

The logo for AGATE, Agence Alpine des Territoires, is centered in a dark grey square. It features the word 'AGATE' in a large, white, sans-serif font, with the 'A' and 'G' having a unique geometric design. Below it, the words 'AGENCE ALPINE' and 'DES TERRITOIRES' are stacked in a smaller, white, sans-serif font.

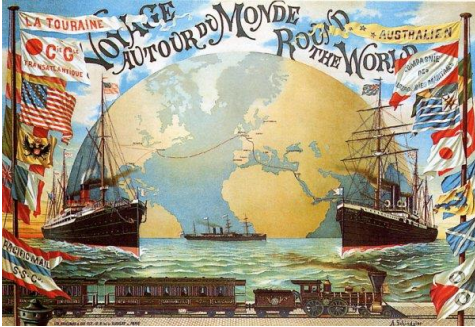
AGATE
AGENCE ALPINE
DES TERRITOIRES

A horizontal bar with a repeating chevron pattern in light grey, spanning the width of the slide. Below it is a thin horizontal line composed of several colored segments: red, orange, yellow, purple, blue, green, and pink.

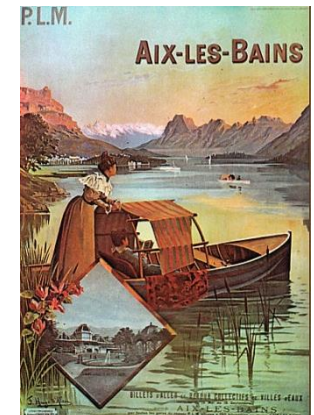
TOURISME CULTUREL EN SAVOIE

TOURISME ET CULTURE UNE HISTOIRE MOUVEMENTÉE

Le Grand Tour...



...L'accès aux vacances...

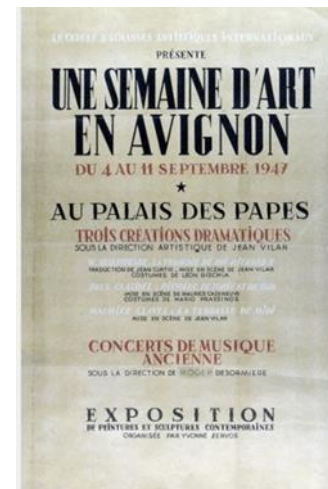


TOURISME ET CULTURE UNE HISTOIRE MOUVEMENTÉE

...Le tourisme, une opportunité pour le développement des territoires et des emplois...



...Le tourisme culturel pour réenchanter les vacances...



TOURISME ET CULTURE RÉCONCILIÉS À PARTIR DE 1990

Des dénominateurs communs qui s'imposent :

Le monde de la culture a besoin de publics, de fréquentation. Il doit rendre des comptes à ses financeurs. Les modèles économiques sont remis en cause. Le public touristique est une opportunité pour développer les fréquentations.

Les destinations touristiques sont fondées sur une offre, une organisation touristique du territoire et une forte identité. La culture contribue à cette identité et devient un élément de différenciation pour une destination par rapport à ses concurrentes.



L'apport du tourisme culturel à l'expérience touristique :

- la valorisation des singularités du territoire
- des formes de diffusion favorisant des émotions, des rencontres avec les habitants
- un argument supplémentaire dans la communication de la destination
- des éléments de compréhension du territoire favorisant son appropriation par les habitants et les visiteurs



LA CULTURE AVANT TOUT

Un projet culturel ne peut se définir que par rapport aux habitants et au territoire le plus souvent avec un enjeu social et éducatif.

Si un projet culturel a une vocation touristique, la dimension culturelle porteuse de sens et de contenu doit rester au cœur du projet



LE TOURISME CULTUREL EN SAVOIE 1990-2020

CONSTAT EN 1990	VISION	PROJETS	OUTILS
Destination touristique forte	Rééquilibrage été / hiver	Valorisation du patrimoine baroque, fortifié, rural	FACIM, GPSMB, VPAH
Offre liée à la montagne et aux lacs	Diversification de l'offre	Développement de l'offre muséographique	Création de musées et maisons thématiques
Place primordiale du ski	Valorisation des spécificités culturelles du territoire	développement des festivals	Réseau des musées et maisons thématiques de Savoie
Place importante des activités de pleine nature	Autre image du territoire	Renforcement des liens entre tourisme et culture	Appui aux festivals
Faiblesse de l'offre touristique culturelle			Communication orientée sur les spécificités et l'offre culturelles de la Savoie

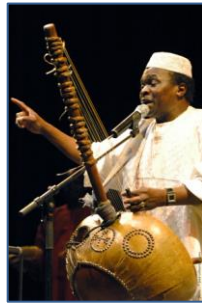
L'OFFRE PATRIMONIALE

- Environ 200 sites ouverts au public.
- Une offre très diverse par :
 - les thématiques,
 - les types de lieux,
 - les types d'animation,
 - les types de structures qui portent les projets.
- Des itinéraires de découverte.
- Le Label «Villes et Pays d'Art et d'Histoire »
décerné à Chambéry, Albertville, Aix les
Bains et aux Hautes vallées de Savoie.



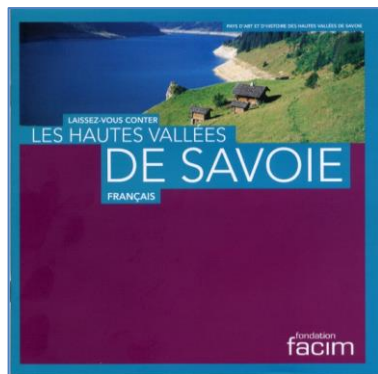
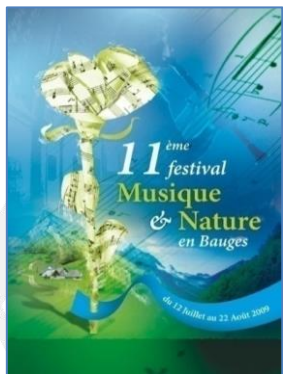
LES FESTIVALS

- Une programmation essentiellement musicale (de la musique classique aux musiques actuelles),
- Des têtes d'affiches internationales comme des artistes régionaux,
- Des festivals intimistes ou de notoriété internationale,
- Une programmation de mai à octobre,
- Deux événements d'envergure : Musilac et les Estivales du Château



LES FORCES DE L'OFFRE CULTURELLE SAVOYARDE

- Une vision très exhaustive de la culture savoyarde grâce au nombre de sites patrimoniaux,
- Un territoire maillé par les lieux culturels,
- De bonnes fréquentations sur les expositions de qualité,
- Des réseaux qui tentent de répondre aux besoins des sites patrimoniaux,
- Une grande diversité de moments et de lieux pour écouter de la musique dans les festivals.



LES FAIBLESSES DE L'OFFRE CULTURELLE SAVOYARDE

- Une valorisation du patrimoine trop figée et manquant d'originalité,
- Une offre très diffuse, souvent redondante, avec des fréquentations relativement faibles sur l'offre patrimoniale,
- Une mise en tourisme et en marché trop limitée pour pérenniser ou développer les fréquentations,
- Des réseaux sans les moyens suffisants pour jouer vraiment leur rôle,
- Un accroissement important du nombre de festival risquant de générer des situations de concurrence,
- Un manque d'imagination des porteurs de projet pour proposer des formes innovantes de diffusion.

DES RETOMBEES REELLES DIFFICILES A QUANTIFIER

- Une économie fragile pour les sites et les festivals.
- Pourtant des retombées réelles directes et indirectes :
 - . consommations annexes,
 - . emplois,
 - . visites d'autres sites...
- Des retombées dépendant en grande partie de l'implication des commerçants et des prestataires, de l'adaptation de l'offre, des produits et de la qualité d'accueil.



DES PISTES DE PROGRÈS



LA CULTURE, ACCÉLÉRATEUR DE PARTICULES

Les projets culturels répondent à différents enjeux :

- sur la connaissance : bien **connaître** pour mieux valoriser, en particulier sur les programmes de valorisation du patrimoine
- sur la médiation : des **histoires** à raconter, adaptées aux publics
- pédagogiques : une source pour **apprendre, comprendre, imaginer**
- touristiques : la valorisation des **singularités d'un territoire**, des émotions pour **réenchanter ses vacances**
- sociologiques : des démarches où **les habitants** ont toute leur place
- territoriaux : un élément essentiel **de l'attractivité des territoires**
- économiques : **des retombées directes, indirectes, induites**, des emplois, des filières, des compétences, des pôles d'excellence...

**Merci pour votre
attention**