



PARTAGER

OBTENIR UN LABEL, quels bénéfices ?

D'initiative publique ou privée, à l'échelle locale ou nationale, les labels destinés à qualifier ou à signaler des sites patrimoniaux et touristiques sont légion. Est-il intéressant d'en avoir un ? Quelles retombées en attendre pour un monument ? Quels sont les avantages que peut apporter une démarche de labellisation ?

PAR ÉRIC DE LEGGE, JOURNALISTE



Le label Maisons des illustres est volontiers mis en avant par le ministère de la Culture et par les offices de tourisme comme au château de Médan (Yvelines), demeure de l'écrivain Maurice Maeterlinck.
© Sylvain Audibert

Maisons des illustres, Jardin remarquable, Qualité Tourisme & Handicap, etc. Ces labels s'affichent de plus en plus souvent sur des plaques émaillées aux grilles

ou portes des monuments. Ils font partie de la palette des outils de promotion d'un site, quelle que soit sa vocation.

« Il est opportun d'avoir un label, juge Philippe Tanchoux, maître

de conférences à l'université d'Orléans (Loiret), *car quelle que soit l'excellence ou la particularité qu'il qualifie, il sera toujours perçu comme un gage de qualité auprès du grand public* ».



Afficher son label à l'entrée de son monument ou sur des plaquettes est un gage de qualité qui peut devenir critère de choix par rapport à d'autres sites.

© Château de la Ballue

Le label Jardin remarquable peut favoriser la mise en place d'une signalétique routière par les autorités.

© Château de La Bruissière

“ Les labels patrimoniaux donnent une image de marque à un monument.

Des retombées peu quantifiables

Il est en revanche très difficile d'en mesurer la pertinence économique et notamment son influence sur la fréquentation. Néanmoins, s'inscrire dans une démarche de labellisation (et éventuellement décrocher un label) procure au moins trois avantages : « Il permet d'être plus visible sur les brochures, auprès des opérateurs touristiques et sur les routes, relève Philippe Tanchoux. C'est particulièrement vrai pour les petits sites. Un label permet également de fixer des objectifs qualitatifs aux personnes qui travaillent au service d'un monument. Enfin, être labélisé ouvre des perspectives de mise en réseau et se traduit souvent par des conseils, des formations ou des rencontres valorisant les bonnes pratiques. »

Il faut distinguer les labels patrimoniaux des labels touristiques. Les premiers sont pour la plupart placés sous la tutelle du ministère de la Culture et de la Communication. C'est le cas des 214 labels Maisons des Illustres, des 418 labels Jardin remarquable et des 2 137 édifices Patrimoine du XX^e siècle. Ces trois labels sont attachés à un monument déterminé. « Ils donnent indéniablement une image de marque », estime Philippe Tanchoux. Maisons des Illustres pousse par exemple les propriétaires à soigner la mise en valeur de l'illustre personnage qui les a précédé, « Nous avons retravaillé en profondeur la vie de Guy de Maupassant », témoigne Nathalie Romatet, propriétaire-gestionnaire de Miromesnil (Seine-Maritime). « Il figure sur toutes nos communi-

DES LABELS À L'ÉCHELLE EUROPÉENNE

Il existe 32 itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, dont 27 traversent la France. Le plus connu, les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, accueillerait 250 000 personnes par an. Le label Patrimoine européen regroupe, lui, des sites qui font écho à l'histoire de l'Europe. Un critère si sélectif que sur les 59 sites répertoriés en 2017, la France n'en compte que trois.

(1) La Chronique républicaine, jeudi 8 décembre 2016.

Pays : France
Périodicité : Trimestriel



« cations », s'enthousiasme Amaury de Sigalas, le gestionnaire de Bazoches (Nièvre), fief de Vauban.

Des labels pour être connu

D'autres labels sont attribués à des collectivités ou à des territoires. D'une manière générale, un propriétaire-gestionnaire a tout intérêt à s'y associer, voire à le susciter auprès de ses élus. Le plus efficace, Villes et Pays d'art et d'histoire, est reconnu en matière d'innovations touristiques. Plus beaux détours de France propose une offre touristique en dehors des zones les plus fréquentées. Ville et Métiers d'art, Plus beaux villages de France et la marque Petites cités de caractère opèrent à des échelles plus

modestes, et un monument historique privé peut devenir un élément central de leur attractivité. D'autres labels portés par des collectivités, mais non patrimoniales, méritent d'être mentionnés le cas échéant par un monument pour renforcer son attrait.

Il existe aujourd'hui 14 labels Grand site de France, 10 Parc national, 51 Parc naturel régional et 100 Site remarquable du goût. Par ailleurs, le label Entreprise du Patrimoine Vivant, qui distingue les entreprises au savoir-faire d'excellence, mérite d'être étudié par certains propriétaires-gestionnaires, qui installent leur activité dans leur monument, comptent tenu du régime fiscal spécifique qui lui est attaché.

Associer tourisme et qualité

Les labels touristiques dépendent, eux, des ministères de l'Économie, du Tourisme ou d'acteurs privés. Pour Philippe Tanchoux, « ils donnent une image de qualité à un monument ». Le plus recherché, Qualité tourisme, récompense les sites qui répondent à des exigences élevées en matière d'accueil, de sécurité et d'hygiène. « Paradoxalement, c'est plutôt un outil de communication interne, explique Nathalie Romatet. Les 300 questions auxquelles il faut répondre constituent une sorte de vade-mecum pour les salariés. On passe d'une gestion familiale à une gestion professionnelle. » Laure Bommelaer, propriétaire du château de La Bussière (Loiret) abonde : « Lorsque nous



Le château de la Ballue (Ille-et-Vilaine) a obtenu le très rare écolabel européen accordé aux hébergements écoresponsables.

© Yann Monel

N.D.A. : Les autres labels, marques ou signalétiques : Potagers de France, Refuge LPO, Étoile Michelin, Sites préférés des Français, Unesco, Musées de France, Villes et Pays d'art et d'histoire, Parcs naturels régionaux, Parcs nationaux, Grands sites de France, Village-étape, Sites remarquables du goût, Ville et Métiers d'Art, Famille Plus, European Garden Heritage Network, Destination Rando, etc. et une multitude de labels à l'échelle régionale.

Pays : France
Périodicité : Trimestriel



NOM	CRÉATION - SITES TUTELLES	OBJECTIF DE VALORISATION	DURÉE	AVANTAGES	OBLIGATIONS
-----	---------------------------	--------------------------	-------	-----------	-------------

TABLEAU DES LABELS PATRIMONIAUX

Centres culturels et de rencontre 	1972 24 Ministère de la Culture	Le rayonnement culturel de MH ayant perdu leur vocation d'origine	NC	Échanges et rencontres entre les membres	Respect des critères
Entreprise du patrimoine vivant 	2005 1 200 Ministère de l'Économie	Petite capacité juridique. Possibilité notamment d'estimer en justice, et de recevoir des dons manuels	5 ans	Incitation fiscale, appui au développement économique	NC
Fondation du patrimoine 	1996 18 525 Aucune	bien immobilier présentant un intérêt patrimonial et non protégé au titre des monuments historiques	5 ans	Déduction fiscales des travaux de restauration	Monument visible de la voie publique
Jardin remarquable 	2004 418 Ministère de la Culture	Parcs et jardins ouverts et bien entretenus	5 ans	"Rendez-vous aux jardins", Signalisation routière, Opération Adoptez un jardin	Ouverture 40 jours/an, participation à une opération par an, informations du public
Maisons des illustres 	2012 214 Ministère de la Culture	Lieux conservant la mémoire d'une personne célèbre	5 ans	Signalisation routière, application mobile, guide, collaboration des Drac, agrément fiscal	Ouverture 40 jours/an
Patrimoine du xx ^e siècle 	2001 2 137 Ministère de la Culture	Édifices présentant un intérêt architectural ou urbain	Aucune	Sans incidence juridique ou financière	Aucune
Patrimoine européen 	2006 3 Conseil de l'Europe	Hauts-lieux de l'histoire de l'Europe	NC	Visibilité internationale	NC
Patrimoine mondial de l'Unesco 	1972 1 073 Unesco	Valeur universelle exceptionnelle pour l'héritage commun de l'humanité	Aucune	Assistance lors de catastrophes Bénéficiaire de plans de gestion Sensibilisation du public au site	Respect des critères sous peine de radiation

TABLEAU DES LABELS TOURISTIQUES

Accueil Vélo 	2013 1 854 Groupement de professionnels	Lieux offrant des services aux cyclistes	3 ans	Visibilité	Cotisation pour trois ans
Ecolabel européen 	2003 347 AFNOR et Ademe	Sites et hébergements soucieux de l'environnement	3 ans	Communication par le label	Respect des critères
Gîtes Panda 	1993 WWF et Gîtes de France	Gîtes de France permettant d'observer la faune sauvage	2 ans	Communication, mise en avant par Gîtes de France	Adhésion Gîtes de France
Petites cités de caractère 	1975 150 Association de collectivités	Patrimoine de communes dotées d'un bâti architectural cohérent	1 an	Visibilité	Cotisation annuelle et respect d'une charte
Plus beaux villages de France 	1982 155 Association de collectivités	Patrimoine remarquable en milieu rural	1 an	Visibilité	Cotisation annuelle et respect d'un cahier des charges
Qualité Tourisme 	2005 5 550 Ministère de l'Économie	Qualité des services offerts par un site aux touristes	3 ans	Communication par le label, formations	Respect d'un cahier des charges en fonction du type de site
Tourisme & Handicap 	2001 665 Ministère du Tourisme	Accessibilité d'un site	5 ans	Communication par le label	Respect d'une charte, obligations d'accueil et d'information
TripAdvisor Certificate of Excellence 	2010 NC TripAdvisor	Sites touristiques les plus appréciés par les internautes	1 an	Mise en avant sur TripAdvisor	Aucune

Pays : France
Périodicité : Trimestriel



“ S’engager dans une démarche de labélisation, c’est aussi s’engager dans des investissements conséquents.

Les labels attribués aux communes favorisent le tourisme sur des sites privés, et les propriétaires ont tout intérêt à en être des promoteurs.

© Philippe Bernard

nous sommes lancés, nous avons découvert avec ce label une série de détails à régler. Cela nous a permis de savoir ce qu’il restait à faire. Vouloir être labellisé a ainsi été très formateur. »

Tourisme & Handicap salue quant à lui les efforts d’un site dans le domaine de l’accessibilité au-delà des exigences légales. Les critères retenus sont généralement incompatibles avec les monuments historiques privés. Et rares sont ceux qui le détiennent, sinon pour leurs jardins. Miromesnil et La Ballue (Ille-et-Vilaine) y ont renoncé devant l’ampleur des travaux à envisager. « S’engager dans une démarche de labellisation, c’est aussi s’engager dans des investissements très conséquents, avertit Marie-Françoise Mathiot-Mathon, la propriétaire de La Ballue. Sans compter que les critères se durcissent année après année. » Mais c’est possible. Elle

affiche le très rare Ecolabel européen accordé aux hébergements écoresponsables, une prouesse pour un monument historique. « Il faut voir les labels comme un outil de progression pour répondre aux attentes de la clientèle », conseille-t-elle.

Il existe enfin des labels qui permettent de séduire une clientèle spécifique. Comme Accueil vélo, simple à mettre en œuvre et que de nombreux monuments historiques ont adopté. « Je ne sais pas si cela fait venir du monde, mais cela me permet d’optimiser ma visibilité », argue Laure Bommelaer. Signalons, pour compléter ce panorama, quelques labels de niche : Gîtes Panda dont les critères sont fixés par WWF ; Refuge LPO qui distingue des sites riches d’une belle biodiversité, ou encore Au bois dormant et Potagers de France. ■

ET LE LABEL UNESCO ?

L’inscription au titre du patrimoine mondial de l’Unesco est jugée comme un formidable vecteur de fréquentation touristique. Aujourd’hui, 43 sites français sont inscrits. Mais généralement, la coordination entre les différents acteurs touristiques fait défaut. Signalons néanmoins la mission Val de Loire qui reconnaît 22 sites comme « ambassadeurs » de son label, à l’instar de Villandry. Seuls deux monuments privés ont reçu ce label : l’abbaye de Fontenay (Côte-d’Or) et le château de Chenonceau (Indre-et-Loire)

VERS UN LABEL UNIQUE DU PATRIMOINE ?

La multitude de labels, marques et appellations patrimoniales pose problème. Ils « ont peu de lisibilité au niveau international » déplore le rapport Malvy (cf. page 14) qui suggère de les rationaliser et de les harmoniser en créant une signature « commune » baptisée « Patrimoines de France ». Objectif : fédérer tous les labels patrimoniaux sous la houlette d’Atout France pour mieux rayonner à l’étranger et les rendre plus opérationnels.