

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »



Source : fichiers internes des sites

Travail de Bachelor pour l'obtention du Bachelor of science HES-SO en Tourisme

Réalisé par
Stéphanie Schaller

Professeur responsable
Marie-Françoise Perruchoud

Expert

Tourisme neuchâtelois – La Chaux-de-Fonds
Déposé le 19 décembre 2010 à La Chaux-de-Fonds

HES-SO Valais
Domaine Economie & Services, filière tourisme

Résumé

Depuis juin 2009, La Chaux-de-Fonds / Le Locle est inscrit sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO pour son urbanisme horloger. Ce site a l'avantage d'être localisé dans une région frontalière avec la Franche-Comté, qui compte, elle aussi, des sites labellisés UNESCO. Le but de ce travail est d'imaginer des produits et des actions à créer dans le cadre d'une mise en réseau entre les sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle, la Citadelle de Besançon, la Saline royale d'Arc-et-Senans et de Salins-les-Bains. Ce projet est réel et ce travail aide les parties à mettre en route le concept et la création de produits communs.

Les objectifs des produits créés sont les suivants :

- Relier deux régions frontalières
- Préserver le patrimoine urbain
- Améliorer la fréquentation des sites
- Développer le tourisme dans la région de l'Arc jurassien
- Mettre en valeur le label UNESCO

La méthodologie suivie consiste à utiliser les séances bimensuelles comme fil rouge à la partie créative de ce travail. De plus, des entretiens effectués avec les différents acteurs du projet ciblent leurs attentes, leurs craintes et leurs projections sous forme d'analyse SWOT.

Une étude Benchmark va aider à situer les régions quant aux actions entreprises dans chacun des sites UNESCO.

Ce rapport a donc pour but de donner des réponses aux interrogations suivantes :

Ces produits sont-ils réalisables ? Comment joindre la théorie à la pratique en se basant sur les séances ? Ces différents sites ont-ils vraiment un avenir ensemble ? Le label UNESCO est-il suffisant pour créer un intérêt ?

Mots-clé : UNESCO / mise en réseau / sites / produits / urbanisme / architecture / franco-suisse / marketing

Avant-propos & remerciements

Les raisons du choix de ce travail de Bachelor s'est fait en accord avec les besoins de Tourisme neuchâtelois et de mes intérêts. En effet, ce projet de mise en réseau était sur le point d'être lancé à mon arrivée et, dès ma 2^{ème} semaine de stage, j'ai participé à la première séance réunissant les participants. On m'a donc donné la responsabilité de gérer ce projet du côté Suisse.

De plus, le domaine de l'UNESCO et du Patrimoine mondial m'a toujours intéressé et je me sens donc très concernée par ce projet.

Le but initial de ce travail est de collaborer étroitement avec les sites de Franche-Comté dans l'optique de développer les produits UNESCO et de rapprocher ces régions frontalières en dialoguant et en s'échangeant mutuellement des connaissances.

La principale difficulté de ce travail a été de mettre en rapport la pratique et la théorie ainsi que de créer des produits favorisant tous les sites à la même échelle.

Je tiens particulièrement à remercier Marie-Françoise Perruchoud pour son aide et ses conseils utiles au départ de la réalisation de mon travail. Je remercie également Vincent Matthey pour sa disponibilité, ses précieux conseils, la transmission de données et son expérience au sein de Tourisme neuchâtelois. Finalement, je remercie les représentants des sites UNESCO de Franche-Comté, Frédérique Coobar (Besançon), Yann Garnache (Salins-les-Bains) et Isabelle Sallé (Arc-et-Senans) pour leur transmission de données.

Liste des figures

Figure 1	La structure du Conseil Exécutif de l'UNESCO
Figure 2	Fréquentation des sites – la Chaux-de-Fonds
Figure 3	Sujets traités dans les médias en 2009
Figure 4	Fréquentation de la Saline royale d'Arc-et-Senans après l'inscription en 1982
Figure 5	Fréquentation de Salins-les-Bains après l'inscription en 2009
Figure 6	Fréquentation de la Citadelle de Besançon
Figure 7	Attentes relatives à la mise en réseau UNESCO
Figure 8	Cycle de vie des produits UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle
Figure 9	Cycle de vie des produits UNESCO franco-suisses
Figure 10	Arrivées à La Chaux-de-Fonds / Le Locle en 2009
Figure 11	Arrivées en Franche-Comté en 2009
Figure 12	Revenus du secteur privé suisse
Figure 13	Prévision des visites sur les quatre sites
Figure 14	Page d'accueil du site Internet de la mise en réseau
Figure 15	Parcours de la Ligne des Horlogers améliorée
Figure 16	Ebauche du plan panoramique
Figure 17	Le fonctionnement du marché
Figure 18	Le tourisme en Suisse
Figure 19	Positionnement relatif aux produits et actions créés

Liste des tableaux

Tableau 1	Planification de la réalisation du travail de septembre à décembre 2010
Tableau 2	Les sites les plus fréquentés de Franche-Comté
Tableau 3	Benchmarking des actions entreprises dans les différents sites UNESCO
Tableau 4	Plan d'action
Tableau 5	Analyse SWOT relative aux résultats des entretiens
Tableau 6	Les partenaires
Tableau 7	Les acteurs (pour la communication)
Tableau 8	Analyse SWOT
Tableau 9	Groupes cibles définis selon les produits/actions créés
Tableau 10	Objectifs qualitatifs
Tableau 11	Objectifs quantitatifs
Tableau 12	Budget
Tableau 13	Plan d'actions de communication

Table des matières

Résumé

Avant-propos & remerciements

Liste des figures

Liste des tableaux

1. Objectifs et démarches

1.1. Objectifs généraux du travail	p. 1
1.2. Méthodologie	p. 1
1.3. Planification de la réalisation du travail	p. 2

2. Introduction

2.1. Qu'est-ce que l'UNESCO ?	p. 3-7
2.2. La Suisse et l'UNESCO.....	p. 8-12
2.3. Le site « La Chaux-de-Fonds/Le Locle, urbanisme horloger »	p. 13-17
2.4. Les sites de Franche-Comté	p. 18-20

3. Benchmark entre les sites

3.1. Les actions entreprises	p. 21-24
3.2. L'impact médiatique et l'augmentation touristique suite à l'inscription	p. 25-29

4. Mise en route du réseau

4.1. Synthèses des séances	p. 30-36
4.2. Attentes avant le début des actions.....	p. 37
4.3. Guide d'entretien	p. 38

5. Enquête

5.1. Résultats des entretiens.....	p. 39
5.2. Détermination du produit et du marché	p. 40-43
5.3. Prévisions de la fréquentation des sites	p. 44

6. Description des produits/actions et valeur ajoutée

6.1. Description des produits créés	p. 45-53
6.2. Analyse du marché	p. 54-57

7. Stratégies de communication et objectifs

7.1. Analyse SWOT.....	p. 58
7.2. Groupes cibles	p. 59
7.3. Positionnement	p. 60
7.4. Objectifs qualitatifs et quantitatifs SMART	p. 61
7.5. Budget.....	p. 62

8. Marketing Mix

8.1. Politique de produit.....	p. 63-64
8.2. Politique de prix.....	p. 64-65
8.3. Politique de communication	p. 66-70
8.4. Politique de distribution	p. 71

9. Commentaires personnels

9.1. Suggestions	p. 71-72
9.2. Opinion et conclusion	p. 72-73

10. Références

p. 74-75

11. Annexes.....

p. 76-92

1. Objectifs et démarches

1.1. Objectifs généraux du travail

Le but de ce travail est d'améliorer les offres touristiques des régions des Montagnes neuchâtoises et de Franche-Comté en mettant en collaboration quatre sites inscrits sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO. Grâce à cette mise en réseau, divers produits et actions vont être créés et vont, ainsi, élargir le nombre de moyens pour découvrir l'Arc jurassien de manière éducative et ludique. De plus, il est essentiel d'utiliser à bon escient le label UNESCO afin que le Patrimoine mondial soit préservé et conservé. Finalement, la créativité est un des éléments primordiaux de ce rapport car il s'agit de mettre sur pied des produits originaux et adaptés aux besoins des visiteurs.

1

1.2. Méthodologie

Pour atteindre les objectifs de cette thèse, j'ai établi une méthodologie de travail planifiée et réalisable dans le temps imparti.

Ce travail sera réalisé à l'aide de deux méthodes : la première se basera sur la partie réelle, à partir des séances réunissant les différentes parties et contacts établis. De plus, les entretiens réalisés avec les participants au projet rendront cette étude plus réaliste car elle sera focalisée sur du concret. La seconde méthode s'appuiera sur la partie création et sur les analyses que je réaliserai au fil des étapes.

Tout d'abord, une partie du travail sera consacrée à la description de l'UNESCO ainsi que des sites suisses et de Franche-Comté inscrits sur la liste du Patrimoine mondial. Ensuite, un benchmark révélera les retards et les avancées des actions entreprises dans chacun des quatre sites concernés par la mise en réseau (La Chaux-de-Fonds / Le Locle ; la Citadelle de Besançon ; les salines d'Arc-et-Senans et de Salins-les-Bains) dans le but d'établir une uniformité des produits et des actions à créer.

La partie suivante s'appuiera sur la partie réelle et relatara les étapes franchies à chaque séance réunissant les divers participants et acteurs de la mise en réseau. De plus, le guide d'entretien proposera un aperçu des questions posées. Les réponses obtenues seront présentées sous forme d'analyse SWOT.

Le reste du travail sera consacré à la création de produits et d'actions communes entre les sites de la mise en réseau ainsi que des analyses marketing détaillées qui faciliteront la réflexion lors de l'avancée de la vraie réalisation du projet.

Dans la partie finale, je parlerai de mes sentiments personnels quant à ce travail et à ce projet. J'élaborerai des idées et des suggestions approfondies pour la suite du concept.

1.3. Planification de la réalisation du travail de septembre à décembre 2010

Tableau 1

	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
1. Objectifs et démarches	■			
2. Introduction UNESCO		■		
<i>Feedback stage rendu</i>			■	
3. Méthodologie			■	
Etablir les questions			■	
Recueillir les informations			■	
Analyse des réponses			■	
4. Enquête			■	
<i>Feedback stage rendu</i>			■	
5. Description des produits et valeur ajoutée			■	
6. Stratégie de communication			■	
6. Objectifs SMART			■	
7. Marketing Mix				■
<i>Feedback stage rendu</i>				■
8. Commentaires personnels, remerciements, mise en page et divers				■

2. Introduction

2.1. Qu'est-ce que l'UNESCO

Pour débiter ce rapport, il est nécessaire de consacrer quelques pages pour décrire l'UNESCO dans ses grandes lignes. Ainsi, chaque lecteur détiendra une base de connaissances pour mieux comprendre le contenu de cette thèse et le but de ce projet.

L'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) se définit comme une institution qui s'efforce de créer un dialogue entre les différentes cultures et les peuples. Cette organisation reconnaît que c'est par ce dialogue que le monde peut parvenir à des conceptions globales de développement durable intégrant le respect des droits de l'homme, le respect mutuel et la réduction de la pauvreté. ¹ D'après la Directrice générale de l'UNESCO, Irina Bokova, cette institution a tous les avantages pour apporter une réponse à la mondialisation ainsi qu'à la crise et cela de manière humaniste et intellectuelle. La Directrice souligne le fait que « la culture et l'art, les sciences, l'éducation, la communication et le savoir sont les vraies valeurs qui fondent l'essence de l'humanité. »²

Le cahier publié par l'UNESCO décrit également les objectifs primordiaux de l'organisation :

- Assurer une éducation de qualité pour tous et l'apprentissage tout au long de la vie.
- Mobiliser le savoir et la politique scientifique au service du développement durable.
- Faire face aux nouveaux défis sociaux et éthiques.
- Promouvoir la diversité culturelle, le dialogue interculturel et une culture de paix.
- Soutenir la liberté d'expression et la liberté de la presse.

Quelques grandes dates de l'UNESCO

1945 : Après-guerre : Création de l'UNESCO dont la première session ne se tiendra qu'un an plus tard à Paris. La convention a été signée à Londres le 16 novembre par 37 pays. Les gouvernements ont déclaré que « *Les guerres prenant naissance dans l'esprit des hommes, c'est dans l'esprit des hommes que doivent être élevées les défenses de la paix (...)* »³

1946 : La charte de l'UNESCO est ratifiée et son siège est officiellement à Paris. L'ordre principal de la charte est de promouvoir la paix à travers la valorisation de l'éducation, de la culture, de la communication et de l'information.

1954 : L'URSS devient membre de l'institution.

1960 : 19 Etats africains rejoignent l'organisation.

¹ Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (2010). L 'UNESCO. Unesco Publishing : Paris

² Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (2010). L 'UNESCO. Unesco Publishing : Paris

³ Commission nationale togolaise pour l'UNESCO - Rappel historique de l'UNESCO.

<http://www.unesco.tg.refer.org/propos/historique.html>. Consulté le 10 octobre 2010.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

1978 : L'UNESCO inscrit pour la première fois un parc national au rang de Patrimoine mondial de l'humanité. Il s'agit de Yellowstone aux Etats-Unis, connu pour sa diversité naturelle tant au niveau de la faune que de la flore.⁴

1957-1994 : L'Afrique du Sud est absente à l'UNESCO pour des raisons politiques.

2001 : Les bouddhas géants de Bamyane en Afghanistan, patrimoine mondial de l'UNESCO, sont détruits par les talibans après plus de 15 siècles d'existence.

2010 : L'UNESCO compte 189 états membres.

Fonctionnement

L'UNESCO est une institution et son système fonctionne comme un régime d'assemblée. La conférence générale se réunit tous les deux ans dans le but de décider du budget et du programme de l'organisation ainsi que pour élire les membres du conseil exécutif (organe de surveillance et d'exécution des programmes).⁵

La structure du Conseil Exécutif de l'UNESCO :

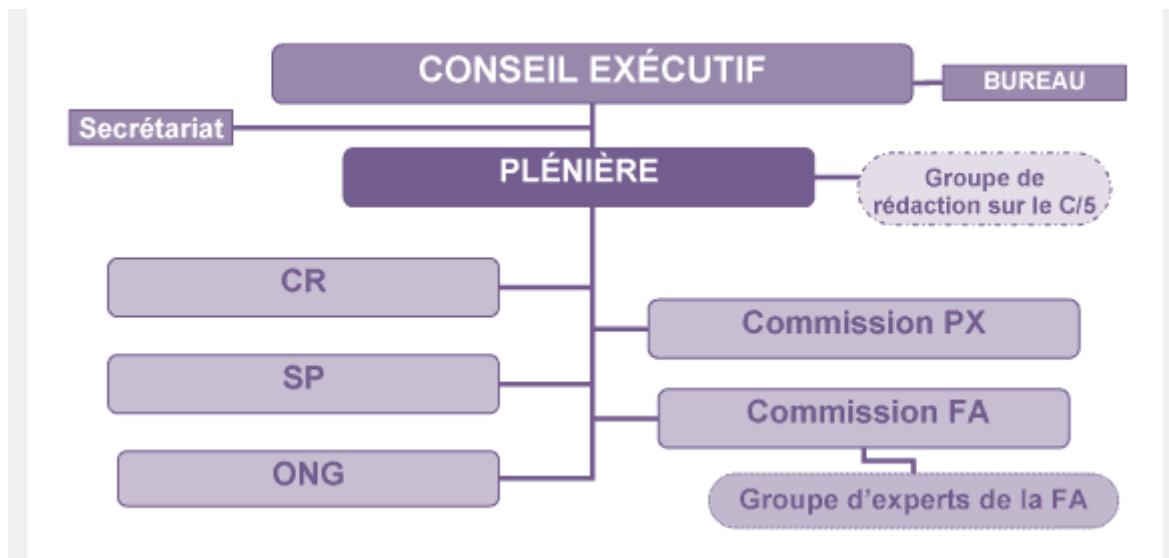


Figure 1

Source : www.portal.unesco.org

Bureau : les cinq membres ont pour tâches d'assister le président, de veiller au bon fonctionnement des sessions et d'examiner les questions diverses qui ne donnent pas lieu à un débat.

Plénière : elle gère l'ordre du jour à partir des questions de rapports écrits ou oraux du directeur général..⁶

⁴ UNESCO - Histoire de l'organisation. www.unesco.org/organisation . Consulté le 9 octobre 2010.

⁵ Carnet photographique Emmanuel Buchot - Organisation de l'UNESCO.

http://www.voyagesphotosmanu.com/fonctionnement_unesco.html. Consulté le 10 octobre 2010.

⁶ UNESCO - Conseil Exécutif. <http://www.unesco.org/new/fr/executive-board/organic-structure>. Consulté le 10 octobre 2010.

Les champs d'activité de l'UNESCO

Education

Encore aujourd'hui, dans le monde, 759 millions d'adultes sont analphabètes et 72 millions d'enfants n'ont pas accès à l'école. L'UNESCO s'engage à orchestrer les efforts mondiaux qui visent à atteindre les objectifs de la communauté internationale, tels que : ⁷

- ✗ améliorer de 50 % le niveau d'alphabétisation des adultes
- ✗ éliminer les inégalités entre les sexes au niveau de la scolarisation
- ✗ veiller à ce que tous les enfants aient accès à une scolarité gratuite et complète.

L'UNESCO a lancé trois initiatives majeures : l'initiative pour l'alphabétisation, l'initiative pour la formation d'enseignants en Afrique subsaharienne et l'initiative sur l'éducation et la prévention du VIH/SIDA. Il y a désormais dans le monde plus de 8'500 écoles associées à l'UNESCO.

5

Sciences exactes et naturelles

L'exploitation sans relâche de la nature a mis en alerte l'UNESCO et, depuis les années 60, l'organisation met en valeur le développement durable et a mis en place des programmes internationaux afin de mieux gérer les ressources de notre planète. L'UNESCO apporte son aide aux pays en voie de développement afin de les aider à renforcer leur capacité en termes de sciences, de technologie et d'ingénierie. L'UNESCO a mis sur pied des programmes tels que : ⁸

- ✗ **Le programme hydrologique international** → pour une meilleure gestion de l'eau en respectant l'environnement
- ✗ **Le programme sur l'homme et la biosphère**
- ✗ **Le programme international de géosciences** → aide à l'amélioration des techniques d'évaluation des ressources en énergie et minérales.

⁷ UNICEF - Education de base et égalité des sexes. <http://www.unicef.org/french/education>. Consulté le 17 septembre 2010. portal.unesco.org/fr/. Consulté le 10 octobre 2010.

⁸ Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (2010). L'UNESCO. Unesco Publishing : Paris

Sciences sociales et humaines

Dans le domaine des sciences sociales et humaines, l'UNESCO s'efforce d'intégrer l'éthique et les droits de l'homme au centre de ses actions. Grâce à l'UNESCO, la paix et le développement sont désormais renforcés par les sciences sociales et humaines et cela dans plusieurs buts : ⁹

- ✗ Afin de rendre la philosophie accessible à tous, la *Journée mondiale de la philosophie* a été instaurée en 2005.
- ✗ Afin de lutter contre le dopage, la *Convention internationale contre le dopage* a été adoptée en 2005.
- ✗ Pour lutter contre la discrimination et l'intolérance, l'UNESCO a mis en place des stratégies comme la *Coalition des villes contre le racisme*, la publication de documents et l'organisation de conférences.

6

Culture

Le domaine de la culture est celui qui nous intéresse le plus dans ce rapport. L'UNESCO s'emploie à préserver le patrimoine et la diversité culturelle dans le monde entier. Pour cela, plusieurs conventions et instruments juridiques sur la protection du patrimoine culturel existent :



Source : www.portal.unesco.org
– Consulté le 8 octobre 2010

- ✗ *Convention pour la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel* adopté en 1972 ¹⁰
Cette convention a été créée pour protéger le patrimoine de l'humanité. Cela a présenté un vif succès, une prise de conscience et un partage de responsabilités entre les pays pour préserver les sites culturels et naturels extraordinaires « *pour le présent et l'avenir de toute l'humanité* » ¹¹
De plus, l'UNESCO a mis sur pied des modèles de gestion touristique des sites pour préserver la valeur exceptionnelle des lieux dans une politique de développement durable. En 2009, l'UNESCO comptait 890 sites dont :
 - * 689 biens culturels
 - * 176 biens naturels
 - * 25 biens mixtes ¹²
- ✗ *Convention internationale pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, adopté en 2003
- ✗ *Convention sur la protection du patrimoine culturel subaquatique*, adopté en 2001
- ✗ *Convention pour la protection des biens culturels en cas de conflit armé* (1954).

⁹ UNESCO - Sciences sociales et humaines. <http://www.unesco.org/new/fr/social-and-human-sciences/>. Consulté le 28 septembre 2010.

¹⁰ Portal UNESCO - Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel 1972. http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=13055&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Consulté le 18 septembre 2010

¹¹ Commission nationale française pour l'UNESCO (2009) : *Patrimoine mondial de l'UNESCO*. Paris : Editions DEL

¹² Commission nationale française pour l'UNESCO (2009) : *Patrimoine mondial de l'UNESCO*. Paris : Editions DEL

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

✗ *Convention sur les droits d'auteur* – protection de la propriété intellectuelle (1952)



De plus, l'UNESCO entretient des programmes de longue durée tels que « les Routes de la Soie » et « La Route de l'esclave » car ils favorisent la communication et la tolérance entre les peuples.

Communication et information

Le développement durable est véhiculé par la communication et les moyens d'information toujours plus développés aujourd'hui. Pour l'UNESCO, le savoir doit être promu par la liberté d'expression et l'accès universel à la connaissance grâce à :

- ✗ Des centres multimédia communautaires
- ✗ La liberté d'expression et la liberté de la presse
- ✗ La dénonciation des atteintes à la liberté de la presse (emprisonnement, assassinats de journalistes)
- ✗ Etc.

2.2. La Suisse et l'UNESCO

La Suisse regorge de beautés et de ressources qui se doivent d'être protégées.

Que ce soit des villes, des monuments ou des paysages, l'humanité se doit de prendre garde à ses richesses et, en Suisse, l'UNESCO a sélectionné dix sites naturels et culturels pour les inscrire sur la liste du Patrimoine mondial.

Comme ce rapport traite du site récemment inscrit de La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger, qui fait donc partie de ces dix sites tous uniques par leur diversité, il est essentiel de présenter ce patrimoine symbolisant dignement la Suisse.

La vieille ville de Berne

Les ruelles médiévales et les arcades mythiques entourées par l'Aar forment la vieille ville de la capitale suisse et transportent les touristes et les habitants vers l'époque du Moyen Age. Cette magnifique vieille ville est classée au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1983.¹³



Source : www.MySwitzerland.ch - Consulté le 10 octobre 2010

Le couvent bénédictin Saint-Jean-des-Sœurs à Münstair

Inscrit en 1983, ce lieu de l'époque carolingienne renferme le plus important ensemble de peintures murales de Suisse ainsi que des fresques datant des années 800.¹⁴



Source : www.SwissInfo.ch - Consulté le 10 octobre 2010

¹³World Heritage Cultural - Vieille ville de Berne. <http://whc.unesco.org/fr/list/267>. Consulté le 13 octobre 2010.

¹⁴World Heritage Cultural - Couvent bénédictin St-Jean des Sœurs à Münstair. <http://whc.unesco.org/fr/list/269>. Consulté le 13 octobre 2010.

La cathédrale et la bibliothèque de Saint-Gall

La bibliothèque de ce couvent carolingien est l'une des plus riches d'Europe. Elle renferme des documents uniques, dont le plus ancien plan d'architecte connu. Ce site est inscrit au Patrimoine mondial depuis 1983.¹⁵



Source : www.swissworld.org - Consulté le 10 octobre 2010

Les Châteaux de Bellinzone

Depuis le château de Castelgrande, une série de fortifications érigées au Moyen Age surplombent toute la vallée du Tessin. Deux autres châteaux s'ajoutent à cette fortification, Montebello et Sasso Corbaro, fabuleux témoignages de l'architecture médiévale fortifiée en Suisse. Ces châteaux, murailles et remparts moyenâgeux sont inscrits au Patrimoine mondial depuis 2000.¹⁶



Source : www.railaway.cff.ch - Consulté le 10 octobre 2010

Alpes suisses Jungfrau-Aletsch

La Suisse est connue à travers le monde pour ses impressionnantes montagnes. Ces paysages marient histoire, nature et culture. Cette superficie de 82'000 hectares reliant la Jungfrau, Aletsch et Bietschhorn est inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2001. Cette région est la plus glacée des Alpes d'Europe et compte le glacier le plus haut du continent (Jungfrau).¹⁷



Source : www.flickrriver.com - Consulté le 10 octobre 2010

¹⁵ World Heritage Cultural - Couvent de St-Gall. <http://whc.unesco.org/fr/list/268>. Consulté le 13 octobre 2010.

¹⁶ World Heritage Cultural - Trois châteaux, muraille et remparts du bourg de Bellinzone. <http://whc.unesco.org/fr/list/884>. Consulté le 14 octobre 2010.

¹⁷ World Heritage Cultural - Alpes Suisse Jungfrau-Aletsch. <http://whc.unesco.org/fr/list/1037>. Consulté le 15 octobre 2010.

Monte San Giorgio (site transfrontalier)

Au sud du lac de Lugano, se trouve la montagne boisée de San Giorgio. Ce mont de forme pyramidale situé à 1096 mètres est un des plus importants témoins de la vie marine au Trias par de nombreux fossiles datant de cette époque. (Le Trias est une période de temps géologique datant d'il y a environ 240 millions d'années.) Ce site, situé en Suisse puis étendu jusqu'en Italie, est inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2003.¹⁸



Source : www.fossilien24.ch - Consulté le 10 octobre 2010

Lavaux, vignoble en terrasses

Depuis l'est de la cité Lausannoise jusqu'au sud de Montreux, en passant par le château de Chillon et Vevey, les vignobles en terrasses de Lavaux datent du 11^{ème} siècle et s'étendent sur plus de 30 kilomètres le long des rives du Léman. Le début de la culture de ces vignobles remonte à l'époque où les moines bénédictins contrôlaient la région. Ils ont développé leur environnement pour optimiser les ressources de la région et ont créé un vin très apprécié et primordial pour l'économie locale.¹⁹ Ce site est classé au Patrimoine mondial depuis 2007.



Source : www.diapo.ch - Consulté le 10 octobre 2010

Chemins de fer rhétiques Albula / Bernina

Inscrites depuis 2008 au patrimoine mondial de l'UNESCO, ces deux lignes ferroviaires historiques qui traversent les Alpes grâce à deux cols, ne comportent pas moins de 42 tunnels et galleries couvertes ainsi que 144 viaducs et ponts pour un total de 67 kilomètres.²⁰ « Ces deux lignes ferroviaires ont eu un impact socio-économique durable sur la vie en montagne. Elles incarnent des réalisations architecturales et de génie civil en harmonie avec les paysages qu'elles traversent. »²¹

¹⁸ World Heritage Cultural - Monte San Giorgio. <http://whc.unesco.org/fr/list/1090>. Consulté le 17 octobre 2010.

¹⁹ World Heritage Cultural - Lavaux, vignoble en terrasse. <http://whc.unesco.org/fr/list/1243>. Consulté le 17 octobre 2010.

²⁰ Suisse Tourisme (2010) : UNESCO Destination Suisse. Zürich : Suisse Tourisme

²¹ World Heritage Cultural - Chemin de fer rhétique dans les paysages de l'Albula et de la Bernina. <http://whc.unesco.org/fr/list/1276>. Consulté le 17 octobre 2010.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »



Source : www.MySwitzerland.ch - Consulté le 10 octobre 2010

Haut lieu tectonique suisse Sardona

Cette zone montagneuse de 32'850 hectares est géologiquement très intéressante pour son chevauchement tectonique. Il s'agit d'un phénomène par lequel les roches les plus profondes et anciennes remontent et passent par dessus les plus nouvelles. Cette région est reconnue comme un site exceptionnel pour la géologie depuis la fin du 18^{ème} siècle et est inscrite sur la liste du Patrimoine mondial depuis 2008.²²



Source : www.MySwitzerland.ch - Consulté le 10 octobre 2010

La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger

Situées à 1000 mètres d'altitude, ces deux villes sont exclusivement vouées à la manufacture horlogère depuis les incendies du 18^{ème} siècle qui les a détruites. L'architecture des rues en damier favorise l'imbrication de l'habitat et des ateliers. Ces bâtiments correspondent à la culture professionnelle horlogère qui date du 17^{ème} siècle et qui est encore maintenue aujourd'hui.

Comme ce rapport traite particulièrement de ce site, des explications plus détaillées suivront dans les prochaines pages.

²² World Heritage Cultural - Haut lieu tectonique Suisse Sardona. <http://whc.unesco.org/fr/list/1179/>. Consulté le 17 octobre 2010.

Sites candidats à l'inscription

- Sites palafittiques préhistoriques autour des Alpes

Les sites palafittes sont des vestiges d'habitations datant de la préhistoire et sont répartis autour des lacs et des marais de l'Arc alpin. Pas moins de 156 sites dans les six pays alpins (Suisse, Allemagne, France, Italie, Slovénie et Autriche) possèdent cette richesse. Cependant, la candidature est portée par la Suisse et 15 cantons y participent. La décision tombera en été 2011.²³

- Le Corbusier

Dix-neuf œuvres du fameux architecte Le Corbusier sont candidates pour être inscrites en tant que site pluriel sur la liste du Patrimoine mondial. Trois édifices sont localisés en Suisse (la Maison Blanche à La Chaux-de-Fonds, l'immeuble Clarté à Genève et la Petite Maison à Corseaux) tandis que la France compte treize œuvres.²⁴ Des constructions de l'architecte sont également situées en Allemagne, au Japon, en Argentine et en Belgique. Le résultat de cette candidature sera donné en été 2011.

²³ Commission suisse pour l'UNESCO – Sites palafittiques autour des Alpes. www.welterbe.ch/fr/candidats/sites-palafittiques-autour-des-alpes.html Consulté le 19 novembre 2010

²⁴ Pessina, Laure-Anne. Le Corbu prêt pour l'UNESCO in *Le Matin*. 26 novembre 2010.

2.3. Le site « La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger »

Selon les critères de l'UNESCO, La Chaux-de-Fonds et Le Locle constituent une configuration urbaine significative, portant le témoignage d'un héritage industriel particulièrement long depuis le 18^e siècle.

L'industrie horlogère a été à l'origine de l'édification de ces deux villes et elles possèdent une architecture distinctive et un design urbain unique.

L'inscription de ces deux sites a été semée d'embûches et peu de gens ont soutenu, encouragé et cru en ce projet.²⁵

Quelques dates importantes

Décembre 2004 → le Conseil fédéral place La Chaux-de-Fonds et Le Locle sur la liste des cinq sites suisse candidats à l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Septembre 2005 → un budget de CHF 400'000.- est voté par les deux villes pour défendre et créer le dossier de candidature. (Coût total de la candidature : CHF 600'000.-).

Décembre 2007 → un dossier de postulation de 480 pages est remis à l'UNESCO.

Automne 2008 → un expert international visite les deux sites.

Printemps 2009 → un préavis favorable est donné par l'Icomos (Conseil International des Monuments et des Sites)

27 juin 2009 → inscription officielle de La Chaux-de-Fonds et du Locle sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO.

6 novembre 2009 → le diplôme officiel de l'UNESCO fut remis aux autorités communales lors d'une cérémonie.

Été 2009 → journalistes américains, japonais et italiens sont venus sur les deux sites dans le but de réaliser des interviews et des reportages.

14 octobre 2009 → l'association UNESCO Destination Suisse réunissant les 10 sites suisses reconnus par l'UNESCO ainsi que la biosphère d'Entlebuch est créée. Elle apporte une nouvelle visibilité au niveau national et international.

Principaux partenaires du projet Unesco

- Villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle
- Confédération suisse (office fédéral de la culture)
- Canton de Neuchâtel
- Tourisme neuchâtelois
- Sociétés locales
- Groupes de citoyens
- Associations
- Entrepreneurs et manufactures horlogères voulant promouvoir la région

²⁵ Courvoisier, François & Aguilhaume, Cécile (2010) : Les Montagnes neuchâteloises, région créative en action in *La Revue Espace* 283 : 33-41

Des actions immédiates et efficaces

Les journées du patrimoine horloger, qui ont lieu un samedi de novembre, permettent au public de visiter des établissements habituellement fermés au public comme les :

- Écoles d'horlogerie et de microtechnique
- Entreprises horlogères de la région

Ainsi que de visiter gratuitement :

- Le musée international d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds
- Le musée d'horlogerie du Locle

14

De plus, un vaste programme d'événements a été réalisé à La Chaux-de-Fonds en 2009 suite à l'inscription au Patrimoine mondiale de l'UNESCO et Tourisme neuchâtelois reçoit un nombre grandissant de demandes d'étudiants et de chercheurs sur l'impact de la certification UNESCO de la région.²⁶

Le principal objectif de la candidature n'était pas touristique mais la conservation du patrimoine. Cependant, cette reconnaissance a valorisé l'attrait touristique dans la région.

Des instruments de communication supplémentaires ont été mis sur pied dans le but de favoriser l'accueil du touriste en lui expliquant les particularités de La Chaux-de-Fonds et du Locle :

- Un train touristique circulant dans les rues de la ville avec des commentaires audio.
- Des tracts, des brochures, des plans de ville et des flyers explicatifs ont été édités.
- Des visites guidées sont organisées.

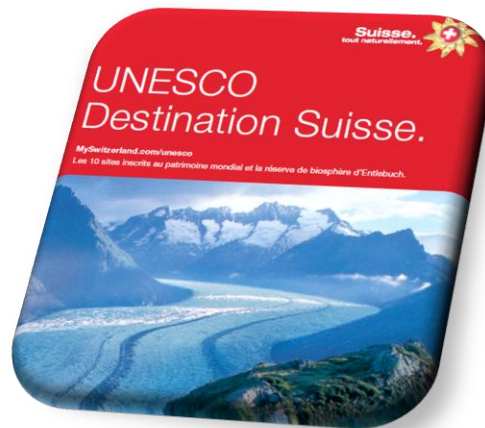
Vincent Matthey, coordinateur de Tourisme neuchâtelois-Montagnes, souligne le fait que l'inscription a été connue le 27 juin 2009 à 19h06 et que tous les éléments du concept de promotion et les imprimés étaient prêts à 19h07 !²⁷

La communication et la promotion de ces nouveaux produits touristiques orientés sur l'inscription au Patrimoine mondial se sont faites principalement en Suisse romande, en Suisse alémanique, en France et en Allemagne. C'est d'ailleurs les destinations principales d'où viennent les touristes quand ils arrivent au bureau d'accueil.

De plus, la collaboration avec Suisse Tourisme permet de faire connaître la région UNESCO dans le monde entier. L'association « UNESCO destination suisse », qui a été créée récemment, établit une promotion centrée sur les sites suisses inscrits au Patrimoine mondial.

²⁶ Courvoisier, François & Aguilhaume, Cécile (2010) : Les Montagnes neuchâteloises, région créative en action in *La Revue Espace* 283 : 33-41.

²⁷ Courvoisier, François & Aguilhaume, Cécile (2010) : Les Montagnes neuchâteloises, région créative en action in *La Revue Espace* 283 : 33-41



Source : <http://mhs.gadmin.ch> - Consulté le 10 octobre 2010

Difficultés et obstacles

Hélas, il existe encore beaucoup d'obstacles et de difficultés pour promouvoir convenablement le site UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle : ²⁸

- Manque de ressources financières au niveau local et cantonal
- Ville pas totalement guérie de la crise économique de 2008
- Pas de possibilité réelle pour les visiteurs de voir à l'œuvre les horlogers et d'acheter les montres produites dans les sites
- Manque de ressources hôtelières

Il est paradoxal pour une région habituée aux difficultés économiques d'être maintenant en position de lancer de nouveaux projets liés à cette inscription. Il faut être ambitieux et la collaboration du site de La Chaux-de-Fonds / Le Locle avec les sites de Franche-Comté et une initiative prometteuse. Cependant, il faut mettre beaucoup d'entrain et d'assiduité dans ce projet.

Il faut donc investir de l'énergie et du temps afin que cette chance que La Chaux-de-Fonds et Le Locle possède ne soit pas réduite à une simple fête ponctuelle mais l'occasion de développer de multiples projets.

L'avenir de La Chaux-de-Fonds et du Locle en tant que patrimoine mondial de l'UNESCO

En ce qui concerne le futur, il faut malheureusement prendre en compte les difficultés financières dues principalement à la crise économique mondiale et à des complications structurelles.

La Confédération ne joue malheureusement qu'un rôle subsidiaire dans les activités culturelles et elle ne peut pas apporter de ressources financières pour de tels projets, uniquement un soutien moral.

²⁸ Courvoisier, François & Aguilhaume, Cécile (2010) : Les Montagnes neuchâteloises, région créative en action in *La Revue Espace* 283 : 33-41

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Les sites UNESCO doivent organiser eux-mêmes leur protection, compter sur une prise de conscience des locaux et considérer cette reconnaissance mondiale comme un nouveau départ.

Les journées du Patrimoine horloger représentent le côté visible des efforts entrepris par les acteurs afin de faire connaître cette région.

Le but à long terme est de « positionner la métropole horlogère comme le berceau de l'horlogerie et une référence mondiale, à côté des villes comme Reims (capitale du champagne, Milan (capitale de la mode)... ». ²⁹

Il y a néanmoins encore beaucoup d'efforts à produire pour associer plus fortement les entreprises et leur production horlogère au label UNESCO.

16

Le potentiel et le développement

L'industrie horlogère est toujours existante et active et cela renforce l'intérêt de touristes vivant dans des milieux désindustrialisés mais voulant tout de même se souvenir du rude labeur des générations précédentes. Cependant, si les visiteurs n'ont pas la possibilité de visiter des industries de montres, de voir l'activité horlogère « en action » ni d'acheter des montres, cela peut créer des frustrations et des déceptions. La demande de ces prestations est en constante augmentation et il est primordial de mettre des offres sur pied ! Il faut cependant prendre en compte le fait que les montres sont un produit de luxe et que les acheteurs seront plus rares que ceux de chocolat Cailler, par exemple. ³⁰



Source : Fichiers internes

Les entreprises horlogères de La Chaux-de-Fonds et du Locle organisent des visites pour les intermédiaires, les grossistes et détaillants ou les journalistes mais pas pour les touristes. Cependant, d'après Jean-Daniel Jeanneret, architecte du patrimoine et gestionnaire du site « La Chaux-

²⁹ Courvoisier, François & Aguilhaume, Cécile (2010) : Les Montagnes neuchâteloises, région créative en action in *La Revue Espace* 283 : 33-41

³⁰ Jeanneret, Jean-Daniel. Interview par François Courvoisier et Cécile Aguilhaume. 2 décembre 2009.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger », la ville serait « *en rapport avec plusieurs entreprises horlogères pour concrétiser ces visites* », afin que les touristes puissent aussi en profiter.³¹

Des projets très intéressants sont en cours, dont celui de créer « La Maison de la Montre » dans laquelle les visiteurs pourraient voir comment une montre est assemblée, avec des films et des artisans à l'œuvre. Un atelier serait également envisagé dans lequel les visiteurs pourraient assembler leur propre montre, sous la conduite de professionnels. Le grand défi de ce projet est que les marques concurrentes (du groupe SWATCH ou indépendants comme Ulysse Nardin) puissent s'unir afin de développer ce concept.

³¹ Jeanneret, Jean-Daniel. « Je pense que les montagnons éprouvent un sentiment de fierté » in *L'Impartial*. 3 septembre 2010.

2.4. Les sites de Franche-Comté

Après avoir décrit le site UNESCO suisse inclus dans cette mise en réseau, il est temps de s'intéresser aux trois sites de Franche-Comté participant à cette collaboration. Ils sont tous trois primordiaux pour l'identification culturelle et le tourisme de cette région car ils possèdent chacun une caractéristique spécifique qui les valorise au rang de Patrimoine mondial. Ces trois sites UNESCO sont témoins de l'histoire de l'architecture militaire ou industrielle de la région.

La Citadelle de Besançon

La capitale de Franche-Comté reflète les charmes du Doubs et des temps passés.

La Citadelle de la ville fait partie de l'œuvre de Vauban, cet architecte du 15^{ème} siècle qui révolutionna le Royaume de France par l'amélioration ou la conception de nombreuses fortifications. Le système Vauban est donc connu pour être une architecture militaire universelle de plus de 180 fortifications et la Citadelle de Besançon en est une fameuse représentation.

Toute l'œuvre de Vauban est inscrite au Patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2008. Cela représente douze groupes de bâtiments fortifiés dans toute la France.

La Citadelle de Besançon a été construite entre 1668 et 1711. Vauban a modifié cette forteresse en 1674 lui donnant la forme actuelle. Au fil des ans, la Citadelle a été une école militaire, une prison d'Etat et une forteresse.³²

Aujourd'hui, la Citadelle compte plusieurs espaces touristiques qui attirent des visiteurs de tous horizons et leur offre plusieurs façons d'orienter leur visite :

- **L'Espace Vauban** → expositions sur Vauban et son siècle
- **Le Musée d'histoire naturelle** complété par un insectarium, un aquarium et un jardin zoologique
- **Le Musée comtois** qui retrace les traditions et les coutumes de Franche-Comté en milieu rural et urbain.
- **Le Musée de la Résistance et de la Déportation** → regroupements de photographies, documents originaux et objets relatifs au thème de la seconde guerre mondiale.³³



Source : Fichiers internes

³² Michelin (2010). *Franche-Comté Jura*. Paris : Michelin Editions.

³³ La Citadelle – Découverte du site. <http://www.citadelle.com/index.php>. Consulté le 20 octobre 2010.

La Saline royale d'Arc-et-Senans

La Saline royale d'Arc-et-Senans a été inscrite au Patrimoine mondial en 1982. Elle a été construite entre 1775 et 1779. La Saline royale est un témoignage rare de l'histoire de l'architecture industrielle du 18^{ème} siècle grâce à ses canalisations souterraines qui y acheminaient la saumure (solution aqueuse du sel) depuis Salins-les-Bains, situé à 20 kilomètres de là.³⁴ Onze bâtiments contenant les ateliers et les habitations des ouvriers sont construits en arc de cercle autour de la maison du directeur, ce qui rend le site unique par sa qualité et sa modernisation.



Source : Fichiers internes

Salins-les-Bains

Salins-les-Bains est inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2009 et est une extension au site d'Arc-et-Senans. Dès le Moyen-âge, la présence d'eau salée a permis la fabrication de sel dans cette région. Cette commercialisation a grandement développé l'économie de ce coin de pays relativement éloigné dans le Jura français. Le 18^{ème} et le 19^{ème} siècle représentent la période de plus forte activité car le sel est alors le seul moyen de conservation des aliments. Ce n'est qu'en 1962 que la saline cesse son activité après 1'200 ans d'exploitation.³⁵

Aujourd'hui, il est possible de visiter les deux cents mètres de galeries souterraines.

De plus, comme son nom l'indique, Salins-les-Bains a développé un centre thermal grâce à sa source naturelle d'eau salée. La création de l'établissement remonte à 1854.³⁶



Source : Fichiers internes

³⁴ Commission nationale française pour l'UNESCO (2009) : *Patrimoine mondial de l'UNESCO*. Paris : Editions DEL

³⁵ Commission nationale française pour l'UNESCO (2009) : *Patrimoine mondial de l'UNESCO*. Paris : Editions DEL

³⁶ Michelin (2010). *Franche-Comté Jura*. Paris : Michelin Editions.

Grâce à ses sites inscrits sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO, le département de Franche-Comté a largement développé sa communication et son marketing. Comme démontré sur le tableau ci-dessous, les trois sites UNESCO sont classés dans les dix destinations les plus fréquentées de la région.

Les sites les plus fréquentés (pour les sites UNESCO, les données sont non disponibles).

	Commune (département)	Type	2009
→ Citadelle	Besançon (25)	Sites à caractère militaire et lieux de mémoire	248.704
Dino Zoo / Gouffre de Poudrey	Charbonnières-les-Sapins / Etalans (25)	Parcs à thèmes / Grottes, gouffres	152.064
→ Sommet du Ballon d'Alsace	Lepoux Gy (90)	Site naturel	138.247
→ Saline royale	Arc-et-Senans (25)	Châteaux et architectures civiles remarquables	126.884
Citadelle (2008)	Belfort (90)	Sites à caractère militaire et lieux de mémoire	117.316
Verrerie-cristallerie	Passavant-la-Rochère (70)	Sites industriels et visites techniques	77.927
Musée de l'aventure Peugeot	Sochaux (25)	Musées thématiques	75.241
→ Chapelle Notre-Dame-du-Haut	Ronchamp (70)	Edifices religieux	71.721
Anciennes salines	Salins-les-Bains (39)	Châteaux et architectures civiles remarquables	68.933
Château de Joux	La Cluse et Mijoux (25)	Sites à caractère militaire et lieux de mémoire	55.800
Musée des Beaux-arts et d'archéologie	Besançon (25)	Musées des Beaux-arts	53.923
Parc Polaire	Chaux Neuve (25)	Parcs à thèmes	45.250
Val de Consolation	Consolation Maisonnottes (25)	Sites, villes et villages pittoresques	45.000
Parc de loisirs Les Campaines	Accolans (25)	Parcs à thèmes	41.017
Maison des fromages	Les Moussières (39)	Musées thématiques	40.231
Lion	Belfort (90)	Sites à caractère militaire et lieux de mémoire	39.741
Musée de plein air des maisons comtoises	Nancray (25)	Ecomusées, musées d'art et tradition populaire	38.951
Grotte	Baume-les-Messieurs (39)	Grottes, gouffres	37.175
Pavillon des sciences	Montbéliard (25)	Parcs à thèmes	36.356
Musée du temps	Besançon (25)	Musées thématiques	36.004
Maison de la vache qui rit	Lons-le-Saunier (39)	Musées thématiques	27.122
Pavillon des cercles - aire du Jura - A 39	Arlay (39)	Musées thématiques	26.331
Grotte des Moidons	Molain (39)	Grottes, gouffres	26.300
Cave d'affinage Jurafore	Les Rousses (39)	Sites industriels et visites techniques	25.470
Grotte	Les Planches-près-Arbols (39)	Grottes, gouffres	25.300

Tableau 2

Source : www.observatoire.franche-comte.org – Consulté le 25 octobre 2010

3. Benchmark entre les sites

3.1. Les actions entreprises

Après avoir décrit les quatre sites inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO participant à la mise en réseau, il est nécessaire d'analyser les actions entreprises par les destinations à leur inscription. Le label UNESCO a été utilisé pour mettre en place les principales actions de marketing et de communication dans chaque site. Il est clair que la possession de ce label facilite la notoriété d'une destination et celles qui ont l'opportunité de posséder cette distinction reconnue internationalement en profitent pour développer des produits touristiques plus intéressants.

21

La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger

En ce qui concerne le site de l'urbanisme horloger, plusieurs actions ont été mises sur pied dès l'annonce de l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO.

- L'**espace de l'urbanisme horloger** à La Chaux-de-Fonds est dédié à donner plus d'informations et de détails sur la métropole horlogère classée au patrimoine mondial. A La Chaux-de-Fonds, un film de 14 minutes relate l'histoire de la ville ainsi que son évolution jusqu'à cette labellisation UNESCO.



Source : Fichiers internes

- Les **espaces UNESCO** au Locle guident les visiteurs pour mieux comprendre l'intérêt du patrimoine du Locle, la Cité de la précision.
- Un **train touristique** circule de mai à octobre dans les rues des villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle et transmet des commentaires en français, allemand et anglais sur les différents bâtiments et quartiers de ces deux villes.
- Des **brochures et des flyers explicatifs** ont été réalisés dans le but d'améliorer la communication autour de ce label UNESCO. Ces documents sont très appréciés par les touristes et les locaux pour leur présentation et les explications claires et précises qu'ils contiennent.



Source : Fichiers internes



Source : Fichiers internes

Impression en juin 2009, après l'inscription :

Flyer UNESCO	100'000 exemplaires
Brochures urbanisme horloger	50'000 exemplaires
Brochures Le Corbusier	50'000 exemplaires
Brochures Art Nouveau	50'000 exemplaires ³⁷

³⁷ Tourisme neuchâtelois (2009) : *Rapport d'activité 2009*. Neuchâtel : Tourisme neuchâtelois

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

- Des **visites guidées**, principalement sur le thème de l'urbanisme horloger, mais aussi orientées Art Nouveau ou théâtre, en transports publics ou à pied, sont organisées en plusieurs langues et rencontrent un franc succès auprès des touristes de tous horizons.

Ainsi que...

- Une campagne d'affichage en Suisse allemande et dans le Canton de Neuchâtel
- Un site Internet exclusivement dédié à l'urbanisme horloger
- Une participation à la création de l'association d'UNESCO Destination Suisse

22

La Citadelle de Besançon

La Citadelle Vauban de Besançon présente elle aussi des actions et des produits touristiques favorisés par l'obtention du label UNESCO :³⁸

- Des **visites audio guidées et accompagnées d'un guide** aident les visiteurs à comprendre les caractéristiques de cette architecture militaire de Vauban ainsi que l'histoire et le rôle de la forteresse depuis sa construction jusqu'à aujourd'hui.
- Des **balades animées par un comédien** mettent en scène l'histoire de la Citadelle d'une manière ludique.
- Des **ballades nocturnes guidées** font découvrir le site à la lueur des lampes-torche.
- Des **parcours-aventure** accompagnent les enfants dans leur découverte grâce à des jeux d'observation.
- Des **expositions temporaires** dans les différentes salles de la Citadelle

Salins-les-Bains : SEL' UNESCO

A Salins-les-Bains, beaucoup de produits touristiques ont été développés autour du sel, l'or blanc qui découlait des salines :³⁹

- Compagne de promotion autour du mot « **sel** »
- **Ateliers pédagogiques** dédiés aux enfants qui expliquent les différentes façons dont étaient utilisées les salines.
- **Contes** racontés dans l'atmosphère de la galerie souterraine.
- **Visites guidées** des Salines et de la galerie souterraine
- Le **musée** du sel
- Editions de **bulletins** « spécial UNESCO »
- Les **Termes**
- **Merchandising** de produits dérivés (caramels à l'eau salée, cartes, autocollants, etc.)



Source : Fichiers internes

³⁸ Source interne de Besançon Tourisme, Frédérique Coobar

³⁹ Source interne de l'office du tourisme de Salins-les-Bains, Yann Garnache

La Saline royale d'Arc-et-Senans

La Saline royale, quant à elle, propose un plus grand nombre d'activités. En effet, ce site UNESCO est classé depuis 1982 et plusieurs produits ont eu le temps de voir le jour.

- Le **musée** Claude Nicolas Ledoux
- Six **salles d'exposition** sur l'histoire du sel ainsi que des expositions temporaires sont proposées dans les bâtiments de la saline.
- **Exposition « mémoires du lieu »** qui témoigne d'une aventure de plus d'un siècle autour de la manufacture du sel
- Le **festival des jardins** → chaque année une nouvelle thématique est présentée dans les jardins qui entourent la saline. Ce festival est un des plus renommé d'Europe.
- **Visites** avec audio-guides et avec un conférencier

23

Benchmarking des actions entreprises dans les différents sites UNESCO

Le but de cette étude est de mettre en évidence les retards et les avancées des actions entreprises dans chacun des quatre sites de la mise en réseau. Cette analyse va être utile pour uniformiser et lier les produits créés dans le cadre de la mise en réseau.

	Notoriété des actions	Visibilité des actions	Fréquentation	Qualité de l'ensemble des produits
La Chaux-de-Fonds / Le Locle	3	4	3	4
La Citadelle de Besançon	5	5	5	4
Salins-les-Bains	3	4	3	3
La Saline Royale d'Arc-et-Senans	4	4	4	4

Tableau 3

- **Définition des quatre critères**

Notoriété des actions : impact externe de la promotion des actions

Visibilité des actions : affichage et panneaux indicateurs aux différents endroits stratégiques du site

Fréquentation : nombre d'entrées sur les lieux touristiques et fréquentation des divers événements

Qualité de l'ensemble des produits : qualité de l'information, de la distribution et du contenu des actions

- **Définition du système d'évaluation**

5 → Très bon

4 → Bon

3 → Moyen

2 → Suffisant

1 → Faible

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Premièrement, on remarque que le plus grand site (la Citadelle) et celui inscrit depuis le plus grand nombre d'années (la Saline royale) bénéficient d'une palette d'actions plus visible. Cependant, les actions de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et Salins-les-Bains ont évolué très rapidement après l'inscription et sont en phase de développement.

Deuxièmement, tous les sites ont installé des moyens de visibilité assez efficaces mais qui restent tout de même à améliorer dans les années à venir, sauf pour la Citadelle qui, par sa notoriété, a intégré une très bonne visibilité des actions.

Troisièmement, la fréquentation des actions est moins bonne dans les sites de La Chaux-de-Fonds/Le Locle et Salins-les-Bains où l'accès y est plus difficile. Il faut cependant prendre en compte le fait que ces deux sites avaient une notoriété très faible avant l'inscription et beaucoup de travail a déjà été établi pour remédier à ce problème.

La Citadelle de Besançon a encore une fois le plus haut score dû à sa plus forte notoriété, à son accessibilité et à la mise en valeur de ses actions, ce qui lui permet d'arriver à ce niveau de fréquentation.

Finalement, tous les sites présentent une grande qualité des actions car il est possible d'acquérir des connaissances culturelles, historiques et éducatives dans chacun des lieux visités. Néanmoins, la qualité des actions à Salins-les-Bains est un peu moins bonne que les autres car il n'est pas possible de se rendre dans la grande saline sans guide et sans accompagnement, contrairement aux autres sites.

En conclusion, dans le cadre de la mise en réseau, il est nécessaire de créer des actions touristiques reliées entre les sites et qui présentent l'opportunité de remédier aux éventuels problèmes de notoriété, de visibilité, de fréquentation et de qualité des actions pratiquées individuellement par chaque destination. En effet, les résultats du benchmark ci-dessus démontrent que chaque lieu présente des faiblesses qui, grâce à cette collaboration, auront l'avantage de pouvoir être comblées.

3.2. L'impact médiatique et l'augmentation touristique suite à l'inscription

Il est évident que chacun des quatre sites traités dans ce rapport ont bénéficiés d'un impact médiatique et de variations dans le flux de visiteurs depuis leur inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Ces destinations touristiques ont fait le choix de valoriser leur patrimoine et s'attendent donc à un changement dans la pratique touristique grâce à la modernisation des produits et de l'équipement.

De plus, il faut faire en sorte que ce renouvellement des technologies et offres touristiques respectent la tradition et les attentes des populations locales vivant sur ces lieux au quotidien.⁴⁰

25

D'après Hervé Barré, spécialiste du tourisme durable au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO, « quand un site est désigné sur la Liste, les guides de voyage le recommandent encore plus fermement et les visiteurs affluent ».⁴¹

Les paragraphes suivants vont présenter graphiquement l'évolution de la fréquentation des différents sites ainsi que les retombées médiatiques suite à leur inscription sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO.

La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger

A La Chaux-de-Fonds/Le Locle, l'inscription sur la liste du Patrimoine mondial en 2009 a eu un impact important sur les touristes et les habitants. Cependant, ces résultats ne sont qu'un avant-goût de la portée que ce label peut avoir. Les acteurs et prestataires touristiques et communaux s'attendent à des retombées de plus en plus fortes durant les prochaines années.

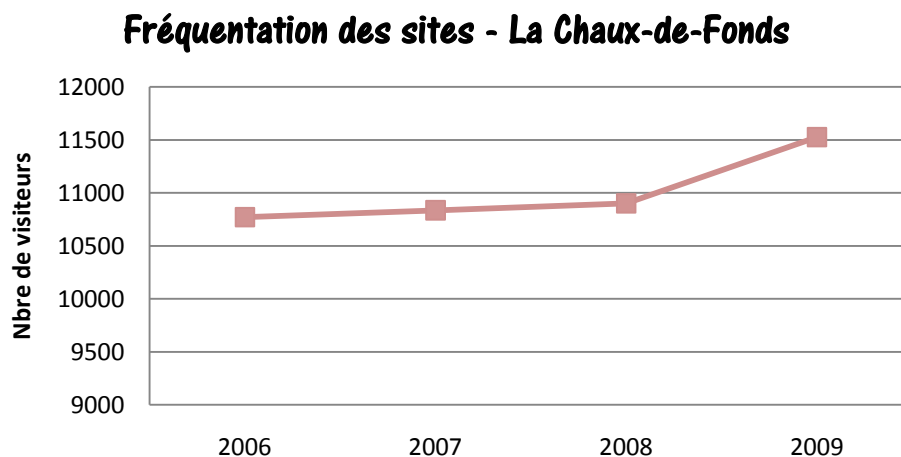


Figure 2

Source : Rapports d'exercice Tourisme neuchâtelois 2006, 2007, 2008 et 2009

Sur le premier graphique, on peut se rendre compte de l'augmentation des visites en 2009 (année de l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO) par rapport à 2006, 2007 et 2008. Bien en-

⁴⁰ Duhamel, Philippe; Knafo, Rémi (2007) : *Mondes urbains du tourisme*. Belin

⁴¹ Barré, Hervé. Le patrimoine en danger : le tourisme comme arme de destruction massive in *Le Devoir.com*. 4 janvier 2008.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

tendu, l'urbanisme horloger n'est pas la seule motivation des visiteurs de La Chaux-de-Fonds et du Locle mais cette fameuse labellisation a bel et bien stimulé le tourisme régional. Le vivarium, le Musée d'horlogerie du Château des Monts et le Musée International d'Horlogerie restent les trois sites les plus visités des Montagnes neuchâteloises avec plus de 185'000 visiteurs à eux trois.⁴²

En ce qui concerne les médias, en 2009 Tourisme neuchâtelois a accueilli près de 81 journalistes et les sujets principaux qu'ils ont traités sont : le canton de Neuchâtel en général, les villes de La Chaux-de-Fonds/Le Locle et de Neuchâtel, les Montagnes neuchâteloises, Le Corbusier, le Pays des 3 Lacs, randonnée/vélo/nature et l'UNESCO. Comme le démontre le graphique ci-dessous, l'horlogerie et l'UNESCO représentent la majeure partie des sujets médiatiques réalisés en 2009. Il faut également souligner le fait que tous ces articles ont été réalisés après le 27 juin 2009, date à laquelle le site de La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger a été inscrit sur la liste du Patrimoine mondial..⁴³

Sujets traités dans les médias en 2009

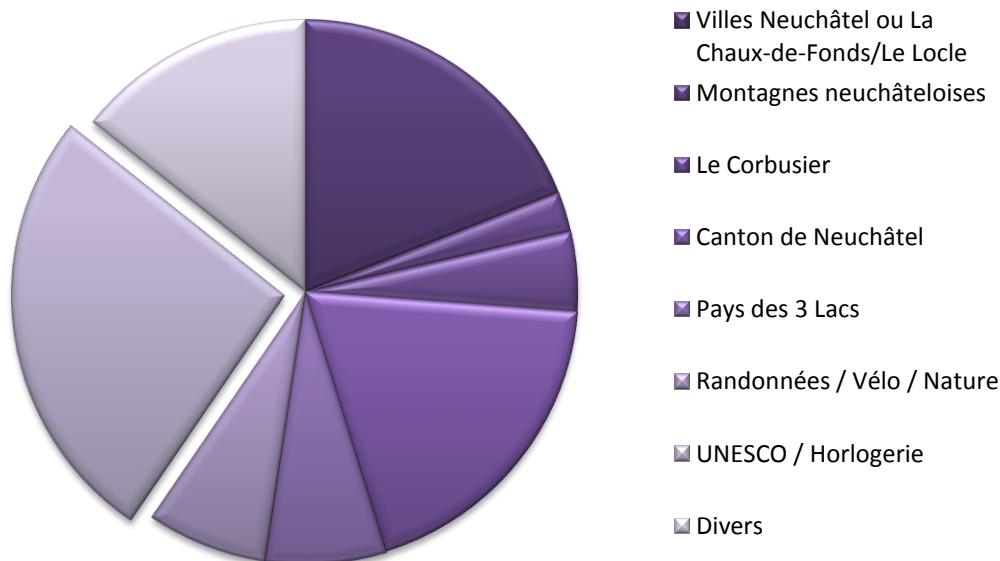


Figure 3

Source : Rapport d'exercice Tourisme neuchâtelois 2009

⁴² Tourisme neuchâtelois (2009) : *Rapport d'activité 2009*. Neuchâtel : Tourisme neuchâtelois

⁴³ Tourisme neuchâtelois (2009) : *Rapport d'activité 2009*. Neuchâtel : Tourisme neuchâtelois

Arc-et-Senans & Salins-les-Bains

Comme le site d'Arc-et-Senans a été inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO en 1982, l'impact médiatique et touristique dû à cette reconnaissance a été moindre étant donné que le label UNESCO n'avait, à l'époque, ni le même renom ni la même portée qu'aujourd'hui. En effet, au début des années 80, les Salines accueillaient 63'000 visiteurs par an tandis qu'en 2008, 105'032 touristes ont visité le site et 126'884 en 2009. « *Du jour au lendemain, la fréquentation a bondi, on ne s'attendait pas à un flux aussi soudain, [il n'y] avait plus assez de guides* »⁴⁴

D'après Isabelle Salle, directrice du département culturel et patrimoine d'Arc-et-Senans, le label UNESCO est utilisé pour toutes les actions marketing et communication établies. Grâce à l'inscription de Salins-les-Bains en 2009, le site d'Arc-et-Senans pourra enfin profiter « *de l'écho d'un label UNESCO obtenu il y a plus de 20 ans.* »⁴⁵

A Salins-les-Bains, suite à l'obtention du label UNESCO, une nouvelle clientèle venant de Belgique, Suisse et Allemagne a fait son apparition. De plus, les visiteurs de la région et de ses alentours, le Doubs, Jura, Bourgogne, se sont montrés plus présents. En effet, la crise économique a réduit la distance entre le lieu d'habitation et la destination touristique. En 2009, le site a accueilli en moyenne plus de 700 touristes par jour.⁴⁶

27

Fréquentation de la Saline royale d'Arc-et-Senans après l'inscription en 1982

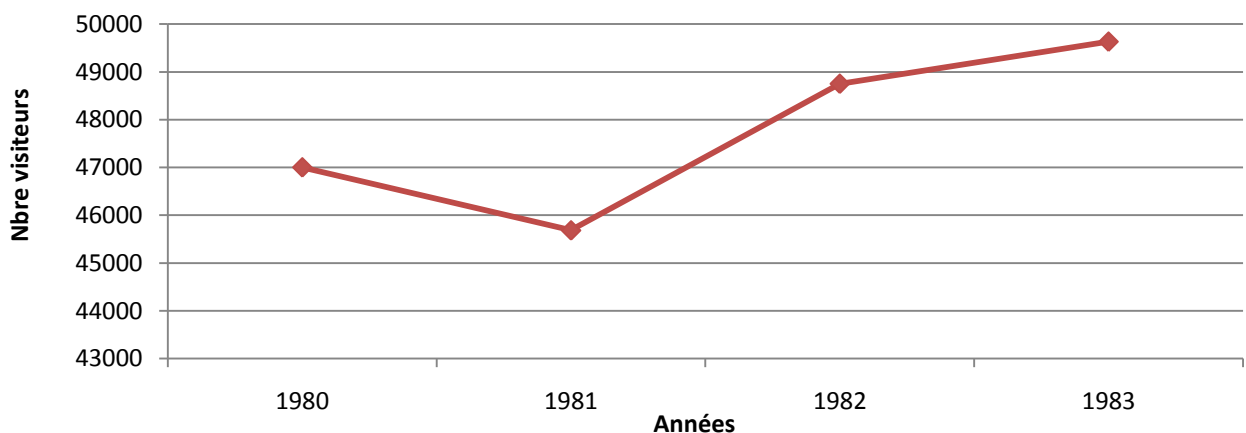


Figure 4

Source : Chiffres donnés par Isabelle Salle, responsable du département culture et patrimoine de la Saline royale

En 1982, on remarque une augmentation de la fréquentation du site mais celle-ci n'est pas considérable et plutôt régulière. Cependant, on voit que 10 ans après, en 1992, le nombre de visites a doublé (48'751 en 1982 contre 100'374 en 1992). Cela peut s'expliquer par deux hypothèses : soit la proposition culturelle développée par le musée Ledoux (dédié au créateur de la saline) a augmenté la fréquentation, soit l'impact de l'inscription au patrimoine UNESCO en 1980 a tout simplement été progressif.⁴⁷

⁴⁴ Monnot, Floriane. Quand le patrimoine industriel attire de nouveaux touristes in *La Croix*. 9 février 2010.

⁴⁵ Ma Commune.Info – Arc-et-Senans devrait rebondir grâce à Salins-les-Bains. <http://www.macomme.info/actualite/arc-et-senans-devrait-rebondir-grace-a-salins-les-bains-9656.html> Consulté le 21 octobre 2010.

⁴⁶ Giraud-Guigues, Anaïs (2010) : *La mise en tourisme d'un site classé au patrimoine culturel : entre fréquentation et conservation*. Mémoire. Lyon, Université du Maine.

⁴⁷ Salle, Isabelle. Notes prises durant la séance du 29 septembre 2010 à Salins-les-Bains.

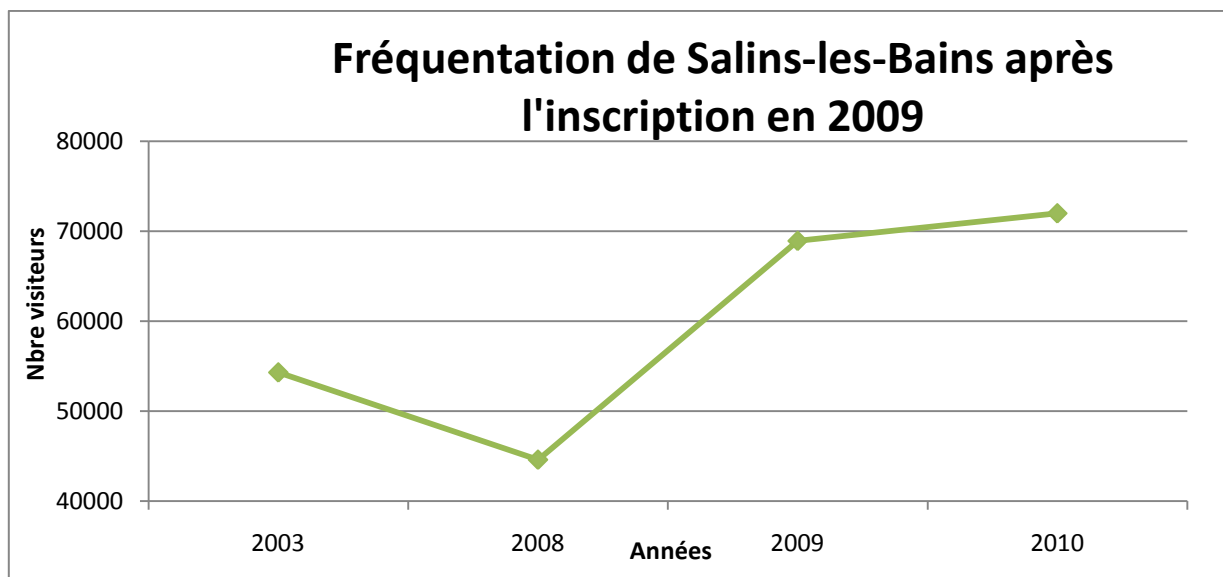


Figure 5 Source : Chiffres donnés par Fabienne Monnot et confirmés par Yann Garnache, responsables des salines et de l'OT de Salins-les-Bains

Le graphique ci-dessus démontre que la fréquentation de la Saline était en perte de vitesse. Après l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO, le nombre d'entrées a augmenté de 54,6 % (de 2008 à 2009).⁴⁸

Finalement, il est clair que la notoriété du classement au Patrimoine mondial a beaucoup évolué lorsque l'on regarde les graphiques concernant les salines. En 1982, pour la Saline royale, l'impact a plutôt été progressif tandis qu'en 2009, pour Salins-les-Bains, il a été direct.

⁴⁸ Monnot, Fabienne. Données officielles confirmées par Yann Garnache. Juillet-août 2010.

La Citadelle de Besançon

De toute la région de Franche-Comté, la Citadelle Vauban de Besançon est le site le plus visité. Contrairement aux autres sites décrits ci-dessus, l'inscription au Patrimoine mondial n'a pas augmenté radicalement le nombre de visites à la Citadelle. Hormis la grande diminution des entrées en 2006, les chiffres restent entre 240'000 et 280'000 visiteurs. Quant à cette baisse des visites en 2006, 2008 et 2009 elle est principalement due au manque d'évènements importants organisés à la Citadelle. D'après Gilles Dreydemy, directeur de l'office du tourisme de Besançon, il est compliqué de mettre sur pied de grands évènements dans cet endroit pour une raison de logistique et de moyens. Il faut pourtant reconnaître que c'est principalement ce genre d'offres qui serait nécessaire à une augmentation de la fréquentation du site car la Citadelle est actuellement majoritairement visitée pour son zoo.⁴⁹

29

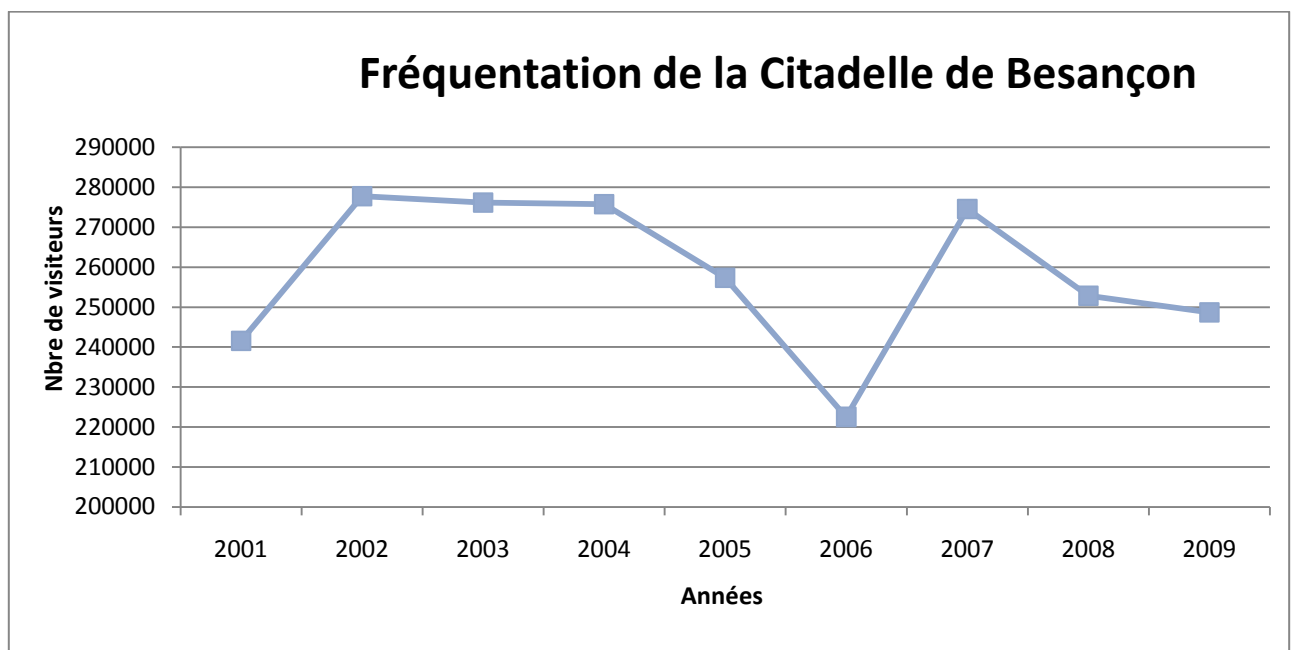


Figure 6

Source : Chiffres donnés par M-P Papazian, responsable service presse de la Citadelle

En conclusion, la mise en réseau de ces quatre sites va accentuer l'intérêt et la visibilité des lieux inscrits et fera augmenter leur fréquentation. En effet, la labellisation a aidé les sites à augmenter leur nombre de visites et à étendre leur marché. La mise en réseau, quant à elle, va aider à la continuité du développement des destinations et à améliorer leur visibilité à plus large échelle.

⁴⁹ Dreydemy, Gilles. Notes prises durant la séance du 16 novembre 2010 à La Chaux-de-Fonds

4. Mise en route du réseau

4.1. Synthèse des séances

Afin que les différentes parties puissent échanger leurs idées et leurs avis sur les produits et actions à créer en commun, il est nécessaire d'établir des séances mensuelles ou bimensuelles. De plus, ces réunions aident les parties à connaître les destinations avec lesquelles elles sont amenées à collaborer afin d'évoluer ensemble en partageant des expériences et des pratiques. Le calendrier ci-dessous décrit les séances avec les participants de tous les sites ainsi que les réunions internes et réunissant les personnes concernées par ce projet.

Calendrier des séances

QUAND ?	OU ?	QUI ?	QUOI ?
19 juillet 2010	Besançon	Représentants de Besançon, Salins-les-Bains, Arc-et-Senans, La Chaux-de-Fonds/Le Locle ⁵⁰	Présentation des participants, mise en situation des attentes de chacun, établissement d'objectifs, idées fortes sur la future collaboration, idées d'actions à mettre en œuvre en commun
2 septembre 2010	La Chaux-de-Fonds	Représentants de La Chaux-de-Fonds/Le Locle	Mise à jour des projets, modifications des actions, problèmes à résoudre
30 septembre 2010	Salins-les-Bains	Représentants de Besançon, Salins-les-Bains, Arc-et-Senans, La Chaux-de-Fonds/Le Locle	Propositions / modifications d'actions, identité graphique, détails à inclure dans le projet, évaluation du budget
12 novembre 2010	La Chaux-de-Fonds	Représentants de La Chaux-de-Fonds/Le Locle Responsable de la section vidéo de l'Ecole d'Art	Discussion sur les vidéos à faire réaliser par les élèves de l'Ecole d'arts appliqués de La Chaux-de-Fonds. Problématique des déplacements. Financement et délais.
15 novembre 2010	La Chaux-de-Fonds	Urbanisme horloger / graphiste / OT	Feedback de la séance du 12.11 à l'Ecole d'Art. Elaboration de l'ordre du jour pour la séance du 16.11 à La Chaux-de-Fonds Idées de slogans et de noms

⁵⁰ Liste des participants en annexe

16 novembre 2010	La Chaux-de-Fonds	Représentants de Besançon, Salins-les-Bains, Arc-et-Senans, La Chaux-de-Fonds/Le Locle	Présentation de l'avancée des négociations pour la réalisation de vidéos. Présentation de l'ébauche de la carte panoramique. Discussion sur une dénomination.
24 novembre 2010	Berne	Représentants de tous les sites UNESCO de Suisse, intervenants externes	<u>Séance plate-forme UNESCO :</u> Description des activités du groupe Patrimoine mondial de la Commission. Activités des sites. UNESCO Destination Suisse. Signalisation routière.
10 décembre 2010	Berne	Représentants des offices du tourisme des sites UNESCO de Suisse	<u>UNESCO Destination Suisse</u> Regards et discussions sur l'activité marketing passée et future des sites UNESCO suisses.
25 janvier 2011	Arc-et-Senans	Représentants de Besançon, Salins-les-Bains, Arc-et-Senans, La Chaux-de-Fonds/Le Locle	<i>Séance à venir</i>

La première séance du 19 juillet 2010 s'est déroulée à l'office du tourisme de Besançon et comptait des représentants des différents sites. Cette première réunion avait surtout pour objectif d'apprendre à connaître les personnes participant au projet mais aussi d'élaborer un brainstorming pour réunir des idées d'actions à établir à court et moyen terme.

Il est ressorti six idées fortes sur la future collaboration :

- La communication et le marketing → le marché va être très ciblé, voire niche, comme par exemple, des amateurs de sites UNESCO, etc.
- L'évènementiel → thématiques précises à coproduire
- L'échange de personnel et de savoir-faire
- La coproduction de dossiers promotionnels

Tout cela aura un impact politique et médiatique et engendrera une incitation à une visite d'un ou plusieurs sites UNESCO du réseau.

Durant cette séance, les parties ont donc principalement discuté de la forme sous laquelle la collaboration allait se faire car chaque région offre des produits différents et possède des spécificités distinctes à mettre en avant. Il a été souligné que le seul point commun entre les régions est le label UNESCO.

Les premières actions imaginées durant cette première rencontre ont été :

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

- Elaboration d'une brochure comportant un coupon à découper et qui permettrait au visiteur d'obtenir une réduction ou une entrée gratuite dans un autre site UNESCO du réseau.
- Un événement en commun
- Un concours photo par le biais Web 2.0 pour créer un buzz. Ouvert à tous, ce concours permettrait de mettre en avant des situations, paysages ou mises en scène dans les différents sites UNESCO.
- Le renforcement de la « Ligne des horlogers » entre La Chaux-de-Fonds et Besançon (produit existant)
- Un voyage de presse dédié à assurer la promotion commune en sachant ce que l'on veut mettre en avant.
- Des présentoirs avec des brochures réciproques dans chaque office du tourisme.
- Des newsletters paraissant tous les deux mois et décrivant les événements et les news de chaque site.
- Un pass Inter-sites : il serait une finalité dans le projet car il faut que tout le reste soit au point pour mettre en route un tel produit. De plus, en décembre 2011, la ligne TGV de Franche-Comté sera mise sur pied et il serait judicieux de la prendre en compte pour les itinéraires entre les sites.

Les constats finaux ont été les suivants :

- INTERREG pourrait être sollicité pour cette collaboration car cela correspond bien à son objectif
- 2010 serait considérée comme l'année de préparation et, dès 2011, les actions commenceraient à être mises sur pied concrètement.

La seconde séance du 2 septembre s'est faite à l'interne (participants chaux-de-fonniers) afin de faire une mise au point sur la prochaine réunion réunissant tous les participants ainsi que de soulever des idées :

- Une vidéo promotionnelle des sites UNESCO faite par les élèves de l'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds. Les étudiants se rendraient dans les différents sites UNESCO afin de capter des images axées sur les aspects culturels et touristiques de ces régions dans le but de créer des clips-vidéo. L'Ecole d'Art de Besançon serait également conviée à participer à ce projet vidéo. Ainsi, les compétences des villes auraient l'occasion d'être promues.
- Le projet d'élaboration d'une brochure a été modifié par l'idée de créer un plan panoramique. Au recto, la carte mettrait en évidence les sites ainsi que les axes routiers et ferroviaires et, au verso, elle présenterait des plan d'accès plus rapprochés, des photos des sites, les horaires CFF et SNCF principaux ainsi qu'un tableau kilométrique. Il est primordial de s'informer du prix de l'impression afin de faire un devis pour présenter aux parties françaises.
- L'idée des bons pour les différents sites qui pourraient être insérés dans les brochures devraient être repensée afin que ces derniers soient plus faciles à utiliser.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Cette séance interne a également permis de fixer quelques objectifs pour la prochaine séance, comme par exemple définir le budget général des actions.

La séance du 30 septembre s'est déroulée à Salins-les-Bains avec des représentants de chaque site UNESCO. Cette réunion a permis d'avancer sur les différents éléments soulevés durant la première séance du 19 juillet.

- L'idée de clips-vidéo faits par les élèves de l'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds est un succès. L'école d'Art de Besançon va être contactée pour faire participer les étudiants français à ce projet. Il est envisagé que les élèves chaux-de-fonniers se déplacent sur les sites de France voisine et vice-versa.
- L'idée de la carte panoramique discutée en interne le 2 septembre est également un succès auprès des autres participants.
- Belfort avait émis le souhait de faire partie des sites de notre mise en réseau mais tous les participants ont refusé car la citadelle Vauban de la ville n'a pas le label UNESCO.
- L'identité graphique du réseau des sites n'est pas encore définie et il est important d'en créer une au plus vite.
- Le concours photo va s'effectuer via le réseau social Flickr et chaque personne devra s'inscrire afin d'y déposer les photos du/des site(s) visité(s).
- L'idée d'échange de savoir-faire et de personnel a de nouveau été soulevée et plaît à tout le monde. Il s'agirait de passer une ou deux journées sur les différents sites pour voir leur méthode de travail.
- Le **budget** et le **plan d'action** se définiraient dans un premier temps comme ceci :

Actions	Budget	Délais
1) Vidéos promotionnelles	4'000 Euros	Début : mi-2011 Fin : fin 2011
2) Concours photos	6'000 Euros	Début : printemps 2011 Fin : automne 2011
3) Carte des 4 sites	Prix pour 100'000 exemplaires car il faut vérifier l'impact et la ré-édition. → plusieurs offres à demander en Suisse et en France 30'000 Euros	Juin 2011 (éventuellement attendre les résultats du concours photos pour en faire la couverture de la carte.)
4) Echange personnel	-	Courant 2011
5) Newsletter	-	A définir
TOTAL	40'000 Euros → 10'000 par site	

Tableau 4

La séance du 12 novembre s'est déroulée à l'Ecole d'Arts appliqués de La Chaux-de-Fonds afin de discuter de la création des clips-vidéo avec les responsables de la section de conception multimédia. Ils sont très enthousiastes de pouvoir participer à ce projet. Cependant, les déplacements des élèves entre les sites leur posent problème. En effet, le concept de partir pour une journée, de capter des images et les assembler le soir ne correspond pas à leur mode d'enseignement. De plus, les déplacements d'élèves leur demandent une grande organisation administrative et pratique.

Cependant, la collaboration avec l'école d'art de Besançon pourrait être positive car les élèves des deux écoles pourraient se retrouver pour des journées d'échange. Les élèves chaux-de-fonniers passeraient une nuit en Franche-Comté et auraient ainsi le temps de capter des images intéressantes dans les différents sites UNESCO.

La question du financement a également été abordée et il serait constitué de deux parties. Premièrement, les honoraires (50 % pour les prix destinés aux étudiants et 50 % pour la cagnotte du voyage d'étude) et les frais techniques (réalisation, transport, repas, nuitées).

Concernant les délais pour la réalisation, ils sont assez larges. En effet, dès la rentrée scolaire d'août 2011, ce projet sera intégré dans le programme des étudiants de 3^{ème} année.

Les responsables de la section conception multimédia ont besoin de réfléchir et de se consulter. Ils attendent également de nos nouvelles concernant l'implication de l'école d'art de Besançon.

La séance interne du 15 novembre 2010 a été utile pour les participants de La Chaux-de-Fonds / Le Locle car elle a permis de faire un feedback sur la séance du 12 novembre à l'Ecole d'Art qui s'est bien déroulée et, malgré les problématiques organisationnelles soulevées, on peut en déduire que ces clips-vidéo sont un beau projet.

La carte panoramique a été présentée et il a été défini que la première version sera éditée pour une durée de 1 an et sera publiée au printemps 2011.

Des exemples de dénomination ont également été proposés (avec la ville de Berne qui participera certainement à notre mise en réseau dès 2011) :

U ne région
Sali N s- Les-Bains
B E me
Arc-et- S enans
La C haux-de-Fonds / Le Locle
Besanç O n



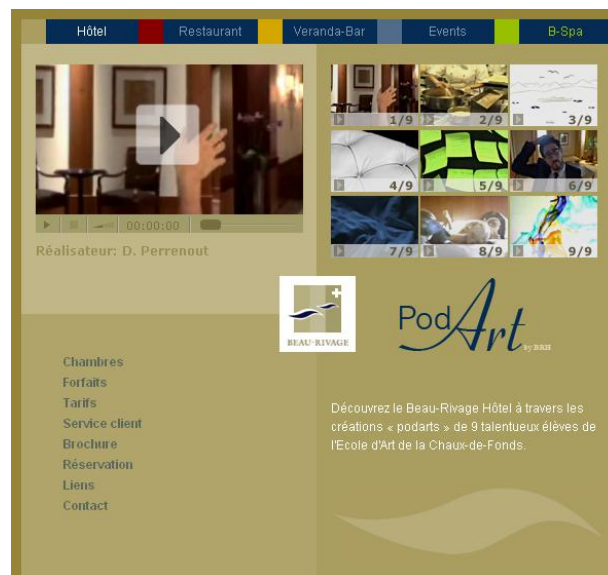
« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

La séance du 16 novembre 2010 s'est déroulée à La Chaux-de-Fonds et plusieurs sujets importants ont été abordés.

Tout d'abord, le contact a été pris avec l'Ecole d'Art de Besançon et les responsables semblent intéressés à participer à la création de vidéos en collaboration avec les étudiants de l'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds. Le plus intéressant serait donc d'avoir un échange d'étudiants des deux villes dans le but d'obtenir des regards différents sur les destinations et de bénéficier de leur créativité et de leur fraîcheur.

Il a été convenu que La Chaux-de-Fonds / Le Locle établirait un plan de projet avec un cahier des charges précis. Ci-dessous, on peut voir la page que l'Hôtel Beau-Rivage de Neuchâtel a créé pour diffuser les clips-vidéos faits par les étudiants de l'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds. Cela donne un bon aperçu du résultat que l'on peut obtenir pour notre projet.

35



Source : www.beau-rivage-hotel.ch/fr/podart.asp

La carte panoramique a été exposée aux représentants de tous les sites. Elle comprend également Berne et Ronchamp qui vont prochainement faire partie de notre mise en réseau. Cette carte permettra d'avoir un élément géographique visuel et aura plusieurs utilisations.

Il serait judicieux d'intégrer des itinéraires thématiques entre les villes ainsi que les curiosités naturelles et culturelles situées sur les axes de déplacement.

Il a été décidé que la première édition sera publiée en 100'000 exemplaires et en trois langues.

En ce qui concerne la dénomination de la mise en réseau, il est très difficile de trouver quelque chose qui soit politiquement possible et qui ne soit pas trop compliqué. Deux propositions très intéressantes sont ressorties de la discussion :

- La Route franco-suisse du Patrimoine mondial
- La Route Transjurassienne du Patrimoine mondial

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Il est clair que la première proposition impliquerait l'intérêt d'autres sites transfrontaliers comme Genève, Lavaux ou Lyon. Il faudrait donc penser à élargir notre concept, ce qui serait bénéfique car la notoriété des régions en serait plus importante et le potentiel serait amélioré.

Il a encore été question d'annoncer que la ville de Berne était intéressée à rejoindre notre mise en réseau, ce qui a été accueilli avec enthousiasme.

Finalement, chaque site doit se renseigner sur quels événements/manifestations les destinations pourraient inviter les autres à installer un stand promotionnel sur un espace réservé.

La plateforme UNESCO du 24 novembre a été très intéressante car elle donne l'opportunité aux différents responsables des sites UNESCO de Suisse d'échanger leurs impressions, activités présentes et futures et leur façon de gérer leur site.

Durant cette séance, les différents projets de la Commission suisse pour l'UNESCO ont été présentés :

- ✗ Un livre sur les sites UNESCO de Suisse va sortir en automne 2011 en deux éditions de deux langues nationales chacune. Les deux sites candidats (Le Corbusier et Palafitte) seront normalement intégrés dans cet ouvrage.
- ✗ Des opércules de crèmes à café vont sortir dans le courant 2011.

Le patrimoine immatériel que représentent les rituels, danses, musiques, traditions et artisanat est très présent en Suisse et il a été souligné qu'il fallait également le prendre en compte de manière importante.

L'ambassadeur et délégué permanent de la Suisse auprès de l'UNESCO à Paris a mis en avant que le patrimoine de notre pays était une valeur reconnue auprès de la Commission internationale.

La signalisation routière touristique a fait l'objet d'une grande discussion. En effet, le Canton de Vaud veut mettre sur pied une uniformité et une homogénéité des panneaux touristiques. Il s'agit de définir de manière générale ce que l'on a envie de montrer d'une région (deux caractéristiques maximum) et de faire un rapport entre le nombre de visiteurs, la qualité et la taille des routes d'une région. Cependant, l'Office Fédéral des Routes n'est pas en total accord avec ce genre de projet. Pour eux, il ne s'agit pas de faire de la promotion touristique mais d'assurer la sécurité routière.

En conclusion, cette séance annuelle a apporté beaucoup de discussions entre les participants et des échanges positifs. Pour les années à venir, il a été proposé de passer deux jours par an dans un site du Patrimoine mondial pour le découvrir, échanger des expériences et des plans de gestion. Pour finir, il a été rappelé que le but principal de l'UNESCO est de conserver et protéger le patrimoine !

La réunion marketing d'UNESCO Destination Suisse s'est déroulée le 10 décembre à Berne et a réuni les représentants des offices du tourisme des dix sites UNESCO de Suisse. Les sujets abordés furent un point sur l'activité marketing 2010 et la vision de l'activité marketing 2011. De plus, plusieurs projets ont été discutés, dont un impliquant INNOUTOUR.

4.2. Attentes avant le début des actions

Chaque site UNESCO participant à ce projet a bénéficié de l'obtention du label UNESCO « individuellement » et le fait de s'associer à des destinations aux buts et caractéristiques différentes ne peut apporter que des avantages.

Le graphique ci-dessous démontre que les principales attentes des sites UNESCO adhérant à cette mise en réseau sont une meilleure utilisation du label obtenu ainsi qu'une augmentation des visites de destinations. Il est évident que les actions prévues devraient satisfaire les attentes des différents sites si elles sont correctement établies et utilisées.

Une amélioration de la notoriété est également considérée comme une des principales attentes du projet. Pour chacun des sites, l'obtention du label UNESCO a déjà considérablement amélioré la notoriété. Cependant, cette mise en réseau de compétences et de produits devrait mettre en valeur les destinations à une plus grande échelle car il s'agit d'une collaboration interrégionale et, ainsi, un plus grand marché est touché.

Attentes relatives à la mise en réseau UNESCO

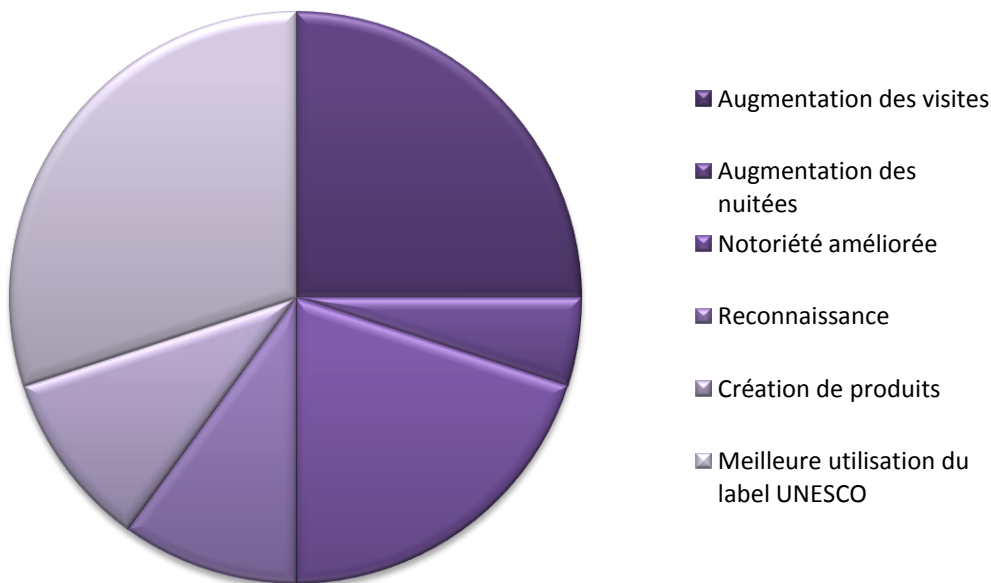


Figure 7

Source : Résultats des entretiens avec les participants

4.3. Guide d'entretien

Dans le but d'apporter une plus grande richesse et plus de précision dans l'élaboration de cette mise en réseau des sites UNESCO de Franche Comté et de La Chaux-de-Fonds / Le Locle, des questions sont établies et posées aux différents participants du projet. Grâce à ces entretiens qualitatifs qui comportent huit questions, une approche beaucoup plus précise est établie grâce, notamment, aux possibilités de relance et d'interaction dans la communication entre les parties et les acteurs du projet.

Ce guide contient une présentation du cadre et de l'objectif d'entretien ainsi que les différentes parties du questionnaire.

38

L'objectif de ce questionnaire est de définir les attentes, les espérances, les craintes et les projections des responsables des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds/Le Locle, de Besançon, de Salins-les-Bains et d'Arc-et-Senans. Au final, **cela mènera à une analyse SWOT vue par les différents acteurs du projet.**

1) Forces

Qu'est-ce qui vous semble le plus important dans cette collaboration ?

Quels sont les bénéfices que vous attendez ?

2) Faiblesses

Selon vous, y a-t-il assez de sites UNESCO participant à ce projet ?

Quelles sont vos limites ?

Selon vous, les actions de ce projet vont-elles aboutir dans les temps ?

3) Opportunités

Pour intégrer ce projet, avez-vous été influencé par d'autres expériences ?

Quels sont les principaux changements que vous espérez grâce à cette mise en réseau ?

- Augmentation des visites
- Augmentation des nuitées
- Amélioration de la notoriété du site
- Plus grande reconnaissance parmi les autres destinations
- D'avantage de nouveaux produits touristiques créés
- Meilleure utilisation du label UNESCO
- Autres

4) Menaces

Quels facteurs externes pourraient nuire au succès de la mise en réseau ?

5. Enquête

5.1. Résultats des entretiens

Après avoir reçu les réponses aux huit entretiens effectués auprès des participants de la mise en réseau, il a été possible de mettre sur pied une analyse SWOT qui a l'avantage de transcrire directement les réponses des interviewés. Grâce à cette étude, il est possible d'évaluer les faiblesses et les menaces du projet en leur trouvant des solutions et de tirer profit des forces et des opportunités pour créer des produits efficaces.

39

Forces Le rapprochement géographique des sites Utilisation du label UNESCO Renforcement de la notoriété du site Participants engagés dans un nouveau projet	Faiblesses Différence d'importance entre les sites → Risque d'inégalité Peu de sites adhérents Manque de moyens financiers Manque de temps
Opportunités Elargissement du marché Attrait des touristes pour la notoriété du label Démarcation des autres sites agissant « seuls »	Menaces Eloignement des grands réseaux de transport Concurrence des autres sites importants

Tableau 5 : Analyse SWOT relative aux résultats des entretiens

En résumé, on voit qu'il faut accorder une grande importance au dialogue entre les parties afin qu'il n'y ait pas d'inégalités entre les destinations. Il est aussi primordial d'élaborer un budget accessible et que chaque site y participe volontairement et ponctuellement.

De plus, il est primordial d'accentuer la communication sur l'accessibilité des régions en mettant à disposition toutes les informations nécessaires sur les moyens de transport pour atteindre les sites.

Il est également essentiel d'élargir le réseau dans les années à venir en englobant Berne et Genève (Le Corbusier) ce qui diminuerait la concurrence et améliorerait la réputation.

5.2. Détermination du produit et du marché

La mise en réseau des sites de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté correspond globalement à la création de nouveaux produits communs, labellisés UNESCO, qui donnent des occasions à chaque site de s'améliorer. Pour La Chaux-de-Fonds / Le Locle, la reconnaissance d'être inscrit sur la liste du patrimoine mondial est relativement récente et a déjà permis de développer de nouveaux atouts et un nouvel USP. Cependant, comme démontré plus haut, beaucoup d'efforts devront être entrepris dans les années à venir et cette collaboration avec des sites voisins permettra de créer une mise en valeur ainsi que davantage d'offres touristiques sur un marché beaucoup plus intéressant.

40

Analyse de la création du produit

D'après Viviane Tauran-Jamelin, « l'entreprise touristique gère sa gamme de produits en fonction de ses objectifs commerciaux. Le but principal est d'assurer un équilibre afin de pérenniser la marque ». ⁵¹

Les produits que l'on va créer dans le cadre de cette mise en réseau sont, en fait, un ensemble d'actions, d'offres et d'événements que l'on qualifiera ici de « **produits UNESCO franco-suisses** »

Toujours d'après Viviane Tauran-Jamelin, ces produits sont qualifiés de « produits tactiques » car ils sont mis sur le marché pour répondre à une demande émergente et pour contrer la concurrence.

En effet, il faut prendre en compte que de plus en plus de sites et de régions obtiennent le label UNESCO et, comme cette classification est reconnue mais loin d'être rare, la concurrence est relativement importante. D'après Tim Badman, conseiller spécial au Patrimoine mondial, l'Europe compte le plus grand nombre de sites classés au Patrimoine mondial (plus de la moitié des sites mondiaux). De plus, des problèmes de développement et de conservation surviennent à cause des pressions du tourisme. Il est donc d'autant plus important de créer des collaborations et des produits qui démarquent la destination des autres sites UNESCO de Suisse et des environs tout en respectant les aspects culturels caractérisant l'endroit. ⁵²

Néanmoins, on observe tout de même un intérêt touristique supérieur pour les régions classées au rang de Patrimoine mondial. De ce fait, une augmentation des dépenses des touristes est visible et améliore les opportunités commerciales ainsi que les infrastructures. Les nouveaux produits UNESCO vont donc demander de plus gros moyens mais, en contrepartie, rapporteront davantage à la destination.

Nous observons donc deux cycles de vie de produits. Le premier cycle concerne les produits touristiques de La Chaux-de-Fonds / Le Locle dont les offres sont en pleine croissance comme on le voit sur le graphique ci-dessous. En effet, plusieurs actions ont été mises sur pied et les profes-

⁵¹ Tauran-Jamelin, Viviane (2002) : *Le Marketing du Tourisme*. Paris: Les Editions Bréal.

⁵² Badman, Tim (2009): Interview: Protected Areas In-sight. <http://www.europarc.org/whats-on/articles/protected-areas-in-sight/>. 9 novembre 2010.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

sionnels du tourisme et de l'urbanisme horloger travaillent ardemment dans le but d'améliorer cette offre. Les produits deviennent plus rentables et les associations se forment. Les parts de marchés se stabilisent et les bénéfices augmentent. Quant à la période de maturité, elle va commencer quand les visites augmenteront plus lentement et finiront par se stabiliser.

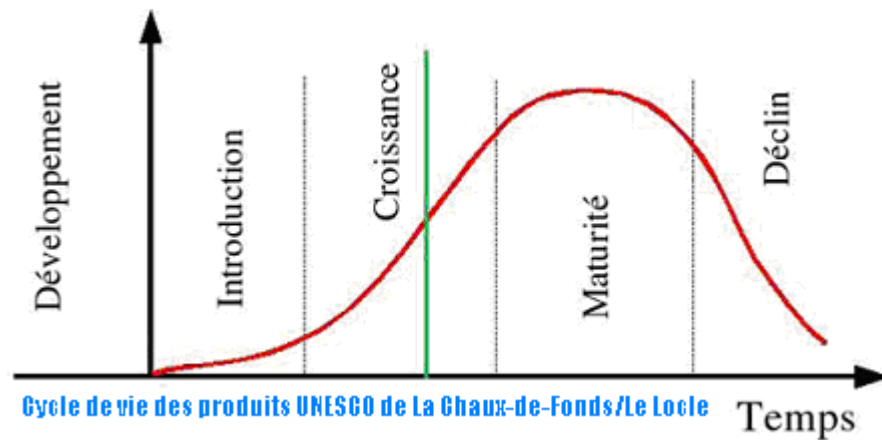


Figure 8

Le second cycle représente les produits créés dans le cadre de la mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et ceux de Franche-Comté (franco-suisse). Comme le projet en est à ses débuts, les produits à créer sont encore en phase de développement, c'est-à-dire qu'ils sont en cours d'élaboration. L'objectif sera de susciter l'intérêt des visiteurs potentiels. C'est la phase qui nécessite le plus de changements et d'investissements. En règle générale, pendant la phase de développement, il n'y a pas de revenus et l'on doit évaluer le marché pour être sûr que le produit sera bien accueilli.⁵³ Dans notre cas, chaque destination a déjà son marché bien défini et l'introduction de nouveaux produits va être utile à élargir la zone géographique à visiter.

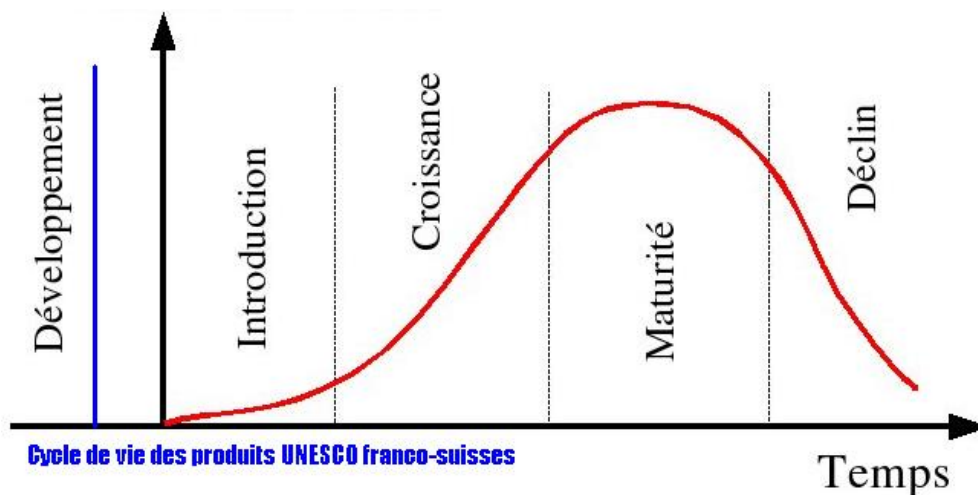
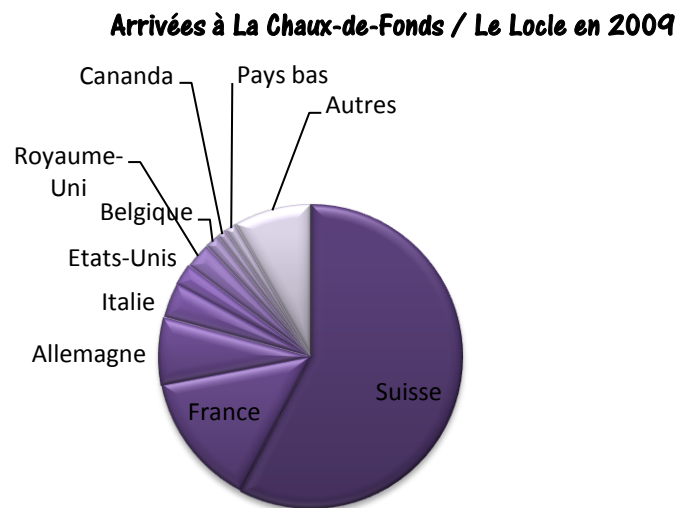


Figure 9

⁵³ Komninos, Ioannis (2002): *Product Life Cycle Management*. Travail de recherche: University of Thessaloniki.

Analyse du marché

Premièrement, le marché géographique pour la mise en réseau de ces quatre sites UNESCO sera principalement composé des pays limitrophes à la Suisse et à la France. Comme illustré sur les graphiques ci-dessous, il est clair que les résidents visitent volontiers leurs propres pays et régions. Dans le cas de La Chaux-de-Fonds / Le Locle, on remarque que les Suisses, les Français et les Allemands représentent les principales arrivées.



42

Figure 10

Source : Rapport d'exercice Tourisme neuchâtelois 2009

Quant aux arrivées en Franche-Comté, on remarque également que la majeure partie des visiteurs sont français, allemands et suisses. On retrouve donc le même marché pour les deux régions.

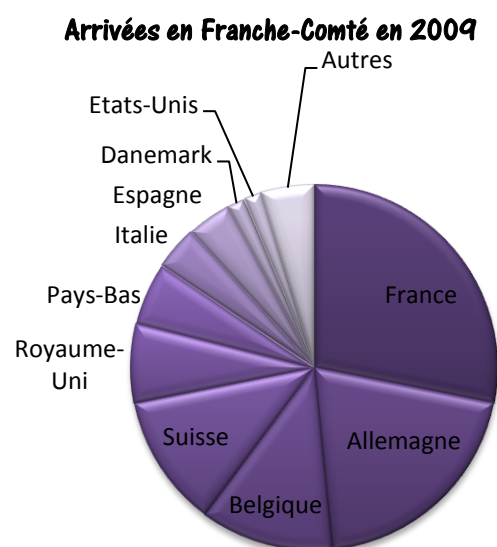


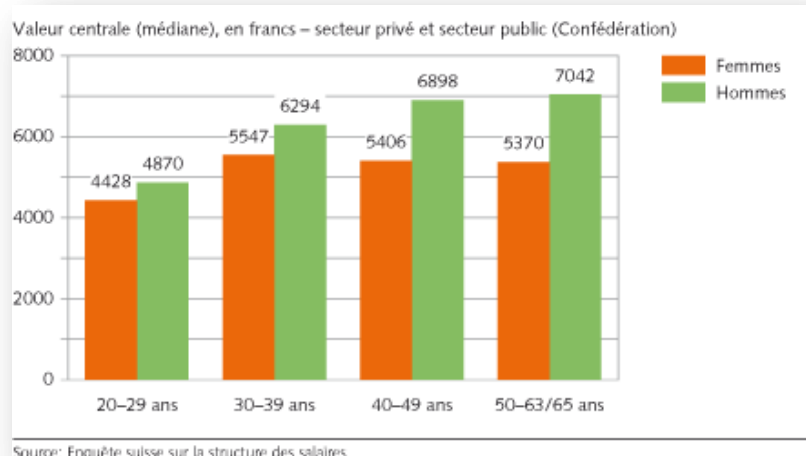
Figure 11

Source : Chiffres donnés par Frédéric Coobar, Besançon Tourisme

Il est donc important de rester concentré sur ces pays pour effectuer la promotion des nouveaux produits UNESCO franco-suisses.

Deuxièmement, on peut tirer des conclusions sur la définition du marché en analysant les comportements des Suisses quant à leurs activités culturelles. Dans cette enquête, l'activité qui nous intéresse est la **visite de monuments et de sites**. (Sources OFS – voir annexes)

- 1) 66 % des Suisses choisissent la visite de monuments et de sites comme activité culturelle. Il s'agit de la deuxième position, après « aller à des concerts ».
→ *Développer le tourisme urbain et de monuments a donc de grandes chances d'avoir du succès auprès des visiteurs. Il faut donc se baser sur un marché très large.*
- 2) Les visites de monuments et de sites sont appréciées principalement par les 45-59 ans et ensuite par les 30-44 ans.
→ *Ces deux groupes d'âges ont des besoins et des attentes différentes, il est donc important de cibler le marketing et de prévoir plusieurs gammes de produits touristiques.*
- 3) 60 % des visiteurs des sites et monuments ont un revenu moyen à élevé.
→ *On remarque sur le graphique ci-dessous que les personnes de plus de 30 ans ont un revenu plus élevé. Comme les visites de villes, de sites et de monuments sont plus chères que le tourisme rural, il est important de se baser sur un marché de personnes ayant un salaire de plus de CHF 3'500.-.*



Source : www.ofs.ch – Consulté le 15 novembre 2010

Figure 12 : Revenus du secteur privé suisse

- 4) 70 % des personnes visitant des sites et monuments viennent eux-mêmes de la ville et 30 % viennent de la campagne.
→ *La différence ville-campagne est assez flagrante. Il est donc essentiel de se baser sur un marché majoritairement citadin.*

5.3. Prévision de la fréquentation des sites

La mise en réseau de ces quatre sites classés au Patrimoine mondial ainsi que ses produits et actions communes est prometteuse car, après avoir lancé toutes les actions, une amélioration de la qualité des sites sera observée et engendrera une augmentation de la fréquentation des lieux à moyen et long terme.

Prévisions des visites sur les quatre sites

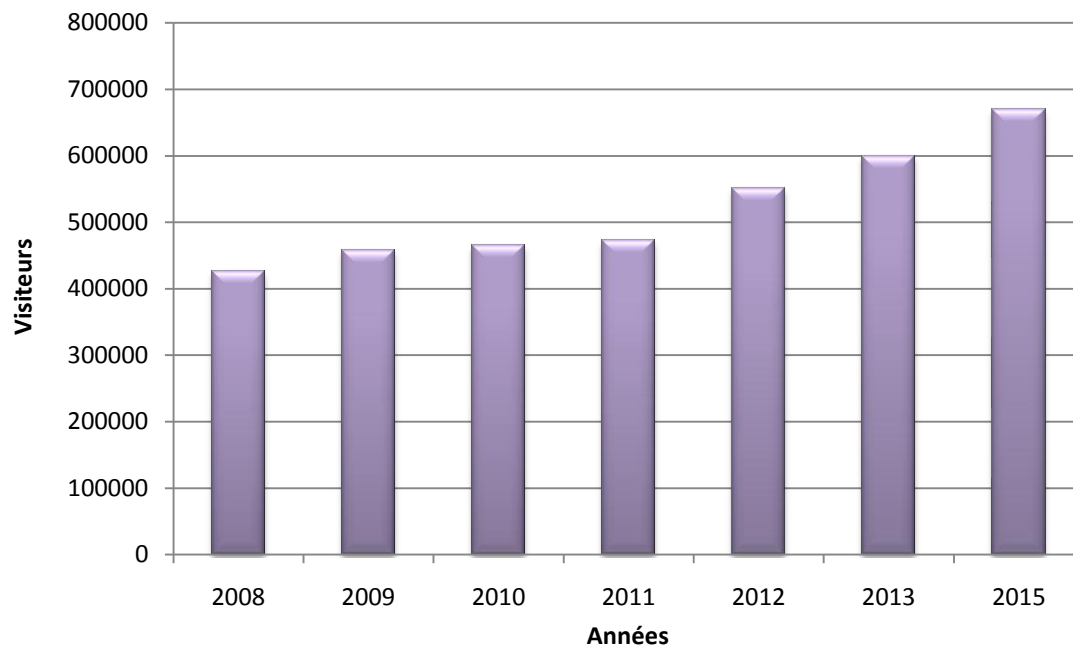


Figure 13

Source : Chiffres internes et prévisionnels des sites


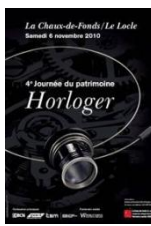
Le graphique prévisionnel ci-dessus nous montre que, lors de la mise en route des actions et des produits issus de la mise en réseau qui débutera en 2011, aucune nette augmentation des visites ne sera observée. En revanche, dès 2012 et 2013, une amélioration des entrées sur les sites pourra être enregistrée. En effet, grâce à la promotion et au buzz créé autour de la mise en réseau, l'intérêt sera suscité chez les différents groupes de visiteurs et beaucoup d'entre eux choisiront de voir un ou plusieurs autres sites UNESCO.

6. Description des produits/actions créés et valeur ajoutée

6.1. Description des produits créés

Comme les différents sites et le marché sont définis, il est possible d'élaborer les produits et les actions en détails. Ceux-ci peuvent être classés en quatre catégories et apportent de la valeur ajoutée pour chaque site UNESCO, comme mentionné sur le tableau ci-dessous.

Ce tableau présente également des produits similaires existants dans d'autres destinations et qui ont fait évoluer la fréquentation de manière plus ou moins distincte.

Types de produits	Produits/actions	Valeurs ajoutées pour le site	Equivalences
1) Événementiel	Exposition itinérante	Echange d'informations Echange d'idées Générateur d'intérêt pour les touristes de visiter un autre site.	Exposition itinérante sur la biodiversité organisée par l'UNESCO et ses collaborateurs locaux en France. L'exposition est faite autour de 42 panneaux sur la biodiversité et est organisée dans des musées et lieux pédagogiques ⁵⁴ . 
	Journée portes ouvertes des monuments	Générateur d'intérêt pour les touristes et les locaux Promotion accentuée Buzz général	 Sensibilisation du public avec le patrimoine horloger. Usines d'horlogerie et musées ouvrent leurs portes gratuitement dans les villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle. ⁵⁵
	Journée thématique	Mise en valeur touristique Mise en valeur de l'identité culturelle Partage de connaissances	
2) Nouvelles technologies	Concours photos	Buzz Internet Générateur d'intérêt pour les	Le concours « Reflets de Versailles » du château de

⁵⁴ Portal UNESCO – Exposition itinérante AIB. http://portal.unesco.org/science/fr/ev.php-URL_ID=8335&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Consulté le 12 novembre 2010

⁵⁵ Urbanisme horloger – Les journées du patrimoine horloger. <http://www.urbanisme-horloger.ch/index.asp/3-0-75-8023-131-207-1/>. Consulté le 12 novembre 2010.


		touristes de visiter un autre site Stimulateur d'idées pour la campagne d'affichage	Versailles via Flickr organisé de janvier à avril 2010. ⁵⁶
	Site Internet commun	Meilleure visibilité Rassemblement des informations et de la promotion Informations générale sur l'UNESCO	Site Internet du réseau des sites majeurs des fortifications de Vauban.  ⁵⁷
3) Offres touristiques	Pass-Intersites	Mise en commun des produits touristiques Visibilité facilitée Amélioration de la notoriété Augmentation des visites Augmentation des parts de marché	 Le pass intersites 2010 « Le Patrimoine en Terre Catalane » Permet de visiter les sites patrimoniaux à tarif réduit, dès la 2 ^{ème} visite. ⁵⁸
	Amélioration de la ligne des horlogers	Amélioration de la qualité d'un produit existant Générateur d'intérêt pour les touristes et les locaux	
4) Documents	Carte panoramique	Visibilité géographique des sites Mise en commun des informations générales Possibilité d'avoir une autre utilisation que la visite de sites UNESCO (carte topographique)	Carte panoramique de la région jurassienne (Watch Valley) avec les sites touristiques, les chemins pédestres, les points d'information, etc.
	Brochure	Regroupement d'information Meilleure visibilité Document complet qui génère de l'intérêt	 Présentation illustrée des différents sites UNESCO suisses, disponibles en plusieurs langues. ⁵⁹

⁵⁶ Château de Versailles – Concours photo. <http://www.chateauversailles.fr/concours-photo>. Consulté le 12 novembre 2010.

⁵⁷ Les fortifications de Vauban – Le réseau des sites majeurs Vauban. <http://www.sites-vauban.org>. Consulté le 12 novembre 2010.

⁵⁸ Réseau culturel Terre Catalane – Les indispensables brochures. <http://www.terre-catalane.com/articles.asp?lng=FR&id=5238>. Consulté le 12 novembre 2010

⁵⁹ Patrimoine mondial en Suisse – Ressources et publications. <http://www.welterbe.ch/fr/ressources/publications.html>. Consulté le 13 novembre 2010.

	Dossier pédagogique & livret d'activités	Informations plus détaillées sur les sites Générer l'intérêt des enfants et adolescents	Le dossier pédagogique de La Chaux-de-Fonds répond aux questions élémentaires sur l'urbanisme horloger et comprend également des activités pratiques destinés aux jeunes.
			

Evènementiel

Exposition itinérante

Ce produit consiste à mettre sur pied une exposition que les sites pourraient s'échanger. Elle sera composée de panneaux et d'objets didactiques sur des thématiques communes et concernant le Patrimoine mondial. Cette exposition aura lieu dans des espaces culturels consacrés à l'UNESCO dans chaque site tels que l'Espace de l'Urbanisme Horloger à La Chaux-de-Fonds.

Journée portes ouvertes des monuments

Cette journée aura lieu durant la saison estivale et, ce jour-là, tous les monuments relatifs au Patrimoine mondial seront ouverts au public sur les quatre sites. Bien entendu, chaque destination assurera la promotion de la mise en réseau et mettra ainsi en valeur les autres sites.

Journée thématique annuelle

Sur un des sites concerné (qui changerait chaque année), des conférences seront organisées avec des intervenants prestigieux. Les thèmes seront des éléments communs que les sites partagent :

● *Architecture industrielle et défensive*

La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger : Un urbanisme et une architecture en adéquation parfaite avec les besoins évolutifs de l'horlogerie et des horlogers.

Fortifications Vauban de Besançon : Leur rayonnement est universel et ces ouvrages ont été pris pour modèle dans le monde entier jusqu'au 19^{ème} siècle.

Saline Royale d'Arc et Senans : Première grande réalisation d'architecture industrielle qui reflète l'idéal de progrès du siècle des Lumières.

Intervenant possible :

Daniel Rabreau → historien de l'art, professeur à l'Université de Paris Panthéon-Sorbonne et grand spécialiste de l'art urbain, de l'architecture et de la sculpture du 18 et 19^{ème} siècle.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

● Symbiose entre industrie et urbanisme

La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger : illustre l'histoire de l'industrie horlogère et témoigne de la planification urbaine en fonction de cette industrie et de ses pratiques.

Fortifications Vauban de Besançon : constituent l'ensemble le plus rationnel de l'architecture militaire.

Saline Royale d'Arc et Senans : conçue pour permettre une organisation rationnelle et hiérarchisée du travail.

● Les rencontres du tourisme et du patrimoine : protection, gestion et valorisation des sites classés

Le patrimoine étant un argument touristique très fort, ce colloque porterait sur les divers rapports entre les sites inscrits sur la liste du Patrimoine mondial et le tourisme. Il mettrait en lumière la difficile cohésion entre les mondes de la culture et du tourisme et tentera d'y apporter des solutions.

Intervenants possibles :

Valéry Patin → expert auprès de l'UNESCO, de la Banque mondiale et de la Commission européenne et auteur du livre « Tourisme et patrimoine ».

Xavier Greffe → professeur de sciences économiques à l'université de Paris Panthéon-Sorbonne, auteur de « La valorisation économique du patrimoine ».

● Activités sur l'ensemble des sites concernés

Des visites spéciales et des ateliers en lien avec le thème de la journée (lecture du paysage, reconstitution, démonstrations techniques, etc)

Des ateliers et jeux pour les enfants et les jeunes (sensibilisation au thème du patrimoine mondial, etc)

Des concerts de musique

Nouvelles technologies

Concours photos

Ce concours sera ouvert à tout le monde et se fera par le biais de Flickr, le site de partage de photos le plus connu et le plus utilisé. Les gens s'inscrivent sur le site, rejoignent le groupe conçu pour le concours et déposent un nombre de photos défini.

L'inscription obligatoire permettra également un meilleur contrôle des photos mises en ligne.

Les participants déposeront deux à trois photos par personne (ou une photo par site) sur la page Flickr. Le thème sera défini entre « Le Patrimoine en noir et blanc », « Le Patrimoine sous tous les angles », « Mémoires d'industrie » et « Patrimoine dévoilé », etc.

Ce concours sera lancé aux alentours de mai 2011 et durera jusqu'à septembre 2011.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Cette compétition sera promue via les pages Facebook des différents sites et d'une page créée pour la mise en réseau ainsi que par les sites Internet des différents offices de tourisme.

Quatre gagnants vont être désignés et auront l'avantage de voir leur photo sur différents supports :

- Les affiches promotionnelles de la mise en réseau diffusées dans les villes → une affiche avec les quatre photos gagnantes
- Les publications communes (ex. carte panoramique)
- Des posters à vendre dans les offices de tourisme → une série de quatre posters différents OU un poster avec les quatre photos gagnantes
- Leur photo agrandie et mise sous cadre

49

Site Internet commun

Ce site Internet sera dédié à aider les personnes intéressées ou impliquées dans cette mise en réseau à trouver toutes les informations voulues sur chacun des sites concerné et sur l'UNESCO en général. De plus, il annoncera et publiera les événements et les diverses offres touristiques faites en commun ainsi que tous les renseignements pratiques et les actualités.

De plus, un espace web 2.0 serait mis à disposition des visiteurs pour y déposer leurs témoignages en image ou écrits. Ainsi, il sera possible d'évaluer les améliorations ou les défauts de notre mise en réseau. Finalement, un formulaire de contact permettra aux visiteurs de poser des questions directes sur la mise en réseau. Ainsi, les questions ne passeront plus par l'intermédiaire des offices de tourisme.

Sur la présentation ci-dessous, nous pouvons nous rendre compte de la forme de la page d'accueil du site.

Figure 14 : Page d'accueil du site Internet de la mise en réseau

Source : Images internes des offices du tourisme



Offres touristiques

Pass Inter-site

Ce produit ne sera pas mis sur pied avant quelques années car il est considéré comme un des éléments les plus complexes du projet. En effet, il s'agirait d'y intégrer plusieurs démarches générales comme

- la mise en place d'approches de qualité et de formation du personnel d'accueil (langues étrangères, accueil des publics handicapés et préparation à l'accueil d'enfants, etc)
- la création d'instruments de mesure pour la fréquentation et l'accessibilité
- l'adaptation de l'offre selon les différents publics
- l'ingénierie culturelle
- la communication et promotion des sites touristiques

En ce qui concerne le produit en lui-même, il permettra de visiter les sites patrimoniaux à tarifs réduit dès la 2^{ème} visite. Il sera téléchargeable sur les différents sites Internet des destinations et le site commun ou accessible directement dans les sites historiques et culturels et les offices du tourisme. De plus, un concours pourrait être mis sur pied et, à partir de trois visites sur chacun des sites (prouvé par les tampons des sites sur le pass), le visiteur peut déposer le pass dans un des offices du tourisme afin de participer à un tirage au sort et gagner un séjour dans la région de Franche-Comté / Montagnes neuchâteloises.

Amélioration de la Ligne des Horlogers

A l'origine, La Ligne des Horlogers proposait une façon ludique et originale de parcourir les paysages souvent inaccessibles par la route. Ce train à baies vitrées offrait une visite guidée de Besançon à La Chaux-de-Fonds en passant par Le Locle et Morteau. Pour l'amélioration de ce produit, le principe resterait le même, avec le guide et le train panoramique, mais il passerait par les sites inscrits au Patrimoine mondial.

Cette ligne pourrait également changer de nom et s'appeler dorénavant « La Ligne du Patrimoine mondial » et s'étendre jusqu'à Berne et Ronchamp dans l'avenir.

Le parcours de la ligne pourra se faire sur deux à trois jours et des visites guidées des villes seront également disponibles avec des tarifs préférentiels.



Figure 15 : Parcours de la Ligne des Horlogers améliorée

Documents

Carte panoramique

Ce document sera la première publication commune de cette mise en réseau. Il s'agit d'une carte topographique qui définit visuellement et géographiquement les quatre sites (ainsi que Berne et Ronchamp). D'un côté, la carte présente les axes routiers et ferroviaires ainsi que des itinéraires thématiques entre les villes et les curiosités naturelles et culturelles qui sont situées sur les axes de déplacement. Sur l'autre côté, on trouve une photo de chaque site ainsi qu'une carte des villes avec les points d'entrées aux monuments et aux zones touristiques et culturelles importantes. On trouve également des espaces dédiés aux horaires de train et aux distances entre les sites.

52



Figure 16 : Ebauche du plan panoramique

Source : Aline Henchoz, graphiste et photographe de la Ville de La Chaux-de-Fonds

La première édition de cette carte sera pour l'année 2011 et un bilan sera tiré en fin d'année. 100'000 exemplaires de cette première édition en français, allemand et anglais seront imprimés.

Brochure

La brochure sera un complément à la carte panoramique et elle sera créée uniquement si la demande existe et que le plan panoramique n'est pas suffisant.

Il s'agirait de créer un prospectus sous la forme des brochures « Patrimoine mondial en Suisse » publiée par l'Office fédéral de l'environnement et « UNESCO destination Suisse » publiée par l'association UBS, en collaboration avec Suisse Tourisme, qui regroupent les descriptions de tous les sites inscrits au Patrimoine mondial en Suisse.

Chaque site de la mise en réseau serait donc décrit avec plus de détails que sur la carte panoramique mais serait fait dans la même ligne graphique.

53

Dossier pédagogique et livret d'activités

Le dossier pédagogique comprendra des explications sur le Patrimoine mondial, sur les fonctions et les activités de l'UNESCO ainsi que sur les sites classés en Suisse et dans le monde entier. Ce dossier sera généralement destiné aux enfants et adolescents et mis à disposition pour des sorties scolaires et éducatives. Il sera accompagné d'un livret comprenant des activités pédagogiques et de réflexions telles que dessin, rédactions de texte, découvertes et jeux.

Il est évident que ces documents pourraient également être utiles aux adultes qui désirent avoir une connaissance générale et ludique de l'UNESCO et de ses rôles.

6.2. Analyse du marché

Analyse de la structure de marché

● Les partenaires

Partenaires en Suisse	Partenaires en France
Suisse Tourisme	Maison de la France / Atout France
Confédération Suisse	
Sponsors marques suisses	Sponsors marques françaises
Agences de publicité	
Graphiste	
Centre d'impression	Webmaster
Villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle	Villes de Besançon, Arc-et-Senans et Salins-les-Bains
Ecole d'Arts Appliqués, La Chaux-de-Fonds	Ecole d'Art de Besançon
CFF	SNCF

Tableau 6

● Les acteurs (pour la communication)

Acteurs externes	Acteurs internes
Les réseaux sociaux	Les offices du tourisme
Les liens sur les différents sites Internet	Les administrations communales
Les journaux touristiques	Les musées et monuments
Les manifestations où seront disposés nos stands	Le marketing interne
Les médias d'actualité	

Tableau 7

Les principaux concurrents

Afin de créer de bons produits, il est nécessaire de déterminer les concurrents de ce projet. Après beaucoup de recherches, il a été conclu que les concurrents directs sont assez rares car il s'agit d'un concept relativement unique dans la région intéressée. Seules quelques associations peuvent être considérées comme telles car elles concernent soit l'UNESCO, soit la relation franco-suisse. Cependant, elles peuvent également être vues comme étant complémentaires à la mise en réseau.

● Les Fortifications de Vauban – Patrimoine Mondial de l'UNESCO

Le Réseau des sites majeurs de Vauban a été créé en 2005 et regroupe les 12 sites fortifiés par Vauban inscrits sur la liste du Patrimoine Mondial. Grâce à cette mise en réseau, les sites Vauban sont mieux promus à travers la France et l'étranger. Cependant, cette association a surtout pour but

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

de coordonner les actions entre les villes et de favoriser le développement, la gestion et la sauvegarde des sites. Des produits touristiques ne sont pas créés directement via cette association.⁶⁰

● La Route de l'Absinthe franco-suisse

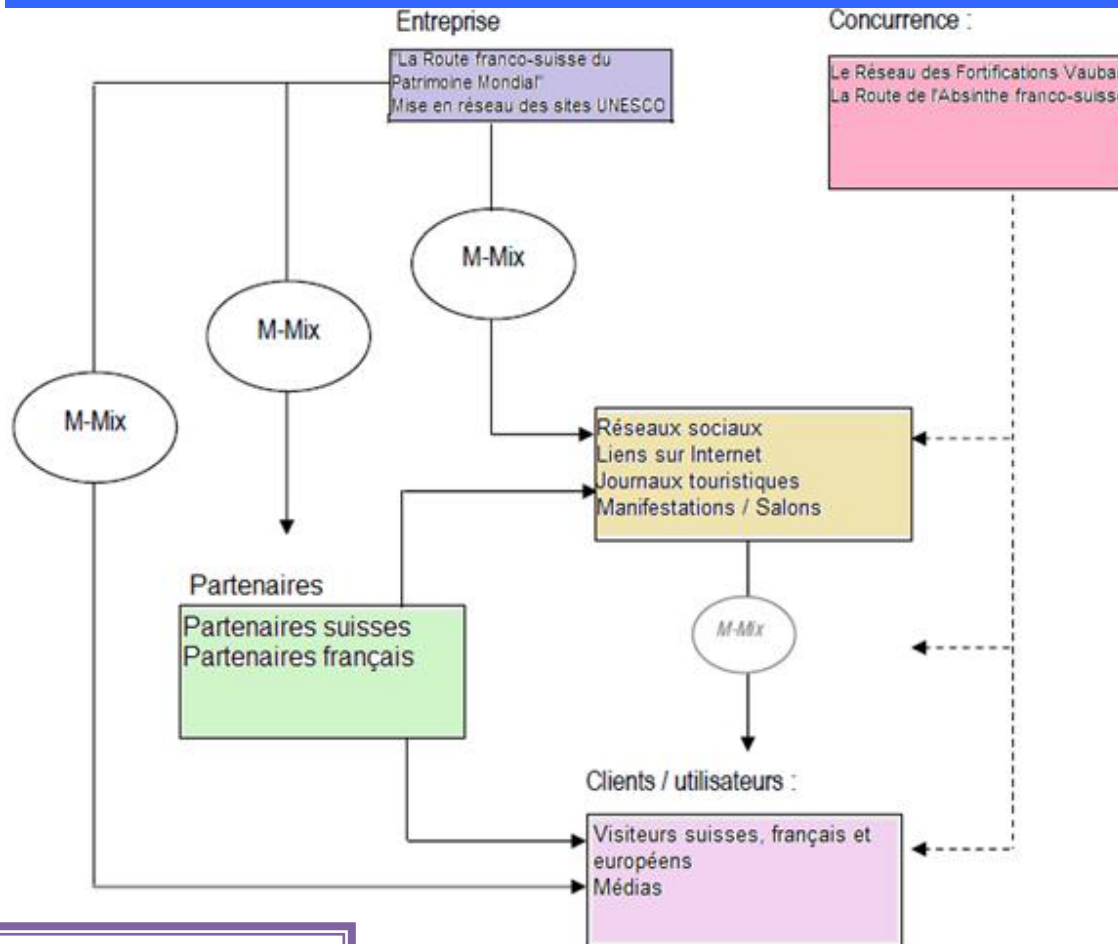


Même si cette route n'est pas en rapport avec l'UNESCO, elle est considérée comme concurrente (ou complémentaire) par le fait que les sites à visiter se trouvent dans la même région frontalière. De Fleurier à Pontarlier, des lieux agricoles, industriels, culturels et touristiques liés à l'Absinthe sont à découvrir. Les buts de ces deux produits touristiques ne sont pas très différents : il s'agit de visites de patrimoines historiques et culturels qui symbolisent la collaboration transfrontalière.

Source : www.ville-pontarlier.fr – Consulté le 15 novembre 2010

⁶⁰ Les Fortifications de Vauban – Objets et mission. www.sites-vauban.org/objets-et-missions. Consulté le 18 novembre 2010.

Le fonctionnement du marché



56

Facteurs environnementaux

Figure 17

Source : Steulet, Yann (2007) : *Concept marketing, guide pratique*. P. 14

Environnement économique

- Préservation du patrimoine
- Investissements dans les projets transfrontaliers
- Suite à la crise et aux difficultés économiques, volonté de la population de visiter son propre pays ou les régions frontalières.

Environnement technologique

- Expansion du Web 2.0 et de tous les médias sociaux
- Déplacements plus facile entre les sites – développement des réseaux routier et ferroviaires

Environnement socioculturel

- Intérêt grandissant pour la préservation du patrimoine
- Sensibilisation à la conservation historique et culturelle des sites

Environnement politique

- Collaborations touristiques transfrontalières bénéfiques aux relations internationales
- Volonté de créer des associations des sites UNESCO nationales et internationales

Tendance dans le tourisme

- Nombre grandissant de sites classés
- Nombre de produits liés au Patrimoine Mondial en augmentation
- Intérêt pour le tourisme journalier et de proximité

Segmentation du marché

Dans le but de mieux étudier et comprendre l'ensemble du marché dans lequel les produits vont être insérés, il faut procéder à une segmentation. Tout d'abord, une segmentation selon la **provenance des visiteurs** est effectuée de la manière suivante :

- Arc jurassien côté Suisse → Cantons de Neuchâtel, Soleure, Jura, Berne, Vaud
- Arc jurassien côté France → Alsace, Franche-Comté, Rhône-Alpes
- Suisse allemande
- Suisse romande → Genève, Valais, Fribourg
- Reste de la France
- Allemagne

57

On peut également réaliser une segmentation selon les **centres d'intérêt des visiteurs** potentiels des sites de la mise en réseau :

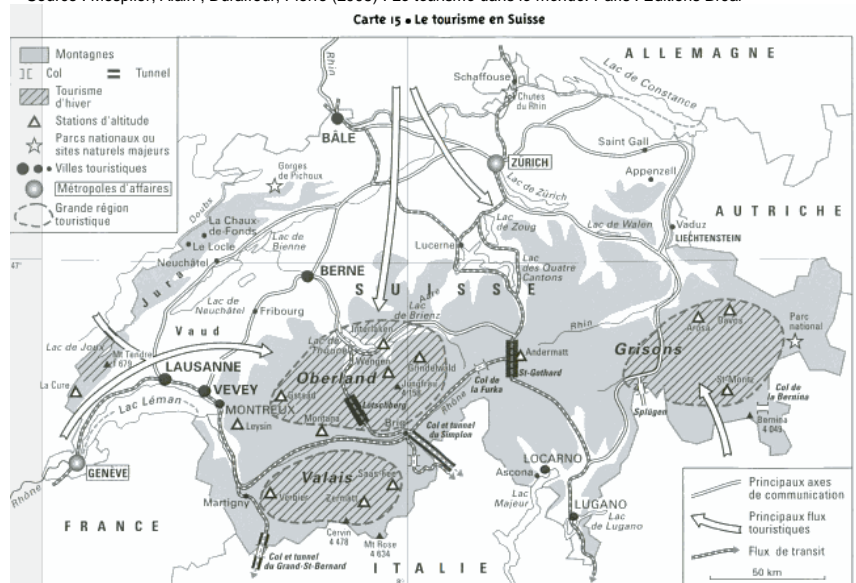
- Architecture
- Culture industrielle
- Histoire industrielle
- Villes manufacturières
- UNESCO et patrimoine mondial
- Découverte et curiosité

Création d'une opportunité de développement régional

La mise sur pied de cette mise en réseau et la création de nouveaux produits touristiques pour la région de l'Arc Jurasien franco-suisse est une opportunité. En effet, si l'on se réfère à la carte ci-contre, on remarque que les principaux flux touristiques et de transit se trouvent dans les régions de l'Oberland bernois, des Grisons et du Valais. La difficulté est que la région du Jura est difficile d'accès car les principaux axes routiers et ferroviaires ne passent pas par là. Ce projet va donner l'occasion à cette région de se développer et d'offrir aux

Figure 18

Source : Mesplier, Alain ; Duraffour, Pierre (2005) : *Le tourisme dans le monde*. Paris : Editions Bréal



touristes l'occasion d'élargir leur visite grâce aux autres sites du Patrimoine mondial proposés.

7. Stratégies de communication et objectifs

7.1. Analyse SWOT

FORCES <ul style="list-style-type: none">* Bonnes infrastructures dans chaque site* Bonnes relations entre les destinations* Proximité des sites* Motivation et intérêt des acteurs* Réputation du label UNESCO* Echange de savoir et de connaissances	FAIBLESSES <ul style="list-style-type: none">* Manque d'accessibilité à certains sites* Mauvaise réputation (isolement, climat)* Manque de moyens financiers
OPPORTUNITES <ul style="list-style-type: none">* Opportunité d'élargissement avec l'introduction d'autres partenaires* Développement de nouveaux marchés* Développement du tourisme culturel et urbain* Développement du réseau TGV en Franche-Comté* Soutien des politiques	MENACES <ul style="list-style-type: none">* Contradiction entre préservation du patrimoine et tourisme* Compétition des villes de proximité (Neuchâtel, Bâle, Belfort)

Tableau 8

7.2. Groupes cibles

Ci-dessous, les groupes cibles sont définis par rapport aux produits et actions créés dans le cadre de cette collaboration franco-suisse de sites inscrits au patrimoine mondial.

Groupes cibles définis selon les produits/actions créés							
	Exposition itinérante	Journées portes ouvertes et thématique	Concours photos et site Internet	Pass Inter-Sites	Ligne des Horlogers	Carte panoramique et brochure	Dossier pédagogique et livret d'activité
Groupe 1	Jeunes adultes entre 20 et 35 ans	Adultes entre 35 et 60 ans	Jeunes adultes entre 18 et 35 ans	Adultes entre 30 et 45 ans	Couples avec enfants	Visiteurs des sites UNESCO	Enfants entre 5 et 10 ans
Groupe 2	Amateurs d'architecture industrielle et militaire	Professionnels du tourisme	Internautes	Amateurs de sites UNESCO	Groupes	Visiteurs en général	Adolescents jusqu'à 15 ans
Groupe 3	Amateurs de sites UNESCO	Professionnels de l'UNESCO	Etudiants en arts appliqués, architecture...	Touristes de Franche-Comté	Retraités	Résidents de Suisse et Franche-Comté	Enseignants
Groupe 4	Ecoliers et étudiants	Amateurs de sites du patrimoine mondial	Photographes amateurs et professionnels	Touristes Suisses	Amateurs d'horlogerie	Amateurs de sites du patrimoine mondial	Amateurs de l'UNESCO
Groupe 5		Etudiants architecture, histoire	Amateurs du patrimoine mondial	Couples avec enfants		Professionnels du tourisme (OT, agences)	

Tableau 9

7.3. Positionnement

- Comment les visiteurs potentiels voient-ils les produits et actions créés dans le cadre de la mise en réseau des sites UNESCO franco-suisse ?

Actuellement, les produits et les actions liés à la mise en réseau en sont au stade de développement. Il est donc nécessaire d'établir un positionnement afin qu'il joue un rôle important dans les décisions de visites des consommateurs. Cela aidera à définir la qualité et la vision que les touristes auront des produits grâce aux différents critères et à la demande relative à cette mise en réseau.

60

Positionnement relatif aux produits et actions créés

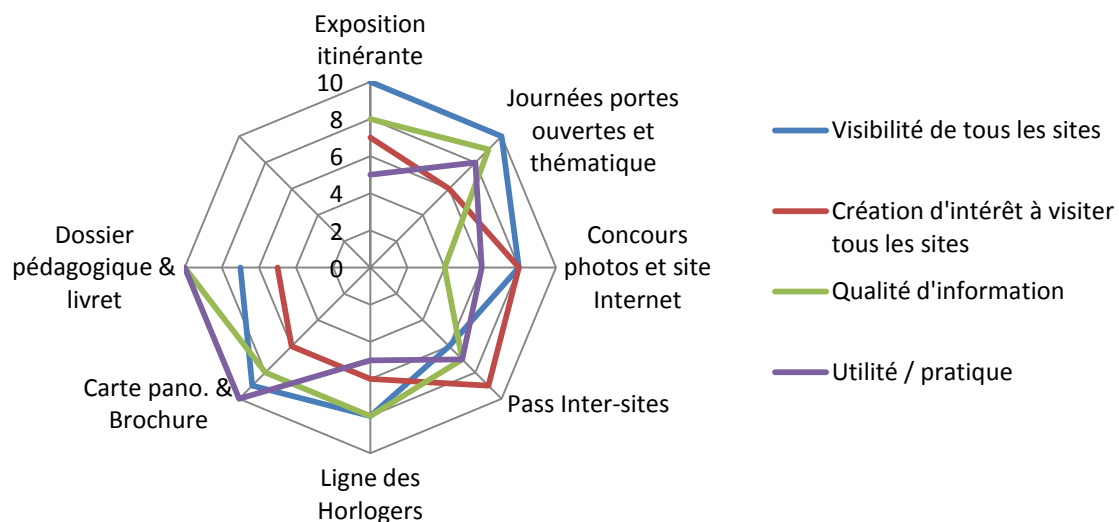


Figure 19

Source : Données évaluées et analysées à l'interne

Le diagramme ci-dessus démontre que les produits et les actions de la mise en réseau sont très bons et, surtout, se complètent les uns et les autres. En effet, les journées événementielles contiennent une grande qualité d'information, les documents ont une grande utilité et le pass Inter-sites ainsi que le concours photos permettent d'inciter les visiteurs à découvrir tous les sites. En définitive, on voit que la vision qu'auront les visiteurs de la mise en réseau et des produits qui en découlent sera positive. Les positionnements de chacun de ces produits seront mutuellement complémentaires et permettront d'attirer des publics cibles variés.

Le positionnement se fait donc selon les différents produits et actions mis sur pied dans le cadre de la mise en réseau et le marketing sera concentré sur l'USP qui est « **le patrimoine mondial de l'UNESCO** ».

7.4. Objectifs qualitatifs et quantitatifs SMART

Pour réguler un tel projet qui implique une collaboration entre plusieurs destinations et la création de plusieurs produits et actions, il est nécessaire d'établir des objectifs qualitatifs et quantitatifs **SMART** (**S**pécifiques, **M**esurable, **A**tteignables, **R**éalistes et **T**emporellement définis). Ces objectifs permettront la réalisation du projet dans son ensemble.

● OBJECTIFS QUALITATIFS

Types	Objectifs	Echéances
Notoriété	S'intégrer sur le marché en tant que unique destination autant en Suisse qu'en France	Fin de la 1 ^{ère} année
Image	Créer une image dynamique, moderne et innovante de la mise en réseau des sites.	Fin de la 2 ^{ème} année
Développement collaboration	Intégrer trois autres sites inscrits au Patrimoine Mondial à la collaboration	Fin de la 2 ^{ème} année
	Etablir un dossier INTERREG	Fin de la 3 ^{ème} année
Développement des produits	Développer cinq nouveaux produits et actions	Fin de la 3 ^{ème} année
Certification de qualité	Obtenir le label de qualité Q2	Fin de la 3 ^{ème} année
Satisfaction	Atteindre un niveau de satisfaction des produits et actions de 80 %	Fin de la 2 ^{ème} année

Tableau 10

Source : Données évaluées et analysées à l'interne

● OBJECTIFS QUANTITATIFS

	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année
Augmentation du nombre de visites des sites	3%	10 %	18 %	30 %
Parts de marché dans le domaine de l'UNESCO	2 %	5 %	8 %	12 %
Nombre de sites participants à cette collaboration	4	7	10	10
Nombre de partenaires en Suisse et en France	16	25	40	45

Tableau 11

Source : Données évaluées et analysées à l'interne

7.5. Budget

Le budget ci-dessous représente une approximation du coût des actions et produits mis sur pied dans le cadre de la mise en réseau ainsi que des recettes accordées par les différents partenaires. Cela nous donne un bon aperçu de ce que chaque destination devra déboursier pour réaliser ce projet dans son ensemble.

Produits / actions	Coûts	Recettes	Partenaires
Exposition itinérante	CHF 20'000.-	CHF 15'000.-	Sponsors
Journées thématiques avec intervenants	CHF 30'000.-	CHF 80'000.-	Etats et municipalités
Concours photos - publications des photos gagnantes et prix des participants	CHF 3'000.-	CHF 40'000.-	Partenaires privés
Site Internet	CHF 10'000.-		
Pass Inter-sites – prix du concours	CHF 6'000.-		
Amélioration de la Ligne des Horlogers	CHF 2'500.-		
Carte panoramique	CHF 30'000.-		
Brochures	CHF 40'000.-		
Dossiers pédagogiques	CHF 20'000.-		
Actions de communication	CHF 21'950.-		
SOUS TOTAL	CHF 183'450.-	CHF 135'000.-	SOUS TOTAL
BUDGET TOTAL	CHF 48'450.-		
Budget par site	CHF 12'112.50		

Tableau 12

Source : Données évaluées et analysées à l'interne

8. Marketing Mix

« Avant de lancer un produit ou une gamme de produits, les professionnels du marketing doivent investiguer pour savoir comment la demande va répondre aux différents niveaux des variables du marketing mix et cela représente un grand challenge »⁶¹

8.1. Politique de produit

Comme décrit plus haut, la collaboration des sites de La Chaux-de-Fonds / Le Locle, la Citadelle de Besançon, la Saline Royale et Salins-les-Bains, tous inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO, va permettre à ces destinations de profiter de leur label afin d'élargir leur région touristique et, ainsi, accueillir un nombre grandissant de visiteurs. Dans le cadre de cette mise en réseau, plusieurs produits et actions touristiques vont être mis sur pied à différents moments et destinés à différents publics cibles.

Grâce à ces produits et offres touristiques créés, les touristes vont avoir l'opportunité de découvrir des sites uniques localisés dans deux pays limitrophes. En effet, grâce à cela, chaque destination espère attirer des visiteurs du pays partenaire et des autres régions frontalières. Il y aura donc un intérêt réciproque à visiter les régions du réseau UNESCO et un échange de visiteurs sera possible grâce aux outils mis en place comme le formulaire de contact sur le site Internet, un espace web 2.0, des documents et événements communs.

● Qu'est-ce que les produits issus de la mise en réseau peuvent apporter aux visiteurs ?

- ✗ L'opportunité de découvrir plusieurs sites inscrits au Patrimoine mondial mais portant sur plusieurs thématiques comme l'architecture industrielle et militaire.
- ✗ Des produits et des offres touristiques variées qui proposent de découvrir les diverses facettes des sites en fonction des envies, des moyens et du temps à disposition.
- ✗ Un site Internet qui regroupe toutes les informations sur la mise en réseau et la qualifie « d'unique destination ».
- ✗ Un espace de partage d'expérience et un formulaire de contact permettant aux visiteurs d'avoir un regard plus personnalisé sur leur choix de visites.
- ✗ Des événements ludiques et didactiques mettant en avant les thématiques communes qui sont l'UNESCO et l'architecture industrielle et militaire.
- ✗ Des documents communs permettant d'avoir divers éléments visuels et illustrés de la mise en réseau et des informations générales sur l'UNESCO et le Patrimoine mondial.

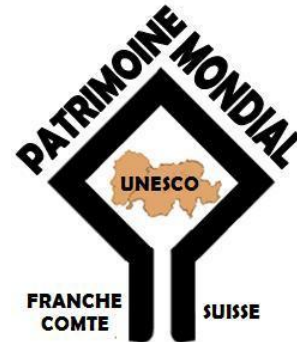
⁶¹ Luan, Jackie & Sudhir Katherine (2010) : Forecasting Marketing-Mix Responsiveness for new products in *Journal of Marketing Research* 47 (3): 444

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Etant donné que cette mise en réseau a comme USP l'UNESCO, le logo associé à cette collaboration et aux produits et actions dérivés s'inspirera du label du Patrimoine mondial. De plus, il permettra de visualiser la zone géographique dans laquelle se situent les sites.



Source : www.portal.unesco.org – Consulté le 19 novembre 2010

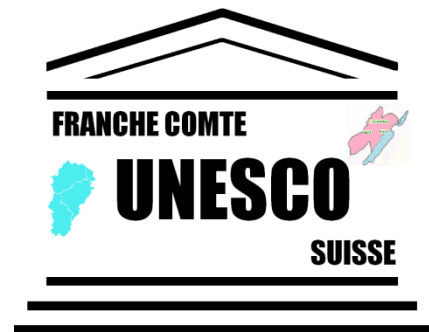


64

Un second logo a été imaginé pour illustrer cette mise en réseau et ses produits. Celui-ci est inspiré du logo UNESCO, pour reprendre l'USP des destinations. De plus, pour localiser les sites, le logo inclu une carte de Franche-Comté et une carte du Canton de Neuchâtel. .



Source : www.portal.unesco.org – Consulté le 19 novembre 2010



L'obtention des droits pour utiliser ces logos peut représenter un problème. Cependant, comme ils sont modifiés et utilisés pour promouvoir les sites classés au Patrimoine mondial, la commission suisse pour l'UNESCO accordera son aide pour l'utilisation.

8.2. Politique de prix

Comme plusieurs et différents produits et actions sont créés dans le cadre de cette mise en réseau des sites UNESCO, des politiques de prix distinctes vont être appliquées.

Tout d'abord, l'exposition itinérante et la journée portes ouvertes seront des événements gratuits qui seront mis sur pied dans le but de générer l'intérêt et de promouvoir les sites du Patrimoine mondial dans les différentes destinations. Ces événements auront une incidence dans un second temps sur l'augmentation des visites et des nuitées des destinations et généreront donc des bénéfices. Ils seront subventionnés par les municipalités et les organes touristiques des destinations. Les documents seront également gratuits car ils seront intégrés à l'information distribuée dans les offices du tourisme.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Par contre, la journée thématique sera payante car des interventions de professionnels et des colloques seront proposés. Cet événement sera destiné à un public plus spécifique et professionnel concernant l'urbanisme, le Patrimoine mondial et l'architecture. Pour cela, la **stratégie d'écramage** va être appliquée. Il s'agit d'introduire le nouvel événement à un prix relativement élevé qui sera abaissé progressivement tout au long du cycle de vie du produit (événement annuel). Cela implique qu'il sera d'une qualité et d'une organisation supérieure aux autres manifestations de ce genre.

Le prix d'entrée sera donc de CHF 120.- la journée ou alors de CHF 30.- par colloque.

Pour finir, la politique de prix de la Ligne des Horlogers améliorée se basera sur les anciens prix en incluant une augmentation pour l'amélioration de la qualité du produit. En effet, la Ligne des Horlogers en était à sa phase de déclin et la période de reprise nécessite une augmentation des prix. Pour la réadaptation d'un produit existant, le réajustement correct du prix est autant important que la promotion et la publicité.⁶²

Pour la ligne entière faisant le parcours de La Chaux-de-Fonds à Besançon, le prix sera de CHF 200.- par personne. Cela comprend le train aller-retour, le guide-conférencier et les diverses entrées dans les monuments. (L'ancien prix était de CHF 150.-)

Il est également important de préciser que l'utilisation des nouvelles technologies, avec Internet comme principal support, a fait disparaître certaines barrières ce qui accroît l'intensité de la concurrence et élimine les frontières géographiques. Une fois la mise en réseau lancée et les divers bilans effectués, il est indispensable de mettre de nouveaux produits en avant et de réadapter les prix. Internet permet de mettre en place une politique de prix adaptée aux clients car il est possible d'obtenir un retour venant des touristes eux-mêmes. L'offre et la demande peuvent ainsi être adaptées à la politique de prix.

⁶² Ataman, Berk; Van Heerde, Harald & Mela, Carl (2010): The long term effect of Marketing strategy on brand sales in *Journal of Marketing Research* 46 (5): 866

8.3. Politique de communication

Les actions de communication relatives à la mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté débuteront dès avril 2011. Comme il ne s'agit pas d'assurer la communication d'un seul produit mais d'un concept regroupant plusieurs actions et produits, beaucoup de temps va être consacré à la promotion et à la mise en valeur de ce projet. De plus, cette mise en réseau a comme projet d'intégrer d'autres sites, probablement dès début 2012, le plan d'actions de communication se doit d'être très précis et ponctuel.

Plan d'actions de communication

Instruments	Mesures	Buts	Coûts	Echéancier 2011-2012											
				Avr	Mai	Jui	Juil	Aou	Se	Oct	No	Dé	Jan	Fév	Mar
Internet															
Site commun	Mises à jour régulières	Intérêt-notoriété-image	Pas de coûts directs												
	Référencement efficace	Visibilité-notoriété	500.00												
Sites individuels	Uniformité des informations	Image-intérêt-visibilité	500.00												
	Logo de la mise en réseau mis en avant	Visibilité-notoriété	Pas de coûts directs												
Moteurs de recherche *	Inscription	Visibilité-notoriété	1'000.00												
Facebook / Twitter	Créer des comptes ; rechercher de membres ; mettre à jour régulièrement	Image-intérêt-visibilité	Pas de coûts directs												

Newsletters **	Bimensuelles avec événements et produits communs et infos générales	Intérêt-visibilité-buzz	Pas de coûts directs											
Wikipédia	Créer une page avec détails et informations	Visibilité-notoriété	Pas de coûts directs											
Formule papier														
Flyers	Création pour chaque produit et action	Notoriété-intérêt	10'000.00											
Affiches	Création pour chaque produit et action	Notoriété-intérêt-visibilité	2'500.00											
	Photos gagnantes du concours photos	Image-notoriété	1'000.00											
Presse														
Articles ***	Description de la mise en réseau dans les journaux spécialisés du tourisme, de l'UNESCO et de l'architecture	Visibilité-buzz	Pas de coûts directs											
Communiqué de presse	Insertion dans médias suisses et français. Avant le début de la mise en route des produits/actions	Visibilité-notoriété	Pas de coûts directs											
Marketing alternatif														
Clips vidéo	Création par les étudiants d'écoles d'art	Buzz-intérêt-notoriété	5'500.00											

Stand promotionnel	Installation sur salons et événements	Visibilité-intérêt	Pas de coûts directs												
Street marketing ****	Diffusion sur des écrans des photos des sites postées par les visiteurs sur Facebook ou Flickr.	Buzz-intérêt	800.00												
Partenaires et associations															
Email	Envoi à une liste établie	Liens/articles sur leur site/revue	Pas de coûts directs												
Publipostage	Lettres envoyées par courrier	Liens/articles sur leur site/revue	150.00												
TOTAL			21'950.00												

Tableau 13

Explication des actions de communication

● * Moteurs de recherche

Grâce aux moteurs de recherche, les internautes trouvent les sites qui les intéressent plus facilement. Il est donc primordial d'optimiser au maximum les outils de référencement afin que le site Internet commun de la mise en réseau et ceux des offices du tourisme ou des monuments des sites aient un bon positionnement.

Premièrement, il faut effectuer l'inscription du site commun sur les principaux moteurs de recherche pour qu'ils puissent les détecter. Quant aux sites Internet des offices de tourisme ou monuments, ils sont déjà répertoriés.

Afin d'effectuer l'inscription il est essentiel d'identifier ce que recherchent les internautes grâce à des mots clé, d'élaborer le contenu du site Internet en fonction des recherches que peuvent faire les internautes et, finalement, rédiger les URL (adresses web) de ce contenu et transférer efficacement l'information. Tout cela aidera à rendre la visibilité du site naturelle et efficace.

Des mots clé devront être achetés pour bénéficier de l'exclusivité de leur détection par les moteurs de recherche. Il s'agira de « mise en réseau UNESCO », « Patrimoine mondial Suisse et Franche-Comté », « architecture UNESCO Suisse et Franche-Comté », « Ligne des Horlogers », « exposition itinérante UNESCO », « concours photo UNESCO », « architecture industrielle et militaire UNESCO », etc.

● ** Newsletters

Ce document sera élaboré tous les deux mois et présentera les événements communs et individuels des sites UNESCO participant à la mise en réseau. Cette newsletter va être envoyée aux personnes suivantes (sous réserve d'acceptation) :

- ✗ Entreprises partenaires et associées
- ✗ Personnes inscrites sur Flickr pour participer au concours photo
- ✗ Personnes ayant posté des témoignages sur l'espace Web 2.0 du site Internet
- ✗ Personnes ayant utilisé le formulaire de contact du site Internet

● *** Articles

Il est primordial pour la mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté de publier des articles d'information et de promotion dans la presse spécialisée du tourisme, de l'UNESCO et de l'architecture. De cette manière, l'intérêt sera généré chez les différents publics cibles et une certaine notoriété sera créée. Ainsi, la mise en réseau aura une image positive et pourra faire parler d'elle par le biais d'une presse ayant une certaine popularité.

Les articles portant sur la mise en réseau seront donc publiés dans les magazines suivants :

Hotel Tourisme Revue

Le guide de l'hôtellerie, de la gastronomie et du tourisme suisse. Il reporte aussi les informations touristiques suisses importantes.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Travel Inside

Leader de la presse touristique suisse. Contient l'évolution du marché touristique du pays ainsi que des analyses et des interviews de professionnels.



Source : www.travelinside.ch – Consulté le 30 novembre 2010

Le Quotidien du Tourisme

Principalement destiné aux professionnels du tourisme, ce magazine français fait quotidiennement le tour de l'actualité du tourisme.



Source : www.quotidiendutourisme.com – Consulté le 30 novembre 2010

La Revue Urbanisme

Ce magazine relate l'évolution et l'histoire urbanistique des villes du monde entier.



Source : www.urbanisme.fr – Consulté le 30 novembre 2010

Le Courrier de l'UNESCO

Bénéficiant d'un public et d'une information variée, cette publication s'adapte aux besoins des lecteurs et est imprimé en six langues.

L'Illustré

Ce magazine suisse de grande diffusion offre aux lecteurs des sections dédiées aux voyages, à la découverte, à la culture et à l'art.

● **** Street marketing

Le street marketing est une forme de marketing alternatif et cette technique consiste à utiliser la rue comme outil de promotion.

Dans le cas de la mise en réseau, le moyen utilisé pour promouvoir nos produits et actions consistera à installer des écrans dans quelques endroits très fréquentés des différents sites et de diffuser des photos prises par les internautes et publiées initialement sur Facebook, Twitter et Flickr. De plus, le nom et le logo du concept seront insérés sur les écrans et, ainsi, le message sera diffusé à un large public.

Cette technique de communication évoluera avec le temps et prendra différentes formes. Cela sera considéré comme la partie création et imagination du plan.

8.4. La politique de distribution

Les trois principaux canaux de distribution des produits et actions créés dans le cadre de la mise en réseau sont les *offices du tourisme*, les *institutions des monuments et bâtiments* des sites et *Internet*. En effet, pour les parties événementielles et documents, les offices du tourisme et les institutions de sites s'occuperont de la distribution de billets et de brochures ainsi que de l'accueil des expositions. Pour le reste, Internet sera un canal très important grâce aux sites Web de la mise en réseau et des institutions de chaque destination.

71

9. Commentaires personnels

9.1. Suggestions

Pour terminer ce travail, j'ai pensé à quelques suggestions afin d'assurer la continuité du développement ainsi que la croissance de projet de mise en réseau. En effet, il est essentiel de souligner que ce concept n'en est réellement qu'à ses débuts et est en phase de développement.

Pour la suite, j'ai donc élaboré plusieurs idées :

- *Une formation commune des guides*

Les guides des quatre sites recevraient une formation afin qu'ils puissent effectuer des comparaisons avec leur destination pour un partage de savoir-faire et d'expériences. De plus, une fois formés, ils développeraient un intérêt mutuel dans le but d'inciter les touristes à visiter les autres sites.

- *Chemins didactiques inter-sites*

Ce produit proposerait des parcours entre les quatre sites (à faire par étape) et mettrait en scène les résidents des lieux. A chaque étape, un habitant raconterait une histoire, un autre, un peu plus loin, ferait visiter un lieu typique, etc. Cela favoriserait le dialogue entre les touristes et les habitants de ces sites du Patrimoine mondial.

- *Un Guide architectural du Patrimoine mondial*

Un ouvrage basé exclusivement sur l'architecture industrielle et militaire des quatre sites de la mise en réseau serait édité sous forme de guide touristique et éducatif. Le Corbusier serait également intégré dans ce guide vu que la mise en réseau s'élargira avec ses sites. Cet ouvrage donnerait également des suggestions sur les possibilités d'adaptation de certains anciens bâtiments avec des éléments écologiques et technologiques (ex. panneaux solaires, etc.)

- *Application iPhone et Android*

Une application pour iPhone et Android gratuite similaire au site Internet pourrait être créée.

- **Collaboration UNESCO Destination Suisse**

L'organisation UNESCO Destination Suisse pourrait être amenée à collaborer avec la mise en réseau pour la communication et la promotion.

- **Sites UNESCO indiqués sur les cartes routières**

Un accord pourrait être créé avec les éditeurs des cartes routières afin que les sites UNESCO soient spécifiés au même titre que les autres lieux touristiques.

9.2. Opinion et conclusion

72

Finalement, la réalisation de ce travail m'a apporté l'opportunité de pouvoir participer à un projet réel mettant en scène une collaboration interrégionale, culturelle et touristique. De plus, cette mise en réseau porte sur des sujets qui me tiennent à cœur comme l'architecture, la conservation du patrimoine et le développement d'une région ne bénéficiant ni des grands réseaux de transports, ni des flux touristiques.

Le fait de baser cette étude sur un concept en développement a, d'une part, facilité sa conception et, d'autre part, mis quelques barrières à la partie de création de produits. En effet, comme je me suis initialement basée sur les rencontres entre participants et acteurs, cela a délimité le cercle d'actions et de communication. Cependant, j'ai élargi les idées du projet de manière structurée et logique pour que ce concept soit plus profond et complet, surtout au niveau de la création de produits et du marketing.

Une des difficultés de ce concept a été d'imaginer des produits entre ces quatre sites sans que les destinations aient de vrais liens entre eux, sauf l'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Après analyse, j'ai établi que l'architecture industrielle et militaire était le second USP commun.

Une autre difficulté majeure de ce rapport a été d'être objective au maximum par rapport à l'étude Benchmark. En effet, les quatre sites n'ont ni la même importance ni la même fréquentation et n'ont pas tous bénéficié du label UNESCO depuis la même période. J'ai donc établi un équilibre entre les destinations en les analysant tout de même avec leurs propres caractéristiques et en m'adressant directement aux responsables des sites.

Par contre, il a été très intéressant et bénéfique pour mon travail d'être en contact direct avec les différents acteurs des sites de la mise en réseau. Cette collaboration m'a apporté des éléments précieux que je n'aurais pas pu élaborer sans le biais des contacts que j'ai créés tout au long de mes recherches. Les séances ont été également très précieuses car je me suis rendue compte que des détails, en particulier financiers, soulèvent des problèmes car chaque destination n'a pas les mêmes moyens ni les mêmes limitations.

En définitive, la réalisation de ce travail m'a principalement appris à mettre la théorie en pratique et m'a fait me rendre compte que ce n'est pas si évident. De plus, ce rapport pourra servir de fil rouge pour la suite de la collaboration entre les sites UNESCO.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

En ce qui concerne les sites, il est fondamental qu'ils communiquent régulièrement entre eux et qu'ils gardent cette motivation à travailler ensemble. Le Patrimoine mondial se doit d'être préservé mais aussi d'être expliqué et accessible au public. Grâce à cette mise en réseau, les visiteurs auront l'opportunité de découvrir de nouvelles destinations, dans une région pas forcément très favorisée par le réseau de transports et par le flux touristique.

La promotion devra être très développée car ce concept n'est, pour l'instant, pas du tout connu et en est à sa phase de développement. Il est donc essentiel de garder le rythme des séances mensuelles ou bimensuelles afin de suivre les étapes de la création de produits de manière consciencieuse et en accord avec toutes les parties.

Finalement, la mise en réseau doit se développer et associer de nouveaux sites afin d'améliorer ses produits et ses actions. Pour cela, il est indispensable d'intégrer Berne, qui permettra de se valoriser du côté alémanique, et les sites de Ronchamp et Genève (Le Corbusier), qui mettront encore plus l'accent sur le côté architectural de la collaboration des sites UNESCO.



Source : 20 Minutes, octobre 2010

10. Références

Article journaux

- * Barré, Hervé. Le patrimoine en danger : le tourisme comme arme de destruction massive in *Le Devoir.com*. 4 janvier 2008.
- * Jeanneret, Jean-Daniel. « Je pense que les montagnons éprouvent un sentiment de fierté » in *L'Impartial*. 3 septembre 2010.
- * Monnot, Floriane. Quand le patrimoine industriel attire de nouveaux touristes in *La Croix*. 9 février 2010.
- * Pessina, Laure-Anne. Le Corbu prêt pour l'UNESCO in *Le Matin*. 26 novembre 2010.

Revue scientifique

- * Ataman, Berk; Van Heerde, Harald & Mela, Carl (2010): The long term effect of Marketing strategy on brand sales in *Journal of Marketing Research* 46 (5): 866
- * Courvoisier, François & Aguiillaume, Cécile (2010) : Les Montagnes neuchâteloises, région créative en action in *La Revue Espace* 283 : 33-41
- * Luan, Jackie & Sudhir Katherine (2010) : Forecasting Marketing-Mix Responsiveness for new products in *Journal of Marketing Research* 47 (3): 444

Rapports

- * Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (2010). L 'UNESCO. Unesco Publishing : Paris
- * Tourisme neuchâtelois (2009) : *Rapport d'activité 2009*. Neuchâtel : Tourisme neuchâtelois

Livres

- * Commission nationale française pour l'UNESCO (2009) : *Patrimoine mondial de l'UNESCO*. Paris : Editions DEL
- * Duhamel, Philippe; Knafou, Rémi (2007) : *Mondes urbains du tourisme*. Paris : Belin Editions
- * Michelin (2010). *Franche-Comté Jura*. Paris : Michelin Editions
- * Tauran-Jamelin, Viviane (2002) : *Le Marketing du Tourisme*. Paris: Les Editions Bréal

Publications

- * Suisse Tourisme (2010) : *UNESCO Destination Suisse*. Zürich : Suisse Tourisme

Interviews

- * Jeanneret, Jean-Daniel. Interview par François Courvoisier et Cécile Aguiillaume. 2 décembre 2009

Sources non publiées

- * Dreydemy, Gilles. Notes prises durant la séance du 16 novembre 2010 à La Chaux-de-Fonds
- * Giraud-Guigues, Anaïs (2010) : *La mise en tourisme d'un site classé au patrimoine culturel : entre fréquentation et conservation*. Mémoire. Lyon, Université du Maine.
- * Komninos, Ioannis (2002): *Product Life Cycle Management*. Travail de recherche: University of Thessaloniki.
- * Monnot, Fabienne. Données officielles confirmées par Yann Garnache. Juillet-août 2010
- * Salle, Isabelle. Notes prises durant la séance du 29 septembre 2010 à Salins-les-Bains
- * Source interne de Besançon Tourisme, Frédérique Coobar
- * Source interne de l'office du tourisme de Salins-les-Bains, Yann Garnache

Sites et articles Internet

- * Badman, Tim (2009): Interview: Protected Areas In-sight. <http://www.europarc.org/whats-on/articles/protected-areas-in-s2/>. 9 novembre 2010
- * Carnet photographique Emmanuel Buchot - Organisation de l'UNESCO. http://www.voyagesphotosmanu.com/fonctionnement_unesco.html. Consulté le 10 octobre 2010.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

- * Château de Versailles – Concours photo. <http://www.chateauversailles.fr/concours-photo>. Consulté le 12 novembre 2010.
- * Citadelle – Découverte du site. <http://www.citadelle.com/index.php>. Consulté le 20 octobre 2010
- * Commission nationale togolaise pour l'UNESCO - Rappel historique de l'UNESCO. <http://www.unesco.tg.refer.org/propos/historique.html>. Consulté le 10 octobre 2010
- * Commission suisse pour l'UNESCO – Sites palafittiques autour des Alpes. www.welterbe.ch/fr/candidats/sites-palafittiques-autour-des-alpes.html Consulté le 19 novembre 2010
- * Les Fortifications de Vauban – Le réseau des sites majeurs Vauban. <http://www.sites-vauban.org>. Consulté le 12 novembre 2010
- * Les Fortifications de Vauban – Objets et mission. www.sites-vauban.org/objets-et-missions. Consulté le 18 novembre 2010
- * Ma Commune.Info – Arc-et-Senans devrait rebondir grâce à Salins-les-Bains. <http://www.macommune.info/actualite/arc-et-senans-devrait-rebondir-grace-a-salins-les-bains-9656.html> Consulté le 21 octobre 2010.
- * Patrimoine mondial en Suisse – Ressources et publications. <http://www.welterbe.ch/fr/ressources/publications.html>. Consulté le 13 novembre 2010.
- * Portal UNESCO - Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel 1972. http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=13055&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Consulté le 18 septembre 2010
- * Portal UNESCO – Exposition itinérante AIB. http://portal.unesco.org/science/fr/ev.php-URL_ID=8335&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Consulté le 12 novembre 2010
- * Réseau culturel Terre Catalane – Les indispensables brochures. <http://www.terre-catalane.com/articles.asp?lng=FR&id=5238>. Consulté le 12 novembre 2010
- * UNESCO - Conseil Exécutif. <http://www.unesco.org/new/fr/executive-board/organic-structure>. Consulté le 10 octobre 2010.
- * UNICEF - Education de base et égalité des sexes. <http://www.unicef.org/french/education>. Consulté le 17 septembre 2010. portal.unesco.org/fr/. Consulté le 10 octobre 2010
- * UNESCO - Histoire de l'organisation. www.unesco.org/organisation . Consulté le 9 octobre 2010.
- * UNESCO - Sciences sociales et humaines. <http://www.unesco.org/new/fr/social-and-human-sciences/>. Consulté le 28 septembre 2010
- * Urbanisme horloger – Les journées du patrimoine horloger. <http://www.urbanisme-horloger.ch/index.asp/3-0-75-8023-131-207-1/>. Consulté le 12 novembre 2010
- * World Heritage Cultural - Vieille ville de Berne. <http://whc.unesco.org/fr/list/267>. Consulté le 13 octobre 2010.
- * World Heritage Cultural - Couvent bénédictin St-Jean des Sœurs à Münstair. <http://whc.unesco.org/fr/list/269>. Consulté le 13 octobre 2010.
- * World Heritage Cultural - Couvent de St-Gall. <http://whc.unesco.org/fr/list/268>. Consulté le 13 octobre 2010.
- * World Heritage Cultural - Trois châteaux, muraille et remparts du bourg de Bellinzone. <http://whc.unesco.org/fr/list/884>. Consulté le 14 octobre 2010.
- * World Heritage Cultural - Alpes Suisse Jungfrau-Aletsch. <http://whc.unesco.org/fr/list/1037>. Consulté le 15 octobre 2010.
- * World Heritage Cultural - Monte San Giorgio. <http://whc.unesco.org/fr/list/1090>. Consulté le 17 octobre 2010.
- * World Heritage Cultural - Lavaux, vignoble en terrasse. <http://whc.unesco.org/fr/list/1243>. Consulté le 17 octobre 2010
- * World Heritage Cultural - Chemin de fer rhétique dans les paysages de l'Albula et de la Bernina. <http://whc.unesco.org/fr/list/1276>. Consulté le 17 octobre 2010
- * World Heritage Cultural - Haut lieu tectonique Suisse Sardona. <http://whc.unesco.org/fr/list/1179/>. Consulté le 17 octobre 2010.

Annexes

Compte-rendu des séances

Compte-rendu de la séance sur la collaboration de sites UNESCO de Franche-Comté et de La Chaux-de-Fonds / Le Locle

Date : 19 juillet 2010
Lieu : Office du tourisme de Besançon
Début : 14h30
Fin : 16h30

Objectif de la séance :

Elaborer une collaboration et des initiatives par la mise en réseau des sites UNESCO suisses de **La Chaux-de-Fonds / Le Locle** ainsi que les sites franc-comtois de **Besançon**, **Salins-les-Bains** et **Arc et Senans**.
Il est primordial de se baser sur le besoin, l'envie et la demande du touriste et, si possible, commencer le travail en se basant sur de **l'existant**.

Personnes présentes à la séance :

■ Floriane Monnot →	OT d'Arc et Senans
■ Jacques Girod →	OT de Salins les Bains
■ Frédérique Coobar →	OT de Besançon
■ Jean-Daniel Jeanneret →	Responsable UNESCO et conservateur de la ville de La Chaux-de-Fonds
■ Maeva Pflieger →	Stagiaire de Master tourisme à Paris et en charge du dossier UNESCO
■ Philippe Mathieu →	Responsable de la Citadelle de Besançon
■ Gilles Dreydemy →	Responsable OT Besançon
■ Vincent Matthey →	Coordinateur tourisme neuchâtelois montagnes
■ Stéphanie Schaller →	Stagiaire de Bachelor à l'Ecole suisse de tourisme basée à l'OT de la Chaux-de-Fonds

Personne absente à la séance :

■ Isabelle Salle →	Directrice du département culturel et patrimonial à l'EPCC Saône Royale
--------------------	---

Idées fortes sur la future collaboration :

- Communication / Marketing → marché très ciblé, voir niche (ex. amateurs de sites Unesco)
- Evénementiel (thématiques)
- Echanges (personnel, savoir) sur différents sites
- Co-production de dossiers
- Co-production d'événements

→ IMPACT POLITIQUE ET MEDIATIQUE

Il est important de décider la forme sous laquelle les différents sites vont collaborer car chaque région offre des produits différents et possède des spécificités à mettre en avant.

Le but est d'inciter les touristes à visiter les autres sites.

Pour cela, il est nécessaire de mettre sur pied un plan d'action précis avec des échéances.

De plus, il serait judicieux d'agir rapidement et d'envisager une collaboration, dès 2011, avec les sites « **Le Corbusier** », comme par exemple à Rondchamp, qui sont actuellement candidats. Ces sites pourraient participer aux groupes de travail.

Points communs entre les sites :

- Le label UNESCO
- L'horlogerie (Besançon)

Idées d'actions mises en avant :

- 1) **Elaborer un document**, type brochure, (sur modèle fait par la commission suisse pour l'UNESCO) de la région Besançon – La Chaux-de-Fonds.
Avantages de la brochure → tangibilité, visibilité, objet de communication.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Un coupon serait à découper dans cette brochure et permettrait au visiteur de d'obtenir une réduction ou une entrée gratuite (à définir) dans un autre site UNESCO concerné.

La brochure serait remise à chaque personne qui achète un ticket dans un des sites UNESCO concernés. La provenance serait indiquée afin d'avoir un traceur de mobilité des touristes. (Arc et Sennans et Salins = 1 seul site ?) L'opération se ferait pendant une période de temps définie (2-3 mois ou jusqu'à épuisement du stock de brochures).

Une carte privilège pourrait également être incluse dans la brochure avec un système de timbrage pour chaque site visité. Cela donnerait un sentiment d'importance aux visiteurs et matérialiserait l'expérience.

La Chaux-de-Fonds (Jean-Daniel Jeanneret) s'occupe de la brochure et une pré-maquette sera envoyée aux sites de Franche-Comté.

- 2) **Evènement** en commun
- 3) **Concours photos** par le biais du Web 2.0 (ex. Facebook) afin de créer le buzz. Ce concours serait ouvert à tout le monde et les photographies proposées mettraient en avant des situations, des paysages ou des mises en scène dans les différents sites UNESCO concernés.
Le concours serait en vigueur de mai à fin août/début septembre 2011
Il est évidemment primordial d'alimenter ce buzz en chargeant une personne de mettre cette plateforme à jour régulièrement.
- 4) **Renforcement de « la Ligne des horlogers »** la Chaux-de-Fonds – Besançon.
- 5) **Voyage de Presse** → promotion commune en sachant précisément ce que l'on veut mettre en avant. Un groupe de travail responsable des médias devra être défini.
- 6) **Des présentoirs des brochures réciproques** seront mis sur pied dans chaque office du tourisme.
- 7) **Pass Inter-sites** → sera une finalité
En décembre 2011, la ligne TGV en Franche-Comté devrait être mise sur pied → à prendre en compte pour les éventuels itinéraires entre les sites.

Notes - constats

- INTERREG pourrait être sollicité pour aider à cette collaboration.
- Un groupe de travail devra être formé pour tous les détails relatifs au concours photos sur une plateforme web 2.0. → Budget, prix aux gagnants, mises à jour quotidiennes.
- 2010 serait l'année de la préparation et dès 2011 une mise en œuvre des actions avec des délais sera lancée.
- Une fois que toutes les décisions sont prises, une convention finale sera créée afin de régler la collaboration entre les sites.

PROCHAINE REUNION :

Mardi 7 septembre 2010 à 14h30 à l'office du tourisme de Besançon.

PV établi par Stéphanie Schaller

Juillet 2010

Séance du 2 septembre 2010 – Compte-rendu

Tourisme neuchâtelois montagnes

Mise en réseau des sites Unesco La CdF/LL et sites de Franche Comté

Jeanneret Jean-Daniel – Matthey Vincent – Schaller Stéphanie

1) Vidéo de promotion des sites UNESCO

Jean-Daniel Jeanneret a émis l'idée de prendre contact avec l'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds afin de confier la réalisation de cette vidéo en tant qu'exercice à des élèves (il ne s'agirait pas d'un concours). Les étudiants se rendraient dans les différents sites UNESCO (La Chaux-de-Fonds, Le Locle, Arc et Senans, Les Salines) afin de capter des images axées sur les aspects culturels et touristiques de ces régions. Ce tournage sera de maximum 2 minutes et son but serait de faire la promotion de la mise en réseau des sites UNESCO. De plus, les écoles d'art de Besançon et des autres sites seraient également contactées pour participer à ce projet de vidéo. Ainsi Les compétences des villes auraient l'opportunité d'être promues.

78

2) Support promotionnel - plan/carte des sites

Nous sommes chargés de créer un support promotionnel sur la mise en réseau des sites. Au lieu de concevoir une « énième » brochure, l'idée est de créer un plan, sous forme de carte panoramique avec, au recto, les sites mis en évidence ainsi que les axes routiers et de chemins de fer et, au verso, des plan d'accès plus rapproché, des photos des sites, les horaires principaux des trains et les kilomètres entre les lieux. *On pourrait également pointer les hôtels et les points d'accès dans les sites ??*

Nous devons veiller que la première édition soit valable au minimum 1 an au niveau des horaires de trains et du réseau routier.

Notre carte panoramique avait coûté CHF 80'000.- pour 300'000 exemplaires. Pour la séance du 7 septembre, il faut trouver les prix et le délai dans lequel nous pourrions faire paraître le document. (rapide et pas cher en prenant tout de même garde à avoir une bonne qualité d'information).

3) Bons

Les bons qui étaient prévus dans les brochures (dans le but d'offrir une réduction aux visiteurs et d'avoir un traceur de mobilité des touristes) doivent être plus faciles à utiliser, autant pour les touristes que pour les prestataires. Ce concept devrait donc être repensé. Une personne (côté France) serait responsable uniquement de cela.

4) Concours

La séance du 7 septembre nous permettra de savoir qui va reprendre la gestion du concours photo et d'avoir d'avantage d'informations quant à la mise en place de celui-ci.

6) Objectifs de la séance du 7 septembre

- Savoir qui reprend le concours photos après Maeva.
- Rediscuter du concept des bons de réduction

5) Objectifs à fixer pour la séance du mois de novembre

- Le projet de la carte panoramique sera défini ainsi que les coûts et les délais de parution.
- La conception du film sera également prise en charge

→ Lorsque les actions seront clairement définies, les décisions relatives aux médias et à la communication seront prises.

6) Présentoir avec brochures en commun

Relancer Arc et Senans ainsi que les Salines pour qu'ils nous transmettent des brochures.

7) Logo et slogan

A voir par la suite

COMPTE RENDU DE LA SEANCE DU 30 SEPTEMBRE 2010

Lieu : Salins-les-Bains

Heure : 10h30-12h15

1) Vidéo promotionnelle

Le projet de mandater l'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds est un succès.

L'Ecole d'Art de Besançon a été également contactée et nous aurons des nouvelles prochainement. Le lycée Pasteur possède également une section vidéo assez renommée mais le niveau est peut-être moins élevé car les élèves sont plus jeunes. A voir...

Il est envisagé que les élèves chaux-de-fonniers se déplacent en France voisine et vice-versa. Cela sera évidemment compté dans le budget consacré à la vidéo.

Il ne faut pas oublier de demander les droits de diffusion à l'Ecole d'Art !

Le projet sera certainement mis en route dès la rentrée 2011. Nous avons un entretien avec M. Aquoise le 12 novembre prochain pour en parler plus en détails.

2) Brochure

Comme M. Jeanneret a très bien expliqué l'utilité de la carte panoramique des sites UNESCO, l'idée également a été reçue avec succès !

Il s'agit donc d'élaborer une carte topographique qui définirait visuellement les quatre sites et inclurait une présentation détaillée des produits touristiques ainsi que les axes ferroviaires et routiers, les horaires CFF et SNCF, un tableau kilométrique, des plans des centres-ville avec les OT, les gares, les principaux hébergements, etc.

Le graphisme va être effectué par J-D Jeanneret. (L'office fédéral de topographie – swisstopo – devra être contacté pour les droits sur la carte.)

Dans un deuxième temps, si cette carte n'est pas suffisante, on peut envisager d'éditer une autre brochure d'avantage explicative sur le modèle de « UNESCO destination suisse ».

Il y aurait également possibilité de se faire sponsoriser pour cette carte (à voir les entreprises actives sur les deux régions ?)

3) Demande d'intégration de Belfort

Belfort a émis le souhait de rejoindre notre « club UNESCO » car ils ont une citadelle Vauban. Nous avons tous refusé cette demande car Belfort n'est pas inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO et cela ne correspondrait pas au but de cette mise en réseau.

Cela règle également l'intégration de Ronchamp : ce site devra attendre d'être officiellement reconnu au patrimoine mondial avant de faire partie notre club.

4) Identité graphique

Afin de réaliser la carte et de continuer nos actions, il est important de trouver une identité graphique. Chaque site doit communiquer sa gamme de couleur et sa police d'écriture pour créer quelque chose qui correspondrait à chacun.

Il faut également trouver un nom de contact ainsi qu'une adresse de correspondance.

Pour l'identité graphique, chacun doit se creuser la tête pour trouver quelque chose de représentatif pour notre mise en réseau !

Différentes propositions sont à soumettre dans les semaines à venir. Si on ne trouve rien de concluant, on peut également demander des conseils à une section graphique d'école d'art...

Une newsletter commune paraîtra une fois tous les deux mois environ avec les événements et les news de chaque site ainsi que nos projets communs.

5) Concours photos

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Le concours photo va s'effectuer sur le site **Flickr** et chaque personne devra s'inscrire et déposer la/les photo(s) du/des site(s) visité(s).

La promotion de ce concours se fera via Facebook, Twitter et les sites Internet des offices du tourisme.

Il y aura **quatre gagnants**, un pour chaque site. Comme prix, les gagnants auront l'opportunité de voir leurs œuvres sur :

- Les affiches promotionnelles diffusées dans les villes (1 affiche)
- Nos publications (carte topo)
- Des posters à vendre dans les offices de tourisme. → Soit une série de quatre posters différents, soit un poster avec les quatre photos gagnantes.
- + leur photo agrandie et mise sous cadre.

6) Points d'information / échange de personnel

Dans le cadre de l'échange de procédés, Mme Coobar a soulevé l'idée que La Chaux-de-Fonds/Le Locle ait un emplacement promotionnel gratuit dans chacun de nos événements et que nous en ayons un dans les événements de Besançon.

Il faudrait élaborer une liste de potentiel. (*Bourse aux prospectus...*)

Nous pourrions être présents au niveau du « club UNESCO » et distribuer notre carte commune ainsi que les brochures de chaque site.

Dans le cadre de la formation, l'idée de l'échange de personnel a été à nouveau soulevée. Il faut que l'on discute de la façon dont on pourrait passer une ou deux journées dans les autres sites et comment on pourrait accueillir le personnel de France. *Possibilité d'intégrer les guides dans cet échange.*

7) Budget et délai des actions

Actions	Budget	Délais
1) Vidéos promotionnelles	4'000 Euros	Début : mi-2011 Fin : fin 2011
2) Concours photos	6'000 Euros	Début : printemps 2011 Fin : automne 2011
3) Carte des 4 sites	Demander le prix pour 100'000 exemplaires car il faut vérifier l'impact et la ré-édition. → plusieurs offres à demander en Suisse et en France 30'000 Euros	Juin 2011 (éventuellement attendre les résultats du concours photos pour en faire la couverture de la carte.)
4) Echange personnel	-	Courant 2011
5) Newsletter	-	A définir
TOTAL	40'000 Euros → 10'000 par site	

8) Prochaine séance

Fixée provisoirement au 16 novembre 2010 dès 10h à l'Office du tourisme à la Chaux-de-Fonds. Je vais faire un Doodle avec 4-5 dates différentes.

Séance du 12 novembre 2010 - compte-rendu

Ecole d'Art appliqués de La Chaux-de-Fonds

Personnes présentes :

- Vincent Matthey
- Jean-Daniel Jeanneret
- Stéphanie Schaller

- Philippe Aquoise, responsable du secteur conception multimédia
- M. Challard, théorie cours multimédia

Lieu : Ecole d'Arts appliqués à La Chaux-de-Fonds

81

- 1) Les responsables de la section conception multimédia sont très enthousiastes quant à ce projet de réalisation de petites vidéos sur La Chaux-de-Fonds / Le Locle, urbanisme horloger. Cependant, la question du déplacement des élèves dans les autres sites UNESCO en Franche-Comté est très problématique. En effet, le concept de partir une journée, de capter des images et de les assembler le soir ne correspond pas à leur mode de travail. De plus, cela demande une très grande organisation pour arranger les déplacements en France. Néanmoins, si l'école d'art de Besançon est d'accord pour travailler sur ces vidéos, il pourrait être envisagé d'organiser des journées d'échanges et/ou de collaboration entre les étudiants des deux écoles. (passer une nuit en France ou n'envoyer que quelques élèves réaliser les vidéos de la partie française...)
A SUIVRE...

Il est important de souligner que même si l'école d'art de Besançon ne veut pas collaborer ou qu'il y a d'autres difficultés d'organisation venant du côté français, cela n'empêchera pas les vidéos de La Chaux-de-Fonds / Le Locle de se faire avec l'école d'art de la ville.

- 2) Concernant le financement, il peut se faire en deux parties :
 - Honoraires (50 % pour le prix et 50 % pour la cagnotte du voyage d'étude)
 - Frais techniques (réalisation, transport, repas, nuitées, ...)
- 3) Les délais pour réaliser ces vidéos sont relativement larges. Dès la rentrée de août 2011, ce projet serait intégré dans le programme des 3^{ème} année à raison d'une heure par semaine (cours conception multimédia).
- 4) **Recontacter M. Aquoise dès qu'on en sait d'avantage sur la participation de l'école d'art de Besançon.**

Séance interne du 15 novembre 2010 – Compte-rendu

- 1) Feedback sur la séance du 12.11.2010 à l'Ecole d'Art → semble assez positif et l'enthousiasme des responsables du secteur conception multimédia amène à penser que nous pourrions avoir un beau résultat pour ces vidéos.

Exemples de vidéos faites par l'école d'Art de La Chaux-de-Fonds pour l'Hôtel Beau Rivage : www.beau-rivage-hotel.ch/f/podart.asp

- 2) Sujets à discuter le lendemain (16.11) pour la séance qui réunit les représentants de tous les sites :
 - Contact avec l'Ecole d'Art de Besançon – explications des problématiques liées à l'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds – enthousiasme général de ce projet
 - Carte panoramique exposée par M. Jeanneret – que la maquette définitive soit faite pour la prochaine séance – publication pour le printemps 2011. La publier pour 1 an et faire le bilan à la fin de l'année et faire évoluer le document.
 - Ou en est le concours ?
 - Dénomination
 - Prochaine séance

Compte-rendu de réunion du 16 novembre 2010

Lieu : La Chaux-de-Fonds, Espacité 1
10h15 – 12h45

Personnes présentes :

- ❖ Coobar Frédérique, Besançon Tourisme
- ❖ Le Blond Marion, Saline Royale
- ❖ Salle Isabelle, Saline Royale
- ❖ Aline Henchoz, Graphiste
- ❖ Garnache Yann, Salins-les-Bains
- ❖ Dreydemy Gilles, Besançon Tourisme
- ❖ Jeanneret Jean-Daniel, Ville de La Chaux-de-Fonds
- ❖ Stéphanie Schaller, Tourisme neuchâtelois
- ❖ Matthey Vincent, Tourisme neuchâtelois

Personnes excusées :

- ❖ Papazian Marie-Pierre, Citadelle de Besançon
- ❖ Feuvrier Frédéric, Webmanager Besançon Tourisme

82

1) Vidéos

Le contact a été pris avec l'Ecole d'Art de Besançon et, à première vue, il y a un intérêt à participer à la réalisation de clips-vidéo en collaboration avec les étudiants de l'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds. Cependant, ils demandent à voir le cahier des charges avant de se prononcer.

Un échange entre les étudiants de La Chaux-de-Fonds et de Besançon pourrait donc être envisagé afin d'avoir des regards différents sur chaque site et que les Suisses se déplacent en France et vice-versa.

L'Ecole d'Art de La Chaux-de-Fonds a déjà effectué ce genre de mandat pour l'Hôtel Beau Rivage à Neuchâtel qu'il est possible de voir sur le lien suivant : www.beau-rivage-hotel.ch/f/podart.asp

Il est évident que le contenu de ces vidéos devra être un peu précisé. Par exemple, définir que chaque vidéo devrait amener à en voir une autre, si une seule vidéo sera choisie ou si nous les diffuserons toutes, etc.

Cependant, tout le monde semble être d'accord sur le principe de laisser la créativité aux étudiants afin d'obtenir quelque chose d'original et de différent qui ferait le buzz sur notre concept.

DECISION :

Il a été défini que La Chaux-de-Fonds / Le Locle établirait un plan de projet vidéo avec un cahier des charges qui sera soumis à tous pour accord / modification. Une fois ceci élaboré, Gilles Dreydemy présentera le projet à l'Ecole d'Art de Besançon et nous verrons si une collaboration entre les deux établissements est possible.

2) Concours photos

Pas d'avancement pour le concours photo.

Contact du Webmanager à Besançon pour continuer ce projet.

3) Carte panoramique

L'ébauche de la carte panoramique (ci-jointe) faite par Aline Henchoz, graphiste de la Ville de La Chaux-de-Fonds, a été présentée aux participants. Cette carte topographique comprend les quatre sites concernés ainsi que Berne et Ronchamp. De ce fait, il sera possible d'avoir un élément géographique visuel qui pourra avoir plusieurs utilisations pour les visiteurs des différentes destinations et permettra de créer un intérêt mutuel pour les différents sites UNESCO. Cette carte permettra un échange de clientèle entre les sites.

La question d'intégrer des itinéraires thématiques entre les villes ainsi que les curiosités naturelles et culturelles qui sont situées sur les axes de déplacement a été soulevée.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

La première édition de ce document serait faite pour l'année 2011 et un bilan sera tiré en fin d'année pour la ré-édition 2012.

La première édition 2011 sera imprimée en 100'000 exemplaires et en trois langues (FR / ALL / ANG). Une offre va être demandée pour connaître le prix.

En ce qui concerne le verso de la carte, les plans des villes vont être agrandis et les points d'entrées aux sites ainsi que les lieux importants seront d'avantage mis en valeur. Les espaces destinés au tableau des distances entre les sites et aux horaires de train seront diminués.

DECISION

Chacun fourni à Stephanie.schaller@ne.ch les points d'intérêts qu'ils désirent voir apparaître sur la carte et le long des routes d'accès pour fin décembre

83

4) Dénomination de la mise en réseau

La définition d'un nom n'est pas forcément possible, surtout politiquement, car chaque destination a déjà sa propre identité. Il faudrait donc plutôt se diriger vers un slogan.

Après discussion, deux propositions ont été retenues :

« La Route franco-suisse du Patrimoine Mondial » ou « La Route Transjurassienne du Patrimoine Mondial ».

En ce qui concerne la première proposition, le fait de mentionner « franco-suisse » va certainement attirer l'intérêt d'autres sites transfrontaliers comme Genève, Lyon ou Lavaux... Il faudrait donc penser à élargir notre concept. Cela serait bénéfique pour notre projet car la notoriété en serait plus importante et le potentiel serait amélioré.

La seconde proposition, en revanche, nous permettrait de garder notre identité et de rester focalisés sur la région Franche-Comté / Suisse.

DECISION

Pour la prochaine séance, chaque site mènera sa réflexion sur ces propositions d'appellation.

La question du dossier Interreg a été soulevée et il s'agit de quelque chose de très lourd et compliqué à établir qui n'est pour l'instant pas nécessaire. Cependant, il faut y penser pour le futur !

5) Prochaine séance

La prochaine séance est fixée le 25 janvier 2011 à Arc-et-Senans.

6) Divers

- Comme mentionné plus haut, la ville de Berne serait intéressée à nous rejoindre dans notre « Club » ce qui serait très bénéfique pour nous.
- Yann Garnache a demandé s'il était possible de mettre le logo UNESCO sur des produits (ex. sachet de caramel à l'eau salée). M. Jeanneret a répondu que ce n'était pas possible à moins de posséder un logo neutre (comme celui de La Chaux-de-Fonds/Le Locle) qui peut être utilisé plus librement.
- Frédérique Coobar propose d'avoir un meuble commun dans chaque office pour placer la documentation de chaque site et la carte panoramique commune.
- Il faudrait se renseigner sur quels événements les destinations pourraient inviter les autres sites à installer un stand promotionnel sur un espace réservé.

PV pris par Stéphanie Schaller

La Chaux-de-Fonds, le 17 novembre 2010.

Liste des participants

COORDONNEES DES PARTICIPANTS Réunion du 19 Juillet 2010

NOM	Prénom	Fonction	Organisme	Téléphone	Courriel
COOBAR	Frédérique	Chargée du Développement Culturel et Touristique	Office de Tourisme et des Congrès de Besançon	+33 (0)3 81 80 92 55 / + 33 (0)6 31 76 43 73	fred.coobar@besancon-tourisme.com
DREYDEMY	Gilles	Directeur	Office de Tourisme et des Congrès de Besançon	+33 (0)3 81 80 93 04 / + 33 (0)6 78 01 76 69	gilles.dreydemy@besancon-tourisme.com
FEUVRIER	Frédéric	Webmanager	Office de Tourisme et des Congrès de Besançon	+33 (0)3 81 80 92 68	Webmaster@besancon-tourisme.com
GIROD	Jacques	Premier adjoint au maire Président	Ville de Salins-les-Bains Office de tourisme de Salins-les-Bains	Mairie de Salins-les-Bains : + 33 (0)3 84 73 10 12	jacques.girod3@orange.fr
GARNACHE	Yann	Responsable du pôle tourisme de Salins-les-Bains	Musée du Sel, Office de Tourisme et Service Animation	+33 (0)6 88 48 06 27	direction@salinesdesalins.com
JEANNERET	Jean-Daniel	Architecte du patrimoine, Chef de projet pour la candidature UNESCO des villes de La-Chaux-de-Fonds / Le Locle	Ville de La Chaux-de-Fonds	+41 (0) 32 967 64 62	jean-daniel.jeaneret@ne.ch
LE BLOND	Marion	Responsable communication / Responsable service récept.	Saline Royale Arc-et-Senans	+33 (3)3 81 54 45 15	marionleblond@salineroysale.com
MATTHEY	Vincent	Coordinateur touristique des Montagnes neuchâteloises	Tourisme neuchâtelois	+41 (0) 32 889 78 52	vincent.matthey@ne.ch
MATHIEU	Philippe	Directeur de la Régie Autonome Personnalisée de la Citadelle	Citadelle de Besançon		philippe.mathieu@besancon.fr
PAPAZIAN	Marie-Pierre	Responsable du service Presse / Directrice mkt	Citadelle de Besançon	+33 (0)3 81 87 83 37	marie-pierre.papazian@citadelle.com
PFLIEGER	Maiéva	Stagiaire sur le projet de mise en réseau des sites UNESCO Franche-Comté / Suisse	Office de Tourisme et des Congrès de Besançon	+33 (0)6 67 46 90 05	maeva.pflieger@hotmail.fr
SALLE	Isabelle	Directrice du département culturel et patrimonial	EPCC Saline Royale Arc-et-Senans	+33 (0)3 81 54 45 48	isabelle.salle@salineroysale.com
SCHALLER	Stéphanie	Stagiaire sur le projet de mise en réseau des sites UNESCO Franche-Comté / Suisse	Tourisme neuchâtelois	+41 (0) 32 889 78 51	stephanie.schaller@ne.ch

Questionnaire d'entretien

QUESTIONNAIRE

Travail de Bachelor – Stéphanie Schaller

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté & la création de produits touristiques »

Nom et prénom :

Lieu de travail :

1) Qu'est-ce qui vous semble le plus important dans cette collaboration ?

.....
.....

2) Quels sont les bénéfices que vous attendez ?

.....
.....

3) Selon vous, y a-t-il assez de sites UNESCO participant à ce projet ?

.....

4) Quelles sont vos limites ? (Budget, temps, etc)

.....
.....

5) Selon vous, les actions de ce projet vont-elles aboutir dans les temps ?

.....
.....

6) Pour intégrer ce projet, avez-vous été influencé par d'autres expériences ?

.....
.....

7) Quels sont les principaux changements que vous espérez grâce à cette mise en réseau ?

(Plusieurs réponses possibles)

☐ Augmentation des visites

☐ Augmentation des nuitées

☐ Amélioration de la notoriété du site

☐ Plus grande reconnaissance parmi les autres destinations

☐ D'avantage de nouveaux produits touristiques créés

☐ Meilleure utilisation du label UNESCO

☐ Autres

8) Quels facteurs externes pourraient nuire au succès de la mise en réseau ?

.....

MERCI ! ☺

Règlement du concours photo

REGLEMENT DU CONCOURS PHOTO RESEAU DES SITES UNESCO FRANCHE-COMTE / SUISSE

Article 1 : Objet

A l'occasion de leur mise en réseau, par la convention XXX du « date », le réseau des sites du Patrimoine Mondial en Franche-Comté et Suisse, ci-après dénommé « RSPM », propose un jeu concours photographique sur Internet du « date » à « heure » au « date » à « heure » sur le site Internet FLICKR : <http://www.flickr.com/groups/nomduconcours>.

L'objectif de ce concours est de contribuer à la promotion et à une meilleure visibilité du réseau des sites du Patrimoine Mondial en Franche-Comté et Suisse, dont la liste est la suivante :

- ➔ La Saline Royale d'Arc et Senans, Doubs, Franche-Comté
- ➔ Les Fortifications de Vauban à Besançon, Doubs, Franche-Comté
- ➔ Les Anciennes Salines de Salins-les-Bains, Jura, Franche-Comté
- ➔ Les villes jumelles de La Chaux-de-Fonds et Le Locle,

Après inscription sur le site Internet Flickr, les photographies postées par les participants sont exposées directement en ligne sur la page Flickr dédiée au concours, à l'exclusion de celles qui ne répondent manifestement pas au thème et à l'esprit du concours. La page Flickr comporte un lien vers le site Internet des sites du Réseau mentionnés ci-dessus et de ceux de l'Office de tourisme de Besançon et du Tourisme Neuchâtelois.

Ces sites Internet comportent à leur tour une page dédiée au jeu concours présentant les modalités de participation ainsi qu'un lien vers la page Flickr du concours. Les photographies lauréates seront présentées de façon individualisée sur les sites Internet de l'Office de tourisme de Besançon et de Neuchâtel Tourisme dès la date de désignation des gagnants jusqu'à Pâques 2011.

Tout dépôt de photo sur la page vaut acceptation du présent règlement.

1.1 Thème du concours

De la pierre à l'édifice : trésors du patrimoine Mondial

Regards croisés le Patrimoine Mondial

Les sites du Patrimoine Mondial de l'UNESCO, une fenêtre sur le monde

Secret de patrimoine

Mémoires d'industries

De l'ombre à la lumière

Gravé dans la roche

Architecture insolite

Entre pierre et jardins

Un héritage à transmettre

En noir et blanc

Eclats d'urbanisme

Patrimoine Universel

Patrimoine vivant

Le patrimoine dévoilé

Traces & Patrimoine

Monumental

Reflets de sites

Au fil de l'histoire

Curieux monuments

Sous tous les Angles

Patrimoine Mondial en folie

Les sites du Patrimoine Mondial de l'UNESCO en mouvement

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Le thème du concours est « titre ». L'angle d'approche peut tout aussi bien être l'architecture, les jardins, les collections, à l'exclusion des publics et agents des sites du Patrimoine Mondial de l'UNESCO.

1.2 Critères de sélection

Les critères de sélection des gagnants sont les suivants : l'adéquation au thème « titre », la qualité technique de la prise de vue, l'originalité de la démarche et la valeur artistique.

Sur chaque photo devra être identifiable (ou au moins en partie) l'un des sites du Réseau (par exemple : un gros plan de fleur, un papillon, ou tout objet quelconque pouvant avoir été photographié n'importe où ne peuvent être acceptés).

Article 2 : Modalités de participation

2.1 Ce concours est gratuit et ouvert à tout photographe amateur, sans restriction d'âge ou de nationalité. Cependant, tout participant mineur devra nécessairement avoir requis et obtenu une autorisation parentale avant son inscription au Concours. Cette autorisation parentale pourra être exigée par les organisateurs.

2.2 Chaque participant ne peut déposer qu'une photographie par site UNESCO du réseau, en utilisant le matériel de leur choix (appareil photo compact ou réflex, numérique ou argentique, photophone, caméscope...). Aussi un participant ne pourra-t-il déposer plus de quatre photos. Dans le cadre de ce concours. Les photos devront être déposées sur la page Flickr dédiée au concours dans le pool dédié, dont l'URL est la suivante : www.flickr.com/groups/nomduconcours. Toute photo déposée par un autre biais (tirage papier envoyé par courrier ou déposé sur les différents sites du réseau) ne sera pas admise à concourir.

2.3 Les fichiers devront être adressés au format JPG, PNG, GIF. Les dimensions minimales autorisées à l'upload seront 640*480 pixels. Le poids de chaque fichier ne pourra excéder 7 Mo. Chaque photo doit être accompagnée d'un titre (obligatoire) et d'un commentaire (non obligatoire mais vivement souhaité). Les photos seront numérotées par ordre de dépôts pour faciliter ensuite la procédure de vote.

2.4 Une seule participation par personne est acceptée pendant toute la durée du Concours (sous le même pseudonyme). Sont exclus de toute participation au concours les membres de l'organisation du réseau ayant organisé le présent concours ainsi que les membres du jury et leur famille. Les organisateurs se réservent le droit de procéder à toute vérification pour l'application du présent article.

2.5 Les participants souhaitant réaliser leur prise de vue au sein d'espaces soumis à tarification, devront s'acquitter du droit d'entrée en vigueur au jour de la réalisation de leur prise de vue.

Article 3 : Conditions de participation

3.1 Le participant affirme être l'auteur des photographies qu'il soumet et garantit que les œuvres proposées sont originales, inédites et qu'il est le seul détenteur des droits d'exploitation attachés à ces œuvres.

3.2 Il accepte que le réseau des sites du Patrimoine Mondial de Franche-Comté et Suisse utilise ses photos dans le cadre de la promotion et de la publication des résultats du jeu, et notamment sur le site internet et la newsletter de l'Office de tourisme et des congrès de Besançon, ainsi que sur les pages Flickr et Facebook du réseau.

3.3 La période de réception des photos sera clôturée le « date », heure de Paris.

Article 4 : le jury du concours

4.1 Le jury composé de personnel des sites du Patrimoine Mondial de l'UNESCO concernés à l'article 1 et de professionnels de l'image sélectionnera « 10 » photographies (de 10 auteurs-participants différents) qu'il classera par ordre de préférence. Le vote aura lieu en Octobre 2011.

4.2 Les décisions du jury sont sans appel, elles ne pourront faire l'objet d'aucun recours.

Article 5 : Gains

5.1 Les participants ne percevront aucune rémunération au titre de leur participation à ce concours photographique. Les « nombre » lauréats remporteront les dotations suivantes :

- Les affiches promotionnelles diffusées dans les villes (1 affiche)
- Nos publications (carte topo)
- Des posters à vendre dans les offices de tourisme. → Soit une série de quatre posters différents, soit un poster avec les quatre photos gagnantes.
- + leur photo agrandie et mise sous cadre.

5.2 Les dotations ne sont pas échangeables.

5.3 Le gain ne peut donner lieu à aucune contestation d'aucune sorte, ni à la remise de sa contre-valeur en argent ni sous quelque autre forme que ce soit, ni à son remplacement ou échange pour quelque cause que ce soit. Chacun des 10 lauréats pourra également être contacté ultérieurement par les sites dans le cas où l'un d'eux souhaiterait diffuser leur photographie lauréate dans un cadre extérieur à celui du seul jeu concours.

Article 6 : Diffusion des résultats et valorisation des lauréats

6.1 Les organisateurs informeront les 10 gagnants du jeu concours en les contactant via la messagerie Flickr. A cette occasion, il leur sera demandé de transmettre au Réseau leurs coordonnées postales et leur e-mail afin que leurs dotations puissent leur être envoyées. La liste des gagnants sera publiée sur la page Flickr du concours, sur les pages dédiées au jeu concours des sites Internet des sites UNESCO concernés ainsi que sur ceux des offices de tourisme de Besançon et de Neuchâtel, dans les 20 jours suivants la désignation des gagnants du jeu concours. Les véritables identités des lauréats seront publiées sauf si le participant déclare expressément, auprès des organisateurs du concours, qu'il souhaite être nommé par son pseudonyme.

Si les informations communiquées par un participant ne permettent pas de l'informer de son gain, il perdra la qualité de gagnant et ne pourra effectuer aucune réclamation.

6.2 Le réseau souhaite offrir une large visibilité aux photos sélectionnées. Les participants autorisent donc les sites UNESCO et Offices de tourisme de Besançon et Neuchâtel à diffuser, de façon individualisée, leur photographie lauréate sur leur site Internet et/ou dans leur établissement, d'Octobre à Pâques 2011. Les moyens de diffusion suivants seront notamment employés (liste non exhaustive) :

- Publication d'un article et d'un album dans la rubrique « Actualités » des sites Internet de l'Office de tourisme de Besançon et de Neuchâtel, et envoi de cet article dans la newsletter du Réseau.
- Création d'un album des photos lauréates sur la page Flickr du concours
- Création d'un album des photos lauréates sur la page Facebook « Réseau des sites du Patrimoine Mondial ».
- Exposition itinérante des photographies lauréates sur les sites UNESCO.

Le titre des photographies, le lieu de la prise de vue et le nom de leur auteur seront mentionnés à chaque fois qu'une photo sera reproduite, lorsque les supports de diffusion le permettent.

6.3 Pour toute autre utilisation, les sites se rapprocheront de l'auteur afin de convenir avec lui des modalités d'utilisation de sa photographie.

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

Article 7 : Critères d'exclusion

Les candidats seront automatiquement éliminés en cas de non-respect partiel ou total du présent règlement, et notamment dans les cas suivants :

7.2 Toute déclaration mensongère d'un participant entraînera son exclusion du concours sans que la responsabilité des organisateurs puisse être engagée.

7.3 Toute fraude ou tentative de fraude au présent concours par un participant entraînera l'élimination du participant concerné. L'organisateur se réserve le droit d'annuler toute participation suspecte et notamment l'utilisation de programmes informatiques automatisés permettant l'envoi de soumissions en masse, la génération d'adresse IP, etc...

7.4 Droit à l'image des personnes

Afin d'éviter tout problème de droit à l'image, aucun individu figurant sur les photographies déposées ne doit être reconnaissable, même si l'auteur a l'autorisation des personnes concernées.

7.5 Caractère illégal

Les responsables du concours se réservent le droit de supprimer les photos qu'ils jugent comme pouvant revêtir un caractère pornographique, pédophile, raciste, discriminant ou de toute autre nature réprimée par les lois en vigueur.

7.6 Dépassement de la date limite d'envoi

Les photos envoyées après la date limite du concours ne seront pas examinées.

Article 8 : Responsabilités

Le Réseau se réserve le droit de modifier, de proroger ou d'annuler le présent concours sans préavis. Cette décision, laissée à la seule appréciation du Réseau, ne saurait engager sa responsabilité.

Les organisateurs du concours ne pourront être tenus responsables suite à tout problème lié au déroulement du concours qu'il s'agisse d'une erreur humaine, d'un problème informatique, technologique ou de quelque autre nature.

Article 9 : Obligations

La participation à ce concours implique la pleine acceptation du présent règlement par les candidats. Son non-respect entraînera l'annulation de la candidature.

Toute contestation relative à l'interprétation et à l'application du présent règlement sera tranchée par les organisateurs dans l'esprit qui a prévalu à la conception de l'opération.

Exemples de concours photos Flickr

CONCOURS PHOTO SUR FLICKR : EXEMPLES

Article sur qui fait un point sur les différentes initiatives lancées par les musées : <http://www.buzzeum.com/2010/01/les-concours-photo-sur-flickr/>

Le concours "Reflets de Versailles" du château de Versailles :

La nouvelle exposition "Versailles photographié, 1850-2010" est une merveilleuse occasion pour le château de Versailles de proposer aux internautes de poursuivre le propos de l'exposition en ligne, via Flickr, autour du thème "Les reflets de Versailles". C'est ainsi que, du 26 janvier au 25 avril 2010, les internautes pourront déposer leurs photographies de reflets et jeux de lumière au sein du château de Versailles sur le groupe Flickr dédié, avec une limite de 5 images par participant. Les 10 autres gagnants remportera une journée de reportage au château ainsi que la mise en ligne de son image sur la page d'accueil du site de Versailles. Les autres gagneront des objectifs numériques, des catalogues de l'exposition et des laissez-passer.

Thème : les reflets et jeux de lumière

Durée : 3 mois (du 26 janvier au 25 avril 2010)

Nombre de gagnants : 11

Lot : Reportage au château + objectifs numériques + catalogue d'exposition + laissez-passer

Modération : oui

Jury : commissaire de l'expo, professionnels de l'image, responsables du musée

Contributions : 41 photos et 20 membres (en 1 jour !)

Dans cette perspective, un espace spécifique a été créé sur le portail internet du Château. Il est bien sûr relié à un nouveau groupe Flickr officiel (disponible en français & anglais).

<http://www.flickr.com/groups/concoursversailles/>

Concours "Regards sur le musée" au musée de Toulouse :

Pour bien préparer les Journées du patrimoine 2009, le musée de Toulouse a proposé aux membres de Flickr de partager avec nous leur propre vision du musée. Une petite visite du musée était donc à prévoir pour les futur participant et la séance de prise de vue pouvait démarrer, trépied pour une fois autorisé ! C'est ainsi que pendant une semaine, les photographes professionnels ou amateurs ont déambulés dans le musée armés de leur appareil pour capter le moment ou l'angle le plus intéressant selon eux. Les images ont ensuite été soumises aux votes des membres de la communauté Flickr pour désigner 10 images et les exposées dans le hall d'accueil du musée. Ces 10 images ayant ensuite été soumises aux votes des visiteurs lors de la Journée du Patrimoine pour désigner le "coup de coeur du public".

En bref :

Thème : Regards sur le musée

Durée : 1 semaine (du 7 au 13 septembre 2009)

Nombre de gagnants : 11

Lot : impression de la photo sur toile + un livre + un compte pro sur Flickr + carte Duo pour le "coup de coeur"

Jury : membres de la communauté Flickr + public du musée pour le "coup de coeur"

Contributions : 190 photos

Concours "Colour Chart" à la Tate :

Les expositions de ces dernières années ont été de bonnes occasions pour la Tate de lancer des appels à contributions / concours sur Flickr suivant le thème développé au musée. Colour Chart est la dernière expo pour laquelle un concours a été lancé sur Flickr. Le principe était de déposer des images monochromes. Après 15 jours de lancement, le groupe possédait déjà près de 500 membres et près de 300 photos. Au final, 3 800 photos ont été déposées !

« La mise en réseau des sites UNESCO de La Chaux-de-Fonds / Le Locle et de Franche-Comté et la création de produits touristiques »

En bref :

Thème : Monochrome

Durée : 3 mois (de juin à août 2009)

Nombre de gagnants : 36

Lot : créer l'affiche de l'exposition

Modération : oui

Contributions : 3 800 photos par 2 309 membres

Concours Fes-te Fauvista par le museo Picasso :

Le museo Picasso de Barcelone s'est lancé dans un concours en ligne sur Flickr invitant les internautes à devenir des fauves. quelques conseils de base pour devenir fauviste puis on se lance et on dépose en ligne ! Ce concours invite au challenge de créer une photographie avec les moyens modernes à la fauviste.

En bref :

Thème : Soyez fauve !

Durée : 3 mois (de juillet à septembre 2009)

Nombre de gagnants : 5 + 1

Lot : un pass pour le musée

Modération : oui

Contributions : 300 photos par 89 membres

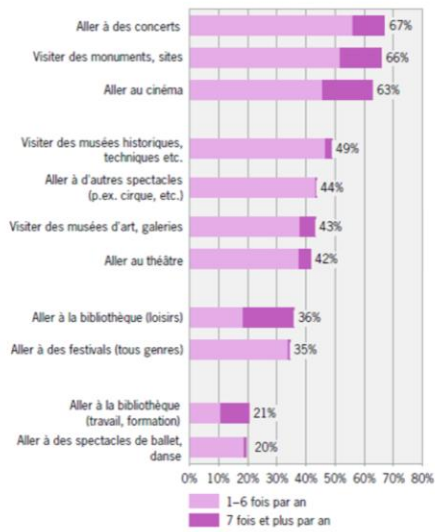
http://www.flickr.com/groups/fes-te_fauvista/

Thème	Organisateur	Durée	Nombre de gagnant	Lots	Contributions (via Flickr)	URL
"Reflets de Versailles"	Château de Versailles	3 mois	11	Reportage au château + objectifs numériques + catalogue d'exposition + laissez-passer	41 photos et 20 membres (en 1 jour)	http://www.flickr.com/groups/concoursversailles/
« Regards sur le musée »	Museum de Toulouse	1 semaine	11	impression de la photo sur toile + un livre + un compte pro sur Flickr + carte Duo pour le "coup de coeur"	190 photos	
Monochrome	Tate Modern (Londres)	3 mois	36	Créer l'affiche de l'exposition	3 800 photos par 2 309 membres	
Soyez Fauve !	Museo Picasso	3 mois	5+1	un pass pour le musée	300 photos par 89 membres	http://www.flickr.com/groups/fes-te_fauvista/

Etude sur les comportements culturels des Suisses

Niveaux de fréquentation d'activités culturelles choisies en 2008

G 1



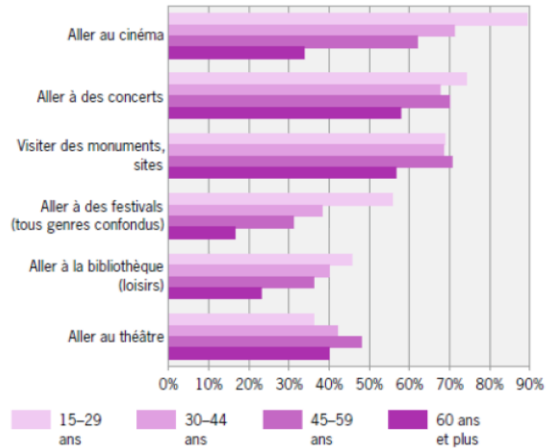
Population concernée: ensemble de la population résidente

Source: OFS

© OFS

Activités culturelles choisies en 2008 par groupe d'âge

G 2



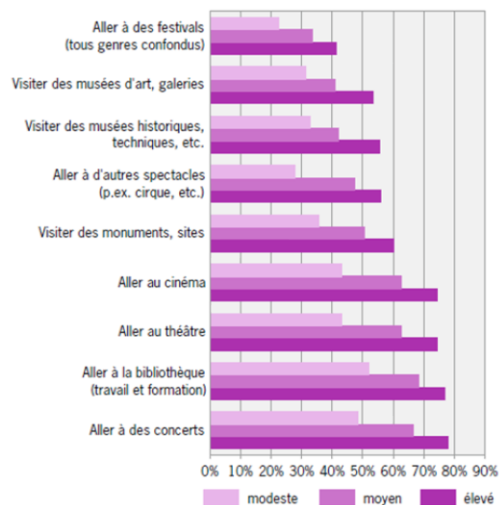
Population concernée: ensemble de la population résidente

Source: OFS

© OFS

Activités culturelles choisies en 2008 selon le revenu du ménage

G 4



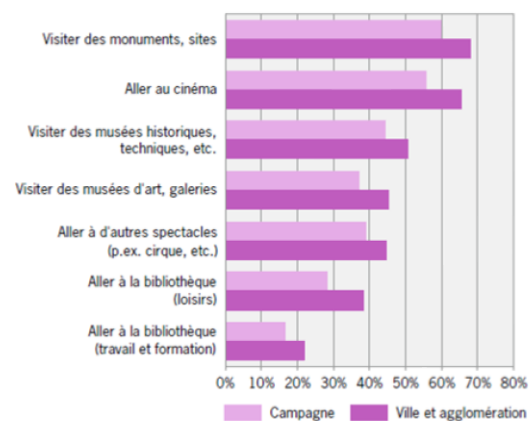
Population concernée: ensemble de la population résidente

Source: OFS

© OFS

Activités culturelles choisies en 2008: les différences ville-campagne

G 5



Population concernée: ensemble de la population résidente

Source: OFS

© OFS

Source : Office fédéral de la statistique – www.ofs.ch