entre Napa et Médoc: **OPUS ONE**. Mais l'histoire commençait seulement à s'écrire en Californie !



« Le château » Une paysage culturel , une identité culturelle

À Saint-Christophe des Bardes, laboratoire du Barde, le Château Laroque cristallise cette notion de V.U.E. sur le territoire tellement son histoire, sa mise en scène architecturale et paysagère sont exemplaires de la relation homme-nature.

Dans cette relation, aucune présence de l'économie touristique et pourtant, ce lieu est l'un des rares du vignoble à recevoir le passage des tours organisés (un paradoxe à analyser dans la démarche – mots clés : esthétique, mémoire).





« Le château » Une métaphore du changement



Deux images pour illustrer l'inversion de la relation à la nature. Le Château de Ferrand en version classique et le Château Faugères qui domine le paysage avec une présence monumentale de l'outil de production (Chai-cathédrale de Mario Botta) et non plus du lieu de vie.

Que faire ?

**Deux principes fondamentaux :
tradition et modernité doivent coexister !**

Ces deux tendances doivent apprendre à vivre ensemble. Elles ne doivent pas sous-tendre des oppositions sociales. L'appropriation des valeurs humaines du label doit accompagner un cheminement vers une autre cohésion sociale.

Photo : Le Château Barde-Haut, exemple de chai HQE



Comment préserver ce qui est inscrit dans le changement ?

En prenant la mesure ce qui fait notre identité. Cette photo montre une architecture qui prend le pas sur le coteau élément clé de la structuration notre paysage culturel viticole.

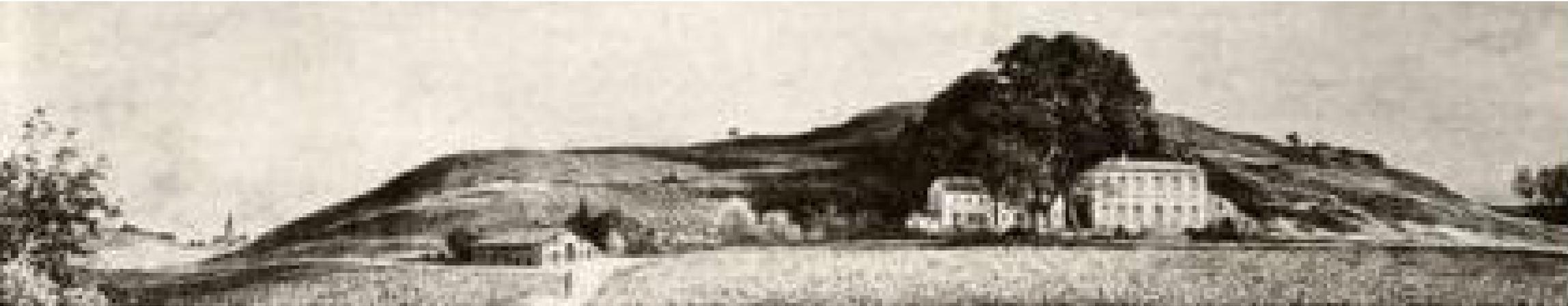


Photo : Coteau du Château Pavie, 19ème et aujourd'hui

Dans ce contexte de changement, où se situe l'authenticité ?

En n'opposant pas la société traditionnelle et les nouveaux modes d'habiter...
Et donc, en se posant la question du sens de ce territoire (une question de valeurs ? Ou pas ?).





La question des valeurs

Le paysage culturel définit le sens du lieu et du lien indissoluble entre les valeurs tangibles et intangibles du patrimoine.

Quelles sont-elles ? Une première étape de l'expérimentation a permis de faire émerger une échelle de valeurs avec les habitants (barcamp-cafés du barde).

Deux mondes opposés apparaissent mais trouvent un point de rencontre autour du patrimoine mondial (diapositive suivante). Ici vient s'ancrer un nouveau récit pour la Juridiction !

Photo : La combe de la Barde – cabane de vigne

La question des valeurs

Les valeurs dominantes classiques

Richesse historique (médiéval)
Richesses architecturales

Emotion
Ancrage

Qualité
Unique

Les valeurs

« C'est inscrit en moi par mes aïeux »

Bien-être
Harmonie
Sérénité

Les valeurs marchandes

« Nous devons vendre du vin
et pas une offre de
tourisme culturel »

Touristique
Business
Prestige

Émotion
Identité

Riche
Reconnaissance

Les valeurs

patrimoine mondial (clients)

L'histoire de la vigne et des hommes visible

(variété, paysages changeants)

L'homme dans ce paysage

(« le paysage a forgé ma personne,
mon attachement aux hommes et au pays »)

(versant à développer/cerveau droit !)

Quelle synergie possible entre ces deux mondes ?

Cela représente un véritable défi pour le Barde. Nous avons décidé de le transformer en performance collective !

Étape 1 : celle des cafés du Barde qui ont confronté les valeurs d'existence et de transmission de la Juridiction à la valeur de la marque «Saint-Émilion».

Étape 2 : le Barde implante progressivement lors de réunions élargies, la méthodologie de l'« appreciative inquiry ». Ces réunions sont l'occasion d'affirmer le cap : « nous travaillons au maintien de la diversité culturelle de notre territoire. Ceci est essentiel à un développement soutenable du territoire et à la transmission de cette vitalité aux générations futures ».



"I like you, Thompson. You're smart, a hard worker, and you're full of potassium."



Où est possible cette synergie ?

- Dans l'ADN de Saint-Émilion : le terrain commun entre les paysages culturels et la norme AOC :
 - Patrimoine, tous deux se réfèrent à l'origine géographique, historique, etc.
 - Valeur (la qualité du bien inscrit et cultivé) : valeurs marchandes et non marchandes qui profitent à chacun.
- Avec l'apport d'une nouvelle dynamique qui permette une rupture franche autant que supportable dans la manière de construire le changement.
- En prenant en compte le fait que le monde a changé depuis la création de l'AOC et du label UNESCO, de facto :
 - l'UNESCO est devenu un outil de promotion et n'est plus seulement un label dédié à la conservation et à la préservation du Bien !
 - l'AOC est aussi un outil de promotion et non plus seulement une norme !

C'est dans cet environnement convergent que se situe l'espace de la synergie et de la créativité de l'action à mener.



La dernière année de l'expérimentation est en marche (1)

Où en sont les programmes ?

- la participation est en progression constante
- les partenariats se multiplient, notamment avec des acteurs clés localement

Quelles parties du territoire sont-elles concernées ?

- Local : Le Barde est sorti de son laboratoire qui reste l'épicentre de l'expérimentation (combe la Barde). L'ensemble des 8 villages labellisés est aujourd'hui concerné. Un rapprochement avec la Communauté de Communes du Grand-Saint-Émilion est amorcé (le Barde est considéré comme personne publique dans le travail sur le PLUi).
- Global : Renforcement des liens avec les territoires UNESCO (Universités, Site management, etc.)



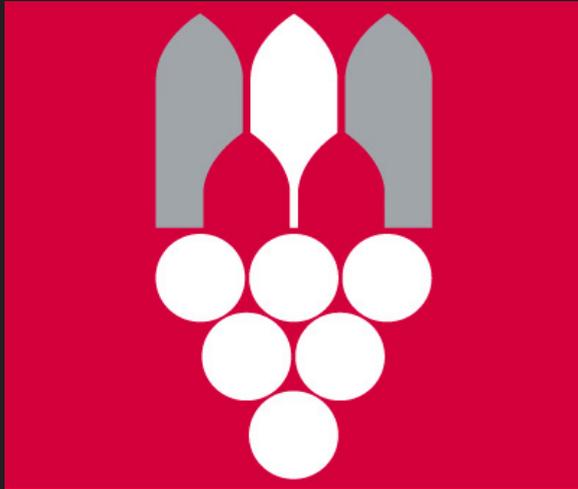
La dernière année de l'expérimentation est en marche (2)

**Ou en est l'objectif d'intégrer le changement
dans la gestion territoriale ?**

- Le Barde s'est doté d'un comité scientifique pour porter l'objectif (recherche-action).
- Le Barde a proposé en juin 2015 un plan d'action pour développer les outils qui permettront d'atteindre cet objectif (voir diapositive suivante).

Destination septembre 2016

points clés (1)



- Un temps de travail destiné à la rencontre entre les valeurs AOC et les valeurs Patrimoine est programmé.

- 8 mois de travail avec l'arrivée sur le terrain d'une mission dirigée par le Barde et menée par les étudiants de dernière année de l'École Nationale d'Architecture et de Paysage de Bordeaux (direction scientifique).

- 2 sessions : un temps consacré à intensifier l'appropriation (octobre 2015-février 2016) et un autre destiné à élaborer des outils de développement territorial autour du paysage (février-juin 2016).

- Un temps de partage de ces résultats avec le territoire et ses invités, l'Heritage Camp.

Photo : Conseil des vins de Saint-Émilion - logo



Destination septembre 2016 points clés (2)

L'émergence d'un nouveau paradigme : une gestion territoriale qui inclut le paysage culturel :

- qui inclut l'histoire dans la construction de l'identité culturelle (et pas seulement en tant que mémoire).
- qui inclut l'identité culturelle comme un espace de travail nécessaire à la gestion d'un territoire.

Le défi du Barde !

Photo : Château La Dominique – Jean Nouvel



Thank You

Merci

**Venez nombreux
à l'Heritage Camp !**

**Le Barde du Label (The Bard)
www.lebardedulabel.fr**

Photo : Château Laroque (voir également la couverture)