



# PATCOM

La mise en scène du patrimoine  
dans la communication touristique

Nous considérons l'identité d'un territoire  
comme un ensemble de patrimoines plus ou moins bien valorisés  
par la communication touristique  
(brochures, articles de presse, sites web, blogs...)

Nous cherchons à mesurer l'impact du tourisme  
sur l'identité / attractivité locale  
comme Jean-Pierre LOZATO-GIOTART  
le fait avec sa méthode *Isoculturelle*

# 1- Présentation de l'outil

Notre méthode se base sur des « champs patrimoniaux » qui s'inspirent en partie des typologies de Valéry PATIN complétées par nos propres expériences depuis 15 ans

8 champs ont ainsi été déterminés:

- Architecture,
- Histoire
- Musées (expositions)
- Art vivant (spectacles)
- Sciences & Techniques,
- Nature,
- Gastronomie,
- Sports et loisirs

# 1- Présentation de l'outil

Le travail consiste à repérer les indices  
de ces champs patrimoniaux  
dans le matériel de communication (textes & images)

Le résultat aboutit à un  
**PROFIL PATRIMONIAL.**

Le regarder évoluer en fonction de différents critères  
est l'objectif de notre outil

# 1- présentation de l'outil

Pour y parvenir,  
nous avons bidouillé un outil informatique  
dont l'interface est un cadre de saisie des informations

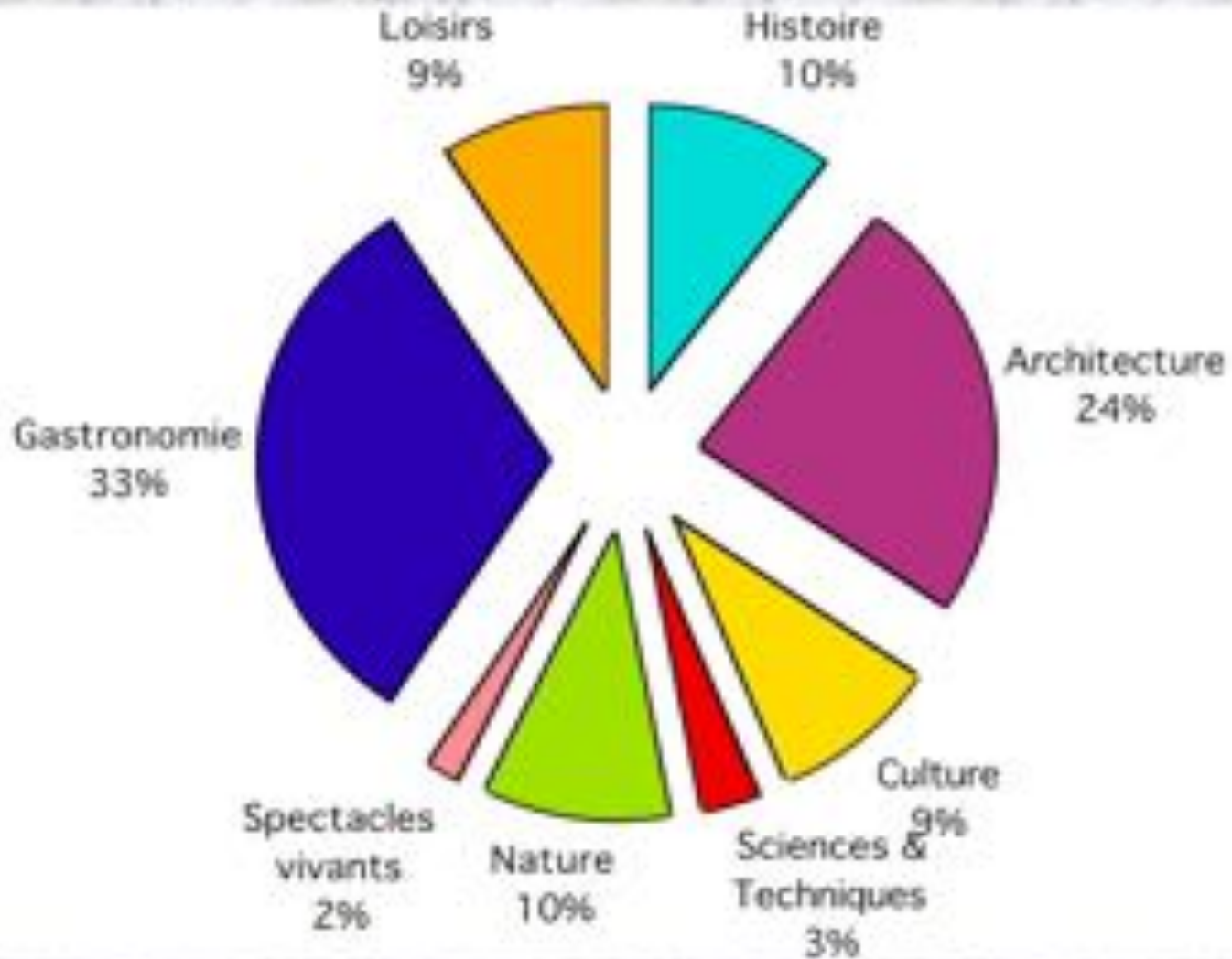


The image shows a software window titled "Ajouter un Item" with a close button in the top right corner. The interface is designed for data entry and includes the following elements:

- Page:** A text input field.
- Date:** A text input field with a date mask `##/##/####`.
- Type:** A dropdown menu.
- Lieu:** A dropdown menu.
- Categories:** A grid of eight dropdown menus, each with a label above it:
  - Architecture
  - Histoire
  - Culture (Musées)
  - Culture (Spectacle Vivant)
  - Sciences & techniques
  - Nature
  - Sports & Loisirs
  - Gastronomie
- Buttons:** Three buttons at the bottom: "Annuler" (pink), "Fin" (green), and a blue button with a right-pointing arrow.

## 2- L'image voulue

### Images patrimoniales de l'Aquitaine



## 2- L'image voulue

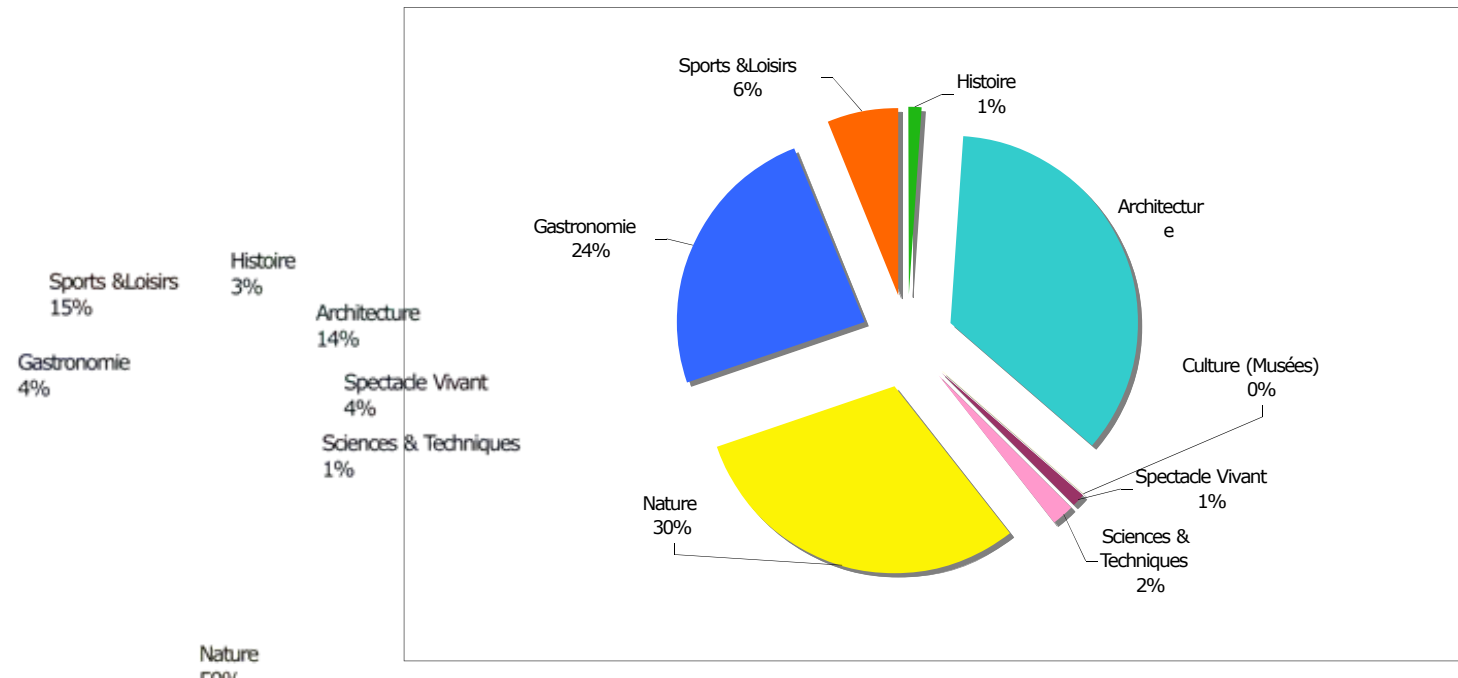
### La perspective historique : dresser un constat

1986

59% de nature

2003

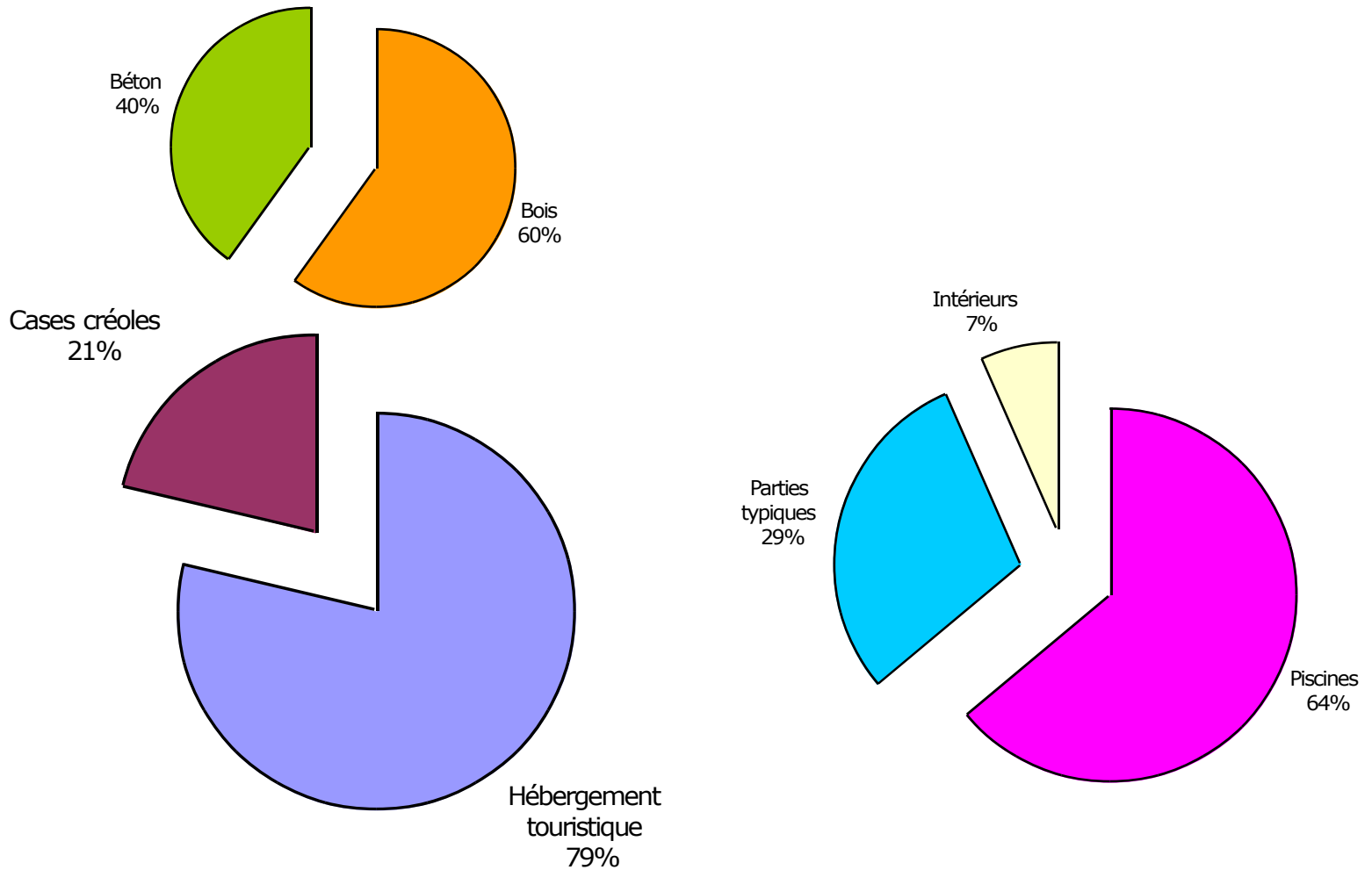
36% d'architecture





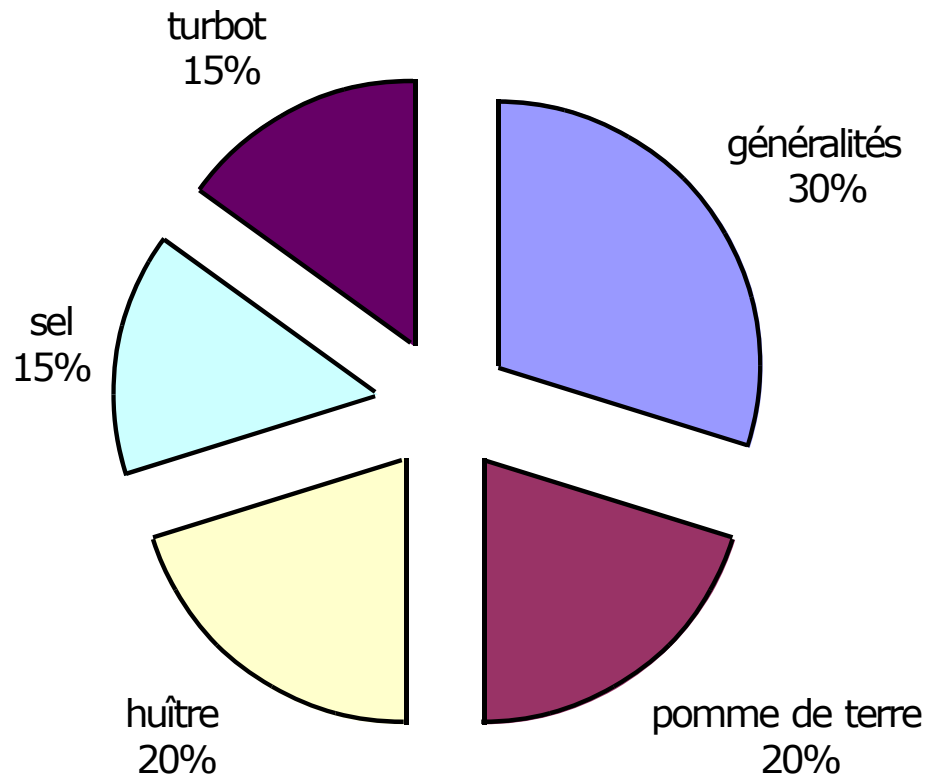
## 2- L'image voulue

### Les indices patrimoniaux



## 2- L'image voulue

### Les indices patrimoniaux



## 2- L'image voulue

Les différences sont notables.

Elles impliquent des visions, mais surtout des modes de consommation du territoire qui varient.

Ainsi les identités locales se modifient au fil du temps  
et leur attractivité tout autant

## 2- L'image voulue

### Le profil patrimonial

Permet de suivre l'évolution de l'identité locale au fil du temps  
et de mesurer une éventuelle baisse ou augmentation  
d'un indice patrimonial

Face à la multiplicité des touristes,  
la modification d'identité devient un outil de communication  
mais avec quelles conséquences  
pour l'identité collective du territoire  
et son attractivité ?

### 3- L'image perçue

L'influence de « l'autre » est complexe car l'autre, le touriste est multiple et ses attentes tout autant.

### 3- L'image perçue

#### Notoriété des lieux

Bordeau



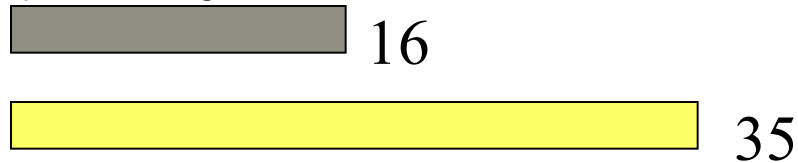
Biarritz



St Jean de Luz



Saint Emilion



Arcachon

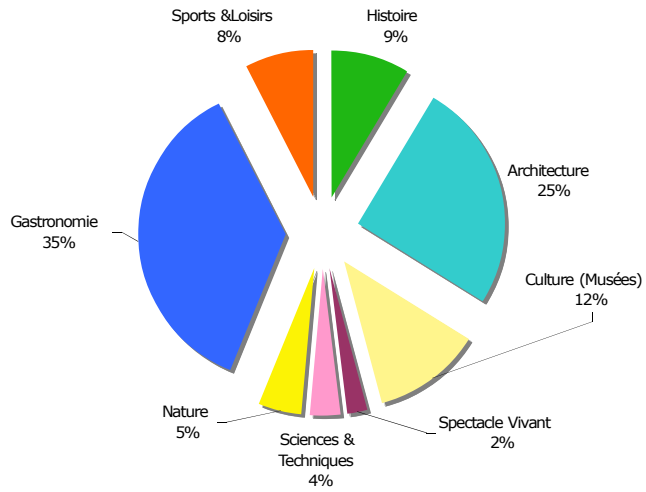


Vayres

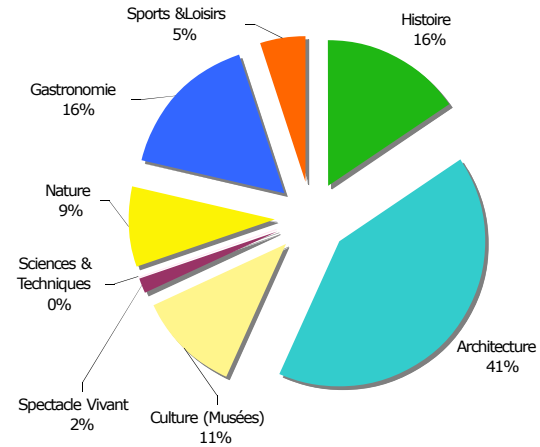


# 3- L'image perçue

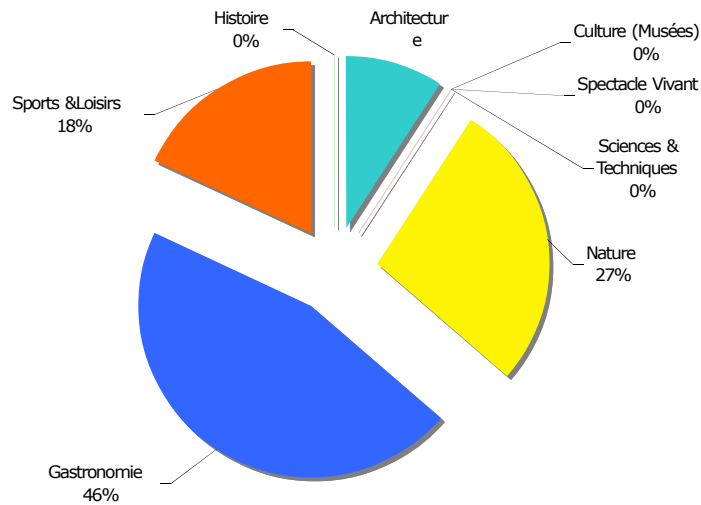
## France



## Espagne

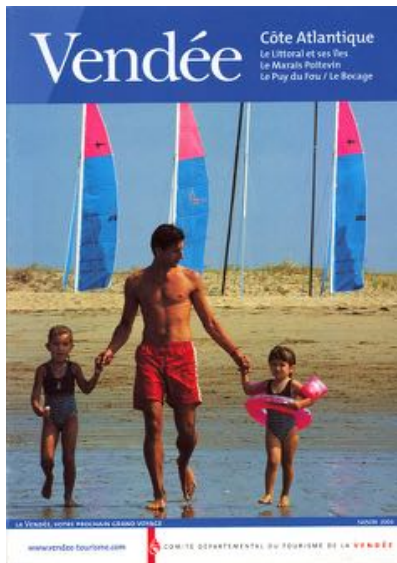


## Canada



### 3- L'image perçue

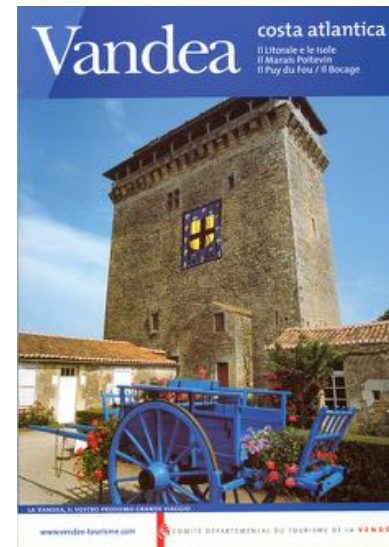
Exemple de « mutations » de l'identité collective  
pour répondre à la demande du touriste visé :  
les brochures de la Vendée (2006)



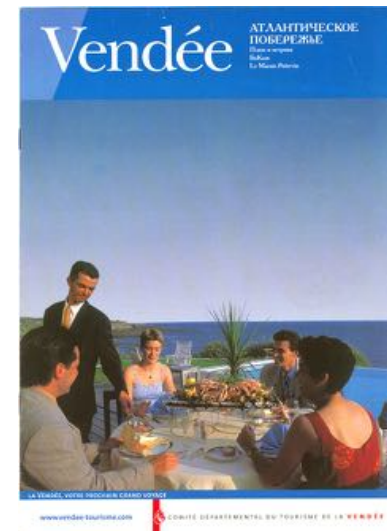
**France**



**Allemagne**



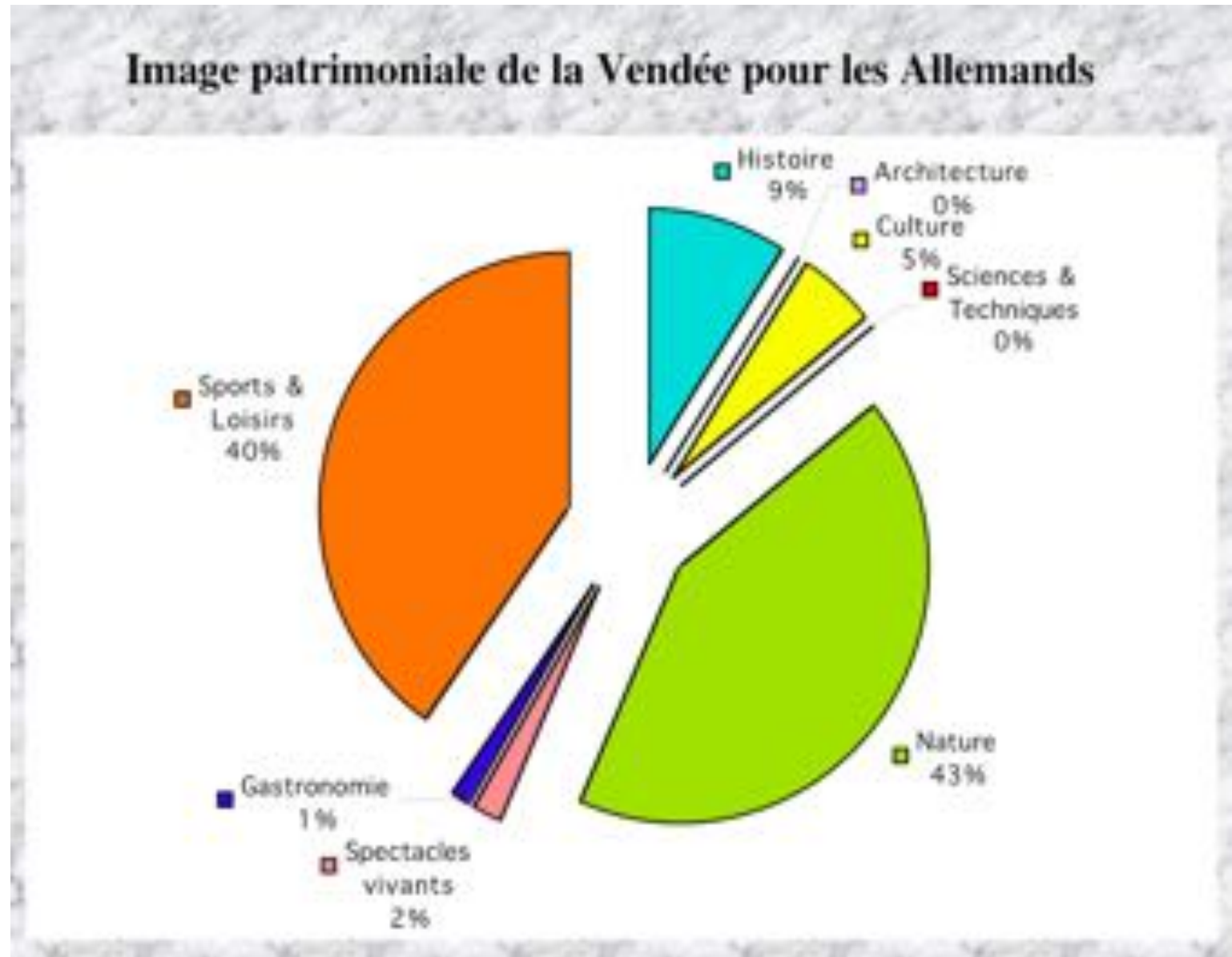
**Italie**



**Russie**



### 3- L'image perçue



## Conclusion

Ainsi, l'identité / attractivité d'un territoire  
est bien soumise aux interaction du regard des uns (les indigènes)  
et des autres (les touristes)  
dans une relation qui s'actualise au fil du temps

La méthode des « Champs patrimoniaux »  
permet de dresser une carte d'identité / attractivité des territoires  
et d'en observer les mutations  
à la recherche d'un indice d'acculturation  
ou de réappropriation d'un patrimoine.

L'identité collective ne peut survivre  
que si l'individu se reconnaît dans le collectif.

Et cela n'est possible qu'au travers de sa **participation**  
**aux choix de développement.**

Le développement « **durable** » est à ce prix.

Merci de votre attention

« toute identité requiert l'existence d'un autre  
dans une relation grâce à laquelle s'actualise  
l'identité du soi »

**Ronald Laing (1977)**

