



PROJET SCIENTIFIQUE ET CULTUREL de la Maison des Traditions

Complément 2024 – 2029

Carole FOUCAULT, *Responsable
De la Maison des Traditions*



Maison des Traditions

CHASSIGNOLLES



SOMMAIRE

PREAMBULE **4**

PREMIERE PARTIE : Un projet en devenir, le site de la Maison des Traditions 6

1 - Implantation du Bar restaurant multi-services dans l'enceinte du musée 6

2 - Objectifs et mise en œuvre du projet 7

2-1 Un aménagement des abords et d'un accès commun 7

2-2 Le périmètre de réflexion du projet 8

2-3 Une appellation et une communication commune 10

3 - Mise en place d'une synergie entre les 2 structures 11

3-1 Dans le parcours de visite 11

3-2 Dans la politique d'ouverture 11

3-3 Dans la politique tarifaire 12

Synthèse en un coup d'œil 13

DEUXIEME PARTIE : un nouveau parcours de visite pour la Maison des Traditions 14

1 - Redéfinir un concept 15

1-1 Le nouveau concept 16

2 - Repositionner le musée 18

2-1 Réétudier l'espace-temps et la zone géographique 18

2-2 Positionnement de la Maison des Traditions dans le paysage culturel et touristique 19

2-3 Positionnement de la Maison des Traditions par rapport à la thématique de George Sand, figure incontournable du territoire 20

3 - Un scénario renouvelé pour un nouveau parcours 21

3-1 Redéfinition du parcours 21

3-2 La proposition de scénario et cheminement dans les espaces 22

3-3 Moderniser la scénographie 28

3-4 Un parcours modulable et évolutif 29

3-5 Un parcours jeune public 30

3-6 Renforcement de l'existant et mise en place de nouveaux champs d'actions	30
3-7 Renforcement des partenariats	31
Synthèse en un coup d'œil	33

TROISIEME PARTIE : mise en œuvre du nouveau parcours de visite de la Maison des Traditions **34**

1 - Enrichissement des collections	34
1-1 Finaliser l'inventaire	34
1-2 Demande de prêt ou de dépôt	34
2 - Mise en œuvre de la communication	35
3 - Mise en place d'une programmation de l'action culturelle	37
3-1 Les expositions temporaires	38
3-2 Les actions culturelles	38
3-3 2027, le nouveau parcours au cœur de la programmation	39
4 - Développement des publics et de la médiation	40
4-1 Un chargé de développement des publics et de la médiation pour un fonctionnement optimal	40
4-2 Mutualisation du personnel	42
5 - Développement des recettes	43
Synthèse en un coup d'œil	44

CONCLUSION **45**

ANNEXES **46**

PREAMBULE

Après dix-huit ans d'existence, **une stagnation de la fréquentation** a été constatée. La commune de Chassignolles, propriétaire et gestionnaire de la Maison des Traditions, ressent le **besoin de restructurer le musée en passant par un réaménagement du parcours permanent** pour **s'adapter aux nouvelles attentes du public** et **relancer ainsi une nouvelle dynamique**.

Un premier Projet scientifique et culturel ¹ a été rédigé en 2022 par Lucie Richen, chargée de mission pour l'écriture de ce document. Celui-ci se compose de 2 parties. Un état des lieux du musée met en lumière et détaille les forces et les faiblesses au travers de tous ses domaines d'action. Puis, un deuxième volet aborde, dans un premier temps, l'avenir du musée et brosse, à partir de ces constats, de nouveaux axes prioritaires, de nouvelles orientations qui apportent des réponses aux problématiques mises en avant par l'état des lieux. Ensuite, dans un deuxième temps, ils permettent d'envisager de nouveaux projets réalistes et réalisables au cours des années à venir.

Toutefois, durant l'année 2023, les propriétaires du Restaurant bar multiservices « L'épicerie le panier de Célestine » souhaitent agrandir leur établissement et font donc appel à la commune.

La municipalité, désireuse de ne pas perdre son dernier commerce, décide d'implanter une structure dans l'enceinte de la Maison des Traditions. Aussi, elle aménage dans les espaces du musée (la maison d'habitation, la forge et la saboterie) l'établissement de restauration, bar et multi-services.

L'installation de cette structure dénommée depuis « Le Panier de Célestine », dans l'enceinte de la Maison des Traditions, donne à la municipalité l'opportunité de renforcer l'attractivité du musée et de définir de nouveaux contours au bourg en structurant le village autour du site. Cette perspective donne une nouvelle dimension à l'ensemble aussi bien en termes de vie communale que touristique. Quant à la disparition des espaces - maison d'habitation, forge et saboterie – elle a pour conséquence de rendre le parcours de visite actuel incomplet et incohérent.

Une nouvelle réflexion a dû être menée en tenant compte de ces nouveaux éléments, tout en gardant à l'esprit qu'il est devenu indispensable d'insuffler une nouvelle identité et de mettre en œuvre les nouvelles orientations préconisées par le premier projet scientifique et culturel avec la conception d'un nouveau parcours permanent et de répondre aux préoccupations actuelles et aux attentes des visiteurs du XXI^e siècle à la fois en termes de pratiques muséales et d'enjeux sociétaux.

L'élaboration et la rédaction d'un complément au premier projet scientifique et culturel de la Maison des Traditions se sont donc imposées afin d'apporter de nouvelles réponses et orientations à cette nouvelle configuration et organisation du site.

¹ Voir *Projet Scientifique et Culturel (PSC n° 1) Maison des Traditions – musée de Chassignolles – Lucie RICHEN, Chargée de mission – Octobre 2022*

Il ne s'agit pas de le substituer au premier Projet Scientifique et Culturel mais bien de le compléter dans sa partie « projet ». Bien au contraire, il confirme le premier projet dans la définition du concept et des thématiques ainsi que dans la mise en œuvre de celui-ci tout en tenant compte des transformations engendrées par l'installation du bar restaurant multi services et l'implication de ces modifications au sein de la Maison des Traditions.

Ce complément se compose de 3 parties :

- La première décrit les différentes perspectives qu'offrent l'installation du Bar restaurant multi-services « Le Panier de Célestine » dans l'enceinte du musée en s'appuyant sur la synergie que les 2 structures peuvent s'apporter mutuellement afin de devenir un équipement à part entière, visible et lisible sur le territoire du Pays de George Sand.
- La deuxième aborde la question de l'obligation de réinventer la Maison des Traditions qui passe par la définition d'un concept, d'une identité et, en conséquence le renouvellement du parcours de visite.
- La troisième et dernière partie dresse les différentes étapes à suivre pour mettre en place ce nouveau parcours et le faire évoluer vers l'équipement souhaité.

PREMIERE PARTIE :

UN PROJET EN DEVENIR : LE SITE DE LA MAISON DES TRADITIONS

Avec l'implantation de l'établissement « Le panier de Célestine » dans l'enceinte de la Maison des Traditions, l'objectif est de **renforcer l'attractivité du musée**, de créer un site unique **structurant pour la commune** et de **proposer une nouvelle offre touristique sur le territoire du pays de George Sand**. C'est aussi l'occasion pour la municipalité de **redéfinir les contours du bourg**.

En effet, La municipalité a pour projet d'aménager, dans le pré et le champ, contigus au musée, à l'arrière du restaurant, un espace jeux adaptés aux différents âges en privilégiant des jeux anciens, un espace pique-nique et une zone paysagère afin de constituer un pôle de détente et de promenade en accès libre. A terme, l'ensemble est amené à **devenir un pôle communal majeur dédié à la culture et aux loisirs**.

1- Implantation du bar restaurant multi services dans le musée

Nasser et Jinan Harfoush se sont installés à Chassignolles pendant la pandémie du Covid. Ils ont acheté les locaux de l'ancienne boulangerie et les bâtiments attenants afin de les transformer en épicerie bar et restaurant. Le couple lui a donné le nom « L'Épicerie, le panier de Célestine » en référence au livre de Gillian Tindall « Célestine, une femme du Berry » avec la volonté affichée de « construire » un lieu convivial où la population de Chassignolles puisse se réunir et se retrouver. Implanté dans la rue principale du bourg, l'établissement se situait à quelques mètres de la mairie et de la Maison des Traditions mais à l'opposé de cette dernière, en direction de Crozon sur Vauvre². Cet éloignement, qui nous semble tout relatif sur le papier ne permettait pas, en réalité, de bénéficier de la fréquentation du musée car l'existence de l'établissement n'était mentionnée ni à l'intérieur, ni à l'extérieur du musée. Il n'existait pas de contact visuel entre les 2 structures.

Fort du succès rencontré par leur entreprise, en 2023, le couple désire s'agrandir et émet l'idée de se rapprocher du musée. Il fait donc appel à la municipalité afin de concrétiser leur projet. La municipalité a soutenu leur demande et a fait le choix d'implanter le nouvel établissement au cœur du musée. Elle a transformé la maison d'habitation, la forge et la saboterie, espaces du musée, respectivement en salle de restaurant, cuisine, épicerie et toilettes (*figure 1*). Dorénavant, ce commerce se situe en face des bâtiments principaux du musée (*figure 2*).

² Voir dans les annexes, annexe 1 : Extrait d'une carte Michelin : situation de la Maison des Traditions et de l'épicerie de Célestine dans le bourg de Chassignolles page 48



Figure 1 : vue de l'entrée du musée. « Le Panier de Célestine » en face en retrait..



Figure 2 : façade d'entrée du "Panier de Célestine", établissement installé dans l'ancienne maison d'habitation.

2- Objectifs et mise en œuvre du projet

Les deux constructions s'articulent autour d'une cour centrale. Cette implantation a pour objectif de réunir les deux structures essentielles de la commune sur un même emplacement afin de **créer un nouvel espace de vie, d'échanges, une sorte de place publique où pourront cohabiter les habitants du territoire et les touristes**. Cette association propose une **nouvelle offre touristique sur le territoire, unique sur le pays de George Sand**, en unissant un lieu de restauration à un espace muséal et culturel et constituant ainsi un **véritable équipement culturel**.

2-1 Un aménagement des abords et d'un accès commun

Depuis le début du projet, cette question fait l'objet d'un débat passionné par les acteurs et utilisateurs du site. Dans un premier temps, il a été suggéré de faire entrer les visiteurs par le bas du site c'est-à-dire par le pré situé à l'entrée du bourg (*figure 3*) et qui remonte jusqu'au centre de la cour donnant accès aux différents corps de bâtiments. Ainsi, ces bâtis se dévoilaient au fur et à mesure de l'avancée des visiteurs et cela leur permettait de voir le musée dans sa globalité et son étendue (*figure 4*), aperçu qui fait défaut avec l'entrée actuelle. **Finalement, cette option a vite été abandonnée car en faisant entrer ou sortir le visiteur par le bas du pré, il n'est pas incité à pénétrer plus avant, dans le village.**^{3*}

³ Pour exemple, au château de Valençay, situé dans le département de l'Indre, l'accès au site est à 30 mètres du centre-ville. Or, à la sortie de leur visite, les touristes ne prennent pas cette direction pour explorer la ville.



Figure 3 : vue de l'accès au bas du pré à l'entrée du bourg de Chassignolles.



Figure 4 : vue du site en partant de l'accès en bas du pré.

2-1 Le périmètre de réflexion du projet

Le site (musée + restaurant) ne possède pas de parking propre. Les bus et les voitures stationnent sur la place de l'église qui se trouve à l'arrière de celle-ci. Pour accéder au musée, les visiteurs doivent traverser la rue qui sépare la place du site. Par ailleurs, **l'ouverture du « Panier de Célestine »** dans la maison d'habitation **nécessite un accès piéton** permanent ainsi qu'un **accès pour les livraisons** dont les modalités seront à définir par la municipalité.

En outre, **l'enchevêtrement visuel des constructions** ne permet pas de distinguer l'établissement « Le Panier de Célestine » de la Maison des Traditions ». En effet, le premier aperçu du site par les visiteurs, arrivant par la route départementale 41 (*figure 5*), est la façade arrière du restaurant qui cache le musée. **Cet enchevêtrement rend difficilement lisible et visible les structures.** Or, cette face arrière d'un point de vue architectural, ne possède pas d'intérêt esthétique particulier (*figure 6*). Par conséquent, **ce premier aperçu du site n'est pas attractif.** Même si l'ensemble se situe dans le bourg tout au moins de par son accès, il se trouve à l'entrée du village mais légèrement à l'extérieur par rapport aux édifices voisins (*figure 7*). A l'heure actuelle, l'accès principal au musée et au « Panier de Célestine » se fait par le bourg c'est-à-dire à la droite de l'église après avoir tourné autour de celle-ci comme l'exige la topographie du bourg et les règles du code de la route. Il n'est pas dans l'alignement des autres constructions de la rue des Traditions mais en retrait. Les façades des bâtiments composant le musée tournent le dos au bourg, il faut rentrer dans la cour pour découvrir la globalité de ses espaces. Quant au bar restaurant multi services, sa façade se positionne face au bourg mais en retrait (*figure 8*). Un accès secondaire provisoire a été aménagé lors de l'ouverture du « Panier de Célestine », du côté de la route départementale 41 (*figure 9*) et longe le site, à l'entrée du bourg (*figure 10*).



Figure 5 : vue du musée par la route D41.



Figure 6 : vue de la façade arrière du "Panier de Célestine".

Aujourd'hui, cette nouvelle disposition nous amène à **redéfinir les accès au site mais aussi la porte d'entrée au musée en tenant compte du stationnement, de l'activité du restaurant** afin que **l'ensemble soit visible, compréhensible, accessible à tous** et en même temps relié et tourné vers le village. Toutefois, cette **redéfinition doit s'inscrire et s'intégrer au paysage environnant**.

Cette précision est d'autant plus importante **car le discours du nouveau parcours de visite est consacré au paysage bocager, à sa biodiversité et à sa préservation**. Les aménagements doivent être **en phase avec le futur parcours permanent**.

Par ailleurs, le site deviendra ainsi **une porte d'entrée pour valoriser le patrimoine historique, culturel et naturel de la commune**. **Rendre visible et lisible le site et ses différentes fonctions**, lieu culturel et de visite, lieu de restauration ainsi que lieu de loisirs, est primordial. **Privilégier un accès commun aux deux établissements**, entrée et sortie de tous les visiteurs, y compris les personnes à mobilité réduite, est essentiel afin **d'éviter toute confusion et incompréhension** de la part des publics.



Figure 7 : vue du "Panier de Célestine" en retrait de l'alignement des autres bâtiments.



Figure 8 : vue de la façade d'entrée du "Panier de Célestine" en retrait.

2-3 Une appellation et une communication communes

Comme nous l'avons précisé précédemment, l'association du bar restaurant multi services « Le Panier de Célestine » et la Maison des Traditions sur un même site a pour objectif de créer un nouveau lieu de vie pour les habitants et les touristes.

Une appellation commune

A l'origine, la Maison des Traditions comprenait 6 bâtiments disposés en enfilade et de l'autre côté d'une cour, en face, une maison d'habitation et 2 espaces attenants, les ateliers de la saboterie et de la forge. Toutes ces constructions constituaient l'exposition permanente. Un jardin potager, un verger, un champ et un pré, le tout entouré de haies, complètent les bâtiments ⁴. L'ensemble compose un site. Avec l'implantation de l'établissement « Le Panier de Célestine », au cœur du site, dans la maison d'habitation et les 2 ateliers attenants, la notion de « site » prend tout son sens d'autant plus qu'aujourd'hui il s'agit de deux structures qui possèdent des entités distinctes avec chacune leur propre entrée. Cependant, elles se complètent l'une et l'autre et appartiennent donc à ce même site.

Par conséquent, cette appellation « site » doit être privilégiée et mise en avant sur le plan des accès, du cheminement extérieur entre les différents lieux, de la communication, voire même des activités du musée.

Une communication commune

Afin que cette union se concrétise et surtout que les objectifs soient atteints, le rapprochement physique des structures n'est pas suffisant. **Une communication commune aux deux lieux est nécessaire.** Cette communication doit **intervenir à la fois sur les panneaux routiers et sur les documents promotionnels**, en mettant en avant l'appellation « site de la Maison des Traditions ». Cette appellation peut paraître restrictive puisque seul le nom de la Maison des Traditions est utilisé. Or, cette dénomination existe depuis 2003, année d'ouverture du musée. Après autant d'années d'existence et de communication autour de cette désignation, il apparaît important de capitaliser sur ce nom, pour le moment.

Par ailleurs, depuis quelques temps, **un débat autour du changement de nom du musée a été ouvert.** Aujourd'hui, cette **modification implique l'ensemble du site.** Faut-il donner une nouvelle dénomination ? C'est une vraie question. Cependant, si un changement s'opère, il faudra une communication importante afin de ne pas perdre tout le bénéfice de ces vingt dernières années. **Dans le cas d'un changement de nom, d'appellation du site, il faudra prévoir une communication intermédiaire qui prenne en compte l'ancien et le nouveau nom,** en mettant en avant le passage de l'un à l'autre. Cette communication pourra durer environ 3 ans avant d'envisager une communication uniquement ciblée sur le nouveau nom.

⁴ Voir dans les annexes - annexe 2 : *Vue aérienne du musée avant l'implantation du « Panier de Célestine »* page 49



Figure 9 : vue de l'accès provisoire du côté de la route D 41



Figure 10 : vue de l'accès provisoire vers "Le Panier de Célestine"

3- Mise en place d'une synergie étroite entre les 2 structures

La synergie entre la Maison des Traditions et le bar restaurant multi-services peut s'envisager de différentes manières, ponctuelle ou permanente, aussi bien dans l'harmonisation des jours et horaires d'ouverture que dans leur politique tarifaire et dans leurs activités réciproques au travers de la programmation culturelle du musée. Cette synergie peut s'inscrire également dans le nouveau parcours de visite.

3-1 Dans le parcours de visite

Cette collaboration s'écrira dans le futur parcours de visite, en particulier à l'extérieur dans le verger ou le jardin potager. En effet, ces éléments de visite seront utilisés comme outils de médiation afin d'aborder certaines thématiques comme celle sur l'alimentation. Ainsi nous pourrons renforcer le lien avec le restaurant. On pourra prévoir sur les cartels accompagnant des arbres fruitiers l'introduction de recettes salées ou sucrées. Ces dernières seraient soit réalisées au cours d'un atelier cuisine ou apparaître sur la carte du restaurant.

3-2 Dans la politique d'ouverture

Pour un fonctionnement optimal de cette synergie, il est impératif d'harmoniser les jours et les heures d'ouverture. Une fois le client sorti du musée, il doit pouvoir consommer. Toutefois, cette harmonisation peut s'avérer compliquée pour deux raisons principales. La première, chaque structure possède son fonctionnement propre. La Maison des Traditions appartient à la collectivité et l'établissement « Le Panier de Célestine » relève d'une gestion privée. La deuxième dépend des ouvertures liées aux saisons ; le musée étant uniquement accessible de Pâques à la Toussaint⁵, tandis que le restaurant reste ouvert toute l'année. Malgré un rythme de vie différent, il est essentiel qu'une même synergie s'établisse entre les deux. Des

⁵ Pour rappel, le musée ne peut être ouvert toute l'année faute de personnel, d'isolation et de chauffage.

animations ponctuelles doivent être réalisées durant la **saison hivernale pour garder le lien avec le restaurant mais aussi avec le public**. La fermeture actuelle du musée durant l'hiver soit 6 mois en moyenne, a non seulement pour conséquence de l'isoler des publics mais également d'entraîner, à l'ouverture, des complications dans la mise en route de la communication. En effet, à chaque nouvelle saison, il faut relancer la communication et attendre au minimum 2 mois pour qu'elle fasse effet. Dans le même temps, nous perdons ces 2 mois de fonctionnement. C'est pourquoi, il est primordial de mettre en place des animations durant ces mois de fermeture afin de garder le lien avec les publics mais aussi pour signaler l'existence du musée.

3-3 Dans la politique tarifaire

De même, ce lien étroit **s'inscrira dans la politique tarifaire de chacun soit par des offres promotionnelles ou des actions ponctuelles, soit par des initiatives plus durables**. Par exemple, après un repas, les clients pourraient bénéficier d'un tarif réduit pour l'accès au musée, ou bien, suite à des visites à la Maison des Traditions, le restaurateur pourrait offrir une boisson avant le repas.

Synthèse en un coup d'œil



Deuxième partie

UN NOUVEAU PARCOURS DE VISITE POUR LA MAISON DES TRADITIONS

La disparition des trois espaces, maison d'habitation, forge et saboterie, au profit de l'établissement bar restaurant multi-services « Le Panier de Célestine » entraîne la réduction de la superficie de la Maison des Traditions. Initialement d'une étendue d'un peu plus de 1 000 m², le musée couvre **aujourd'hui une surface d'environ 900 m²**. Cette modification est d'autant plus importante qu'elle **provoque des conséquences sur le récit raconté** au travers des différentes thématiques présentées dans le musée mais également dans la mise en œuvre du premier projet scientifique et culturel.

Ce dernier répondait à deux préoccupations principales : la mise en avant de l'Homme au cœur du discours et l'élargissement de celui-ci vers des enjeux sociétaux contemporains⁶. En conséquence, dans cette version, le sens de visite actuel, qui partait des étables et se terminait par la maison, devait s'inverser afin que la maison d'habitation introduise la notion de l'humain dès le départ de la nouvelle histoire. Or, non seulement le changement de fonction de ces 3 espaces rend cette disposition caduque mais la suppression de ce lieu, de son contenu et donc du thème abordé donne une histoire incomplète et incompréhensible, à l'encontre de l'objectif souhaité.

De surcroît, les recommandations de ce document appuyaient le discours sur la fonction des bâtiments qui formaient une ferme, témoin d'une histoire de la société rurale. Avec la disparition de la maison d'habitation, la dénomination « ferme » ne peut plus être utilisée. Seuls deux bâtiments gardent les traces de leur activité d'origine, tels que la grange (*figure 11*) et l'étable (*figure 12*). Cependant, ils ne peuvent pas être associés à cette définition. Nous ne pouvons donc plus communiquer sur le fait que le musée soit installé sur une ancienne ferme.

De même, le parcours lié aux thématiques des collections exposées, constituées de machines et d'outils liés au travail agricole et d'objets domestiques dans la maison, participaient à cette appellation. Avec la disparition de l'espace habitat, nous ne pouvons plus associer le parcours permanent à l'appellation « ferme », puisqu'une partie de son récit, est manquant (contenu et discours n'existent plus). Par conséquent, il faut redonner du sens au parcours de visite et d'abord, mener une nouvelle réflexion sur le contenu en lui insufflant un nouveau concept. **Les espaces existants, dégagés de leur fonction d'origine (étables et grange), permettent d'envisager une autre version plus moderne, à la fois dans la muséographie et dans la scénographie tout en gardant les orientations énoncées dans le premier projet scientifique et culturel.**

⁶ *Projet Scientifique et Culturel (PSC n° 1) Maison des Traditions – musée de Chassignolles – Lucie RICHEN, Chargée de mission – Octobre 2022 / Partie 2 – Projet page 63 à 65*



Figure 11 : vue de l'étable



Figure 12 : vue de la grange

1- Redéfinir un concept

Depuis 2024, le musée est fermé, faute de parcours complet et cohérent. Ses collections ne sont plus valorisées. **L'enjeu crucial aujourd'hui est de réinventer le musée, de lui donner une nouvelle identité, de le positionner par rapport aux visiteurs, à la population et à l'offre culturelle et touristique du territoire.**

Jusqu'à maintenant, l'objet de la Maison des Traditions consistait à préserver les témoignages du passé, la mémoire collective en les restituant le plus justement possible.

Il faut rappeler que la majorité des pièces composant les collections sont des dons. Ces derniers sont rattachés à des moments de vie, à la propre histoire des donateurs, particulièrement à des mutations qui les avaient personnellement impliquées, touchées. Le parcours permanent actuel relate leurs histoires. Le contenu est attaché à l'histoire des personnes qui ont mis en place le musée, il y a 20 ans.

Or, une telle démarche n'est pas suffisante. D'abord, la présentation et le discours actuels, sur lesquels s'appuient les collections, ne reflètent pas l'ensemble des collections et de leurs thématiques. Puis, ils n'expriment pas non plus une réalité historique et scientifique. L'inventaire des collections a permis de découvrir l'amplitude et la diversité des thématiques abordées au travers du regroupement des objets selon les champs de domaines listés par le Ministère de la Culture dans le cadre du label Musées de France. Cette variété n'est pas visible actuellement dans le musée. Bien au contraire, sa présentation est réductrice car elle était uniquement axée sur quelques thèmes, la paysannerie au travers de ses activités et ses pratiques agricoles ainsi que sa vie domestique.

Les écomusées⁷, catégorie dans laquelle la Maison des Traditions peut être classée, souffrent depuis plusieurs années d'un désamour du public, ils sont en perte de vitesse. Jugés

⁷ Définition de l'écomusée : Institution culturelle assurant, d'une manière permanente, sur un territoire donné, avec la participation de la population, les fonctions de recherche, conservation, présentation, mise en valeur d'un ensemble de biens naturels et culturels, représentatifs d'un milieu et des modes de vie qui s'y succèdent.
Charte des Ecomusées. Instruction du 4 mars 1981 du Ministère de la Culture et de la Communication.

poussiéreux et désuets, ils sont associés à des tableaux « vivants », des mises en scène d'objets et de faits hétéroclites qui figent la société paysanne dans une temporalité d'éternité ; mise en scène commune à tous les écomusées, qui fait dire aux visiteurs « quand on en a vu un, on les a tous vus ». Par ailleurs, cette recomposition de tableaux tend à privilégier la forme, l'émotion qu'elle procure au détriment du fond, du message à transmettre. Pourtant, le rôle d'un écomusée est bien d'être un médiateur entre le passé, le présent et le futur. Il doit prendre en compte l'ensemble des faits, matériels et sociaux afin de rendre accessible et compréhensible les transformations en cours d'un territoire. Or, une de ses missions est de participer activement au développement du territoire. Il doit aider le public à prendre du plaisir tout en lui donnant envie d'apprendre, de se questionner et de créer. L'écomusée ne se cantonne plus à un rôle d'observatoire ou d'exposition du passé. Il n'est plus uniquement un lieu d'exposition où les visiteurs regardent la vie et les actions de leurs ancêtres mais un espace de réflexion pour les visiteurs autour de constats partagés sur le présent, d'inquiétudes communes sur le futur ; un espace où ils souhaitent comprendre et éventuellement trouver des solutions.

Aujourd'hui, il faut construire un projet qui permet d'harmoniser de façon cohérente et compréhensible les différentes notions qui constituent la définition d'un musée d'ethnologie ou un musée de société c'est-à-dire **évoquer l'évolution de l'homme dans la société et ancrer le discours dans le contemporain, afin d'affirmer sa modernité.**

Actuellement, la demande du public, face à ce genre de musée, est tout autre. Elle se porte sur les questions de biodiversité, de développement durable ... En cela, il devient un espace de sauvegarde, de préservation et de sensibilisation à la flore, à la faune et aux savoir-faire locaux. Il doit s'adapter aux attentes actuelles des visiteurs. Le public est plus dans l'attente de connaissances pratiques, utiles aujourd'hui ou demain.

1-1 Le nouveau concept

Une majorité de français pense qu'il est important de conserver le patrimoine local et populaire et d'en assurer la transmission culturelle. On peut en déduire le besoin d'une population à se situer dans une continuité historique.

Le passé n'a d'intérêt qu'en ce qu'il éclaire le présent et l'avenir. Comprendre le mode de vie et de travail des ruraux nécessite de connaître le milieu dans lequel ils évoluent. L'étude de l'évolution de l'homme dans son milieu fait nécessairement appel à une vision transversale et pluridisciplinaire, à tous les domaines de la connaissance qui contribuent à affiner le sujet. La compréhension du présent passe par la connaissance des différents facteurs qui ont conditionné l'évolution du territoire et la vie de ceux qui y vivent. **L'histoire, l'ethnologie, l'histoire des arts, des sciences et des techniques mais aussi la sociologie, la botanique... sont autant de disciplines dont le croisement des données permettra de nourrir et d'approfondir ce nouveau concept, objet de l'étude.**

La pluralité des collections et des thématiques permet une ouverture culturelle plus large, de multiplier les connaissances et les approches (historiques, sociales, artistiques, techniques...). Cette diversité favorise l'élargissement des publics.

Les thématiques des collections étant assez vastes, **l'enjeu est de donner un fil conducteur qui réunira sous une même identité et de faire dialoguer l'ensemble de ces collections où les différentes typologies d'objets seront associées** plutôt que divisées en département.

Le nouveau concept

« Le Boischaut Sud, un territoire rural vivant d'hier à d'aujourd'hui, au cœur d'un paysage bocager en évolution ».

L'évolution du paysage révèle la relation de l'homme au travail et à l'espace de vie.

Le nouveau concept se situe dans la continuité, dans la mesure où il préserve les patrimoines locaux et populaires tout en restant au cœur des préoccupations et de l'action du musée. Cependant la finalité de cette action diffère quelque peu.

Avec le nouveau concept, on préserve le passé pour être à même d'étudier la vie de l'homme dans son milieu, le bocage, et de comprendre les interactions entre l'un et l'autre afin de permettre une transposition d'hier à aujourd'hui. Il ne s'agit pas de se focaliser uniquement sur le monde agricole et ses problématiques même s'il demeure essentiel mais de **raconter le monde rural, dans sa globalité, dans un paysage bocager et la pertinence dans le contexte économique, social et environnemental actuel.**

La Maison des Traditions entend donc devenir un mixte entre musée de société⁸ et centre d'interprétation⁹ de la vie rurale dans le Boischaut Sud, paysage bocager, à la croisée des arts, de l'histoire, des sciences et des techniques où les collections seront renouvelées régulièrement.

Là où à l'origine, les collections étaient orientées sur les machines et les outils agricoles, sur les métiers et les débouchés liés à l'agriculture : la saboterie, la maréchalerie, la forge...aujourd'hui, les collections se sont enrichies et élargies vers le textile, les rites et

⁸ Définition d'un musée de société : Etablissements culturels qui se donnent pour objectif d'observer et de proposer des interprétations des sociétés à partir des objets et des images qu'elles ont produits. Outils à la disposition des populations pour comprendre ce qui unit Hommes et Territoires et permettent d'imaginer l'avenir en puisant aux ressources du patrimoine conservé et valorisé.

Rapport « Le musée de société. Etat des lieux et refondation » - Florence Pizzorni – Juillet 2016 – Pour le Ministère de la culture et de la Communication.

⁹ Définition d'un centre d'interprétation : Musée particulier qui ne dépend pas d'une collection et dont l'objectif est de mettre en valeur et de faciliter la compréhension auprès d'un large public d'un patrimoine singulier et impossible à réunir dans un musée classique, en recourant de préférence aux émotions et à l'expérience du visiteur.

Lettre de l'OCIM septembre-octobre 2008.

coutumes, les croyances...Autant de domaines qui participent à la mémoire collective du monde rural et à mieux comprendre les mutations sociales, techniques et scientifiques.

2- Repositionner le musée

La mise en œuvre de ce nouveau concept va permettre au musée de se repositionner dans le paysage culturel et touristique du territoire du pays de George Sand et du département de l'Indre en lui offrant à la fois une complémentarité et une singularité par rapport aux autres établissements. Elle va aussi contribuer par son élargissement géographique (de Chassignolles au Boischaut Sud), à éviter un enfermement local alors que les collections du musée appartiennent plutôt à une dimension régionale et nationale.

2 -1 Réétudier l'espace-temps et la zone géographique

Au regard de ces nouvelles orientations, il est nécessaire de redéfinir le temps et la zone géographique à étudier.

Alors qu'à l'origine, l'époque observée couvrait un siècle, de 1850 à 1950, les différents acteurs et porteurs du projet ont émis l'idée de resserrer la temporalité de l'étude du point de vue des collections tout en s'appuyant sur des dates ou des périodes – clés de l'histoire pour rendre le discours clair, accessible et contextualisé.

Par conséquent, la période retenue s'étendra uniquement sur le XXe siècle en introduisant des éléments historiques essentiels de la fin du XIXème siècle pour une remise en contexte et aborder ainsi que comprendre au mieux le siècle suivant.

Quant à l'espace géographique, la commune de Chassignolles, choisie pour son caractère représentatif, **il s'élargira au territoire du Boischaut Sud, partie indrienne¹⁰, 2^{ème} région bocagère française la mieux préservée après la Normandie**, pour accroître la connaissance de l'histoire et des événements du territoire qui l'ont façonné et qui en ont construit l'identité.

A ces connaissances du temps passé s'ajouteront un regard actuel qui viendra éclairer les thématiques abordées, toujours dans la perspective de connaître son passé pour mieux comprendre le présent et bâtir l'avenir.

Toutefois, aujourd'hui la collecte d'informations, l'interprétation et la synthèse de celles-ci doivent procéder d'une méthodologie scientifique pour éviter les tentations nostalgiques. Elle ne doit pas servir à idéaliser les temps passés mais au contraire à apporter un éclairage sur les évolutions et les mutations des enjeux sociétaux contemporains.

¹⁰ Voir Annexes – Annexe 3 : Périmètre étudié page 50

2 -2 Positionnement du musée dans le paysage culturel et touristique

Aujourd'hui, l'installation de l'établissement restaurant bar multi-services « Le Panier de Célestine », dernier commerce de Chassignolles, dans l'enceinte du musée a modifié le bourg, en devenant un lieu de vie, de rencontres, d'échanges, une sorte de place publique. Le réaménagement du musée s'inscrit dans un projet de restructuration du bourg afin que l'ensemble du site, Maison des Traditions et Panier de Célestine deviennent un lieu structurant pour la commune, une porte d'entrée sur le patrimoine historique, culturel et naturel.

Deux indicateurs favorisent les nouvelles orientations du musée et de son identité. D'une part, la Commune de Chassignolles est rattachée à la Communauté de Communes La Châtre - Ste Sévère et se situe à quelques kilomètres de La Châtre, la ville la plus proche. Cette dernière possède un musée consacré en grande partie à la figure tutélaire de George Sand, et au territoire de la Vallée Noire. La ville a lancé un ambitieux projet avec la création d'un nouveau musée sur un nouveau site. Le programme architectural et muséographique du nouveau musée de La Châtre, à terme, viendra renforcer l'attractivité du territoire et des retombées positives sont attendues notamment sur les autres sites culturels à proximité. Cette création s'inscrit dans une dynamique de requalification de l'offre touristique du territoire dont bénéficiera la Maison des Traditions. Celle-ci se doit d'être complémentaire aux offres culturelles de la communauté de communes.

D'autre part, une étude stratégique de développement touristique à l'échelle du pays de la Châtre en Berry a été lancée au début de l'année 2024, par le Syndicat mixte du Pays de La Châtre. La restitution de cette étude a été présentée au mois de septembre de la même année. Parmi les objectifs stratégiques, 3 axes ont été définis dont l'un intitulé « asseoir l'identité culture/nature du territoire et renforcer sa visibilité dans la carte mentale touristique du Berry »¹¹ avec comme action principale : « affirmer un positionnement touristique collectif valorisant un tourisme culturel autour de George Sand au sein d'un territoire de nature attractive et de bocage préservé ».

Dans le détail de cette action, il est précisé : « de la nature, avec le paysage préservé de bocage, riche de biodiversité, et sa « Vallée Noire », belle et mystérieuse, aux couleurs changeantes selon les saisons. »¹²

En affichant clairement ce nouveau concept du musée dans le parcours de visite, la Maison des Traditions s'inscrit dans ce positionnement touristique. Cela lui donnera une légitimité et une visibilité promotionnelle à l'échelle touristique et territoriale, visibilité dont elle est dépourvue à l'heure actuelle. Cette étude est une opportunité pour la Maison des Traditions.

¹¹ Voir Les Annexes - Annexe 4 : *Etude stratégique de développement touristique durable à l'échelle du pays de la châtre en Berry – septembre 2024 – agence « in extenso tourisme, culture et hôtellerie »* pages 51-63

¹² Voir Les Annexes - Annexe 4 : *Etude stratégique de développement touristique durable à l'échelle du pays de la châtre en Berry – septembre 2024 – agence « in extenso tourisme, culture et hôtellerie »* pages 51-63

2 -3 Positionnement du musée par rapport à la thématique George Sand, figure incontournable du territoire.

Quant à la question de « mettre l'accent sur George Sand » dans le nouveau parcours de visite, vecteur essentiel dans le développement touristique du pays de La Châtre, elle a été mise à la marge.

Bien entendu, nous ne pouvons pas ignorer cette personnalité. George Sand a utilisé le Berry comme toile de fond dans une grande partie de son œuvre. Elle a créé la dénomination fictionnelle « Vallée Noire » dans son deuxième roman *Valentine* (1832) qui aujourd'hui est devenue une réalité géographique. Pour finir, elle porte un regard ethnographique sur cette « Vallée Noire » et sur ses habitants. Elle a décrit notamment le monde rural et paysan dans la série des romans dits champêtres, sources d'inspiration des mouvements régionalistes et folkloriques du Berry de la première moitié du XX^{ème} siècle. Cet aspect sera donc abordé dans le scénario proposé, plus exactement dans la 3^e partie du scénario intitulée « Le bocage, paysage rêvé : image et perception de la ruralité ».

Il faut ajouter que la Maison des Traditions ne possède pas dans ses collections, d'œuvres propres ou se rapportant à l'écrivaine. Il est donc difficile de se positionner comme lieu d'évocation lié à cette artiste. Le musée de La Châtre, quant à lui, détient des collections qui ont appartenu à l'écrivaine ou sont liées à sa vie, il dispose donc de toute la légitimité dans ce domaine. En outre, l'élaboration du projet du nouveau musée se concentre sur cette figure incontournable du XIX^e siècle. Néanmoins, le musée de La Châtre et celui de Chassignolles pourront dialoguer au travers de leur offre culturelle (programmation, offre pédagogique...)

Par conséquent, George Sand et son travail d'écriture, entre autres, seront évoqués de manière ponctuelle au travers d'expositions annuelles ou dans des expositions dossiers qui traiteront d'un sujet précis en lien avec des thématiques du nouveau parcours de la Maison des Traditions.

Il est donc préférable sur un plan stratégique de rassembler les collections du musée autour d'un concept consacré au bocage, en traitant de façon contemporaine les aspects historiques, sociologiques, ethnologiques qui contribueront à construire l'identité du musée, unique en son genre puisqu'aucun musée de la région ne formule une telle proposition.

3- Un scénario renouvelé pour un nouveau parcours

Afin que ce nouveau concept devienne une réalité muséographique, nous avons établi une proposition de scénario en cohérence avec la pluralité des thématiques au travers du paysage, le bocage. **Se servir du bocage permet d'identifier le Pays de George Sand, comme fil conducteur, afin d'interroger et de construire une vision globale sur la vie de l'Homme dans son milieu avec un regard sur le passé dans un contexte historique et social et à la lumière d'une lecture contemporaine.**

3-1 Redéfinition du parcours

Le cheminement du parcours sous forme chronologique de la fin du XIXe jusqu'au début du XXe siècle évoquera l'évolution des modes de vie et de travail de la société rurale au travers du paysage bocager, paysage qui définit le Boischaut Sud. Le nouveau parcours s'appuiera sur l'ensemble des collections qu'elles soient aussi bien du domaine de l'agriculture, de l'élevage, de l'artisanat, du textile, de la photographie, des cartes postales, des témoignages oraux ... Pour compléter la visite et apporter un éclairage compréhensible et pédagogique, des films amateurs accompagneront le parcours notamment auprès des machines anciennes afin de rendre accessible et compréhensible leur utilité et leur fonctionnement. Des apports complémentaires pourront être proposés aux visiteurs par l'intermédiaire de QR code disposés tout au long du parcours ; non seulement cet outil de médiation évitera l'accumulation d'informations et de panneaux écrits mais contribuera aussi à distinguer l'information principale de la secondaire, mais surtout le QR code permettra de changer et d'actualiser les informations qu'il dispense. **Car tout l'enjeu des musées réside dans le fait d'attirer les visiteurs et de les faire revenir. Le renouvellement régulier de ses collections participe à ce nouveau mode de fonctionnement.** Un musée dont le parcours de visite reste inchangé pendant 10 ou 20 ans, ne répond plus aux impératifs culturels et aux attentes du public car il ne suscite plus la curiosité des visiteurs et il fige le contenu sans prendre en compte les avancées historiques et scientifiques.

Par conséquent, la richesse des collections de la Maison des Traditions permettra dans certaines sections un renouvellement de présentation du parcours de visite. Selon les possibilités de mise en œuvre, les objets, outils...pourront changer. Ce choix est d'autant plus important que dans le cas de la Maison des Traditions, la superficie de l'ensemble de ses bâtiments couvre, aujourd'hui, 900 m² alors que les champs proposés du nouveau scénario sont plus nombreux et donc plus larges que dans le parcours précédent.

SEQUENCE D'INTRODUCTION

Section 1 : Le Berry en quelques mots

Cet espace permettra aux visiteurs de comprendre la situation géographique du Berry avec une distinction entre Indre et Cher et ses différents paysages naturels ainsi que le positionnement des préfectures et sous-préfectures. Elle présentera également les principales activités agricoles.

Une médiation telle que des cartes géographiques de différentes années permettra de montrer d'une manière simple et rapide les principaux changements et transformations.

Section 2 : Présentation du Boischaut Sud

Cet espace présentera aux visiteurs le Boischaut Sud dans son ensemble avec le positionnement de Chassignolles dans ce paysage.

Section 3 : Chassignolles au fil de son histoire

Cet espace présentera Chassignolles d'un point de vue historique et social.

SEQUENCE 1 : LE BOCAGE, UN PAYSAGE FAÇONNE : DU MILIEU NATUREL A L'ESPACE RURAL

Section 4 : Dualité entre sauvage et domestique

Cet espace expliquera comment l'homme a façonné le paysage pour ses propres besoins, comment un milieu naturel est devenu un espace rural où le sauvage a cédé la place à la domestication. Après avoir défini un paysage bocager et abordé l'histoire de son évolution du Moyen Age jusqu'au tournant du XIXe siècle, cet espace présentera en quoi la haie, composante du bocage, est une ressource pour l'homme en précisant l'importance de l'arbre chez les ruraux (arbre-têtard). La composition de la haie, son utilité, ses usages locaux, son rôle économique, ses ressources en biodiversité et son entretien seront abordés ainsi que son devenir.

Cette section mettra en exergue le rapport de l'homme et de l'animal. En effet, alors que l'homme tente de maîtriser le milieu naturel, il façonne la faune et la flore, en fonction de ses besoins. Dans sa conquête des espaces naturels, il n'aura de cesse de combattre les espèces réputées nuisibles tandis qu'il prendra grand soin des animaux domestiques puisque ces derniers permettent de lui fournir des ressources alimentaires et économiques mais aussi d'accroître sa production agricole par l'aide et les services qu'ils lui apportent. Source de fierté

¹³ Voir les Annexes – annexe 5 : Plan détaillé du scénario renouvelé pages 64-65

qu'il n'hésite pas à exposer et à comparer lors des concours agricoles, l'homme n'aura de cesse de chercher à améliorer les capacités génétiques de ces élevages.

Le parcours proposera un schéma représentant le cycle de vie d'une haie avec des photos de la flore et de la faune qu'elle abrite, et en parallèle, une sélection des principaux outils qui permettent d'entretenir une haie toute l'année. En ce qui concerne la question de la dualité entre le domestique et le sauvage, plusieurs pièces en rapport avec les thématiques de l'élevage ou de la chasse seront proposées¹⁴.

Section 5 : Héritage du paysage au XXe siècle

Cet espace portera sur le parcellaire d'hier et d'aujourd'hui. De la division des sols naît une réalité économique, juridique et sociale où la valeur de la terre devient une source de convoitise. Propriété familiale, source de productions et de revenus..., en prenant en exemple le cas de Chassignolles, cette section apportera un éclairage sur l'évolution du parcellaire et ses conséquences entre la fin du XIXe et le début du XXIe siècle : conséquences sur la superficie des parcelles, sur les fermes et sur le matériel et les pratiques agricoles avec l'arrivée de la mécanisation puis de la motorisation. Cet espace permettra de donner des clés de compréhension aux visiteurs sur le passage d'une paysannerie traditionnelle à l'avènement d'une agriculture moderne et les conséquences sur la société rurale mais aussi sur le paysage. Aujourd'hui, l'espace rural est-il en danger ? La désertification des campagnes, l'expansion industrielle, l'étalement des villes... ne sont-ils pas une menace pour l'espace rural ? ou un nouvel affrontement entre l'homme et la nature ?

Des photos anciennes et modernes du parcellaire seront exposées avec si possible le cadastre napoléonien daté de 1842, appartenant à la commune de Chassignolles. Cette section sera aussi l'occasion de présenter les pièces phares de la collection des machines anciennes (faucheuse, javeuse, moissonneuse...) Les marques locales seront privilégiées comme par exemple l'établissement Guillon frères de Châteauroux ou la Société Française de Vierzon.

Section 6 : de la ferme au pavillon

Cette section révélera les relations qu'entretient l'homme avec le monde minéral, végétal et animal. La ferme, habitat et bâtiments agricoles, de par ses matériaux de construction mais aussi de par son organisation spatiale, s'inscrit dans le terroir en y intégrant les particularités du paysage dans lequel elle est érigée. Au travers de ces deux éléments, se lit le rapport que l'homme entretient avec son milieu environnant, son harmonie avec la nature. La maison rurale reflète son environnement immédiat. Foyer d'un groupe familial, elle indique la qualité et le rang de ceux qui y vivent, la fonction qu'ils occupent dans la société ou la situation qu'ils souhaiteraient occuper. Cependant, au fur et à mesure des évolutions et des transformations agricoles, ces matériaux issus des milieux naturels ont disparu au profit de matériaux

¹⁴ Dans l'ensemble de ce chapitre « *La proposition de scénario et cheminement des espaces* », les désignations des collections illustrant les contenus des sections ne sont que des exemples à titre indicatif, et la liste énoncée n'est pas exhaustive.

industriels et dans le même temps, des bâtiments agricoles ont perdu leur fonction d'origine pour s'en approprier d'autres.

La collection de briques et de tuiles originaires de Verneuil sur Igneraie appartenant au musée pourra être exploitée.

SEQUENCE 2 : LE BOCAGE, UN PAYSAGE HABITE : SOCIETE ET CULTURE RURALES

A côté de l'organisation spatiale des terres, la population rurale se regroupe en communautés villageoises avec ses rites et coutumes, ses croyances, ses usages et ses traditions...

Dans l'ensemble de cette séquence, au regard de la diversité des collections, plusieurs thématiques pourront être abordées et renouvelées, ce qui contribuera à susciter la curiosité des visiteurs et ainsi les faire revenir.

En s'appuyant sur une dimension historique, cette deuxième séquence traitera d'une manière globale de l'évolution d'un monde rural bâti sur une histoire ancrée dans une communauté identitaire et dans ses traditions, qui cheminera vers un monde qui va connaître rapidement et profondément des bouleversements qui vont transparaître aussi bien dans les exploitations que dans les vies quotidiennes, domestiques et sociales, dans les déplacements, dans les habillements, dans les loisirs, dans les croyances...

Section 7 : du village à l'intercommunalité

Cette section abordera la constitution et l'évolution d'un village avec l'apparition des principaux bâtiments (église, mairie, école...) et analysera la composition de sa population de la fin du XIXe au début du XXIe siècle. Elle évoquera les bouleversements consécutifs aux événements historiques qui ont touché la France. Elle donnera des clés pour comprendre comment la population agricole alors majoritaire, jusqu'au début du XXe siècle, s'est effondrée aujourd'hui. Elle évoquera les nouveaux visages de la société rurale au travers des anciens et nouveaux métiers présents au sein du village. Enfin cet espace permettra d'expliquer comment les différents modes de transports, en particulier, le chemin de fer puis l'automobile, ont transformé non seulement les déplacements mais ont modifié le paysage. Ces progrès réduisent la notion de temps et d'espace et se répercutent dans le mode de vie de la société rurale. Avec l'apparition des routes, les villages et les villes se rapprochent ce qui aura des conséquences sur la vie administrative des populations rurales : le village perd une partie de son autonomie, l'intercommunalité prend le pas sur l'existence de la communauté villageoise.

Cette section mettra en avant des objets représentatifs des ateliers d'artisans que le musée a en sa possession mais aussi des documents liés aux écoles de Chassignolles, au Viaduc de Ribes...

Section 8 : d'une société patriarcale à une société paritaire

Cette section traitera de la sphère familiale, de la composition de la cellule familiale, de la cohabitation entre les générations, du rôle de chacun au sein de la famille. Elle mettra en

lumière le poids du patriarcat dans le cadre des relations familiales mais aussi dans le cadre de la gestion de la ferme. La fin de la deuxième guerre mondiale marque une césure dans l'organisation de ces familles traditionnelles. Elle mettra en valeur la place de la femme, son rôle et son évolution à la fois au sein de la famille mais également dans la gestion de la ferme. Des témoignages mettront en lumière des volontés de femmes à devenir chef d'exploitation et les difficultés encore aujourd'hui pour accéder à cette profession. Cet espace présentera également la vie quotidienne des familles au travers de plusieurs thématiques comme l'alimentation, l'hygiène, les rites et coutumes et les croyances.

Plusieurs thématiques des collections (rites et coutumes, croyances...) du musée qui n'ont jamais été exploitées pourront être associées à cette section.

Section 9 : Du vêtement utilitaire à l'uniformisation

Dans une société hiérarchisée comme l'était le monde rural au XIXe siècle, se montrer, s'habiller, c'était affirmer son statut social. Pourtant, à partir de la seconde moitié du XIXe siècle, les usages vestimentaires se modifient. Le costume traditionnel cède la place à des types vestimentaires influencés par la mode bourgeoise et parisienne qui se diffuse grâce aux catalogues de ventes des grands magasins et à l'évolution des industries manufacturières. Au travers d'éléments symboliques des costumes masculins et féminins, cette section décryptera les principaux points des pratiques vestimentaires entre le XIXe et le XXIe siècle.

Des costumes de différentes époques, issus de la collection textile qui s'est étoffée au fil de ces dernières années, pourront être présentés.

Section 10 : des fêtes rurales aux bals trad

La fête qu'elle soit aussi bien familiale, religieuse ou profane est un moment d'exception, un moment de repos et de réjouissance dans une vie de labeur. La vie paysanne est à la fois rythmée par les grands événements familiaux tels que le baptême, la communion, le mariage... et par les fêtes calendaires comme l'Épiphanie, la St Blaise, la St Vincent...

Aujourd'hui que reste-t-il de ces fêtes paysannes, de cette société qui s'uniformise et suit l'évolution de la société française ?

Des témoignages oraux, des photographies... pourront être utilisés dans cette section.

SEQUENCE 3 : LE BOCAGE, UN PAYSAGE REVE ? IMAGE ET PERCEPTION DE LA RURALITE.

Section 11 : Représentation du monde rural dans les arts et la littérature

Dans le monde des arts et de la littérature, jusqu'au XIXe siècle, la société rurale est peu représentée, elle sert de « décor », de toile de fond mais elle n'apparaît pas comme le protagoniste de la représentation artistique. Face aux grandes mutations et à l'expansion de la

vie urbaine, les artistes préfèrent le monde rural rassurant aux rythmes et traditions multiséculaires. Deux visions s'opposent : l'une idyllique où le paysan est présenté comme le pilier de la société, fort, solide, à l'image d'une morale austère et éternelle du travail, l'autre misérable, sombre, sauvage et souvent repoussant.

Dans la littérature, le monde rural devient un sujet majeur. Avec Balzac, Zola, Flaubert ...et George Sand, la campagne et les paysans deviennent les personnages centraux de leurs œuvres. Aussi, dans cette section, grâce à des prêts ou à des fac-similés, plusieurs œuvres picturales de la région seront mises en valeur et des citations littéraires, issues d'ouvrages du XIX et XXe siècle seront introduites dans le parcours. Une attention particulière sur les 4 romans dits champêtres de George Sand sera mise en avant. En effet, dans ces romans, elle inaugure un genre nouveau où elle célèbre et rend hommage à la société rurale et à la figure du paysan en particulier, à la manière, toutefois, d'une représentation pastorale et idyllique.

Section 12 : naissance de l'ethnographie et du folklore

Cette prise de conscience de l'existence du paysan, de ses traditions et coutumes, jusqu'alors ignorée, a contribué à l'émergence des premiers pas de l'ethnographie faisant suite aux premiers travaux menés par l'Académie Celtique et au mouvement romantique. Cet espace donnera quelques clés de compréhension sur la mise en place de cette nouvelle discipline avec un accent porté sur le travail de collectage de la famille Sand mais aussi sur des interprétations qui ont mené à des visions biaisées. En effet, si des érudits locaux ont pris part au grand mouvement national de collectage auprès de la société rurale, très vite ces travaux ont servi à des fins politiques.

Pour les sections 11 et 12, des demandes d'œuvres ou la réalisation de copies pourront être réalisées auprès du musée de La Châtre, de Châteauroux ou des Thiaulins de Lignières (dessins de Maurice Sand, peintures de peintres régionaux...)

Section 13 : le développement des mouvements régionalistes culturels et politiques

Dès la fin du XIXe siècle, les premiers groupes folkloriques apparaissent. Un groupe, en particulier, va transmettre les airs de la province du Berry. Il s'agit des Gâs du Berry créé par Edmond Augras et Jean Baffier, en 1888, considéré comme le plus ancien groupe folklorique de la région et de France. En effet, les provinces éprouvent le besoin de retrouver une identité et elles l'expriment à travers la reconstitution d'un costume populaire et paysan, qui va très vite diffuser une vision caricaturale et mythifier la culture paysanne. Peu à peu, les régionalistes berrichons comme d'autres dotent ces costumes d'une dimension identitaire très marquée. A la veille de la 1ère guerre mondiale, cette mouvance idéologique fleurit ou adopte les courants xénophobes, nationalistes qui se développent parmi les intellectuels et la société française de l'époque. Le gouvernement de Vichy va s'appuyer et intensifier l'idée du « retour à la terre » dans sa communication idéologique.

Des demandes de prêt seront faites auprès de l'association des Gâs du Berry.

Section 14 : une nouvelle vision nationale de l'ethnographie et ses répercussions en Berry

Après la Seconde Guerre Mondiale, une nouvelle vision émerge (Georges-Henri Rivière). Elle se développera partout en France avec, en Berry, de nouvelles générations, Pierre Panis, Jean Favière... qui jettent les bases d'une véritable approche scientifique pour appréhender le vêtement populaire en croisant les pièces authentiques et les archives : démarche qui est toujours utilisée actuellement dans le cadre des recherches sur le costume populaire. Ainsi cela permettra d'aborder la naissance des écomusées.

Le fonds Panis, donné par sa fille, Solange Panis, pourra être exploité. D'autres documents pourront lui être demandés en prêt.

Section 15 : espace rural, espace de vie ou destination touristique

Aujourd'hui, il existe moins de différences entre le monde rural et le monde urbain. La société rurale a adopté petit à petit les modes de vie, les codes vestimentaires... de la société urbaine. Les traditions, les rites et coutumes disparaissent ... Que reste-t-il des racines paysannes ? Un objet retrouvé et préservé, un témoignage recueilli et enregistré, un savoir-faire sauvegardé et transmis ... ce sont des victoires sur l'oubli ! Ils sont mis en scène dans les écomusées ou dans les musées de sociétés, reconstitués dans les fêtes paysannes locales ... Depuis plusieurs années, on parle d'une fin des paysans (en écho au livre du même nom écrit par Henri Mendras). Les paysans, les agriculteurs sont certes beaucoup moins nombreux avec des exploitations aux superficies plus grandes que leurs prédécesseurs mais ils s'adaptent, ils se réinventent (créateur de gîte rural, de ferme pédagogique, de fermes usines ou de fermes urbaines...) et aujourd'hui, ils ne sont pas toujours issus du monde agricole.

Nostalgie d'une vie en voie de disparition ? Cette société rurale aujourd'hui valorisée dans les musées, les fêtes... s'est-elle transformée en un patrimoine rural ? Leurs histoires et légendes sont-elles devenues aujourd'hui de simples activités touristiques ? Notre vision de la campagne et de sa population est-elle toujours en adéquation avec la réalité de la campagne actuelle ? Le bocage existe-t-il toujours ? Est-il toujours habité par les paysans ?

Il serait intéressant, ici, de laisser les visiteurs s'exprimer également sur ces questions et sujets. De leur donner un espace d'expression !

Dans tout le cheminement

Plus largement, dans chaque séquence et section des pièces emblématiques d'époques différentes seront sélectionnées afin de montrer les évolutions matérielles, sociétales... Le parcours sera également jalonné de photographies ou de cartes postales anciennes, contemporaines ou issues des collections de la Maison des Traditions, qui, jusqu'à maintenant, n'ont jamais été exploitées (la Cavalcade, les conscrits, des clichés sur la commune...) ou de fonds privés ou publics (fond Jenny de Vasson, Gabrielle Sand ou des archives départementales). Elles feront l'objet d'un prêt ou de fac-similés. Des archives de la commune

pourront également être valorisées dans ce parcours (plan du Viaduc de Ribes, archives sur les écoles....)

En accompagnement de ces sections, des focus (histoire du musée, remembrement, grange à porteau....) sur des points particuliers, des caractéristiques du Boischaut Sud seront rédigés et proposés sous forme de QR Code, de documents ou fiches papier indépendants, disposés à proximité de la section dont elle dépend.

3-3 Moderniser la scénographie

A l'origine, le musée a été fondé pour conserver, éventuellement restaurer le matériel agricole représentatif du territoire et le faire connaître au plus grand nombre et, en premier lieu, aux jeunes générations. L'ambition était d'utiliser les outils, le matériel agricole et les objets du quotidien collectés, comme une synthèse de l'évolution du mode de vie et de travail des paysans du pays de George Sand sur un siècle environ (1850-1950).

Malgré un potentiel certain et une activité volontaire et dynamique, la Maison des Traditions n'échappe pas à l'évolution de ce type de musée. Au fur et à mesure des années d'exercices, sa principale fonction de « conservatoire de la mémoire » s'est cantonnée à un rôle de gardien du passé.

Depuis son ouverture, le travail réalisé a porté sur une mémoire collective et sur la conservation. Cette tâche ne suffit plus, elle ne peut pas être la seule mission du musée. Les collections doivent être considérées comme un moyen de médiation dont l'intérêt est l'approche sensible et la mise en contexte des objets. Elles ne peuvent être pertinentes que si elles sont remises en question et adaptées aux avancées de la connaissance, d'où l'importance de s'appuyer sur un conseil scientifique et historique afin d'échapper aux tentations nostalgiques, voire folkloriques. La mise en situation, la reconstitution d'habitat, d'ateliers, comme les visiteurs ont pu le voir dans la Maison des Traditions, il y a encore quelques mois, ne peuvent être qu'approximatives et non scientifiquement exactes car l'interprétation demeure celle de « l'à peu près ».

Par ailleurs, ce mode muséographique fige la représentation des collections et le discours associé ne participe pas à l'évolution des connaissances. Outre le fait que pendant les 20 dernières années, les collections ont eu pour vocation de démontrer, de mettre en scène, et de reconstituer un contexte de vie par une approche sensible, visant à plonger le visiteur dans une ambiance réaliste, cela a pour conséquence un problème de conservation des collections exposées.

En effet, le non renouvellement des collections expose les objets à une dégradation lente et durable, en contradiction avec les recommandations de conservation et de préservation. L'évolution muséographique, les avancées techniques appliquées à la conservation, le renouvellement des conceptions de médiation, permettent de penser que cette pratique est dépassée, obsolète.

Afin que cette pratique soit justifiée, il convient d'être rigoureux sur la présentation, de définir le contexte historique dans lequel on projette le visiteur et surtout de poursuivre sans cesse la connaissance sur ce moment et sur les objets, de les adapter, de les faire évoluer en conséquence en croisant plusieurs recherches dans les disciplines des sciences humaines, témoignages, collectes de mémoire et de savoir-faire. C'est à cette seule condition que la reconstitution, accompagnée d'une médiation vivante, prend tout son sens. De plus, la tentation de vouloir montrer tout participe au risque de perdre la lisibilité des espaces et la compréhension du propos.

3-4 Un parcours modulable et évolutif

Le nouveau parcours de visite s'appuiera sur un contenu validé par un conseil scientifique, valorisé par les collections appartenant à la Maison des Traditions et enrichies par des prêts ou des dépôts. L'ensemble sera souligné par une scénographie moderne et vivante.

Grâce à ce nouveau parcours, la Maison des Traditions deviendra **un lieu de découverte, de sensibilisation, de connaissance, de questionnement et d'échanges sur la vie de l'Homme dans son milieu.**

Par conséquent, la scénographie doit répondre aux attentes et besoins des visiteurs du XXI^{ème} siècle en les impliquant et en stimulant leur curiosité.

En s'appuyant sur le scénario proposé, la scénographie a pour objectif de permettre aux visiteurs d'explorer le parcours permanent en toute autonomie, en immersion dans un passé pas si lointain, sans mélancolie ou nostalgie, sans autre ambition que de montrer, **de rendre sensible les transformations d'une société rurale.**

Elle contribuera à une meilleure compréhension du sujet et s'adressera au public le plus large possible, quel que soit sa culture et son milieu. Cela repose sur une remise en contexte par rapport à des contenus historiques indispensables pour une approche sensible du sujet.

Elle sera basée sur divers dispositifs qui **alterneront l'image, la manipulation, la démonstration et l'interactivité.**

Toutefois, une problématique se pose concernant la surface actuelle du musée par rapport au nouveau concept. Comme nous l'avons évoqué au début de ce document, l'installation du « Panier de Célestine » dans des bâtiments du musée, a entraîné, aujourd'hui, la réduction de la superficie de visite de la Maison des Traditions. De surcroît, le nouveau scénario proposé engage un contenu davantage élargi que dans le parcours actuel.

Aussi, afin de pallier à ce problème, dans le cheminement des différents espaces qui composeront le parcours et au regard de la pluralité des thématiques abordées, il est envisagé de consacrer un lieu où pourra se déployer successivement, à raison d'une ou deux fois dans la saison, suivant le public ciblé, une des nombreuses thématiques proposées dans le scénario.

Cela permettra de renouveler régulièrement les collections et susciter l'intérêt des publics. Selon les possibilités de mise en œuvre, les objets, les outils... pourraient changer au fil de

l'année. De plus, cette disposition pourrait prendre la forme d'exposition-dossier que nous avons évoqué sous l'intitulé « *Mise en place d'une programmation de l'action culturelle* », dans la troisième partie.

Par ailleurs, **cette scénographie doit relier le parcours intérieur à des éléments situés à l'extérieur** (la scierie, le verger, le jardin potager, la vigne) (*figure 13 et 14*), qui pour l'heure ne sont rattachés ni au cheminement, ni aux contenus du parcours actuel. Pourtant, de par leur intérêt, ils sont des parties intégrantes du parcours de visite.



Figure 13 : vue du verger à l'arrière de la scierie



Figure 14 : vue de la scierie

3-5 Un parcours pour le jeune public

Un parcours adapté au jeune public devra être conçu avec une scénographie moderne et vivante, suite à l'aménagement du parcours de visite. Toutefois, il faudra qu'il soit réfléchi en amont afin qu'il puisse s'intégrer au parcours de visite. Il pourra être imaginé autour du récit d'une famille, de personnages d'une même famille et de ses descendants au fil des époques étudiées.

L'aspect ludique ne doit pas être oublié. Ainsi, des coffres, à l'intérieur desquels les familles trouveront des jeux en relation avec la section à laquelle ils seront associés, pourraient être mis à la disposition des familles.

3-6 Renforcement de l'existant et mise en place de nouveaux champs d'action

Il s'agit de préserver et de souligner l'existant c'est-à-dire le patrimoine naturel sur le site de la Maison des Traditions,

En effet, le site s'inscrit dans un paysage bocager, à l'intérieur d'un maillage de haies ce qui constitue un support pertinent à l'activité du musée. Par conséquent, **il est crucial que l'environnement soit en phase avec le nouveau concept et le discours qui s'ensuit.** L'environnement immédiat du site de la Maison des Traditions porte des traces qui permettent de lire et de comprendre la vie de l'homme dans son milieu. Les structures végétales, les sols, la topographie d'un lieu de vie révèle le mode de vie de l'Homme et l'utilisation qu'il fait des ressources naturelles selon ses besoins.

Les constats et expériences tirés de l'observation du paysage pourrait nous amener à mettre en place 2 nouveaux champs d'actions.

Le premier consisterait à prendre conscience de l'impact de toute action de l'Homme sur le paysage et l'environnement. Le deuxième est un positionnement de la Maison des Traditions comme observateur d'un milieu et de son évolution, dans le but de sensibiliser et de valoriser auprès des publics, des populations et des collectivités.

Ce positionnement implique, cependant, une bonne connaissance des patrimoines naturels. Cette sensibilisation et valorisation répondraient à une réelle demande des publics, de plus en plus attentifs aux problématiques environnementales et climatiques. En cela, les haies environnantes, le sentier botanique, situé à quelques centaines de mètres du site de la Maison des Traditions, facilement accessible à pied, le verger et le jardin potager à l'intérieur du site seraient d'excellents supports de médiation.

Pour atteindre ces objectifs et acquérir une légitimité, il est crucial de préserver ces différents sites naturels dans de bonnes conditions. Cela nécessite également des compétences et des moyens techniques spécifiques.

3-7 Renforcement des partenariats

Le patrimoine rural du Boischaut Sud, les sociétés rurales et leur histoire ont été étudiés et continuent de l'être. Ces dernières années, ils font l'objet de relectures, au regard de nouvelles découvertes scientifiques. Il est donc souhaitable de se mettre en relation ou de renforcer les liens existants avec des chercheurs, des universitaires, des historiens, des ethnologues, des sociologues sur les différentes questions qui seront abordées. Il s'agit également d'organiser, de structurer la collecte, la conservation et la transmission des patrimoines immatériels c'est-à-dire, les savoir-faire, les témoignages, les patrimoines oraux et traditionnels....

La Maison des Traditions a déjà initié quelques actions par l'intermédiaire de ses principaux partenaires, l'association des Amis de la Maison des Traditions et le Groupe Paysage de Chassignolles. Elle s'est rapprochée de quelques associations ou personnes ressources dont les objectifs sont la sauvegarde de ces patrimoines. Toutefois, ces démarches, pourtant essentielles dans la pérennisation du musée, restent fragiles et insuffisantes. En ce qui concerne les partenaires du musée, il serait nécessaire de redéfinir leurs missions afin de recruter et former des volontaires bénévoles futurs ou déjà présents à ce travail.

Ainsi, à plus long terme, **la Maison des Traditions, en tant que structure muséale, pourrait devenir un centre de ressources sur les patrimoines ruraux et traditionnels du Boischaut Sud.**

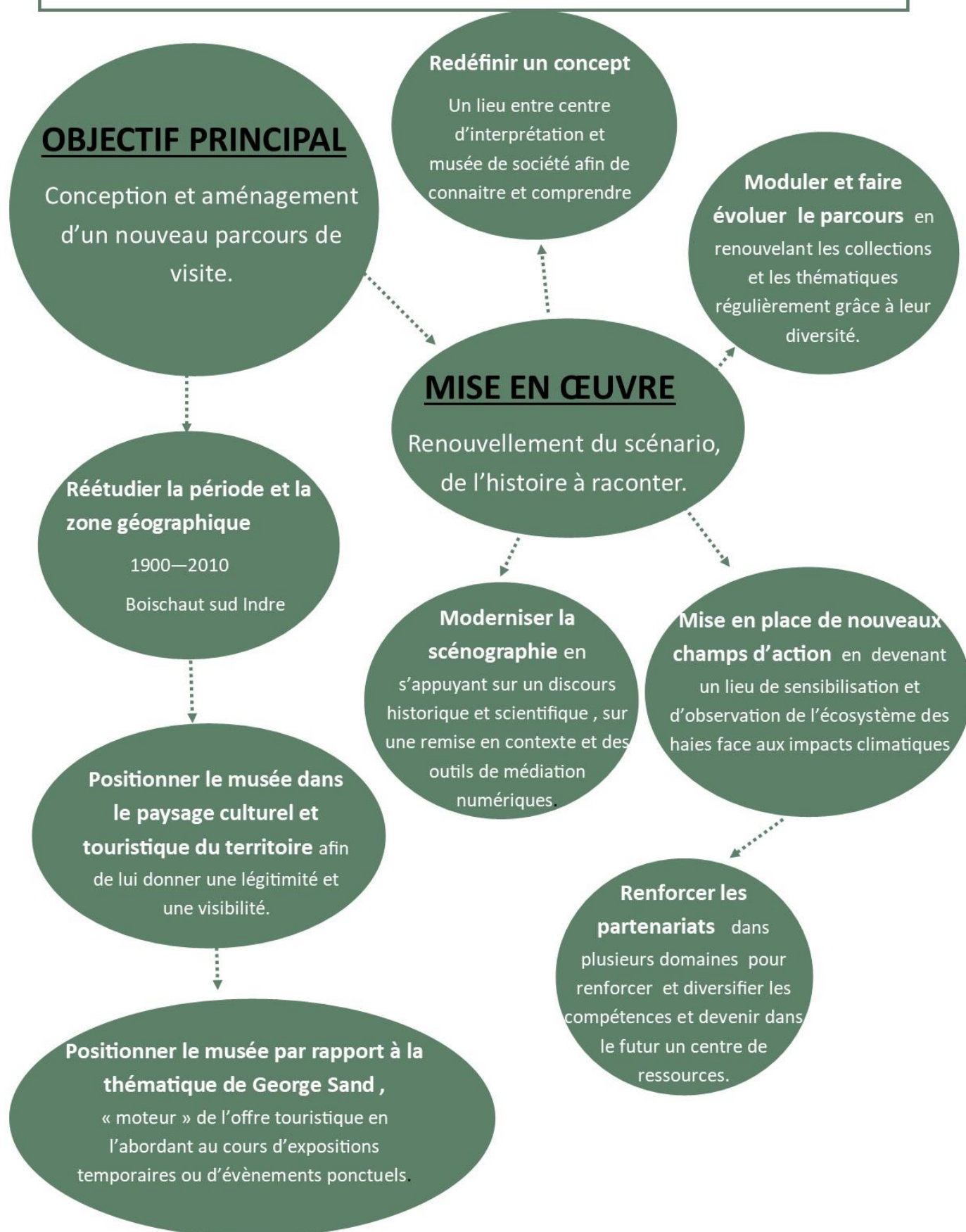
En effet, l'inventaire, premier travail effectué sur les collections, a permis de découvrir non seulement leurs richesses thématiques mais aussi d'approfondir leur étude scientifique.

Ainsi, cette première opération de recherches a permis de dégager un patrimoine industriel insoupçonné de notre territoire ou tout au moins encore peu connu et donc peu abordé. Cette thématique nous entraîne au-delà du périmètre de la commune de Chassignolles. Les forges de Crozon sur Vauvre à 9 km du village, les poteries de Verneuil sur Igneraie, située à 15 km, parmi d'autres encore, des centres industriels qui ont compté au XIXe jusqu'au début du XXe siècle dans les communautés rurales du territoire.

Grâce à cette légitimité dans ses collections, la Maison des Traditions pourrait jouer un rôle dans la connaissance de ce patrimoine industriel finalement peu exploité et pourrait trouver un autre débouché par l'approche de cette thématique. Par conséquent, avec des recherches et un travail plus approfondi, elle pourrait **devenir un centre de ressources et un pôle sur le petit patrimoine rural et industriel du territoire.**

Ainsi, le musée se démarquerait des musées traditionnels et connaîtrait ainsi **une identité plus forte qui contribuerait à asseoir une position, une pérennité du site dans le paysage culturel du territoire ainsi qu'auprès des institutionnels.**

Synthèse en un coup d'œil



TROISIEME PARTIE :

MISE EN ŒUVRE DU NOUVEAU PARCOURS DE LA MAISON DES TRADITIONS

1- Un enrichissement des collections

1-1 Finaliser l'inventaire des collections

Depuis novembre 2018, à raison d'une journée par semaine, avec l'aide de 2 bénévoles, un important travail d'inventaire est mené sur les collections du musée, il est toujours en cours. 80 % des collections sont inventoriés, les 20 % restants devront l'être au premier semestre de l'année 2025. **Une fois l'inventaire terminé, le personnel connaîtra mieux les collections.**

Cela permettra ainsi de les **renouveler plus efficacement et régulièrement**, d'abord pour susciter l'intérêt des visiteurs et ensuite pour préserver les œuvres d'une présentation sur une trop longue durée, néfaste à sa conservation comme cela a pu être pratiqué durant les vingt premières années d'existence du musée. En cela, la construction de la réserve en 2023 permet la rotation des œuvres et d'abriter l'ensemble de la collection dans de bonnes conditions.

La finalisation de l'inventaire est également cruciale pour la conception et la réalisation du nouveau parcours puisque dans chaque collection, représentative d'un ou plusieurs domaines, **des pièces seront sélectionnées pour valoriser le contenu scientifique du parcours.**

Dans un premier temps, **cette sélection sera suivie d'une étude documentaire sur laquelle reposera en partie le discours du parcours.** Dans un deuxième temps, une campagne d'entretien et de nettoyage devra être engagée en vue de leur présentation et de l'ouverture du musée.

Connaître les collections permet de mieux définir une politique d'acquisitions qui vise à combler les lacunes ou à compléter des collections déjà existantes pour enrichir le parcours de visite.

1-2 Demande de prêts ou de dépôts

Parallèlement à ces différents travaux sur les collections, des recherches d'œuvres indispensables à la conception du parcours et à sa compréhension, ne se trouvant pas dans les collections de la Maison des Traditions feront l'objet de demandes de dépôt (prêt sur une

longue durée jusqu'à 5 ans) ou de prêt (prêt sur une durée plus courte, sur quelques mois) auprès de structures muséales et associatives.

Ces demandes seront privilégiées avant toute acquisition. De nombreux musées ou associations possèdent des œuvres dans leurs réserves qui peuvent enrichir le parcours de la Maison des Traditions.

Chaque œuvre déposée ou prêtée sera soumise à une convention entre l'établissement déposant, celui qui accorde le dépôt, et le dépositaire, en l'occurrence ici la Maison des Traditions.

Pour que ces dépôts et prêts puissent être pratiqués dans de bonnes conditions de sécurité, le musée de Chassignolles devra installer un système d'alarme, condition primordiale et non négociable, pour réceptionner des prêts ou des dépôts.

Par ailleurs, toujours dans le cadre de prêts et dépôts mais aussi pour ses propres collections, la Maison des Traditions devra s'équiper de matériels de surveillance des conditions hydrométriques dans les bâtiments afin d'éviter des dommages causés par une température ou un taux d'humidité trop élevés. **La garantie de bonnes conditions de sécurité et de conservation contribuera à un éventuel accord avec un futur déposant.**

2- Mise en œuvre de la communication

Durant toute la phase de fermeture de la Maison des Traditions, il est important, voire même essentiel de poursuivre une communication en direction des publics, notamment des habitants du territoire et en particulier de Chassignolles.

Les chassignollais et chassignollaises s'interrogent beaucoup sur la fermeture du musée. Malgré les diverses informations à ce propos diffusées dans le tableau d'affichage extérieur à l'entrée du musée et les notifications dans le « Trait d'Union » ou le bulletin annuel de la commune, ces publications ne suffisent pas à combler leur incompréhension.

En conséquence, un plan de communication doit être élaboré et mis en place immédiatement. La communication doit être écrite et orale.

L'information doit être diffusée de manière régulière à l'aide de différents supports et outils à notre disposition, le print (impression papier) et le web (site internet, réseaux sociaux...) : site internet de la commune et du musée, dans chaque parution du trait d'union, dans le bulletin annuel communal, un affichage dans le bar restaurant multi service « Le Panier de Célestine », des publications sur les pages facebook de la commune et du musée ainsi que sur l'Instagram de celui-ci.

Si possible, un communiqué de presse devrait être envoyé chaque semestre à la presse pour informer de l'avancée du projet. Cependant, en ce qui concerne une parution dans les journaux, celle-ci est soumise au bon vouloir des rédactions et des journalistes. L'idéal serait

la rédaction d'une newsletter mensuelle adressée à la population de Chassignolles et à ses partenaires mais cela demande du temps de rédaction et de mise en page.

Les informations seront adaptées aux médias utilisés :

- Dans le bulletin annuel, un article de fond comportant l'explication des différentes phases inhérentes à un tel projet, le travail effectué durant l'année, l'avancée des travaux et pour conclure les étapes à venir.
- Dans la lettre quadrimestrielle « Le Trait d'Union », un article court qui synthétise les stades réalisés et à venir du projet.
- Les sites internet de la commune et de la Maison des Traditions relaieront ces mêmes informations.

Quant aux réseaux sociaux, les publications porteront sur le moment présent en proposant des posts accompagnés de photographies (événements forts sur l'avancée du projet, réunion, inventaire, travaux...).

Par ailleurs, un plan de communication doit d'ores et déjà être en réflexion au vu de l'ouverture du musée en 2026 afin d'être opérationnel quelques semaines avant cette ouverture. Les démarches pourront être mises en œuvre dès la fin de l'année 2025.

Un budget devra être défini et comprendra 2 parties, l'une pour une communication événementielle dont l'objet portera sur la ré-ouverture du musée avec le nouveau parcours et l'autre, pour une communication durable avec la définition d'une identité visuelle, qui fait actuellement défaut, (charte graphique, logo...) déclinée sur un dépliant d'appel et une plaquette du musée, affiche... sans oublier la signalétique routière.

Cette signalétique doit être visible au cœur du bourg. En effet, le village n'affiche pas assez l'existence de son musée. Actuellement, lorsqu'une personne lambda traverse le village de part en part, quel que soit la direction qu'elle prend pour entrer ou sortir de la commune, elle n'a aucune connaissance de la présence d'un musée. Les entrées ou sorties de bourg sont dépourvues de signalétiques visibles. Or, la place du musée est essentielle dans la vie du village puisque celui-ci est connu en grande partie grâce à la Maison des Traditions. C'est pourquoi, il faut davantage marquer cet ADN dans la commune. Par exemple, des sortes d'oriflammes, de kakémonos, disposés en hauteur, à intervalles réguliers pourraient accompagner le visiteur jusqu'à l'entrée du site. Ces kakémonos verticaux pourraient être illustrés par des photos d'objets ou de clichés anciens ou contemporains avec une mention en « parler berrichon » qui interpelleraient les visiteurs sur un ton léger et humoristique.

Le site internet du musée devra également subir une refonte complète en conséquence, en prenant en compte les paramètres précédemment développés : transformations de l'ensemble site de la Maison des Traditions, préconisations suite à ces modifications...

Il est important que la charte graphique s'adapte et s'applique facilement pour que le ou les salariés, principaux concepteurs de documents de communication, puissent continuer à s'en charger.

L'achat d'encarts publicitaires dans les journaux locaux et dans des magazines spécialisés pourra être envisagé.

Plan de communication prévisionnel (2025-2027)

Ce plan prévoit 2 volets : des actions réalisées sous forme d'évènementiels afin de signaler l'ouverture prochaine de la Maison des Traditions et des supports de communication d'appel suite à l'ouverture du musée.

	Préparation	Ouverture Musée
Fin 2025	<ul style="list-style-type: none"> • Définir les objectifs, les outils de communication et le budget 	
1^{er} trimestre 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Prévoir une consultation des agences de communication 	
Fin 2026	<ul style="list-style-type: none"> • Identité visuelle et dépliant du musée (logo, charte, graphique...) • Refonte site internet 	
2027	<ul style="list-style-type: none"> • Définir budget publicitaire 	Communication événementielle <ul style="list-style-type: none"> • Signalétique routière • Dossier de presse • Publicité • Site internet

3- Mise en place d'une programmation de l'action culturelle

L'élaboration et la réalisation du nouveau parcours de visite n'est pas une fin en soi mais plutôt un point de départ vers de nouvelles propositions en termes de programmation et d'actions culturelles. Le choix du nouveau concept ouvre sur de multiples perspectives qui peuvent se décliner sous différentes formes. Cependant, comme cela a été suggéré dans le premier Projet Scientifique et culturel¹⁵, dans le cadre des actions culturelles, les expositions temporaires seront privilégiées.

¹⁵ Voir *Projet Scientifique et Culturel (PSC n° 1) Maison des Traditions – musée de Chassignolles – Lucie RICHEN, Chargée de mission – Octobre 2022 / Partie 2 – Projet pages 84-85*

3-1 Les expositions temporaires

Des expositions temporaires ou des expositions-dossiers pourront être élaborées. Les expositions temporaires seront consacrées à une thématique issue du parcours permanent et seront traitées d'une façon plus détaillée et approfondie en faisant appel à des collections du musée ou à des prêts. Elles se tiendront à l'étage, au-dessus de l'étable, espace consacré à cet effet (*figure 15 et 16*).

Tandis que les expositions-dossiers seront plus courtes, d'une durée de 3 à 4 mois en fonction des saisons (saisons basses ou hautes) en rapport avec le public ciblé. Ces expositions-dossiers porteront, sous forme de focus, sur un sujet, qui n'est pas forcément abordé dans le parcours, et s'appuieront sur les collections du musée.



Figure 15 : vue de l'étage prise de la grange



Figure 16 : exposition temporaire sur l'école, à l'étage - année 2008

3-2 Les actions culturelles

Les actions culturelles doivent être en adéquation avec la nouvelle approche du parcours de visite afin d'avoir une cohésion d'ensemble. Il ne s'agit pas de dissocier l'activité muséale des diverses thématiques abordées dans le parcours. Les informations doivent être complémentaires. Ainsi, un discours d'ensemble doit être construit et cohérent. Des actions culturelles (ateliers, conférences, visites) seront donc déclinées en fonction de ces 2 types d'expositions mais aussi du parcours.

L'approche par un regard contemporain sur les mutations et évolutions de la société peut également s'effectuer par le biais des actions culturelles. Par exemple, dans la deuxième partie du parcours renouvelé intitulée « Le bocage, un paysage habité. Société et culture rurale », la

Maison des Traditions abordera l'évolution des commerces et de l'artisanat, une manière de faire appel à la mémoire collective mais aussi de constituer un témoignage de l'évolution de la société. Ce dernier peut être associé à une fête ou un salon consacré à l'artisanat, en lien avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, les écoles d'apprentissage afin de valoriser des savoir-faire. On pourrait imaginer une exposition d'ouvrages d'élèves de Centres d'Apprentissage, de chefs d'œuvre¹⁶ des Compagnons du Devoir ou d'apprentis Ouvrier de France, sur un temps donné. Ainsi, la Maison des Traditions deviendrait un lien entre le passé et le présent, un médiateur entre le grand public, le monde de l'artisanat et les jeunes.

Dans les années à venir, la création d'un temps fort sous forme d'un colloque, d'un festival ou autres, avec création d'un prix à remettre, qui serait réalisé tous les ans ou tous les 2 ans, serait l'occasion de mettre à l'honneur le musée, de le démarquer et de le pérenniser. Bien entendu, la mise œuvre d'un tel événement, sur le plan des moyens humains et financiers, peut se faire uniquement avec des partenaires et mécènes.

3-3 L'année 2027, le nouveau parcours au cœur de la programmation

Les premières expositions et programmations culturelles débiteront en 2028 car le nouveau parcours sera la nouveauté de l'année 2027. La découverte de la nouvelle exposition permanente concentrera toute l'attention des visiteurs et mobilisera le personnel de la Maison des Traditions, surtout s'il se limite à un seul individu. Dans le cas-là, il faudra plutôt planifier les missions. Les années 2025-2026 seront consacrées à la conception et à l'élaboration du nouveau parcours tout en mettant en place une nouvelle communication, l'année 2027 sera dédiée à la création, au développement des « produits groupes » et à une offre pédagogique adaptées, en mettant que la mise sur pied d'une exposition temporaire.

Proposition d'expositions temporaires annuelles et d'expositions – dossiers

Année	Thèmes	Proposition de dates
2028 - 2029	Photos de famille	Juin - octobre Avril – octobre
2028	Lavage et repassage avant l'électricité	Avril – octobre
2029 - 2030	George Sand, propriétaire terrienne	Juin – octobre Avril – octobre
2029	L'alimentation (évolution)	Avril – octobre
2030-2031	La mode enfantine	Juin - octobre Avril – octobre

¹⁶ Objet unique, fabriqué par l'élève aspirant au titre de compagnon du devoir, qui prouve que l'on connaît son métier.

4- Développement des publics et de la médiation

La médiation est un service indispensable aujourd'hui. La compréhension des collections passe nécessairement par une approche sensible, un accompagnement accessible, compréhensible et passionné. Elle mobilise les visiteurs sur leur capacité d'observation, leur dimension active, leur expérience personnelle. Ils sont guidés dans leur découverte par des animateurs compétents qui ont la capacité de transmettre leurs savoirs. Les supports techniques (multimédias, audiovisuels ou papier) peuvent amener un apport complémentaire et ponctuel mais ne sont pas une solution à long terme, satisfaisante aux besoins des publics.

Quand un visiteur vient dans un musée, il cherche à regarder, à observer, à découvrir et à comprendre. Il ressort clairement que la principale valeur ajoutée de la visite reste le contact humain.

4-1 Un chargé de développement des publics et médiation pour un fonctionnement optimal

A l'heure actuelle, une seule employée pourvoit à toutes les missions de la Maison des Traditions, missions qui sont inhérentes à tous les musées, pour un bon fonctionnement, quel que soit leur taille et l'importance de leurs collections.

Jusqu'à maintenant, un poste à 20h sur une durée en moyenne de 9 mois vient en renfort essentiellement à l'accueil durant la saison d'ouverture, de Pâques à la Toussaint. Quelques membres du Conseil municipal et de l'association des Amis de la Maison des Traditions renforcent ce poste pour pallier à l'absence des employés pour des raisons diverses (congés, réunions, animations...).

Le manque de personnel formé freine le développement de la fréquentation du musée. En effet, une seule personne ne peut remédier à toutes les tâches, surtout avec les actions proposées suite à la réalisation et au développement du nouveau parcours, qui vont engendrer un surcroît de travail.

Faire appel au bénévolat demeure une solution fragile surtout à un moment où l'association perd des adhérents et des membres actifs pour des raisons diverses et ne se renouvelle pas.

Même si toutes les missions sont essentielles dans le cadre d'un développement efficace de la fréquentation, l'une d'entre elles se distingue davantage. Il s'agit du poste de chargé de développement de publics et de la médiation. Ce rôle est crucial dans l'accroissement et la fidélisation des publics (scolaire, groupes, familial, jeune public...).

Dans un premier temps, la requalification de l'ensemble de l'offre de la Maison des Traditions devra être redéfinie autour d'axes correspondants au nouveau concept et parcours de visite. Dans un deuxième temps, un travail de communication devra être réalisé en direction des différents publics. La priorisation s'établira d'abord vers le public scolaire puis vers le public groupes.

Actuellement, on constate que le public individuel local et touristique représente une grande part de la fréquentation, contrairement au public scolaire et groupe. La venue des écoles et des groupes a fortement baissé depuis la pandémie Covid. L'offre des « produits groupe » et pédagogique est faible et peu ou mal adaptée, alors qu'une demande existe. La Maison des Traditions a été régulièrement interpellée sur le manque d'attractivité de ses propositions en « produit groupe ». Faute de temps, la personne en charge du musée ne peut pas répondre à toutes les demandes et construire une offre en conséquence.

Un poste de chargé de développement permettrait d'accroître la fréquentation du public scolaire et groupe. Pour le premier, l'élaboration et la réalisation d'une offre pédagogique, mission au cœur des préoccupations de tout musée, en direction du primaire mais également du secondaire semblent incontournables. La méthode consiste à construire, avec les enseignants et l'aide des conseillers pédagogiques du secteur, des visites et ateliers pédagogiques adaptés aux différents cycles en lien avec les thématiques abordées dans le nouveau parcours. La diversité des possibilités s'avère importante.

Quant au public groupe, son accroissement est subordonné à l'élaboration de produits adaptés. Ce segment de l'activité génère des ressources financières importantes. Les visiteurs en groupe exigent des prestations complètes, alliant une dimension culturelle et une approche divertissante. Généralement, cela implique à la fois la valorisation du site, des collections, mais aussi une animation autour de la culture traditionnelle régionale.

La demande est souvent conditionnée par la présence d'un service de restauration sur place. Or, l'installation du bar restaurant multi services « Le Panier de Célestine » est une chance supplémentaire pour capter ce public.

Par ailleurs, les publics touristiques participent à véhiculer l'image du site et de ses activités. La Maison des Traditions et son personnel doivent veiller à la qualité des prestations et à la satisfaction des publics.

Depuis plusieurs années, la municipalité a mené une politique volontariste en direction d'un musée davantage tourné vers une exigence qualitative, scientifique et muséographique inhérentes à toutes les structures muséales (réalisation d'un inventaire des collections, construction d'une réserve, rédaction d'un projet scientifique et culturel...). Aujourd'hui, la Maison des Traditions, comme tout musée, assure des fonctions de conservation, de recherche, d'exposition, de sensibilisation et de médiation. Elle a su évoluer pour accroître son socle de compétences, il s'agit désormais de **la consolider et de la renforcer afin de la mettre en phase avec les exigences des institutions muséales et des publics d'aujourd'hui et en complément avec le futur musée de La Châtre. Si l'obtention du label « Musée de France » n'est pas un objectif, l'ambition est de tendre vers les critères et les normes du label afin d'atteindre un niveau de qualité reconnu.**

Pour répondre à ces besoins, à l'essor que la Maison des Traditions souhaite entreprendre, un poste supplémentaire semble inévitable. Il est certain qu'au regard du coût de la masse salariale, cela peut s'avérer difficilement supportable par le budget communal ce choix mais il faut envisager cette solution au vu de la stratégie à déployer. Avec la mise en œuvre du nouveau parcours de visite, il est clair que le musée doit se réinventer. **La commune de**

Chassignolles a engagé un projet ambitieux, qui bénéficiera à l'ensemble du territoire du Pays de George Sand. Ce projet, de par le sujet, le paysage bocager, sur lequel il s'appuie pour mettre en place le nouveau parcours a été conçu pour s'intégrer pleinement au territoire, afin de le faire connaître et comprendre non seulement à sa population locale mais également aux touristes. Il s'adresse à un public élargi, en complémentarité avec le futur musée de La Châtre. La commune, seule, ne pourra donc pas faire face aux charges de fonctionnement, c'est pourquoi, elle aura besoin du soutien des collectivités locales.

Le recrutement d'un second agent devient indéniablement nécessaire. Les services rendus par les membres de l'association des Amis de la Maison des Traditions et du Conseil Municipal peuvent, certes, être une réponse ponctuelle et provisoire mais ils ne sont pas formés pour les différentes missions, déjà énoncées plus haut, surtout dans un monde culturel qui se professionnalise de plus en plus, face à des publics de plus en plus exigeants sur la qualité des présentations et des propositions.

4-2 Mutualisation de personnels

Pour ce faire, la mise en commun des moyens humains avec le musée de La Châtre ou plus généralement avec un poste de la Communauté de Communes La Châtre – Ste Sévère, pourrait être une solution. Cependant, il existe des freins.

En effet, le risque réside dans le fait que les structures aient besoin de la personne au même moment, en particulier dans le domaine de l'animation. Par ailleurs, il faudra bien définir la répartition des heures à effectuer ainsi que les missions dévolues pour ce poste dans chaque structure.

Une mutualisation pourrait s'effectuer au sein de la commune de Chassignolles. Dans ce cas-ci, **les compétences du salarié sont cruciales** car au vu des services communaux, les compétences des employés sont incompatibles avec ceux d'un chargé des publics de musée. L'agent pourrait au mieux assurer des tâches ciblées telles que l'accueil physique et téléphonique, la comptabilité... et bénéficier d'une formation pour des missions plus spécifiques.

Il peut aussi être envisagé en partenariat avec l'association des Amis de la Maison des Traditions ou une autre association du territoire pour prendre en charge ce poste. Cependant, à l'heure actuelle, la fragilité de l'association des Amis de la Maison des Traditions due au manque de renouvellement de ses adhérents et de ses animations qui ne génèrent pas de suffisamment de recettes, ne permet pas d'étudier cette solution.

Ces suggestions doivent permettre d'accroître la fréquentation et d'augmenter les recettes, sans alourdir les charges de fonctionnement de la commune.

5- Développement des recettes

Le développement des recettes avec de nouveaux services tel est l'enjeu pour la création d'un poste de chargé des publics. La part d'auto-financement du musée constitue une évidence dans la gestion du musée.

Cet accroissement des finances propres au musée pourrait reposer, entre autres, sur les ventes de produits dérivés. Il s'agit de produits fabriqués spécialement pour le musée et à son effigie. Ces objets seraient en vente exclusivement à la boutique du musée. Cette suggestion est intéressante à double titre, sur le plan des recettes mais aussi sur le plan de la communication, car en portant la marque de la Maison des Traditions, ces produits diffuseraient l'image du musée tout en se démarquant des autres structures. En général, ils coûtent plus chers à l'achat mais à la vente, la marge est plus élevée.

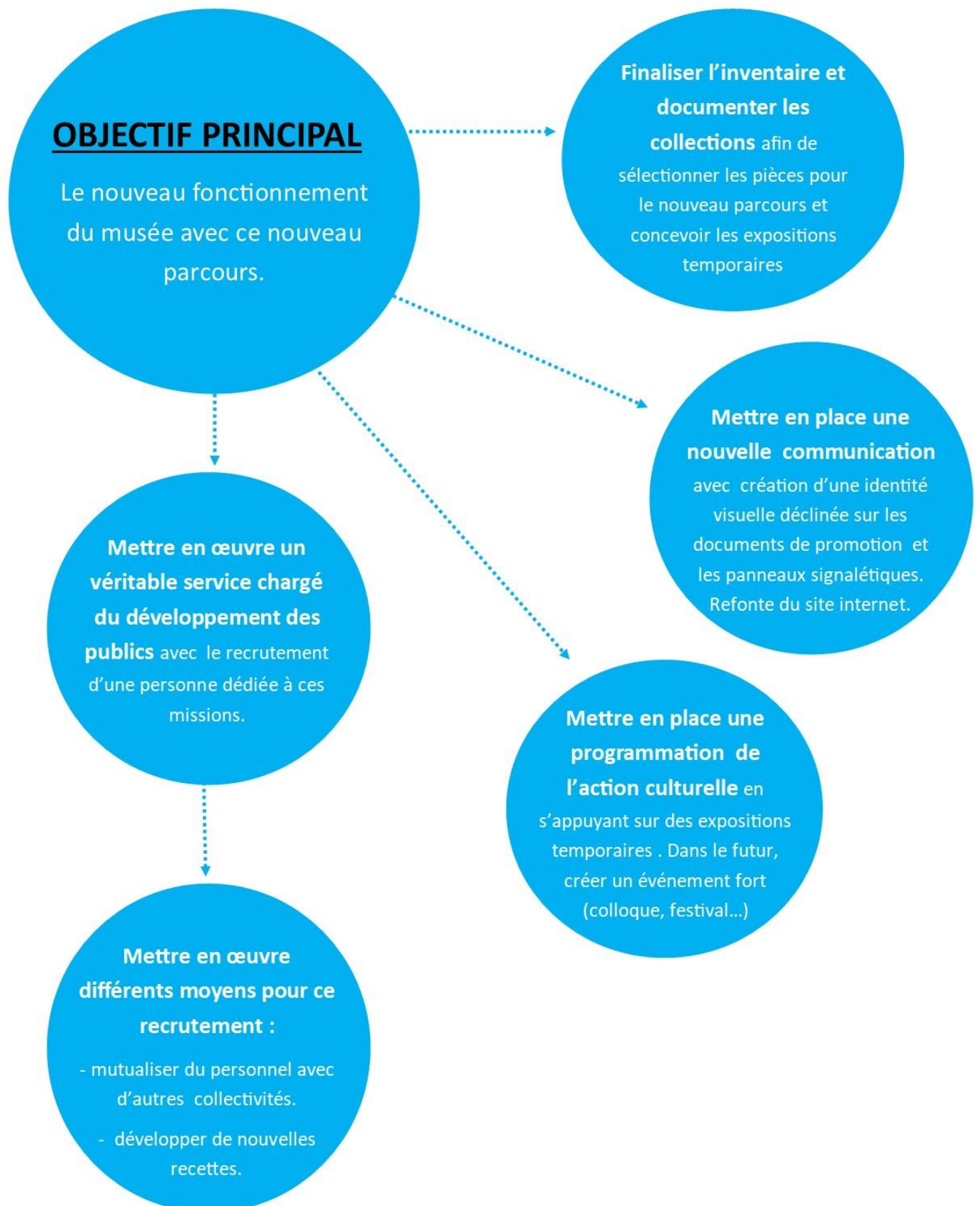
Quant aux « produits groupes », avec des propositions mieux adaptées, leur développement et croissance pourraient être une autre source de financement.

Une autre suggestion peut être soulevée. Une meilleure répartition des différentes lignes budgétaires qui constituent les dépenses et recettes du musée.¹⁷

Une réflexion sur de nouvelles prestations, qui apporteraient des recettes supplémentaires, doit être menée afin que l'ensemble de la restructuration du musée, proposé dans ce document, soit appliqué, efficace et prenne tout son sens.

¹⁷ Voir *Projet Scientifique et Culturel (PSC n° 1) Maison des Traditions – musée de Chassignolles – Lucie RICHEN, Chargée de mission – Octobre 2022 / Partie Projet : Chapitre 4 « Adopter une politique d'exposition temporaire favorisant la participation du public »* [page 84](#)

Synthèse en un coup d'œil



Conclusion

L'installation du bar restaurant multi services « Le Panier de Célestine » dans l'enceinte de la Maison des Traditions a modifié la topographie, la définition et la communication de l'ensemble du site.

Ce projet de restructuration de la Maison passe dans un premier temps par l'élaboration d'un nouveau concept et en conséquence d'un renouvellement du parcours de visite, point de départ de cette réorientation.

Une fois celui-ci mis en place, la synergie, que les 2 structures s'apporteront mutuellement, sera totale pour devenir un équipement à part entière visible et lisible sur le territoire du Pays de George Sand.

Cette nouvelle identité et toutes ces démarches envisagées contribueront à faire sortir le site de son isolement et de son absence de visibilité et de lisibilité.

L'objectif de ce nouveau concept est de réaliser une relecture des collections et de les interpréter autrement en apportant un éclairage contemporain. Restituer aux visiteurs des clés de compréhension des mutations en les ramenant à leurs expériences personnelles et leur propre relation au milieu environnemental et sociétal. Cette valorisation des patrimoines matériels et immatériels tendra à sensibiliser les publics.

Sa vocation sera un atout majeur pour la commune et elle apportera **une nouvelle offre touristique sur le territoire du pays de George Sand non seulement par le sujet traité, connaître, comprendre et valoriser le territoire du Boischaud Sud, 2^e région bocagère la mieux préservée après celle de la Normandie mais aussi par sa proposition : un lieu de culture, de détente et de restauration.**

La singularité de ce projet donne une nouvelle dimension et repositionne le musée au sein de la Communauté de Commune de La Châtre-Ste Sévère et du département de l'Indre.

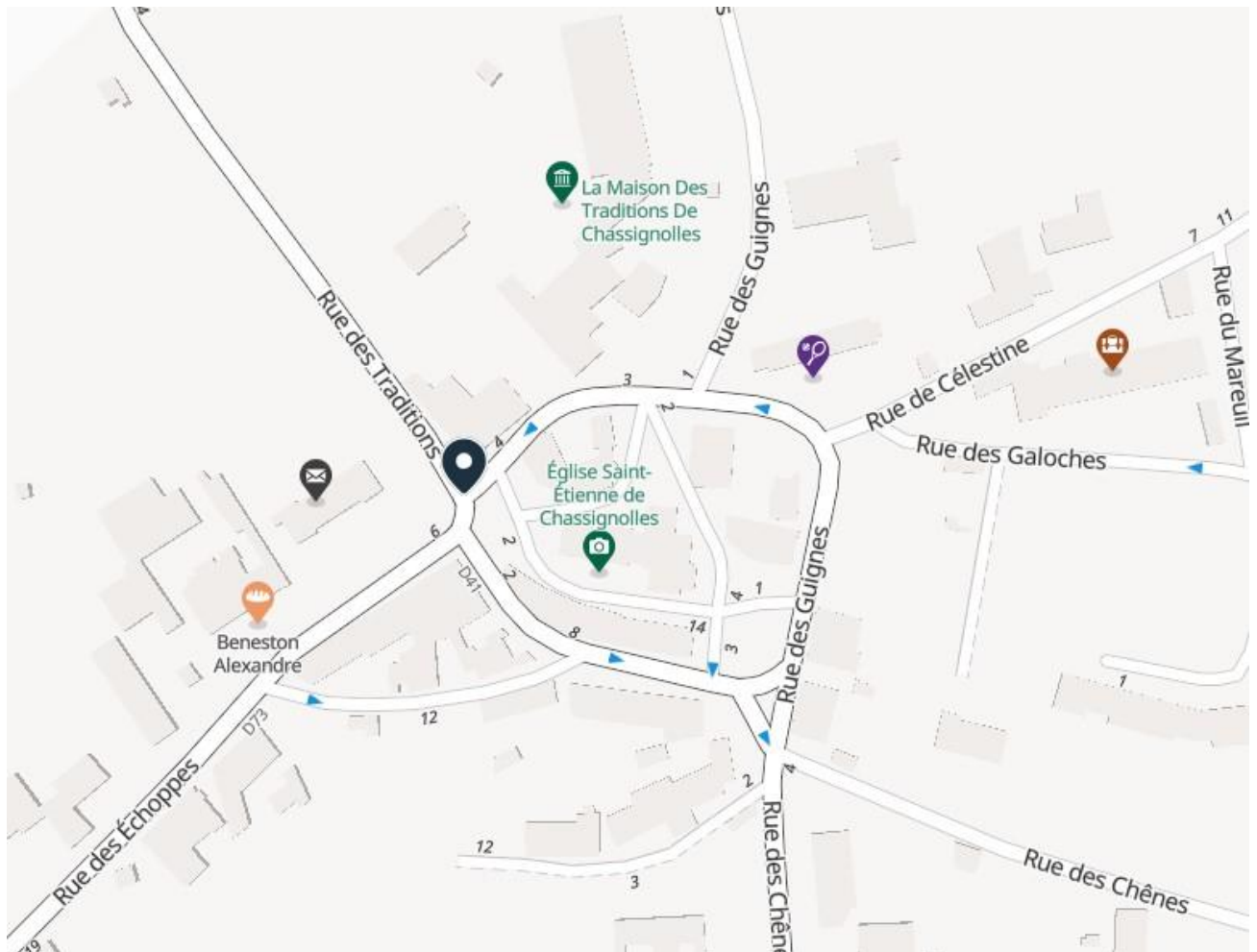
Ces nouvelles orientations permettront dans l'avenir des propositions multiples et variées comme par exemple une ouverture vers la valorisation du petit patrimoine rural et industriel et ainsi devenir un pôle de ressources, qui renforcera cette nouvelle dimension territoriale et garantira sa pérennité.

ANNEXES

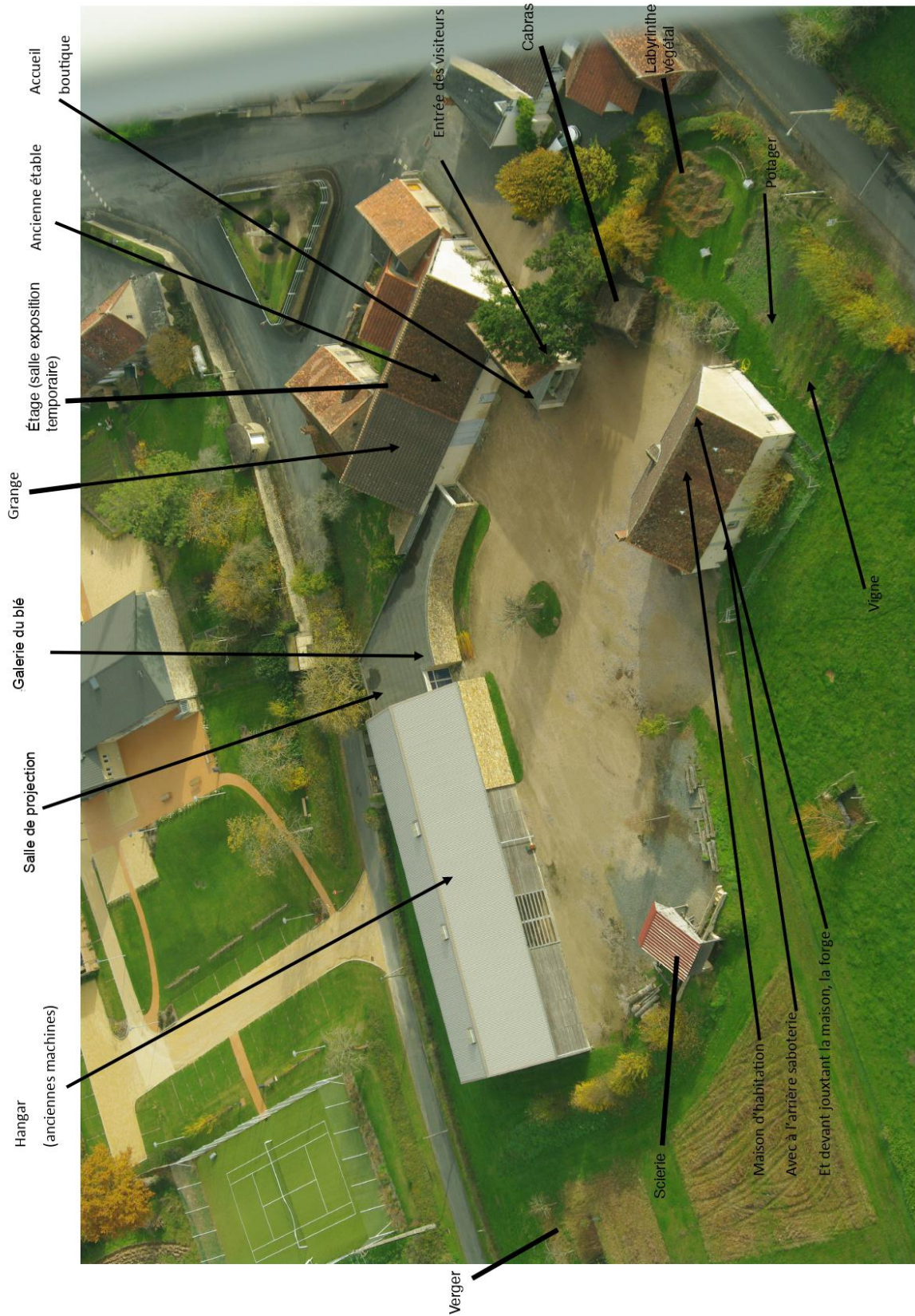
SOMMAIRE

Annexe 1 : extrait d'une carte Michelin : situation de la Maison des Traditions et de « l'Épicerie, Le panier de Célestine » dans le bourg de Chassignolles	48
Annexe 2 : : vue aérienne de la Maison des Traditions avant l'implantation du « Panier de célestine »	49
Annexe 3 : périmètre étudié.....	50
Annexe 4 : étude stratégique de développement touristique durable à l'échelle du Pays de La châtre en Berry – septembre 2024 – agence « in extenso tourisme, culture et hôtellerie » ...	51
Annexe 5 : plan détaillé du scénario renouvelé.....	64

ANNEXE 1 : Extrait d'une carte Michelin : situation de la Maison des Traditions et de « l'Épicerie - Le panier de Célestine » dans le bourg de Chassignolles, en 2021



ANNEXE 2 : vue aérienne de la Maison des Traditions avant l'implantation du « panier de célestine »



ANNEXE 3 : périmètre étudié

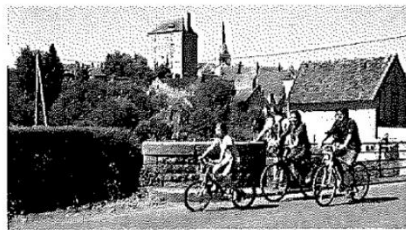


Les enjeux et les défis de la destination demain

Les points d'appuis



De **bons avis clientèles** identifiés au sein de l'analyse de l'image et de notoriété du territoire ... bien que les retours soient peu nombreux



Une **offre de tourisme culturel structurante et différenciante** notamment autour de George Sand et de grands événements à fort rayonnement



Une **diversification de l'offre engagée** autour des activités de pleine nature, du vélo et des loisirs

Des **clientèles à la recherche de patrimoine mais également de balades à pied**, de produits de dégustation des produits du terroir et autour de l'observation de la nature

Un **patrimoine paysager d'intérêt** support à la fois d'activités de pleine nature et d'une histoire à raconter

Les enjeux et les défis de la destination demain

Les défis



Une **accessibilité contrainte** sans voiture



Une **destination qui est encore peu identifiée dans la carte mentale** des visiteurs > **Le Pays – un périmètre « minimum » pour exister sur le plan touristique**

Un positionnement autour du tourisme culturel et de George Sand qui a **des difficultés à embarquer l'ensemble des acteurs** de la destination

Une **offre de loisirs à destination des familles peu développée**, également – une offre de tourisme culturel qui reste à moderniser / renouveler



De **nombreux projets ayant des difficultés à émerger** ... des démarches à intégrer au sein d'un projet collectif

Une **gouvernance publique du tourisme à optimiser pour être plus efficace**, plus visible et faciliter le travail avec les professionnels (en attente de travail collectif)

Le positionnement stratégique

Le pays de la Châtre et la vallée noire de
George Sand,
un territoire vivant de découverte culturelle et
patrimoniale dans un cadre paysager de
bocage propice au ressourcement loin des
sentiers battus

Le Sud Berry authentique et inattendu

Le Pays de la Châtre, ou Vallée noire, est – dans le Sud du Berry - une destination encore confidentielle, légèrement à l'écart des sentiers battus : c'est **une région qui mérite le détour**, et même de **s'y attarder quelques jours**, à plus d'un titre : un paysage de bocage propice aux balades (à pied, à vélo, à cheval...) et aux rêveries, parsemé de villages vivants et de caractère, avec pour point d'orgue la **maison de George Sand**, espace culturel qui lui est dédié.

En bref, le Pays de la Châtre offre, pour qui y vient ou passe occasionnellement par-là, **de belles rencontres** avec son histoire, ses paysages, ses arts vivants, ses savoir-faire traditionnels... et l'accueil de ses habitants. Un pays attachant qui incite à rester ou revenir quelques jours pour **découvrir, puis explorer** le territoire en profondeur et bénéficier pleinement du **ressourcement** qu'il offre à ses hôtes.

Etude stratégique de développement touristique durable à l'échelle du Pays de la Châtre en Berry // Pays de la Châtre // Avril 2024

@In Extenso TCH 5

Rappel des cibles de clientèles prioritaires

Caractéristiques, attentes et potentiels

Segments de clientèles	Caractéristiques principales	Attentes	Flux théorique	Potentiel pour le territoire	Pouvoir d'achat
Les résidents du territoire et affinitaires	<ul style="list-style-type: none"> 558 505 habitants à 1h de La Châtre Se déplacent à la journée pour des activités spécifiques Une population plutôt âgée 	<ul style="list-style-type: none"> Des offres diversifiées et renouvelées régulièrement Des animations et de l'événementiel tout au long de l'année Des offres attractives financièrement et accessibles 	+++	+++	++
Les clientèles de proximité en séjour dans le Berry Nature / culture Famille et couples	<ul style="list-style-type: none"> Familles, couples Zone de chalandise à 1h max Ou séjour nature / calme loin des foules via notamment un hébergement de qualité 	<ul style="list-style-type: none"> Hébergement de qualité Des offres adaptées aux familles / ludique Présence de l'eau / du frais en été Des activités mixant culture et nature : à la recherche de visite de monuments, de châteaux (77%), de parcs et jardins (50%) de musées (42%), de balade à pied et randonnée pédestre (39%), de dégustation de produits du terroir (32%), d'observation de la nature (26%) 	++	++	++
Les touristes culturels sur des produits à forte visibilité (George Sand, festivals) <i>Couples, séniors, Quelques familles plus ponctuellement Agglo à 3h</i>	<ul style="list-style-type: none"> Familles, couples En provenance des villes proches (Châteauroux, Bourges) mais aussi plus lointaines, notamment Paris Venue pour notamment pour George Sand et les événements culturels 	<ul style="list-style-type: none"> Des propositions culturelles de qualité et à forte visibilité Une facilité d'accès aux offres touristiques notamment depuis la gare (festival, musée ...) potentiellement sans voiture Recherche de restaurants et hébergements qualitatifs et authentiques Des offres complémentaires plus nature 	+	++	+++
Les clientèles de passage / en itinérance <i>Vélo, campings-caristes, sur la route des vacances</i>	<ul style="list-style-type: none"> Vélo le long des grands itinéraires Randonneurs le long des chemins de Saint Jacques Campings-caristes Vacanciers en route vers le sud 	<ul style="list-style-type: none"> Hébergement adapté à leur pratique (randonnée, accueil vélo) Signalétique adaptée depuis les sentiers pour trouver facilement les activités et les hébergements Des infrastructures sécurisées Une information facile à trouver 	+	+	+++

Etude stratégique de développement touristique durable à l'échelle du Pays de la Châtre en Berry // Pays de la Châtre // Avril 2024

@In Extenso TCH 6

Les 3 objectifs stratégiques

A / Asseoir l'identité culture / nature du territoire et renforcer sa visibilité dans la carte mentale touristique du Berry

B / Déployer des offres et un accueil de qualité tout au long de la chaîne de services pour une expérience touristique adaptée aux attentes

C / Consolider l'organisation touristique pour un développement touristique durable, équilibré et au service du territoire et de ses populations

Les actions

A / Asseoir l'identité culture / nature du territoire et renforcer sa visibilité dans la carte mentale touristique du Berry

Action 1 : Affirmer un positionnement touristique collectif valorisant un tourisme culturel autour de George Sand au sein d'un territoire de nature attractive et de bocage préservé

Action 2 : Concentrer les efforts marketing / communication en mettant en avant les offres les plus adaptées par typologies de clientèles cibles (Qui ? Quand ? Quoi ?)

B / Déployer des offres et un accueil de qualité tout au long de la chaîne de services pour une expérience touristique adaptée aux attentes

Action 3 : Renforcer et adapter l'accueil et l'information touristique sur le territoire

Action 4 : Accompagner le déploiement de l'offre d'hébergement touristique valorisant le cadre naturel et organiser l'accueil camping-cars

Action 5 : Mettre en place un schéma de valorisation et de mise en tourisme du patrimoine du Pays en lien avec les projets des communes – à terme poser une réflexion autour d'un Pays d'Art et d'Histoire

Action 6 : Créer un événement collectif et sportif autour de la randonnée et des sports de pleine nature fédérateur et valorisant les sentiers

Action 7 : Proposer une offre de restauration adaptée aux attentes des cibles et diversifier les propositions

C / Consolider l'organisation touristique pour un développement touristique durable, équilibré et au service du territoire et de ses populations

Action 8 : Professionnaliser et accompagner la mise en réseau des socio-professionnels

★ Action 9 : Adapter les outils d'organisation et de gouvernance au projet collectif

Action 10 : Impliquer les habitants dans le projet touristique pour développer des expériences remarquables autour de la gastronomie, de l'agritourisme et des savoir-faire

Axe A : Asseoir l'identité culture / nature du territoire et renforcer sa visibilité dans la carte mentale touristique du Berry

POURQUOI ?

Exister dans la carte mentale touristique régionale

Valoriser les richesses culturelles (George Sand, événementiels) mais également le cadre naturel et paysager

COMMENT ?

En affirmant un positionnement touristique à l'échelle du Pays (échelle minimale pour être visible) > en parlant d'une même voix

En concentrant les efforts sur 4 publics cibles pour lesquelles le territoire est particulièrement bien positionné

En proposant des expériences mêlant découverte culturelle et ressourcement dans un cadre naturel préservé

En structurant des outils de communication collectifs

Action 1 : Affirmer un positionnement touristique collectif valorisant un tourisme culturel autour de George Sand au sein d'un territoire de nature attractive et de bocage préservé

Détail de l'action

Décliner ce positionnement et adapter / harmoniser / mutualiser les outils de promotion et de communication existants (site Internet, réseaux sociaux...) du territoire et de ses partenaires
A moyen terme > structurer un site internet mutualisé à destination des touristes du territoire

Mettre en avant des **expériences touristiques diversifiées** autour :

- o De pôles touristiques majeurs : par exemple les produits de découverte autour de George Sand comme le Domaine de George Sand ; les grands événements du territoire comme Le Festival continu, le Nohant Festival Chopin...
- o De « pépites » complémentaires : valorisation du petit patrimoine, par exemple le Château de Sarzay ou les villages de caractère comme Sainte-Sévère-sur-Indre ; mise en avant des fêtes traditionnelles comme le Festival de la pomme de terre ou la Journée de la pomme de pays et des fruits...
- o De la nature, avec le paysage préservé de bocage, riche de biodiversité, et sa « Vallée noire », belle et mystérieuse, aux couleurs changeantes selon les saisons

Travailler avec la marque Berry pour **renforcer la visibilité du Pays** au sein de la destination et **proposer des contenus adaptés au positionnement souhaité** (photos, textes ...)

Action 2 : Concentrer les efforts marketing / communication en mettant en avant les offres les plus adaptées par typologies de clientèles cibles (Qui ? Quand ? Quoi ?)

Détail de l'action

Concentrer les efforts de promotion sur les cibles identifiées en adaptant les messages (cibles, saison, produits ...)

- Les résidents du territoire large (>1h) - Excursionnistes et affinitaires (familles, amis en visite)
- Les clientèles en séjour (<1h) dans le Berry, sensibles nature / culture – Familles et couples
- Les touristes culturels sur des produits à forte visibilité (George Sand, festivals) - Couples, seniors, quelques familles plus ponctuellement, Agglo à 3h
- Les clientèles de passage / en itinérance - Vélo, campings-caristes, sur la route des vacances

Décliner un calendrier d'actions spécifiques à chacune des cibles identifiées, notamment via les événements

Traduire le positionnement pour chacune des clientèles en mettant en avant des produits adaptés en capacité de les « faire venir » et des offres complémentaires pour les « faire rester » sur le territoire

Axe A : Asseoir l'identité culture / nature du territoire et renforcer sa visibilité dans la carte mentale touristique du Berry

Actions	2024				2025				2026				2027				2028				2029			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
1/ Affirmer un positionnement touristique collectif valorisant un tourisme culturel autour de George Sand au sein d'un territoire de bocage préservé																								
2/ Concentrer les efforts marketing / communication en mettant en avant les offres les plus adaptées par typologies de clientèles cibles (Qui ? Quand ? Quoi ?)																								

Pilotage et organisation

- Groupe de travail / partenariat entre les trois offices de tourisme du territoire pour adaptation des outils et déclinaison marketing
- Les messages sont précisés de manière à pouvoir relayer ce positionnement auprès des partenaires territoriaux (et notamment Marque Berry Province).
- A terme, il est pertinent de développer des outils collectifs à l'échelle du Pays afin d'éviter les doublons (de messages et de moyens) notamment site internet.

Budget

- Adaptation des outils au positionnement marketing : temps de travail
- Renforcement de la programmation événementielle (culture + nature) et sa communication : selon possibilité – idéalement entre 30 et 100k€ / an

Axe B : Déployer des offres et un accueil de qualité tout au long de la chaîne de services pour une expérience touristique adaptée aux attentes

POURQUOI ?

Pour répondre aux attentes des clientèles et remettre l'humain au cœur de la destination (accueil, offre, services ...)

Pour développer les retombées économiques du tourisme sur le territoire

COMMENT ?

En adaptant l'accueil et l'information touristique aux besoins des visiteurs

En accompagnant le développement d'une offre d'hébergement nature / authentique et de qualité

En mettant le patrimoine et les activités de pleine nature au cœur de la stratégie – en lien avec la qualité du cadre de vie générale

En proposant une offre de restauration et d'activités diversifiées et cohérente avec le positionnement souhaité

Action 3 : Optimiser et professionnaliser l'accueil et l'information touristique public sur le territoire

Détail de l'action

Créer un groupe de travail en charge de **proposer des pistes d'optimisation de l'accueil touristique à l'échelle du Pays** à minima sur les BIT avec un personnel mutualisé garantissant une information à l'échelle du Pays

Poser **une réflexion globale sur l'accueil temporaire et itinérant** (et numérique) pour être présents aux bons moments et aux bons endroits > notamment sur les grands événements du territoire

Renforcer la formation et proposer des éducteurs aux personnes en charge de l'accueil touristique sur différents lieux d'accueil touristique. A terme, étudier la possibilité de fermer certains points d'accueil qui ne répondent pas aux qualités d'exigence de l'accueil touristique

Action 4 : Accompagner le déploiement de l'offre d'hébergement touristique valorisant le cadre naturel et organiser l'accueil camping-cars

Détail de l'action

Elaborer et diffuser un document de communication permettant de relayer les dispositifs d'accompagnement techniques (dont formation ...) et financiers à destination des hébergeurs (Fond d'aide à l'hébergement touristique notamment sur les campings et les meublés de tourisme) – en intégrant la sensibilisation à la transition écologique.

- **Mettre en place un appel à projet** visant :
 - à accompagner le déploiement d'une offre d'hébergement de type meublés de charme, chambres d'hôtes et hébergement à la ferme
 - à soutenir le développement de l'hébergement temporaire chez l'habitant lors des grands événements culturels du territoire

Mettre en place un schéma d'accueil des camping-cars sur le territoire : carte identifiant les aires et les services, identification des besoins et des manques sur cette cible ...

Action 5 : Mettre en place un schéma de valorisation et de mise en tourisme du patrimoine du Pays en lien avec les projets des communes – à terme poser une réflexion autour d'un Pays d'Art et d'Histoire

Détail de l'action

Engager des démarches de référencement et de connaissance sur le patrimoine matériel et immatériel à l'échelle du Pays de la Châtre en Berry. Dans ce cadre, il pourrait être organisé **un hackathon sur les mémoires vivantes et le patrimoine immatériel** du pays permettant de récolter, sur 24h, les témoignages des pratiquants du territoire de longue date.

Accompagner les porteurs de projets (notamment les communes) dans les démarches de valorisation du patrimoine et d'ouverture au public des sites

Mettre en place un groupe de travail à l'échelle du Pays en charge de la réflexion globale sur la démarche Pays d'art et d'histoire

Action 6 : Créer un événement de pays sportif et festif autour de la randonnée et des sports de pleine nature fédérateur et valorisant les sentiers

Détail de l'action

Identifier le réseau de sentiers « d'intérêt supra-communautaire » et prioritaire dans le développement de services à destination des randonneurs : hébergement adapté, services de réparation vélo, points d'eau, interprétation des paysages

Structurer un grand événement sportif de type trail de pays :

- o Dans un esprit fun, festif et décalé
- o traversant les trois communautés de communes
- o Valorisant les atouts du territoire (paysages mais également produits du terroir, sites culturels du territoire en y intégrant une approche de type chasse aux trésors)

Action 7 : Proposer une offre de restauration locale adaptée aux attentes des cibles et diversifier les propositions

Détail de l'action

Créer un document de communication permettant de relayer les tendances de consommation en matière de restauration en France avec identification des spécificités clientèles et le diffuser auprès du réseau de restaurateur du territoire. IL s'agit également d'y intégrer une information sur les différents labels existants (éco-table, green-food, maître restaurateur ...).

Structurer un réseau de professionnels « de la terre à l'assiette » regroupant des producteurs et des restaurateurs etc sur la base du volontariat. Identification des priorités et travail collectif

Par exemple proposer des plats végétariens « berrichons », proposer des paniers gourmands pour les cyclistes – adaptés à une pratique sportive / des petits déjeuner Berrichons dans les chambres d'hôtes, garantir la possibilité d'une restauration tous les soirs sur le territoire en jouant sur les complémentarités des horaires d'ouverture ...)

Créer un prix de « l'assiette du Pays de la Châtre » annuel permettant de mettre en valeur un producteur / restaurateur ayant développé un plat / une initiative forte autour de la valorisation de la gastronomie locale, durable et de qualité sur le territoire.

Axe B : Déployer des offres et un accueil de qualité tout au long de la chaîne de services pour une expérience touristique adaptée aux attentes

Actions	2024				2025				2026				2027				2028				2029			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
3/ Renforcer et adapter l'accueil et l'information touristique sur le territoire																								
4/ Accompagner le déploiement de l'offre d'hébergement touristique valorisant le cadre naturel et organiser l'accueil camping-cars																								
5/ Mettre en place un schéma de valorisation et de mise en tourisme du patrimoine du Pays en lien avec les projets des communes - à terme poser une réflexion autour d'un Pays d'Art et d'Histoire																								
6/ Créer un événement collectif et sportif autour de la randonnée et des sports de pleine nature fédérateur et valorisant les sentiers																								
7/ Proposer une offre de restauration adaptée aux attentes des cibles et diversifier les propositions																								

Etude stratégique de développement touristique durable à l'échelle du Pays de la Châtre en Berry // Pays de la Châtre // septembre 2024
TCH

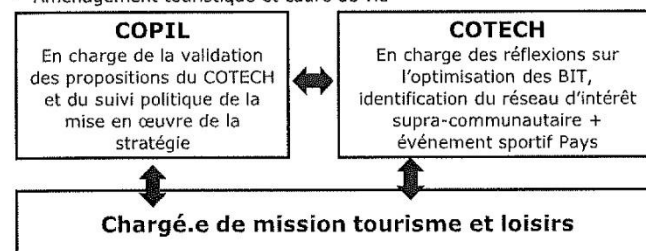
@In Extenso 19

Axe B : Déployer des offres et un accueil de qualité tout au long de la chaîne de services pour une expérience touristique adaptée aux attentes

Pilotage et organisation

ECHELLE PAYS

- développement et structuration de l'offre
- actions sur les filières prioritaires : patrimoine, randonnée et gastronomie
- Aménagement touristique et cadre de vie



ACTIONS A MENER AXE B

- pilotage de l'appel à projet hébergement de charme + schéma de valorisation du patrimoine, organisation du Hackathon+ pilotage et suivi de la démarche PAH le cas échéant
- pilotage de la démarche itinérance (référencement et identification des sentiers d'intérêt supra-communautaires)
- Pilotage des projets de valorisation de la gastronomie : animation du réseau de restaurateurs et produits du terroir + organisation du prix de l'assiette du Pays de la Châtre

PARTENAIRES

Offices de tourisme du territoire

Accueil, information, communication, promotion et commercialisation

ACTIONS A MENER AXE B

- Mise en place d'éducteurs annuels pour personnels et partenaires
- Création de produits touristiques mêlant patrimoine et nature en lien avec l'esprit du positionnement souhaité

Partenaires supra-territoriaux

Etude stratégique de développement touristique durable à l'échelle du Pays de la Châtre en Berry // Pays de la Châtre // septembre 2024
TCH

@In Extenso 20

Axe B : Déployer des offres et un accueil de qualité tout au long de la chaîne de services pour une expérience touristique adaptée aux attentes

Budget prévisionnel

- **Fonctionnement / animation territoriale** : environ 3k€ / an intégrant la mise en place d'éductours pour les personnels OT et les personnels sur les satellites + la soirée festive annuelle intégrant le prix de l'assiette du pays
- **L'élaboration de document d'information et de communication** à l'échelle du Pays : 2k€ sur 2025 (dispositifs d'accompagnement hébergeurs + tendances de consommation sur la restauration)
- **L'appel à projet** visant à faire émerger des offres d'hébergements de charme : entre 15 et 30k€ en 2026
- **Les études complémentaires si externalisation** : entre 15 et 30k€ / études (déploiement de l'accueil camping-cars, schéma de valorisation et de mise en tourisme du patrimoine)

Environ 40k€ sur la période 2025/2029 sur l'axe B

+ études complémentaires si externalisation sur schéma accueil camping-cars et schéma patrimoine (15 à 30k€ / étude)

Axe C : Consolider l'organisation touristique pour un développement touristique durable, équilibré et au service du territoire et de ses populations

POURQUOI ?

Pour mettre en place la stratégie touristique collective de manière efficace et optimiser les moyens dédiés au tourisme sur le territoire

Pour faciliter le développement des projets touristiques de qualité sur le territoire

COMMENT ?

En accompagnant la professionnalisation et la mise en réseau des acteurs du tourisme

En impliquant les habitants dans le projet touristique et en encourageant le développement de projets

En mettant en place un pilote à l'échelle du Pays, des instances de suivi ainsi qu'un budget collectif dédié aux actions à mettre en œuvre

Action 8 : Professionnaliser et accompagner la mise en réseau des socio-professionnels

Détail de l'action

Poursuivre l'accompagnement des prestataires (techniquement et financièrement) en prenant appui sur des formations externes et ses différents outils en présentiel ou en ligne (« MOOC », « SPOC ») en particulier sur :

- o L'accueil numérique et l'accueil multilingues (anglais) : formation à l'utilisation des outils numériques
- o Le marketing (savoir se vendre et vendre son territoire) La montée en qualité via une information sur les démarches de labélisation
- o l'adaptation de leur offre (attentes clientèles, évolutions et tendances du marché ...) en lien avec l'observation touristique départementale.
- o Le développement de la responsabilité sociétale des entreprises par le développement de démarche RSE et/ou RSO

Renforcer le travail de terrain : aller voir les prestataires, échanger sur leurs besoins, communiquer sur les dispositifs d'accompagnement existants ...

Animer le réseau et communiquer régulièrement : projets territoriaux en cours, attraits touristiques du territoire, événements, bénéfices du tourisme

Action 9 : Adapter les outils d'organisation et de gouvernance au projet collectif



ACTION PRIORITAIRE

Détail de l'action

- **Mettre en place un chargé de mission « Tourisme et Loisirs »** au sein du Pays en charge du pilotage, de la mise en place et du suivi du plan d'actions
- **Mettre en place les instances de suivi** de la démarche :
 - o Un COTECH / Groupe de travail et de réflexion intégrant des techniciens
 - o Un COPIL intégrant des élus du territoire en charge de la validation des propositions du COTECH / groupe de travail

Travailler collectivement à l'identification des moyens humains et financiers, dans un premier temps des 5 actions prioritaires

Formaliser et signer une convention pluriannuelle par les acteurs pilotes de la démarche (Pays, CC et OT) permettant d'afficher une volonté collective de déployer une stratégie de développement touristique à l'échelle du pays

Action 10 : Impliquer les habitants dans le projet touristique pour développer des expériences remarquables

Détail de l'action

Poursuivre le travail engagé par l'office de tourisme sur **la valorisation des produits du terroir et de restauration du territoire**, par exemple valoriser davantage les produits locaux lors des évènements culturels, mettre en avant les recettes locales au sein des restaurants du territoire ...

Accompagner les agriculteurs et producteurs dans le déploiement de produits agritouristiques : travail de terrain, information sur les dispositifs en cours et les besoins touristiques, retours d'expériences et bonnes pratiques

Identifier les entreprises proposant des services et des offres d'intérêt sur le plan touristique et les accompagner dans la mise en tourisme

Axe C : Consolider l'organisation touristique pour un développement touristique durable, équilibré et au service du territoire et de ses populations

Actions	2024				2025				2026				2027				2028				2029			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
8/ Professionnaliser et accompagner la mise en réseau des socio-professionnels	Poursuivre le travail de professionnalisation et d'accompagnement des acteurs du tourisme																							
	Animation et suivi de la stratégie par le chargé de mission tourisme et loisirs du pays																							
9/ Adapter les outils d'organisation et de gouvernance au projet collectif	Conventions pluriannuelle et engagement financier pour la mise en oeuvre du projet																							
	Identifier les entreprises / initiatives à potentiel touristique																							
10/ Impliquer les habitants dans le projet touristique pour développer des expériences remarquables autour de la gastronomie, de l'agritourisme et des savoir-faire	Accompagner les agriculteurs et producteurs dans le déploiement de produits agritouristiques, structurer des produits de découverte des savoir-faire																							

Pilotage et organisation

- Offices de tourisme du territoire sur la professionnalisation et le travail de terrain et de mise en réseau
- Pays et CC sur la structuration des instances de suivi et recrutement du chargé de mission

Budget

- Temps de travail actuel des offices de tourisme en matière d'accompagnement et d'animation du réseau d'acteurs (optimisation sur les temps d'accueil)
 - le recrutement à l'échelle du Pays d'un chargé de mission tourisme et loisirs – entre 35 et 45 k€ / an
- Exprimé en non syndiqué Pays de l.C.*

ANNEXE 5 : plan détaillé du scénario renouvelé

1^{ERE} PARTIE : LE BOCAGE, UN PAYSAGE FAÇONNE : DU MILIEU RURAL A L'ESPACE RURAL

1-1 DUALITE ENTRE « SAUVAGE » ET « DOMESTIQUE »

1-1a Histoire du bocage et son évolution au tournant du XIX et XXème siècle

1-1b La haie une ressource pour l'homme

1-1c L'homme et l'animal

1-2 HERITAGE DU PAYSAGE AU XXEME SIECLE

1-2a Le parcellaire d'hier à aujourd'hui

1-2b De la ferme à l'exploitation agricole

1-3 DE LA FERME AU PAVILLON

1-3a D'un habitat rudimentaire à une maison tout confort

1-3b Des modifications visibles dans le bâti

2^{EME} PARTIE : LE BOCAGE, UN PAYSAGE HABITE : SOCIETE ET CULTURE RURALE

2-1 DU VILLAGE A L'INTERCOMMUNALITE

2-1a Du paysan-villageois aux néoruraux

2-1b Les commerces et l'artisanat

2-1c Du chemin au chemin de fer, à la route

2-1d L'intercommunalité

2-2 D'UNE SOCIETE PATRIARCALE A UNE SOCIETE PARITAIRE

2-2a La cellule familiale

2-2b La place de la femme

2-2c La vie quotidienne

2-3 DU VETEMENT IDENTITAIRE A L'UNIFORMISATION

2-3a Le vêtement traditionnel aux multiples facettes

2-3b Du colporteur à l'industrie manufacturière

2-4 DE LA FETE RURALE AU BAL TRAD

2-4a Les âges de la vie : d'un mode de vie ancestral à un nouveau mode de vie

2-4b Des fêtes religieuses aux assemblées profanes

3^E PARTIE : LE BOCAGE, UN PAYSAGE REVE ? IMAGE ET PERCEPTION DE LA RURALITE

3-1 REPRESENTATION DU MONDE RURAL DANS LES ARTS ET LA LITTERATURE

3-1a Représentation dans les arts

3-1b Représentation dans la littérature

3-1c La famille Sand

3-2 NAISSANCE DE L'ETHNOGRAPHIE ET DU FOLKLORE

3-2a Les travaux de 3 générations Sand

3-2b Le développement des mouvements régionalistes culturels et politiques

3-2c La nouvelle vision nationale de l'ethnographie et ses répercussions en Berry

3-3 ESPACE RURAL, ESPACE DE VIE OU DESTINATION TOURISTIQUE

3-3a Le monde rural existe-t-il toujours ?

3-3b Fin annoncée des paysans ? Mythe ou réalité ?

3-3c Espace de vie ou destination touristique ?