

Romain Morange

Master 1 Valorisation du Patrimoine et Développement Territorial.

Rapport de Stage - Collectif Abattre et Valoriser la Viande en Limousin.
(A2VL)



Un centre
d'interprétation
pour le Pôle
Viandes Locales.



Année universitaire 2013 - 2014



Remerciements

Mes remerciements vont tout particulièrement à Mr Yohann Toulza-Lemaire. Qui a su me guider mais aussi et peut être surtout me faire confiance.

Mes remerciements vont aussi aux éleveurs du Pôle Viandes Locales qui se sont impliqués pour le centre d'interprétation : François et Marion Gomez, Françoise Lulek, Jérôme Orvain, ainsi qu'Éric Cottineau mon maître de stage au sein du collectif A2VL.

Enfin je tiens à remercier M. Guillaume Betton, président du collectif A2VL qui a su me faire confiance.

Sommaire

Remerciements

Introduction.

- 1- Présentation du commanditaire. P.1
- 2- Présentation de la commande. P.3
- 3- Le concept d'interprétation et de centre d'interprétation. P.7
- 4- Présentation du territoire d'intervention. P11

I. Conduite de projet :

- 1- Méthodologie, présentation et diffusion de l'avancée des travaux. P.18
- 2- La synergie entre le projet fonctionnel et le centre d'interprétation. P.20
- 3- Création d'un groupe de travail. P.24
- 4- Visite et analyse d'autres sites en France. P.26

II. Proposition d'actions :

- 1- Présentation des potentialités d'interprétation. P.50
- 2- Proposition de médias d'interprétation. P.54
- 3- Pré-programmation architecturale. P.60
- 4- Proposition d'une charte graphique. P.62

III. Etude de faisabilité :

- 1- Analyses des différents publics visés. P.74
- 2- Subventions et financements. P.78
- 3- Budget prévisionnel. P.80
- 4- Projection de fonctionnement. P.82

Conclusion. P.86

Bibliographie. P.87

Webographie. P.88

Annexes. P.90

Introduction

1. Présentation du commanditaire.



Logo du collectif A2VL

Le collectif A2VL (Abattre et valoriser la viande en Limousin) est une association de loi 1901, représentée par son président M. Guillaume Betton. L'association fait partie du réseau PERL : Pépinières d'Entreprises Région Limousin. Un dispositif qui a pour objectif de renforcer les chances de succès de ses entreprises, du développement à l'insertion dans le tissu économique local.

Cette dernière s'est créée en 2007 suite à la fermeture de l'abattoir d'Eymoutiers (dans l'Est du département de la Haute-Vienne, au sein de la communauté de communes Monts et Barrages.) Elle regroupe une quarantaine d'éleveurs indépendants représentant différentes filières : bovine, porcine, ovine et aviaire. Ces derniers se sont regroupés pour trouver une solution à la fermeture de l'abattoir d'Eymoutiers qui était le plus alors le plus proche. Suite à sa fermeture, les éleveurs doivent effectuer de nombreux kilomètres pour se rendre dans des abattoirs qui ne correspondent pas forcément à leur éthique. De grands abattoirs où le respect de l'animal reste « aléatoire ». De plus un esprit de groupe se forme, et au-delà de la réponse à apporter à la problématique d'abattage, celle de s'inscrire dans une démarche qualitative en circuit court émerge.

Ouvrir un abattoir indépendant aujourd'hui est un non-sens économique. En effet l'activité d'abattage est une activité totalement déficitaire. En revanche, la découpe, la mise en maturation et la transformation de la viande sont des activités à forte valeur ajoutée. Partant de ce constat, l'idée de la création d'un Pôle Viandes Locales, émerge. Ce projet porté par l'association « Collectif A2VL », a pour idée de centraliser toutes les étapes de transformation de la viande : abattage, découpe, mise en maturation, transformation, le transport et en partie la vente sur un même site.

Ce projet est financé en partie par les éleveurs, qui sont en l'occurrence des « éleveurs-investisseurs », par des investisseurs non issus de la filière agricole, simples citoyens intéressés par le projet, ainsi par des institutions publiques (Région Limousin, PNR Millevaches en Limousin, Département de la Creuse ainsi que de la Haute-Vienne, État, Europe.)

Ce projet a bien évidemment une visée économique : développer les circuits courts alimentaires liés à la viande. Mais c'est aussi un projet humain, comportant une grande notion d'éthique. Le but de ce projet est de profiter à tout un territoire. En effet la production de ce pôle reste très mince à l'échelle des grands abattoirs français et européens. Sa seule prétention est de permettre aux éleveurs de vivre décemment de leur travail, de permettre un élevage ainsi qu'un abatage dans le plus grand respect du bien-être animal. Et surtout offrir une viande de qualité aux locaux.

L'originalité du projet réside d'une part dans la concentration des différentes étapes du traitement de la viande. Mais aussi dans son montage juridique original, qui permet à l'association de louer ses infrastructures ainsi que son personnel à des tierces personnes publiques (département par exemple), pour permettre aux collectivités territoriales d'alimenter leurs cantines (écoles, collèges) en viande issue de la filière courte en Limousin. Les infrastructures et le personnel sont réservés sous forme de « jours » de fonctionnement par les collectivités, qui contrôle ainsi l'adéquation entre leurs besoins et leurs capacités de production. A noter que l'EPLEFPA d'Ahun soutiens lui aussi le projet est emploi de nombreux jours, pour abattre et transformer les bovins issus de leurs exploitation, pour alimenter en circuit court sa cantine. L'EPLEFPA est un partenaire de premier plan pour le Pôle Viandes Locales et lui aura permis d'approcher plus facilement le Conseil Général. Une coopération menée par le directeur M. Éric Cazassus et M. Laurent Rouger directeur d'exploitation.

La démarche des éleveurs investisseurs n'est pas seulement accès sur une vision économique du projet, mais comporte une grande part de valeur et d'éthique. Promouvoir le respect de l'animal, de la campagne limousine mais aussi le respect des consommateurs auprès desquels ils sont désireux de faire connaître leurs produits et démarche est primordial. Un outil de promotion économique apparaît alors comme une nécessité pour le Collectif A2VL.

2. Présentation de la commande.

En ce sens, le Collectif A2VL désireux de véhiculer et partager ses valeurs à décider d'intégrer au Pôle Viandes Locales un centre d'interprétation au sein duquel les visiteurs pourront comprendre la démarche des éleveurs, pourquoi s'être lancé dans une telle aventure. Ce lieu doit permettre de découvrir la notion de circuit court, ses apports, le territoire dans lequel il prend forme : l'écrin qu'est la campagne limousine. Il doit aussi permettre de comprendre que la viande que nous consommons n'est pas toujours d'une qualité optimale, voire mauvaise.

Il doit aussi transmettre les notions de bien-être animal, critère fondamentale pour le collectif d'éleveur, et de fait, sensibiliser aussi au gâchis alimentaire auquel nous participons tous. Cet espace d'interprétation doit aussi permettre de se cultiver vis-à-vis de la viande : les morceaux moins connus, ce que l'on peut en faire. Faire comprendre que la viande est un aliment noble qui, s'il n'est pas travaillé convenablement, perd beaucoup de ses qualités organoleptiques.

La meilleure des démonstrations étant la dégustation, cette dimension est bien évidemment prise en compte par le centre d'interprétation, qui doit offrir un espace étant dédié à la découverte gustative. Une boutique, un bar à viande viendra en complément des visites, pour permettre de se procurer des produits manufacturés avec savoir-faire.

Le propos du centre d'interprétation doit être plus largement d'afficher les valeurs de nos éleveurs, faire savoir qui ils y sont, les valeurs qu'ils défendent (circuit courts, économie locale, développement territorial, respect et qualité) ainsi que la promotion du savoir-faire du Pôle Viande Locale. Ce centre doit être tout autant un espace culturel, qu'un espace de promotion économique pour le Pôle Viandes Locales que pour le territoire.

Nous avons un savoir-faire, à nous de le faire savoir.

Ce centre d'interprétation sera aussi, le centre de formation du Pôle Viandes Locales. Un outil de formation qui proposera des stages de formation au grand public : comment choisir sa viande, comment la cuisiner, découper convenablement des pièces de viandes, découvrir des morceaux moins connus, cuisiner des abats...

Il pourra aussi accueillir des jeunes en formation, pour entrer en contact avec les bouchers du Pôle Viandes Locales, pour qu'ils puissent distiller leur expériences et transmettre leur savoir faire.

Un espace boutique et aussi intégré au centre d'interprétation. Un espace de commercialisation, où les produits du Pôle Viandes Locales seront distribués. Une boutique promeut par le centre d'interprétation qui a pour but de montrer, tout simplement, la qualité indéniable des produits produit par l'entreprise. Dès lors on peut dire que le centre d'interprétation revêt une dimension pédagogique et culturelle, mais aussi une dimension d'outil de promotion commerciale importante.

Le Pôle Viandes Locales ne se visite pas, du moins sa partie fonctionnelle, car soumis à des normes très strictes. De fait, le centre d'interprétation devient, la vitrine de la société. Un outil de transparence sur ce que l'on y fait.

Mais au-delà d'être la vitrine de la SAS Pôle Viandes Locales, le centre d'interprétation sera aussi une vitrine pour le territoire. Une vitrine de la réussite d'une coopération politique forte en Creuse. Un symbole d'une marche en avant de la Région Limousin, de la commune de Bourganeuf, de la communauté de commune Bourganeuf – Royère de Vassivière, du Conseil Général de Creuse, et bien sûr des éleveurs-investisseurs. Un projet source de cristallisation des acteurs du territoire, une coopération pour faire aboutir un projet jugé innovant par tous ces acteurs.

Symbole d'une Creuse et d'un Limousin capable d'innover et de créer un outil de forme ambitieuse. Ambitieuse de par l'innovation économique qu'elle apporte pour le circuit court. Une réponse à des attentes réelles des consommateurs.

Mais aussi ambitieux de par les statuts juridiques novateurs, introduisant une réelle démocratie dans le monde de l'entreprise. Des statuts permettant de garder l'esprit coopératif, où chaque homme possède une voix, peu importe son poids dans la société, où rien n'est tenu secret.

Des statuts juridiques inédits ayant convaincu le Conseil Régional du Limousin qui du fait de l'innovation majeure que représente ces statuts, a accordé le label « Croissance + » au projet, ce qui lui accorde une subvention totale de 40%.

Soutiens politiques, cristallisation des acteurs du territoire, subventions importantes... Le centre d'interprétation sera la vitrine d'un projet attendu. De ce fait il s'agit plus largement d'une vitrine : pour le territoire, pour les acteurs l'ayant soutenu et accompagné. Cet outil de transparence et médiation est alors indispensable.

Durant les trois mois de stage au sein du collectif A2V, en collaboration avec les membres du collectif, mon maître de stage M. Éric Cottineau (exploitant d'une ferme pédagogique à Châteauneuf-la-Forêt) ainsi qu'avec M. Yohan Toulza-Lemaire (ingénieur de projet au service du collectif A2VL), différentes missions m'ont été confiées :

- Réaliser des voyages d'études avec des éleveurs-investisseurs dans diverses régions de France pour visiter des centres d'interprétation, et faire saisir le concept même aux membres du collectif.
- Créer un groupe de travail composé d'éleveur, impliqués, force de proposition. De manière à les impliquer dans leur centre d'interprétation.
- Proposer et dégager toujours dans une démarche de concertation, dans une démarche participative, les thèmes à aborder au sein du centre d'interprétation.
- Repérer les différents publics, cibler leurs attentes, les thèmes à aborder pour chacun d'entre eux.
- Imaginer l'ambiance et le fil conducteur de la visite
- Imaginer dans leurs grandes lignes les stations d'interprétations de manière à évaluer un coût (médiats utilisés, messages...)
- Rechercher des subventions.
- Réaliser un budget prévisionnel du centre d'interprétation.
- Réaliser la pré-programmation architecturale du centre d'interprétation.

- Réaliser des projections relatives au fonctionnement du centre : accueil du public, horaires et jours d'ouverture.

Mon stage s'est étalé du 27 Avril 2014 au 27 Juillet 2014. Trois mois durant lesquels je vais tenter de répondre à tous ces objectifs. Des objectifs traduisant une problématique complexe : Comment mettre en valeur via l'interprétation un patrimoine gastronomique local, issu d'un animal vivant. Et de quelle manière cette démarche peut aussi profiter au Pôle Viandes Locales ainsi qu'au territoire d'accueil en général.

3. Le concept d'interprétation et de centre d'interprétation

Dès la fin du XIXe siècle la notion d'interprétation apparaît dans les parcs nationaux américains. Le journaliste Tilden FREEMAN, y observe les animateurs, appelés « rangers », qui accompagnent les visiteurs, les guident et animent les veillées autour des feux de camps. En 1957, Tilden FREEMAN rédige à la demande des parcs et à l'aide de ses observations, un ouvrage de référence intitulé *Interpreting our Heritage*. L'interprétation est alors conceptualisée et Tilden en donne une définition qu'il dit « faite pour les dictionnaires » mais dont il en vante l'intérêt pensant que chaque interprète peut se l'approprier : « L'interprétation est une activité éducative qui veut dévoiler la signification des choses et leurs relations par l'utilisation des objets d'origine, par l'expérience personnelle ou divers moyens d'illustrations plutôt que par la seule communication de renseignements concrets ».

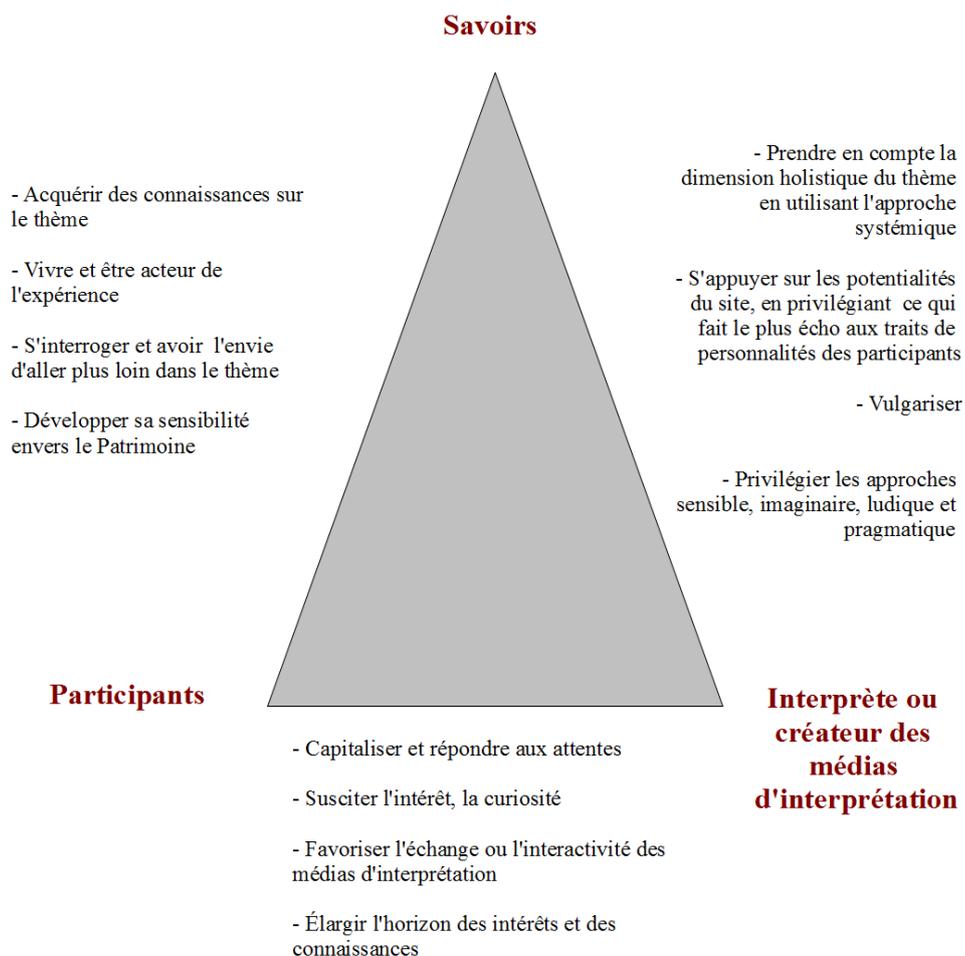
Il existe alors deux grandes catégories de moyens de communication pour interpréter l'environnement ; l'un que l'on qualifie de dynamique et l'autre que l'on qualifie de statique. Le premier moyen fait appel à du personnel (visite guidée, ...) tandis que le second est fondé sur les équipements (sentier d'interprétation, livret pédagogique, etc.) Or, pour pallier aux inconvénients existants dans ces deux méthodes ; la plupart des offres d'interprétation tendent à les combiner. Dans le cadre de ce projet, il s'agirait de créer un moyen de communication statique, soit un sentier d'interprétation et de réfléchir à d'éventuelles mises en relations dynamiques avec d'autres projets.

L'interprétation est ainsi l'art de révéler aux participants la signification et l'esprit d'un territoire ; en faisant naître chez chaque visiteur des émotions qui le rapprocheront du lieu à découvrir. La démarche d'interprétation est donc beaucoup plus riche que le simple fait de donner des renseignements pour informer et instruire. En effet l'interprète ou les médias d'interprétation se doivent de susciter la curiosité du visiteur, provoquer en lui la surprise et l'étonnement... afin que cette expérience ancrée dans le présent appelle à d'autres

expériences vécues dans le passé et suscite l'envie d'aller plus loin, d'en savoir plus dans le futur. Cette éducation par et dans l'environnement a donc pour finalité principale de construire un lien solide entre le visiteur le sujet, le territoire, la tradition auquel on veut le sensibiliser.

Les grands principes de l'interprétation, peuvent être résumés par le triangle pédagogique et didactique de Jean HOUSSAYE, en l'adaptant à ce concept.

Triangle pédagogique et didactique des grands principes de l'interprétation



Les centres d'interprétation sont des espaces, de plus en plus plébiscités, sans que l'on sache exactement ce que sont ces derniers. En effet les centres d'interprétation, sont des dérivés de la notion d'interprétation théorisée par Tilden. Lui ne parle jamais de ces fameux centres d'interprétation. De plus les travaux de Tilden porte exclusivement sur la médiation à l'environnement, et non pas à un autre patrimoine (historique, ethnologique, artistique...). Elle n'est pas décrite comme un procédé de mise en forme muséographique. La notion même de centre d'interprétation est sujette à interprétation. En effet, l'interprétation ne désigne pas non plus une catégorie de média, de mise en forme d'une exposition, que les visiteurs peuvent d'emblée reconnaître et classer comme médias d'interprétation.

Le centre d'interprétation, est une notion de plus en plus utilisée par les professionnels du tourisme, du patrimoine. Un des propos principaux de du centre d'interprétation est de se démarquer à tout prix du musée classique. On ne trouve pas de collection dans un centre d'interprétation, ou si l'on trouve des objets, ces derniers ne sont là que pour appuyer un discours, pour illustrer un propos, mais ils n'en sont en aucun cas le sujet. La plupart du temps un centre d'interprétation a pour but de faire découvrir un patrimoine impossible à réunir dans un espace clos, délimité. Un patrimoine intangible. Par exemple : le paysage, des faits historiques, un événement, une aventure, un savoir-faire, une entreprise, une région possédant un savoir-faire particulier. Etc.

Selon Serge Chaumier et Daniel Jacobi, de l'Office de Coopération et d'Information Muséales (OCIM), un centre d'interprétation peut-être défini comme suivant :

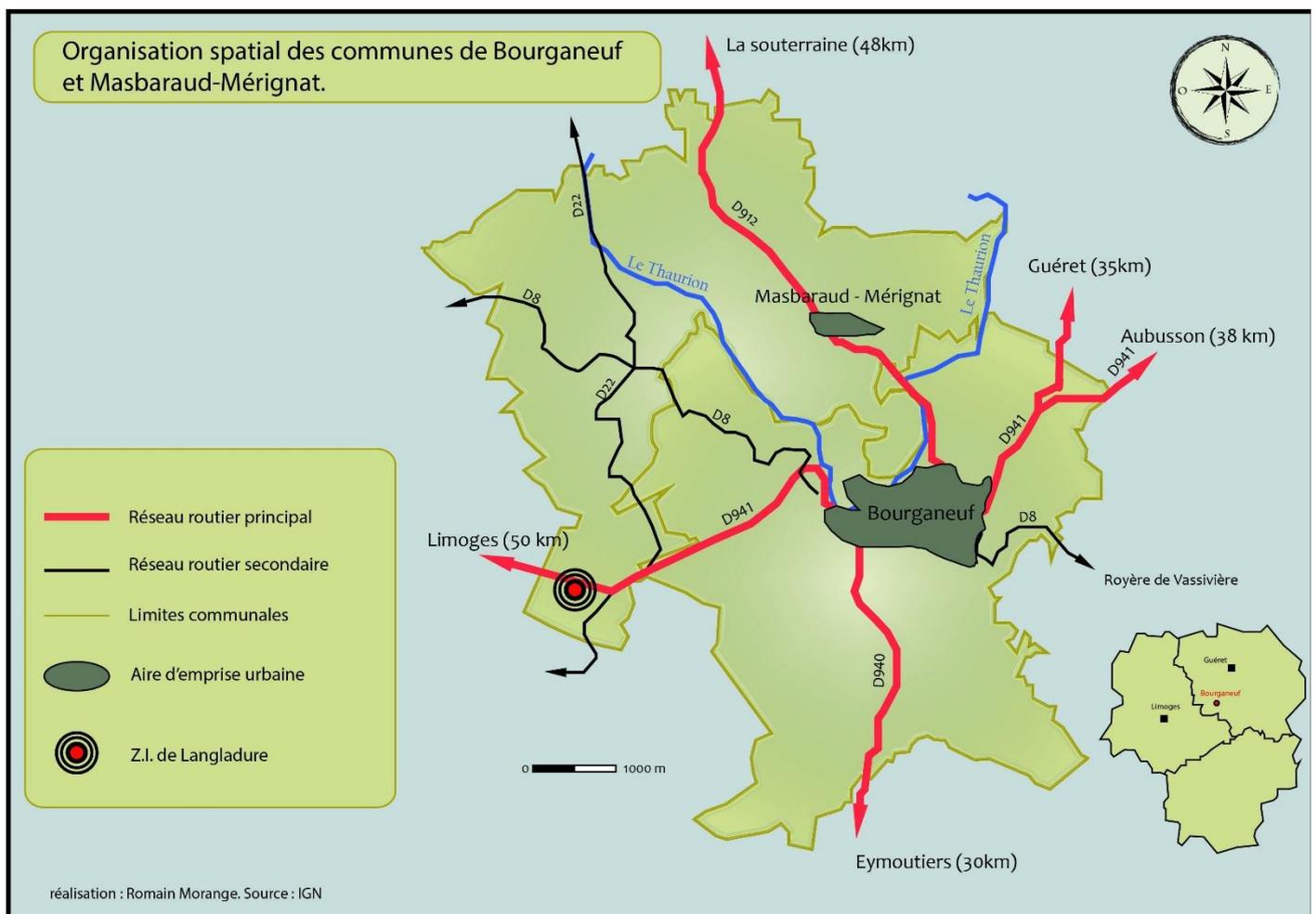
« Un centre d'interprétation peut être défini comme un espace muséographique sans collection, à visée de mise en valeur et de diffusion d'un patrimoine singulier et impossible à réunir dans un musée classique. Destiné à accueillir un large public, en recourant de préférence aux affects plus qu'à la seule cognition. »

Ce type de d'espace est donc le plus pertinent pour faire découvrir à un public la richesse de la campagne limousine, ce qu'est la viande ainsi que l'enjeu que représente le développement des circuits courts.

Ce type d'infrastructure revêt de plus une dimension ludique, pédagogique que ne possède pas un musée.

4. Présentation du territoire d'étude.

Le lieu d'implantation retenu pour l'implantation est localisé dans la zone industrielle de Langladure sur la commune de Masbaraud - Mérignat. Cependant cette zone industrielle est plus proche de l'aire d'implantation urbaine de Bourganeuf, seulement quatre kilomètres à l'ouest de cette dernière. Une zone industrielle créée en 2007 par Jean Jacques Lozach, à l'origine destiné aux *clusters* de la filière bois, mais aujourd'hui ouverte à d'autres activités économiques.



Logo de la municipalité de Bourganeuf.

La ville de Bourgneuf est localisée dans l'extrême ouest du département de la Creuse (Région Limousin). Située à cinquante kilomètres de Limoges à l'Ouest, relié par la route départementale 941, et trente kilomètres de Guéret au Nord via la route départementale 940. La ville de Bourgneuf apparaît comme relativement enclavée : cinquante kilomètre de l'Autoroute A20 et trente kilomètre de la route nationale 145. Toutes les routes desservant Bourgneuf sont des routes à double sens.

M. Jean-Pierre Jouhaud est le Maire de Bourgneuf. Il aussi le vice-président de la communauté de commune Bourgneuf-Royère de Vassivière, ainsi que le président du Pays Sud Creusois. Il est donc un acteur clé du territoire et de fait, du projet.

La ville de Bourgneuf, ainsi que la commune de Masbaraud-Mérignat appartiennent à la Communauté de Communes de Bourgneuf Royère De Vassivière. Un regroupement de vingt communes du sud-creusois :

Auriat	Saint Dizier Leyrenne,
Bourgneuf	Saint Junien la Brégère,
Bosmoreau les Mines	Saint Martin Château,
Faux Mazuras	Saint Martin Sainte Catherine
Mansat la Courrière	Saint Moreil
Masbaraud-Mérignat,	Saint Pardoux Morterolles
Montboucher	Saint Pierre Bellevue
Le Monteil au Vicomte,	Royère de Vassivière
Saint Amand Jartoudeix	Saint Pierre Chérignat
Saint Priest Palus	Soubrebost

Cette Communauté de Communes été créée le 31 décembre 1999, elle compte environ 7801 habitants (INSEE 2012) sur une superficie de 52 000 ha.

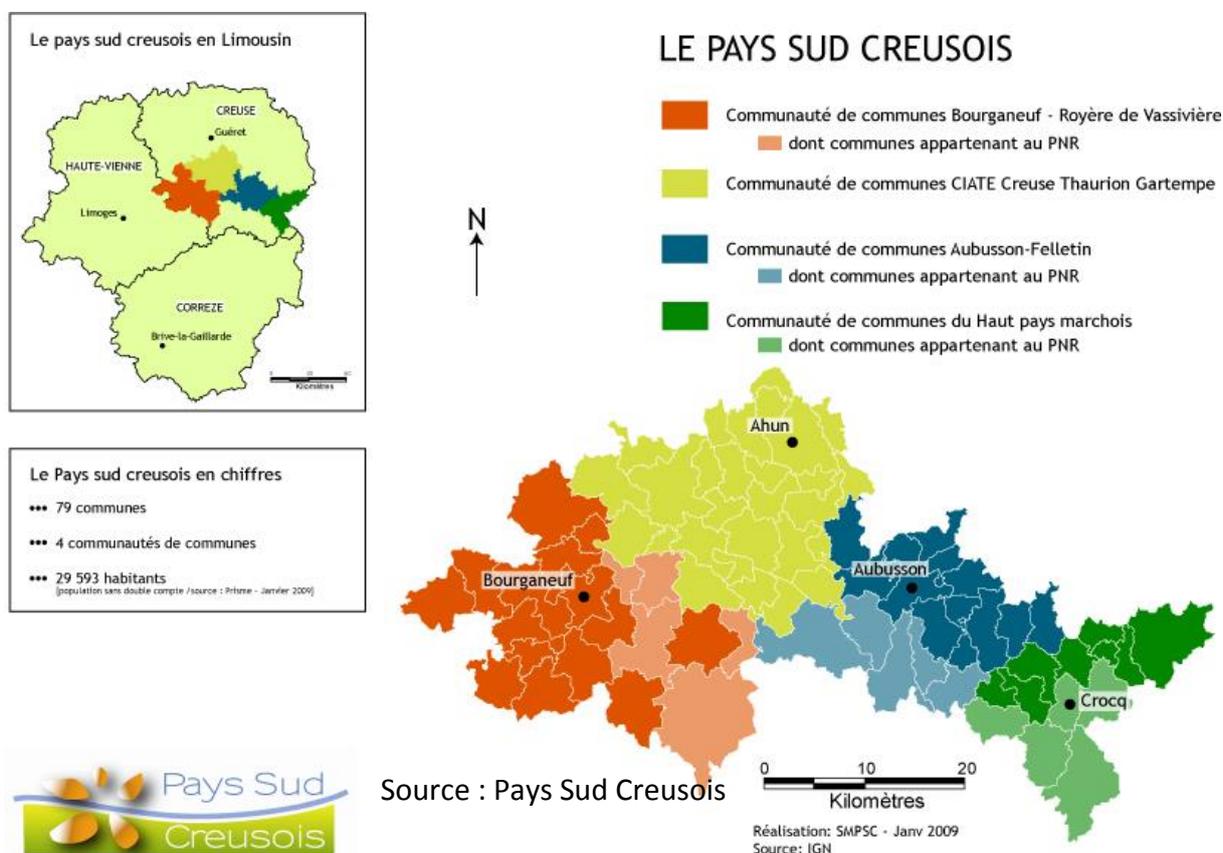
Cette dernière fait partie intégrante du Pays Sud Creusois. Un périmètre reconnu en février 2002, dont la charte développement fut validée en Septembre 2004, pour aboutir à la création d'un syndicat mixte en décembre 2004.

Ce Pays rassemble un vaste territoire puisque est composé 4 communautés de communes :

- Communauté de communes Bourganeuf – Royère de Vassivière.
- Communauté de communes de la CIATE Creuse Thaurion Gartempe.
- Communauté de communes Creuse Grand Sud.
- Communauté de communes du Haut Pays Marchois.

Ce qui au total regroupe quelque 78 communes. Ce qui au final représente 23% de la population Creusoise avec 28 383 habitants au 1er Juillet 2014 (INSEE), répartis sur 1600 km², soit une faible densité de 19hab/km².

Les grands « pôles » d'activités au sein du Pays Sud Creusois sont Bourganeuf, Aubusson, Felletin, Ahun.



Bourganeuf est le pôle urbain le plus important du sud-ouest creusois. Mais aussi un pôle majeur pour le bois en Limousin, avec quatre entreprises importantes de ce secteur bois : Cosylva, Bourganeuf bois, Sequeira, ainsi que Douglas structure. De même, ce secteur fait vivre de nombreux prestataires : débardage, bûcheronnage, sylviculture, entretien du matériel. Etc

L'artisanat, notamment lié aux métiers du bâtiment est aussi très présent, héritier de la tradition des maçon de la Creuse.

Située en milieu rural creusois, Bourganeuf ne s'inscrit pourtant pas dans une campagne délaissée, en crise ni dans une campagne que l'on pourrait qualifier de convoitée.

Il s'agit d'une campagne en situation intermédiaire. C'est-à-dire des campagnes ayants de réels atouts : une diversité des activités économiques ainsi que l'essor de nouvelles activités : tourisme, accueil. L'exode rural au sein de ce territoire est stabilisé. Effectivement si la population de Bourganeuf baisse régulièrement, les communes autour de Bourganeuf, gagnent quant à elle de nombreux habitants. Bourganeuf s'inscrit donc globalement dans une campagne qui au-delà d'un exode rural stoppé, voit poindre une dynamique démographique positive.

Cette campagne en situation intermédiaire dispose d'un atout ajoutant un attrait particulier : un environnement et un patrimoine préservé.

Sur le plan paysager, Bourganeuf s'inscrit dans la campagne-parc limousine. C'est-à-dire une campagne « jardinée », mise en forme pour répondre au besoin de l'élevage : des parcelles de tailles modestes, délimitées par des haies, le tout formant un bocage. Bourganeuf se trouve de plus sur la bordure du plateau de Millevaches, elle dispose d'un paysage en alvéole.

Mais elle comprend aussi de nombreuses parcelles forestières, plantées de résineux. Somme toute la commune de Bourganeuf comprend de nombreuses caractéristiques paysagères du Limousin, mettant en évidence l'évolution économique de ce territoire.

Cependant, ces campagnes souffrent d'handicaps certains et des menaces planent sur ces dernières. Tout d'abord, si l'exode rural est stabilisé les densités de populations restent tout de même modestes : 4147 habitant en 2009, avec une densité tout aussi modeste de 38hab/km², certes supérieure à la densité moyenne départementale de la Creuse qui était

alors de 22 hab. /km² (source INSEE). Ce qui reste un handicap aux revenus fiscaux découlant des impôts locaux pour la commune et au maintien des services de proximité. Au sein de ces campagnes la baisse des emplois sur place est continue, les revenus des habitants restent modestes. Tout cela doublé d'une faible notoriété, car peu de sites emblématiques pour le tourisme sont présents sur ce territoire.

Les enjeux pour ces communes peuvent être les suivantes : mener une politique d'accueil des entreprises et des habitants pour cultiver une diversité d'activité économique. Maintenir des activités agricoles garantes de la qualité paysagère : haies, bosquet, futaie. Préservant un paysage bocager singulier, et de fait des corridors écologiques. De même un des principaux enjeux pour les acteurs locaux reste le développement des offres touristiques basées sur le patrimoine. Un autre enjeu encore, est celui de la valorisation des ressources environnementales et locales.

Création d'emploi, innovation, diversification économique, valorisation d'un patrimoine et d'un savoir-faire, implantation dans une jeune zone industrielle, mise en valeur de la richesse environnementale que représente la campagne limousine... Le projet Pôle Viandes Locales par son aspect purement fonctionnel et économique tout comme son apport au développement territorial et son volet culturel, répond parfaitement aux besoins et enjeux d'une ville comme Bourgneuf et de la campagne en situation intermédiaire au sein de laquelle elle s'inscrit.

Le projet s'inscrit de plus dans un territoire où une offre touristique existe déjà. Point très important pour l'implantation de la partie centre d'interprétation et la boutique du Pôle Viandes Locales.

- Scénovision de Bénévent l'abbaye traitant de la Creuse ainsi que de l'élaboration de la Bénéventine.
- Loups de Chabrières près de Guéret.
- Élevage de bisons.
- Patrimoine bâti remarquable dans le centre Bourgneuf : la tour Zizim...
- Musée de l'électrification de Bourgneuf.

L'implantation d'un centre d'interprétation relatif à la viande du Limousin peut participer à la diversification de l'offre touristique.

Une viande traditionnellement présente dans ce territoire. En effet la Creuse est avant tout un territoire d'élevage. Une spécialisation remontant au XIXème siècle. Les terres et le climat de la « montagne limousine » ne se prêtant guère à la culture maraichère, céréalières... Etc. Froid, humide, des hivers forts rigoureux. De mêmes que des qualités de sols inégaux, conjugué à des sols acides (socle cristallin) prenant place sur un relief accès accidenté pour rendre ces cultures difficiles.

Cependant l'élevage de brebis jusqu'au début du XXème siècle était prépondérant sur la Montagne Limousine, avec la présence de vastes landes. Des Landes issues d'un intense défrichement pour offrir des espaces de pâtures aux brebis. Ces milieux naturels, mais d'origines anthropiques que sont les landes étaient entretenues par les bêtes. Des bêtes nombreuses, dans une campagne alors densément peuplées. L'exode rural de la fin du XIXème siècle, début XXème, engendre une chute démographique très importante. Les habitants de des campagnes s'en allant s'installer à la ville pour travailler dans les usines suite à la révolution industrielle, ce qui cause la disparition des bergeries. Les landes se referment peu à peu suite à la déprise agricole, la montagne limousine autrefois couverte de landes voit la forêt gagner de plus en plus de terrain dans cette campagne désormais vide.

Par la suite, de nouveaux propriétaires terriens venus du Nord et Ouest de la France, influencés par les grands propriétaires anglais, s'orientent vers l'élevage bovin. Les landes ne profitent pas de ce nouvel élevage. Ce terrain n'est pas adapté au bovin. Les prairies limousines sont très adaptées à la pâture des bovins. De cette nouvelle activité représentant aujourd'hui la majeure partie de l'activité agricole, engendre une nouvelle forme de paysage : la campagne-parc limousine. Un milieu anthropique, une campagne d'un aspect jardiné composé de haies bocagère.

Ce projet s'implante donc un territoire ayant un réel patrimoine issu de l'élevage et de fait un véritable savoir-faire et une tradition encore présente.

II. Conduite de projet.

1. Méthodologie, présentation et diffusion de l'avancée des travaux.

Lors de ce stage, je n'ai pas eu de bureau fixe. Pas d'horaires fixes de travail. Une expérience en « télétravail ». Un mode de fonctionnement nouveau pour moi, et ce pour un stage relativement dense et complet. Le télétravail m'a permis de travailler en « aller-retour » selon ma motivation pour chaque partie du stage, selon mon inspiration. C'est pour moi le gros avantage du télétravail : il permet une maturation du projet, et ce, à chaque étape du projet, on peut revenir à tout moment en « aller-retour » sur un point qui ne nous convient pas.

Guidé par l'ingénieur de projet du collectif A2vl, Yohann Toulza Lemaire, j'ai pu définir les étapes, et les travaux à effectuer pour mener à bien mon stage, et le projet.

Sans lieu de travail fixe ni horaires, la diffusion de mes travaux ont surtout eu lieu par échange de fichiers numériques, par mail, ou par des supports de travail numérique collaboratif comme Google Drive. Un outil qui a permis au groupe de travail créer pour l'occasion de compléter les travaux mis en ligne.

La diffusion des avancées pour tous les élèves-investisseurs s'est fait à travers des documents numériques envoyés sur la liste de diffusion. Des documents validés par le groupe de travail avant d'être diffusés.

Ce fut par exemple de cas d'un diaporama explicatif (voir annexe 3) présentant notre méthode de travail (visite de sites divers en France), les objectifs, le propos du centre d'interprétation.

Cependant rien ne remplace le dialogue. A deux reprises, m'a été donnée l'occasion de présenter mes travaux à l'ensemble du collectif. En amont pour présenter les pistes. Puis à la fin du stage, pour présenter le projet beaucoup plus abouti lors d'une assemblée générale de l'association.

Régulièrement des échanges ont aussi eu lieu lors de réunion avec les élèves impliqués dans ce projet de centre d'interprétation. Des échanges lors de réunion spécifique chez certains élèves. Ou en marge de réunions de l'association.

J'ai cependant participé à d'autres réunions ne traitant pas forcément du centre d'interprétation.



Réunion de présentation de mes travaux lors d'une assemblée générale. Source : Éric Cottineau.



Réunion de présentation de mes travaux lors d'une assemblée générale. Source : Éric Cottineau.

2. La synergie entre le projet fonctionnel et le centre d'interprétation.

Le projet de centre d'interprétation n'est pas un projet à part entière. Il ne se développe pas seul, mais de concours avec la partie fonctionnel du Pôle Viandes Locales. Ces deux « dimensions » du projet se nourrissent l'une et l'autre.

Le centre d'interprétation sera la vitrine du Pôle Viandes Locales, puisque ce dernier ne se visitera pas. Il est l'outil de communication et de transparence vis-à-vis de l'entreprise. De fait il y a une forte interdépendance des deux structures. Une interdépendance renforcée par le fait que les deux structures se trouve sur le même lieu, et que les deux doivent se réunir dans un schéma organisationnel et architectural cohérent.

De ce fait, j'ai participé à de nombreuses réunions du Pôle Viandes Locales. Des réunions très variées portant sur diverses dimensions du projet.

Des réunions de travail interne à l'association mais pas seulement. L'occasion m'a aussi été donnée de suivre les rencontres entre les différents acteurs du territoire et les membres de l'association.

Une réunion au sein du Conseil Général de la Creuse (CG 23), au sein de la maison du département à Guéret. Une réunion en présence, notamment, de Mr Jacky Guillon, Vice-président du CG23 ayant eu pour but de présenté le projet au CG23 et de leur proposer d'y participer en fournissant leurs collèges en viande du Pôles Viandes Locales. Et ce en leur proposant de réserver des jours de fonctionnement pour les alimenter.

Une réunion qui a de plus permis de positionner le rôle pédagogique du futur centre d'interprétation, un site qui pourrait accueillir des classes de collège et primaire. Cela dans l'optique de former les plus jeunes au goût, au savoir-faire de leur territoire, ou encore de les sensibiliser au gâchis alimentaire. Une idée appréciée par le CG 23, convaincu de la pertinence de ce projet, et son importance dans l'éducation au goût de ses élèves. Des visites financées par le CG23, c'est aussi l'assurance du fonctionnement du centre d'interprétation à l'année.

Cette réunion a aussi permis d'évoquer les pistes de financement relatives au centre d'interprétation, et ainsi de glaner des contacts et des échéances dans cette optique. La piste la plus sérieuse s'est révélée être la contractualisation territoriale (contrat Région / État) du pays Sud Creusois.

Cette réunion s'en est suivie d'une autre le 19 Juin 2014 au sein des locaux de la communauté de communes de Bourganeuf – Royère de Vassivière, avec de nombreux élus. Une réunion importante, dont la rédaction du compte rendu m'a été confiée (voir annexe 4), tout comme celle de l'assemblée général constituant les statuts juridiques de la future SAS Pôle Viandes Locales.

Étaient notamment présents le 19 Juin 2014 :

Jean Jacques Lozach : sénateur de la Creuse et président du CG23

Jacky Guillon : Vice-Président du CG23

Éric Mathé : Directeur Service Agriculture et Développement Rural du Conseil Général de la Creuse.

Jacques Bourzat : Directeur Service Économie et Tourisme du Conseil Général de la Creuse.

Jean-Pierre Jouhaud : Maire de Bourganeuf, Président du Pays Sud Creusois.

Régis Rigaud : Président de la communauté de Communes Bourganeuf – Royère de Vassivière.

David Giraud : Directeur Général des Services Communauté de communes Bourganeuf – Royère de Vassivière.

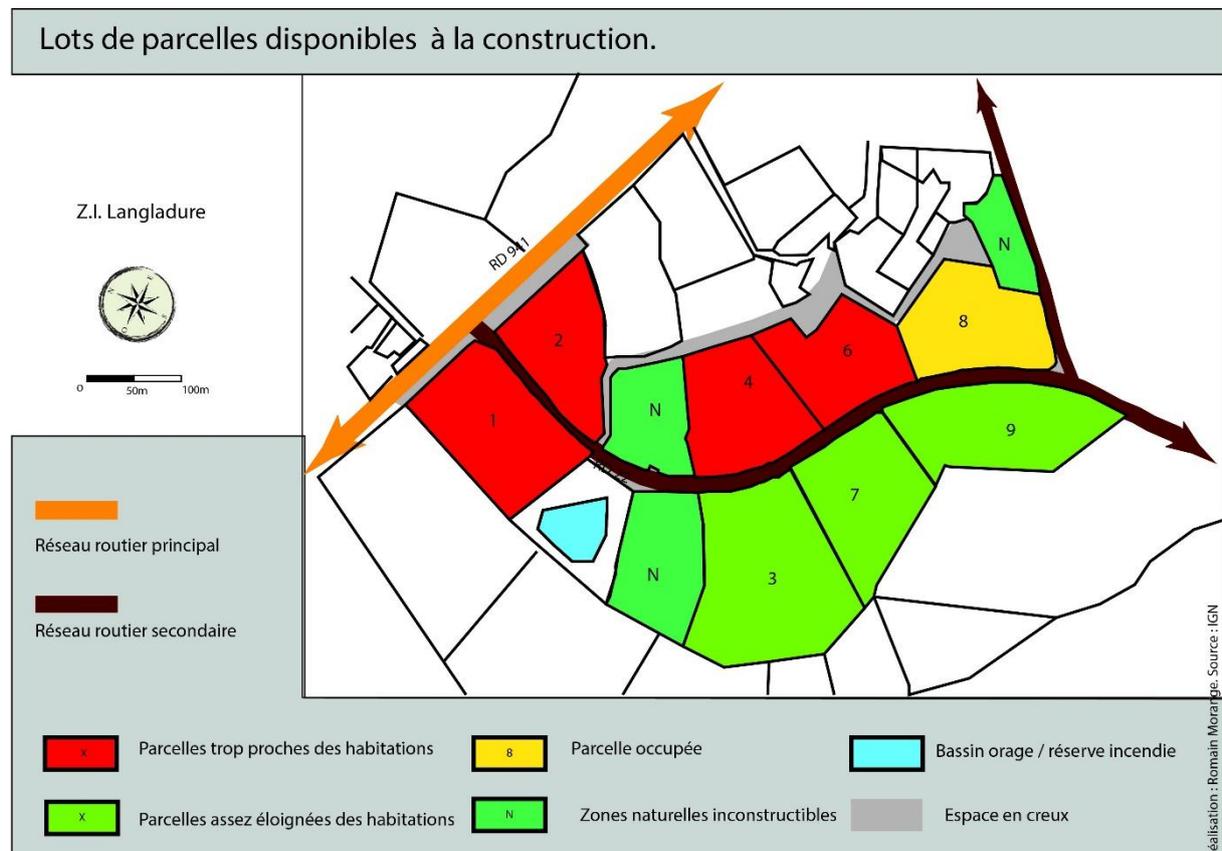
Cette réunion importante avait pour but d'afficher publiquement le soutien de M.Lozach, et de fait du Département de la Creuse, auprès de la communauté de commune Bourganeuf – Royère de Vassivière. Un « projet remarquablement bien monté », « passionnant » et « nécessaire » selon M. Lozach.

Très vite les soutiens de la commune de Bourganeuf, de la communauté de communes Bourganeuf-Royère de Vassivière ainsi que du Pays Sud Creusois ont été clairement formulés.

La partie centre d'interprétation du projet a semblé tout à fait pertinente aux différents acteurs de ce territoire. Ayant préparé en amont une synthèse relative à mes travaux ainsi qu'à ceux de mon groupe de travail, j'ai pu transmettre ce document au Pays Sud Creusois qui s'est révélé très intéressé par le projet. Un projet qui entre dans les priorités du CG 23 et du Pays Grand Sud Creuse : circuit court, tourisme. Le projet s'insère dans ces lignes de budgets existantes. Un travail préparé en amont qui m'a permis d'introduire le projet à six jours de l'examen des projets en cours et des priorités par le Pays Grand Sud Creuse.

Cette réunion entrecoupée par un repas avec les élus, nous a aussi permis de visiter par la suite des parcelles en mesure d'accueillir le Pôles Viandes Locales, en compagnie du Directeur Général de Services de communauté de communes.

Le choix de la parcelle pour l'implantation de centre d'interprétation est capital. Nous n'avons de fait pas retenu certaines parcelles n'offrant pas de d'ouverture sur le paysage, bien qu'adapté pour la partie fonctionnelle du PVL. La visite des parcelles a eu lieu avec l'architecte du projet, Sophie Bertrand. Ce qui nous a permis de lui soumettre nos idées et volontés.



Carte zone industrielle de Langladure. Réalisation : Romain Morange.

Une réunion qui a permis d'une part de positionner le projet de centre d'interprétation et formation en vue des futures contractualisations territoriales. Ainsi que défendre l'intérêt paysager que l'on souhaite avec le groupe de travail pour le centre d'interprétation et de rappeler qu'il ne doit pas être le parent pauvre du projet.

J'ai aussi bien évidemment participé à des réunions internes à l'association A2VL. Notamment des Assemblées Générales. Par deux fois j'ai pu présenter l'avancée de mes travaux aux membres du collectif.

Participer aux diverses réunions du collectif A2VL permet de rencontrer tous les membres, se faire connaître. Préparer les futures présentations de mes travaux en « off » en discutant avec les différents membres de manière à discuter de l'intérêt du projet, ses objectifs... Ces discussions permettent aussi de jauger de la sympathie envers le projet, de la compréhension ou non du projet, de son utilité, de sa pertinence. Des informations permettant de préparer des présentations ciblées et adaptées aux attentes de l'auditoire

3. Acculturation et création d'un groupe de travail.

Rejoindre un projet en cours, qui plus est, relatif à un milieu et un sujet que l'on connaît peu, nécessite un travail d'immersion, un travail de d'acculturation. Un processus durant lequel je me suis plongé dans l'univers du métier d'éleveur. Pour ce faire, j'ai effectué par exemple la visite d'une ferme pédagogique (celle d'Éric Cottineau, mon maître de stage), et discuter avec eux, durant les voyages, les réunions, repas. Etc.

Comprendre leur quotidien, leurs préoccupations, les enjeux pour eux du projet Pôle Viandes Locales. Comprendre le fonctionnement du circuit court, ses avantages. Les réponses que ce modèle économique apporte au gaspillage alimentaire.

De même, la viande se révèle être une matière noble, surprenante, avec des étapes et des notions que je connaissais pas du tout. Or pour réaliser des médias relatifs à cette dernière, se cultiver se révélait indispensable.

Mener un projet pour un groupe préexistant nécessite une intégration à ce groupe. Une quarantaine d'investisseurs composent l'association A2VL, fondatrice de la SAS Pôle Viandes Locales. Tous les investisseurs sont des éleveurs. De fait le temps dont ils disposent pour le projet du Pôle Viandes Locales reste limité, et dédié en majorité à l'élaboration de la future entreprise et aux réflexions relatives à la partie fonctionnelle du Pôle Viandes Locales. Or, l'espace d'interprétation et la boutique doivent le plus possible ressembler aux éleveurs-investisseurs. Ces derniers doivent s'y reconnaître au maximum. Ce sentir comme un peu comme chez eux.

Pour obtenir ce résultat, il est impératif d'intégrer, d'impliquer les investisseurs au projet. Il est impossible d'impliquer tous les éleveurs : ces derniers n'ont pas forcément le temps ou simplement pas l'envie de participer à ces travaux. La première étape de la conduite du projet a donc été la constitution d'un groupe. Un groupe de six éleveurs réellement motivés par ce projet de centre d'interprétation.

Un groupe auquel présenter des idées, certes, mais aussi faire au maximum de ce groupe de travail, une force de proposition. Le but étant de mettre le maximum de l'esprit du Pôle Viandes Locales, des valeurs qu'il porte, dans le centre d'interprétation en incluant et développant au mieux les idées des membres du collectif.

Ce groupe de travail a aussi permis une médiation avec l'ensemble des éleveurs. Au début du projet, quasiment aucun membre de ce groupe de travail ne savait ce qu'était un centre d'interprétation. Un tel espace leurs semblait plus « gadget » qu'essentiel. Plusieurs visites ont été organisées dans divers centres d'interprétations avec boutiques. Des visites d'un part utile pour la réflexion sur la forme, le fonctionnement du centre d'interprétation du Pôle Viandes Locales, mais aussi, et ceci est moins aussi important, à convaincre ce groupe de travail naissant du réel intérêt et de la pertinence d'une telle démarche.

Très vite, tout le groupe a été convaincu. Un groupe d'éleveurs concernés, qui peut discuter directement avec tous les autres éleveurs, et offrir à ces derniers une vision proche de la leur sur le projet ainsi que sa pertinence. Une vision non universitaire. Une vision que j'ai du moi aussi abandonné pour les présentations que j'ai effectué.

Régulièrement, un point sur les avancées de mes travaux sont envoyées aux membres du groupe de travail mais aussi à tous les membres du collectif A2VL. Deux réunions, dont une présentation d'une heure ont permis d'exposer mon travail à l'ensemble des investisseurs.

De répondre à leurs questions, mais aussi de permettre aux membres du groupe de travail d'échanger avec les autres investisseurs sur ce projet.

4. Visites et analyses d'autres espaces d'interprétation.

Le premier travail lors de ce stage a été de visiter d'autres centres d'interprétation. Des espaces différents de celui que nous devons élaborer, mais ayant chacun une spécificité intéressante. Des visites visant à comprendre le schéma organisationnel de chaque site. Comprendre une organisation certes, mais aussi leurs raisons d'être, leurs visées.

Nous avons visité des infrastructures, mais aussi et surtout échangé avec leurs directeurs, leurs animateurs, leurs fondateurs. Des échanges qui ont permis d'affiner notre positionnement. Mais aussi de se rendre compte que le projet que nous portons était parfaitement réalisable, cohérent et en phase de réelles attentes.

Les 8 et 9 Avril, deux visites se sont déroulées sur le littoral atlantique. Tout d'abord la visite du centre d'interprétation du phare de Chassiron sur l'île d'Oléron plus précisément au sein de la commune de Saint Denis d'Oléron (Charente-Maritime). Ce centre d'interprétation se trouve d'une part dans le phare lui-même, mais s'articule aussi dans les jardins environnant le phare.

Le Phare de Chassiron :

Ce centre d'interprétation aborde différents sujets : l'histoire du phare de Chassiron, son rôle pour les pêcheurs, les navigateurs, son évolution technique. Mais aussi un large volet consacré à la pêche traditionnelle dite « à l'écluse », pratiqué sur l'île d'Oléron. Au-delà du contenu, c'est surtout l'organisation ainsi la forme du centre d'interprétation qui a motivé ce choix. Effectivement toute la scénographie s'organise sur un étage, au sein d'un phare de 18 mètres de diamètre. Donc un espace réduit, fixe, très peu modulable du fait de l'épaisseur des murs.

Les jardins organisés autour du phare comportent aussi des médias d'interprétation :

- Panneaux formant un chemin de découverte tout au long de l'allée menant au phare.
- Borne à chaque extrémité du jardin en forme de rose des vents, donc situés aux points cardinaux, renseignant le public sur les différents vents balayant la côte.



Groupe de travail au sein du centre d'interprétation. Source : Romain Morange.



Groupe de travail devant le phare de Chassiron. Source : Romain Morange

Terre de sel :

La seconde visite vise un site très différent, de par sa visée, son contenu et son organisation. Situé à Guérande (Loire-Atlantique), au sein de Terre de Sel. Une filiale de l'entreprise des salines de Guérande, coopérative de paludier de Guérande. Une visite de plus de près de cinq heures très intéressante, avec encore une fois un excellent accueil, la présidente de la coopérative Mme Haumont, et Olivier Launay un paludier membre du bureau directeur ainsi que Emmanuel Blanc directeur de Terre de Sel nous ont reçus.

Un lieu beaucoup plus grand que le phare de Chassiron, niché dans un cadre exceptionnel au cœur des marais salants de Guérande. Un cadre exceptionnel de par plusieurs dimensions : paysagère, ornithologique, savoir-faire des paludiers.

Point important, outre l'aspect qualitatif, le savoir-faire, le milieu, un autre sujet est abordé de manière pertinente : la création de la coopérative. Cette dernière fut un véritable combat contre les Salins du Midi, grandes entreprises françaises qui sous traitait tous les petits producteurs de sel. Clairement raconter cette aventure apporte un capital sympathie à l'entreprise, ce qui, entraîne une prise de confiance envers cette dernière.

Terre de Sel s'organise autour de ces trois dimensions. Des visites sont proposés sur le terrain : des visites avec un paludier de la coopérative pour comprendre le mode de fonctionnement des marais salants, des œillets, la combinaison des éléments naturels menant à la création de cet « or blanc ». Un autre type de visites est proposée avec des ornithologues, qui font découvrir l'extraordinaire diversité ornithologique des marais salants. Au sein du bâtiment, un espace « muséographique » est accessible aux visiteurs. Dans cette espace on découvre le métier de paludier aujourd'hui, les outils traditionnels, le savoir-faire, les différents types de sels, l'organisation et le fonctionnement d'un marais salant. De plus une salle d'exposition à l'étage du bâtiment de Terre de Sel, offre un belvédère remarquable sur les marais salants.

Un élément très important prend aussi place au sein du bâtiment principal : la boutique. Une boutique importante, bien fournie, en produits qualitatifs et obligatoirement locaux et en rapport avec le sel. Une boutique très couru, puisque 95% des visiteurs repartent avec des produits. D'une part les visiteurs seulement de passage. Mais aussi les locaux qui achètent leur sel à la boutique, du fait de la qualité des produits mis en vente.



Éric Cottineau devant le bâtiment de Terre de Sel. Source : Romain Morange



Boutique de Terre de Sel. Source : Romain Morange.



Espace interprétation de Terre de Sel. Source : Romain Morange.

Au-delà du simple « voir ce qu’il se fait ailleurs », il est indispensable d’analyser ces visites pour en retirer des enseignements applicables à notre projet. En voici donc les conclusions :

Terre de Sel :

- Permet une reconnaissance du métier de paludier aujourd’hui.
- Offre une image positive de la profession mais aussi de la coopérative.
- Permet de prendre conscience de la richesse du milieu naturel des marais salants.
- Offre un espace de culture rapidement et simplement accessible.

Cet espace permet de saisir la noblesse du produit, de comprendre sa provenance, le travail qu’il demande : très forte valorisation du produit par la certification et la démonstration de sa qualité et provenance : les visiteurs veulent d’autant plus repartir avec le produit.

Terre de Sel est une filiale de la coopérative Les salines de Guérande. Tout le centre a été créé en interne : le bâtiment, la boutique, l'espace muséographique, les visites. Les collectivités territoriales n'ont en rien participé au projet. Le tout pour un budget de 1.5 millions d'euros.

Organisation spatiale de Terre de Sel :

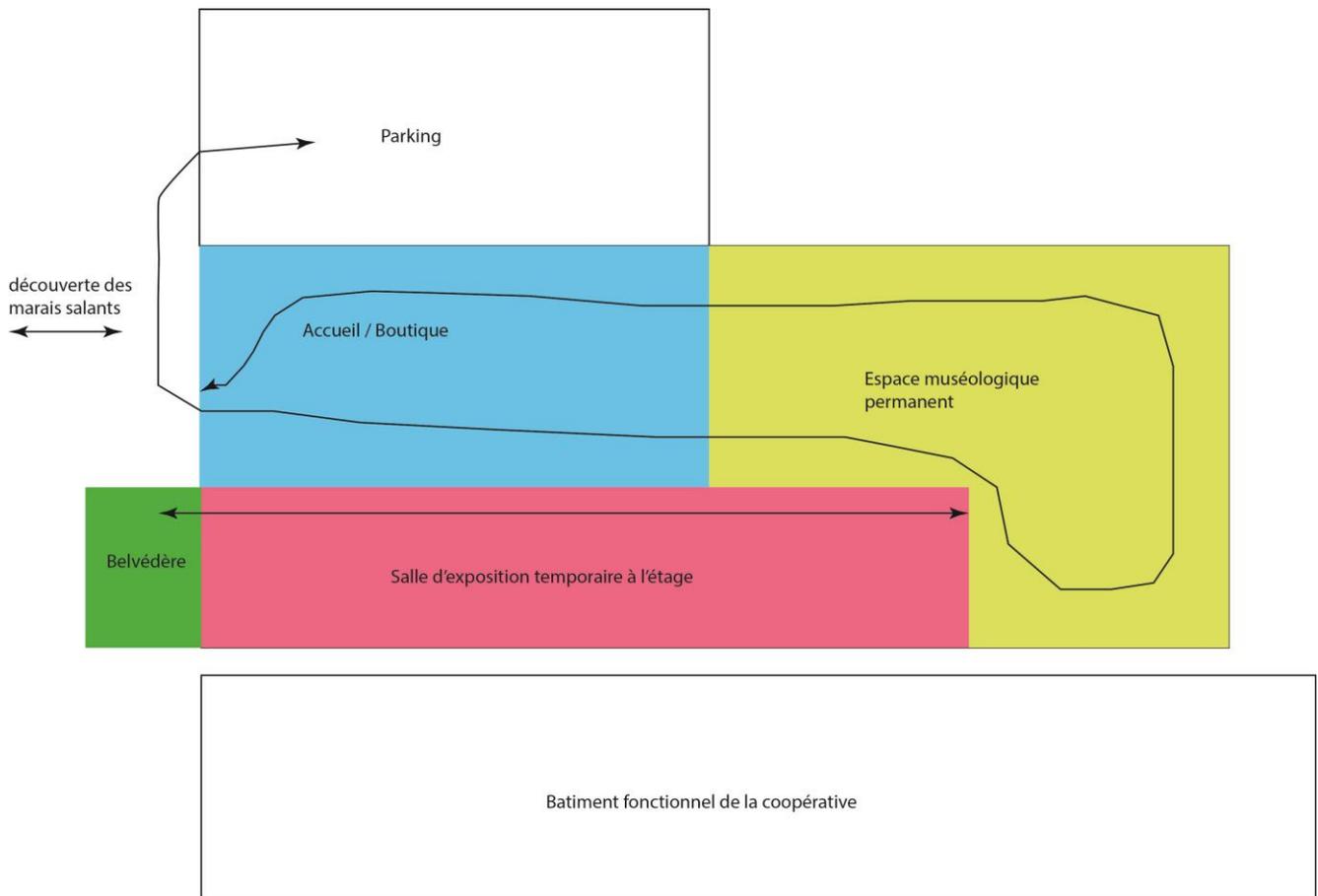


Schéma organisationnel de Terre de Sel - Réalisation : Romain Morange

Contrairement au phare de Chassiron, la boutique occupe ici une place prépondérante. C'est le cœur de Terre de Sel. Selon le directeur 95% des visiteurs qui ne font les visites des marais salants effectuent un achat, et 100% des visiteurs effectuant une visite repartent avec des produits.

La boutique occupe un grand espace, l'accueil est installé au sein de la boutique, de fait on rentre forcément dedans. Et si le visiteur effectue la visite de la partie muséographique, il ressort obligatoirement par la boutique.

Une boutique très fournie. En revanche la sélection des produits est drastique, soumis à l'avis d'un conseil. Tout produit doit avoir un rapport avec le sel ou le territoire très proche. Et surtout répond à une exigence de qualité. Clairement la boutique a pour but de vendre uniquement qualitatif et local.

Phare de Chassiron :

L'espace d'interprétation (au sein du phare mais aussi via les médias installés dans les jardins) donne des clés de compréhension nouvelles aux visiteurs :

- Pour saisir la richesse du milieu naturel que constitue l'île d'Oléron.
- Des informations relatives à l'histoire du phare, son évolution technique ainsi que son rôle.
- Permet de découvrir la culture locale et de ses traditions, souvent oubliées de par la pression touristique ;
- Sensibilise à la fragilité des côtes, et à l'impact d'une pêche à pied anarchique.

L'espace d'interprétation redonne une identité à une population, du sens à un territoire très touristique. Donne une image plus humaine, plus « pittoresque » que celle d'une « presque île à touristes ». Le phare permet une mise en lumière du territoire, on ne tombe pas dans le site purement consacré au « monument » présent. Ce monument historique qu'est le phare de Chassiron (classé Monument historique par arrêté du 23 octobre 2012.) est clairement un élément de médiation pour faire découvrir l'île d'Oléron via ses traditions et spécificités.

Organisation spatiale du Phare de Chassiron :

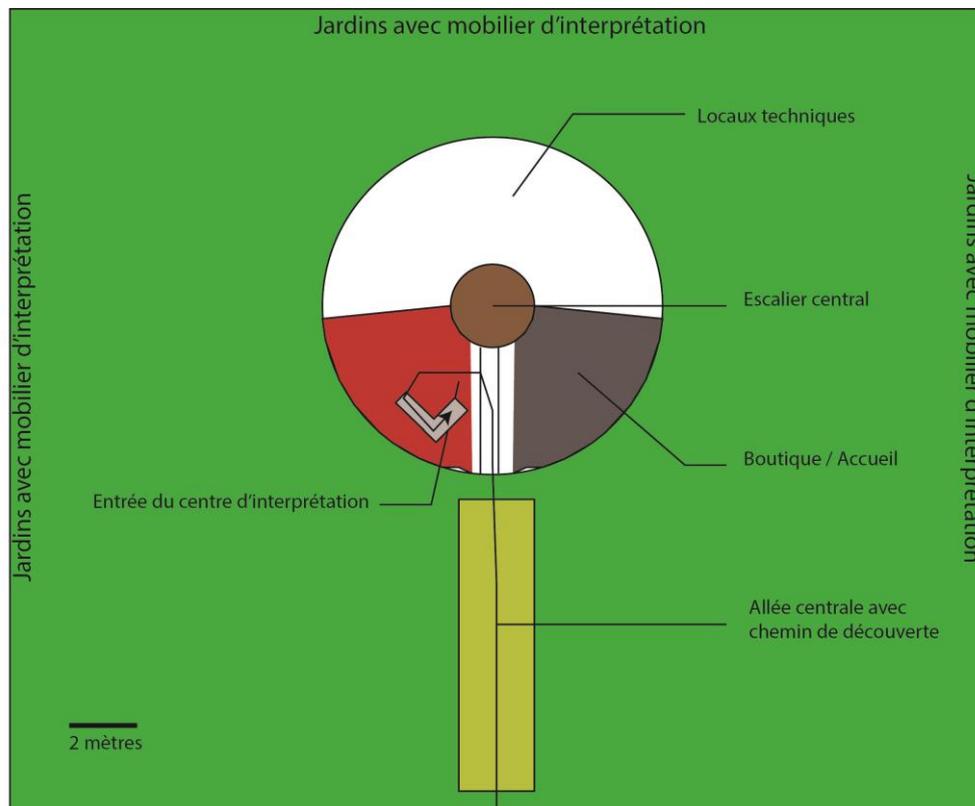


Schéma organisationnel du phare de Chassiron – Rez de Chaussée. Réalisation : Romain Morange

L'accès au phare de Chassiron et ses jardins se fait forcément par l'allée centrale comportant les médias du chemin de découverte. Menant à l'entrée du phare au rez-de-chaussée, dans laquelle se trouve l'accès à l'escalier central menant au sommet, la boutique accueil sur la droite, et l'accès à un sas d'accueil du centre d'interprétation, ce dernier étant intégralement situé au deuxième étage.

La boutique se trouve très désaxée, quelque peu enclavée sur la droite de l'entrée. Elle n'est pas un passage obligatoire pour le visiteur. C'est un point faible. Elle est peu mise en valeur, tout n'est pas visible. A noter que le peu d'espace disponible pour cette boutique mène le directeur à faire des choix dans les produits présentés. Dans cette optique des produits emblématiques et qualitatifs ont été retenus.

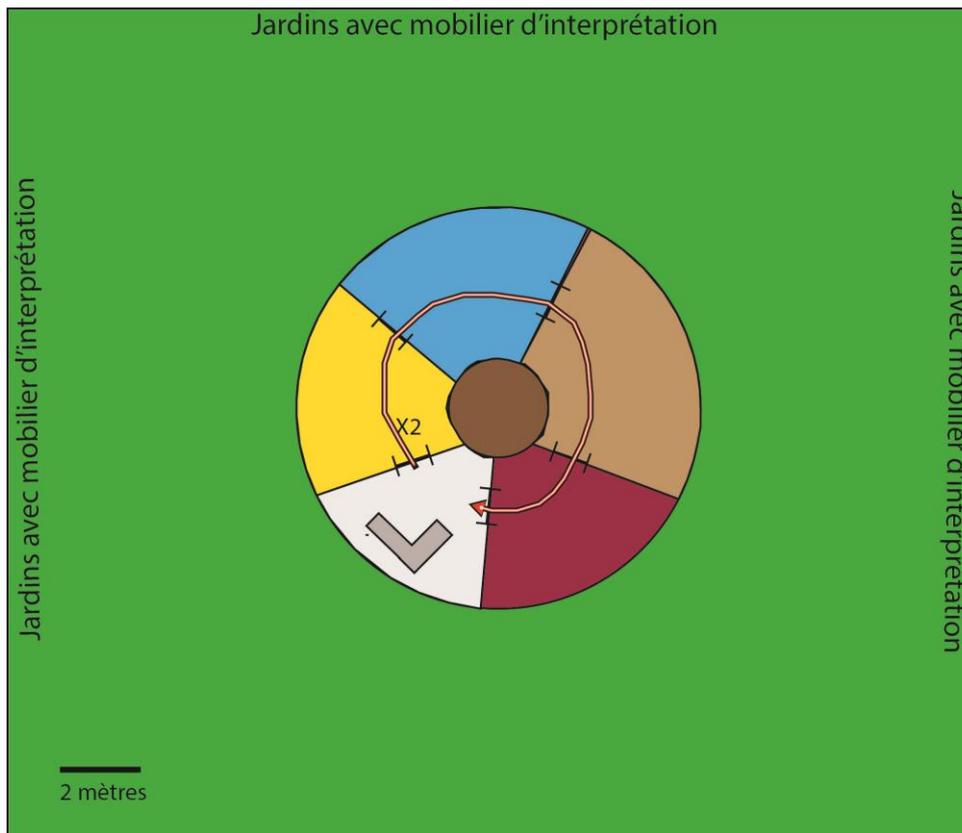


Schéma organisationnel de phare de Chassiron – 1^{ère} étage. Réalisation : Romain Morange

La principale difficulté d'aménagement du phare résulte dans le peu de surface disponible, et la quasi impossibilité de repenser les espaces intérieurs, fixe du fait de la forme de l'édifice, de l'épaisseur des murs. Faire un circuit dans un phare de dix-huit mètres de diamètres nécessite une réflexion poussée sur le cheminement des visiteurs. La solution retenue dans ce lieu est de faire faire deux fois le tour du phare, avec à chaque une mise en valeur différente de la salle à chaque fois. Cela reste une faiblesse, car de fait le mobilier présent reste le même durant les « deux tours » du circuit. Donnant une certaine redondance au circuit.

Conclusion sur l'organisation :

Points positifs :

- Une relation étroite entre l'intérieur du centre d'interprétation et les jardins.
- Une prise en compte de tous les handicaps : moteur, mental, visuel, auditif.
- Des jardins très travaillés et libre d'accès, pour tous.

Points négatifs :

- Une redondance du parcours, induite par les deux tours au sein du phare
- Une boutique trop désaxée du passage des visiteurs.
- Une boutique étroite due

En ce qui concerne les visites, elles sont toutes payantes. Les visites accompagnées Terre de Sel sont payantes : l'accès à l'espace muséographique, les visites ornithologiques, la découverte des marais salants.

Au phare de Chassiron, l'accès au sommet du phare est payant, celui au centre d'interprétation l'est aussi.

Adulte : 2,50 €

Enfant : 1,50 €

Groupe adulte : 2,00 €

Groupe enfant : 1,00 €

Les tarifs sont les mêmes pour la montée au phare que la visite du centre d'interprétation. Si l'on veut visiter le phare et la partie muséographique par exemple une remise est effectuée :

Adulte : 4,00 €

Enfant : 2,50 €

Groupe adulte : 3,00 €

Groupe enfant : 1,50 €

Devant la pertinence et l'apport de ces deux visites quant à l'organisation, notamment des boutiques, j'en ai organisé deux autres : une au Moutardier du Pape situé au cœur de Collonges-la-Rouge. Une autre à Rocamadour au sein de la Maison des Abeilles.

Après les deux premières visites, je souhaitais visiter avec mon groupe de travail des centres d'interprétation de taille plus modeste, et en rapport avec la mise en valeur d'un produit gastronomique et d'un savoir-faire. En l'occurrence la moutarde, le pain d'épice et le miel.

Le Moutardier du Pape :

Nous avons passé quatre heures au Moutardier du Pape, où une fois de plus nous avons été



très bien accueillis. Mme Ingrid Lapierre, la directrice du site nous a consacré son après-midi pour nous faire découvrir le mode de fonctionnement, l'organisation, et la genèse du Moutardier du Pape. Un espace, encore une fois, bien différent des deux premiers visités.

Un espace dédié à une tradition pluriséculaire corrézienne méconnu : la moutarde.

Une visite très intéressante dans le cadre du projet puisqu'il conjugue plusieurs points communs : volonté de promouvoir un savoir-faire local, promouvoir un produit traditionnel : la moutarde, très largement

détournée et dénaturée par les grandes entreprises des moutardes de Dijon. L'enjeu de ce lieu est donc de refaire découvrir ce qu'est la moutarde, présenter des aspects méconnus,

oubliés du grand public. Le propos de Mme Lapierre est réellement d'éduquer à l'aliment, les façons de consommer ce produit ont été totalement formatées par les grands groupes. Tout comme la viande, que l'on achète comme n'importe quel aliment en grande surface.

Cette espace de vente – découverte, est une boutique des Distillerie et Domaine des Terres Rouges. Un distillateur et moutardier dont l'usine de production est située à Turenne. L'entreprise confectionne des produits très variées, dont une vingtaine de moutardes différentes : aux cèpes, à l'absinthe, à la noix, aux trois poivres ou encore l'incontournable moutarde violette Limousine. Mme Lapierre, à base de ces moutardes cuisines toutes sortes de desserts sur place, dans des petites cuisines. Des desserts qu'elle offre aux visiteurs de l'espace muséographique. La visite de l'espace muséographique sans accompagnement ne présente pas un intérêt particulier. L'exposition situé à l'étage est statique, très classique. C'est réellement Mme Lapierre, qui donne vie au lieu, de par la passion qu'elle insuffle durant la visite qui rend la visite très marquante.

Aucun visiteur ayant fait la visite avec la directrice ne repart sans produits de la boutique (un panier moyen de 20€. Non pas qu'elle soit une vendeuse d'exception, seulement elle transmet sa passion pour les produits de qualité.)

C'est là que se trouve la force du Moutardier du Pape : faire prendre conscience à un public qui arrive souvent peu convaincu par de la moutarde corrézienne (voire hostile, qualifiant l'échoppe de véritable « arnaque »), du savoir-faire historique présent sur le territoire. Ceci passe par une démonstration complète : dégustation, discussion avec l'animatrice qui maîtrise totalement son sujet, et qui, point très important, conseil les visiteurs individuellement sur la préparation de plats avec les produits qu'elle vend, donne des astuces.

Simplement, l'échoppe, comme à Terre de Sel, transmet une passion, une image de haute qualité, avec un suivit très conviviale, le visiteur sent bien qu'il n'est pas simplement un consommateur, mais un visiteur qui accueilli et conseiller. On prend du temps pour lui.



Visite d'une des salles de la partie muséographique du Moutardier du Pape. Source : Romain

Morange .



Boutique du Moutardier du Pape. Source : Romain Morange.

Organisation spatiale du Moutardier du Pape.

L'entrée se fait directement par la boutique. Une boutique bien fournie, qui comprend quelques produits n'ayant rien à voir avec la moutarde. De la bière artisanale issue d'une brasserie de Collonges-la-Rouge par exemple. Une légère diversité de produit assumée car utilisé pour attirer les visiteurs dans la boutique. En effet, la moutarde n'est pas un produit ayant une accroche optimale auprès des passants.

Après l'accueil par la boutique, la visite débute dans une salle à l'arrière. Une salle d'accueil et de projection d'un film présentant la fabrication de la moutarde (de la culture des graine jusqu'à la mise en bocaux.)

La suite de la visite se déroule à l'étage, des 4 salles et couloirs abritent des panneaux explicatifs sur la moutarde, ses vertus... Ainsi qu'une collection permanente de verre et bocaux anciens de moutarde.

Assez peu d'enseignements à tirer sur le plan fonctionnel : aménagement d'une superbe bâtisse typique de Collonges-la-Rouge. Superbe certes, mais peu fonctionnel pour les visites. Qui plus est quand on sait que 90% des visiteurs sont des groupes de 45/50 personnes.

La visite est payante (4€) uniquement pour couvrir la dégustation, puisque tout est fait sur place de manière artisanale par Ingrid Lapierre.

L'investissement de cet espace muséographique a été réalisé en total autofinancement par l'entreprise Domaine des Terres Rouges. Ce qui représente 200 000€ d'investissement, en grande partie due au réaménagement, à la mise aux normes de cette vieille bâtisse, dont le plancher par exemple n'est pas fait à l'origine pour supporter un groupe

Ce que le groupe de travail a retenu de cette visite c'est avant tout une démarche très proche de la nôtre, ainsi que l'importance d'attirer des groupes via des circuits touristiques en autocar.

Organisation spatiale du Moutardier du Pape :

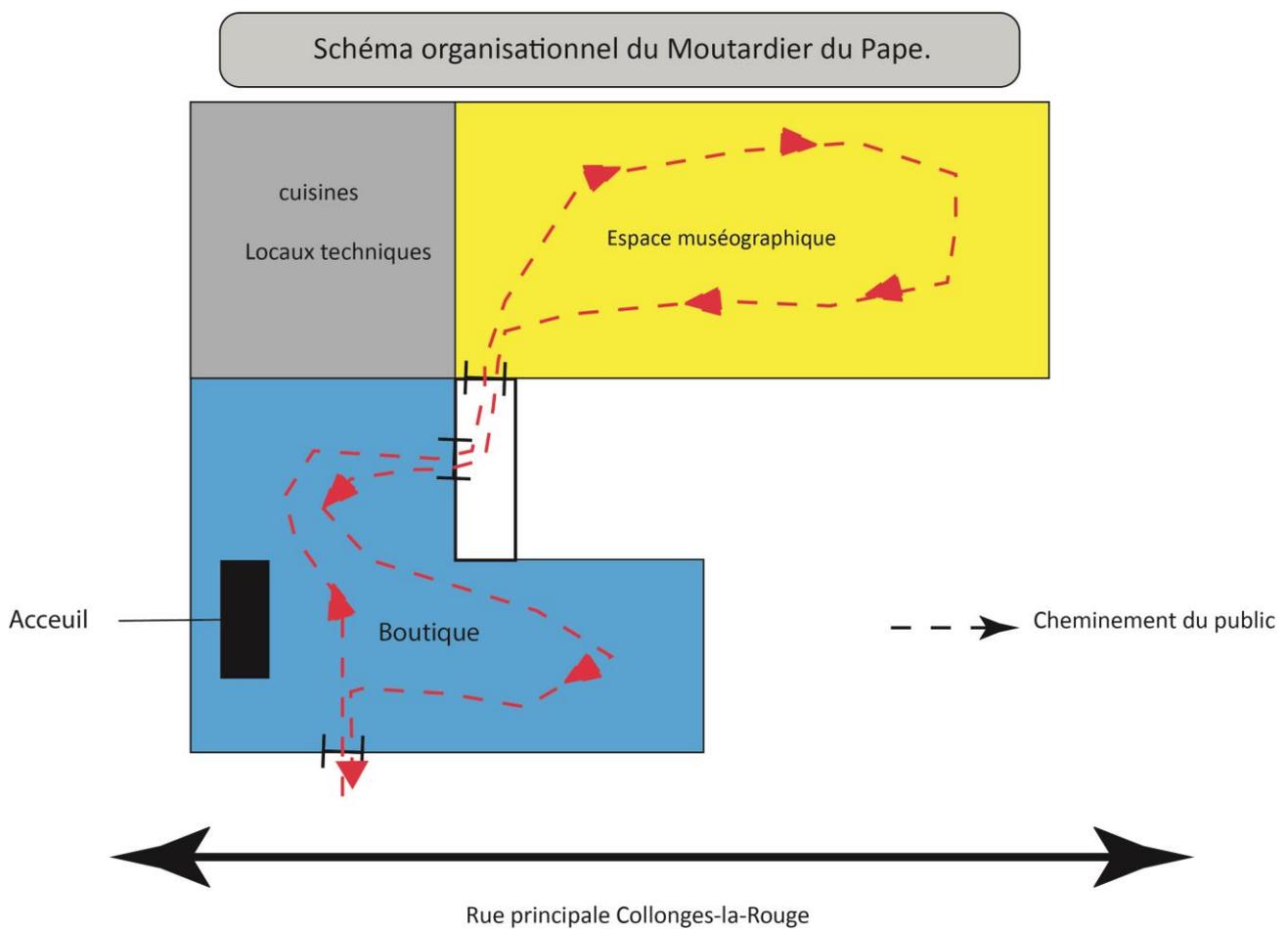


Schéma organisationnel du moutardier du pape. Réalisation : Romain Morange.

Conclusion sur l'organisation du moutardier du pape :

Points positifs :

- Une animatrice charismatique et passionnée.
- Une boutique esthétique et bien fournie.
- Image luxueuse donnée aux produits.
- Dégustation convaincante.

Points négatifs :

- Un bâti peu fonctionnel.
- Une exposition vieillissante.
- Une exposition qui ne se suffit pas à elle-même, la présence de l'animatrice est indispensable.

La Maison des Abeilles :

Une dernière visite à eu lieu à L'Hospitalet (Rocamadour, Lot). Pour cette dernière je ne puis mobiliser le groupe de travail. La maison des abeilles et un espace muséographique et de vente de l'entreprise Les pains d'épices du Quercy. C'est donc une mise en valeur de ce produit que je m'attends à trouver. Une mise en valeur du procédé de fabrication artisanal d'un pain d'épice réputé.

Une apicultrice, Mme Préfume me reçoit, pour me faire découvrir l'organisation de la Maison des Abeilles, ses objectifs.

La Maison des abeilles se divise en deux espaces, comme pour les autres sites visités : une boutique et un espace muséographique. Un espace muséographique libre d'accès, qui permet découvrir la vie de l'abeille, les menaces qui planent sur cette dernière : pesticides, frelons asiatiques, OGM... On y apprend beaucoup sur le métier d'apiculteur, sur l'évolution des techniques y étant attachées.

La partie muséographique est composée d'une salle de projection permettant de visionner un film narrant la vie de l'abeille. L'espace muséographique propose une exposition de ruches, de panneaux relatifs à la vie des abeilles, au métier d'agriculteur.

Et point tout à fait intéressant, au centre de la salle se trouve un *patio* vitré dans laquelle se trouve une ruche. Cela permet à l'animatrice de manipuler les abeilles devant les visiteurs, et permet simplement à ces derniers d'observer les abeilles vivres. Il y a une communication avec l'extérieur, ce qui permet aux abeilles de travailler sous nos yeux.



Espace muséographique de la Maison des Abeilles. Source : Romain Morange.

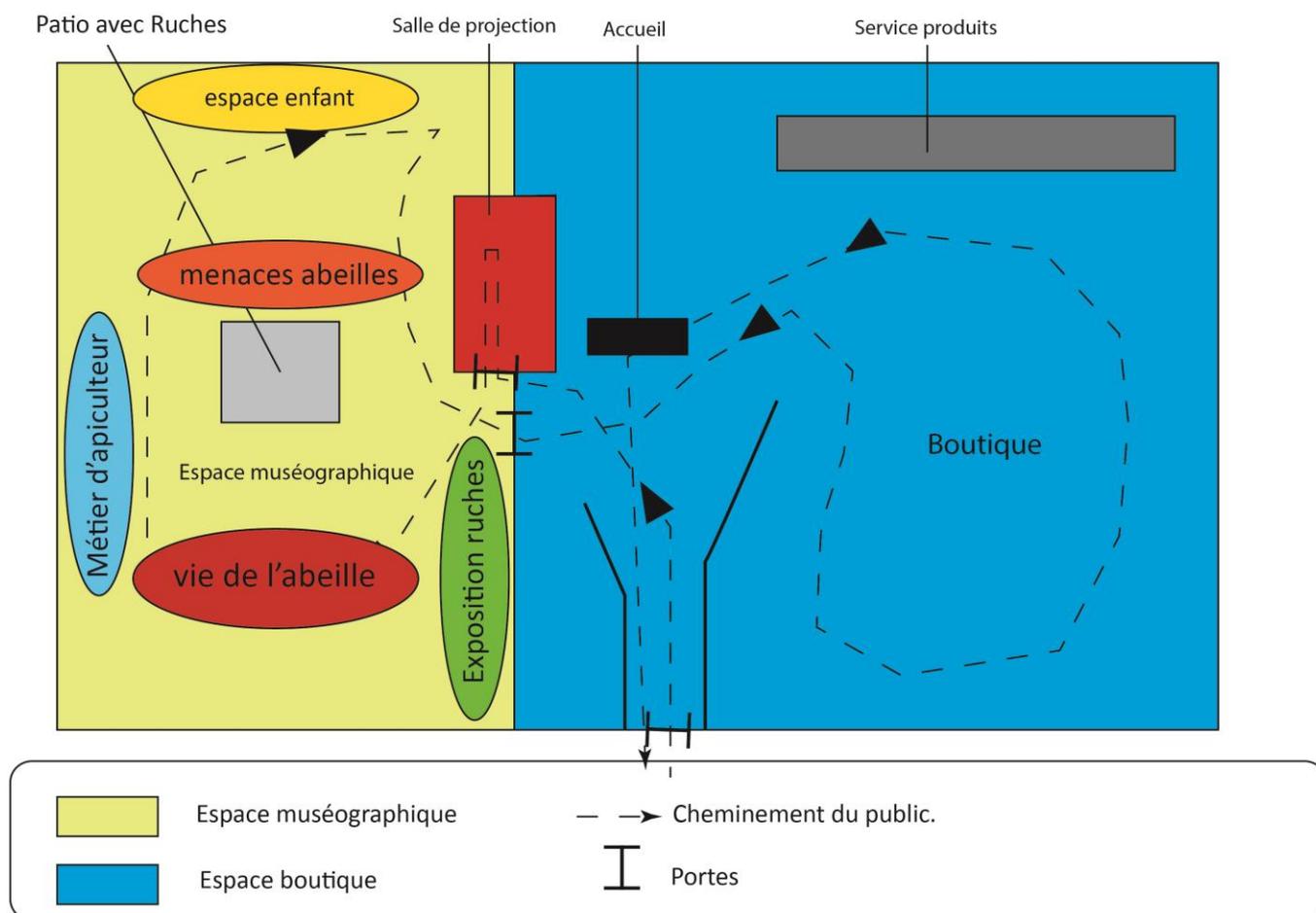


Espace muséographique de la Maison des Abeilles. Source : Romain Morange.



Boutique de la Maison des Abeilles. Source : Romain Morange

Schéma organisationnel de la Maison des Abeilles



Conclusion sur l'organisation de la Maison des Abeilles :

Points positifs :

- Une belle boutique, fournie.
- Un personnel compétent (de vrais apiculteurs), distillant de bons conseils aux visiteurs.
- Des produits de qualités, et artisanaux présents dans la boutique
- Un espace muséographique assez vaste et complet sur l'abeille et le métier d'apiculteur.
- Entrée gratuite.
- Un bâtiment très fonctionnel.
- Un contenu muséographique élaboré pour tous les âges, et récemment mis à jour.

Points négatifs :

- Erreur dans le contenu de la partie muséographique : on n'apprend que très peu de choses sur le pain d'épice. On sait tout de l'abeille mais rien de leur produit phare qu'est le pain d'épice.
- La dimension locale et artisanale de l'entreprise « Les pains d'épices du Quercy » n'est pas assez valorisée.

Conclusion générale sur les visites :

Nous avons cherché au maximum des sites différents, dans des lieux différents. Cependant, tous ont un point commun : être situés dans des lieux fortement touristiques, et de fait ils connaissent un flux de passants non négligeable. Lieux touristique est-il pour autant source de succès ? Cette équation n'est pas si simple. Mettre en avant un produit, un savoir-faire local, dans un site fortement touristique n'est pas forcément la clé. En effet, l'exemple de Collonges-La-Rouge reste très intéressant de ce point de vue. Collonges-la-Rouge est un « village-boutique », il n'y a que très peu d'habitants, mais énormément d'échoppes. Ceci est dû l'histoire même de Collonges-la-Rouge qui est un village commerçant. Mais les visiteurs voit d'un très mauvais œil toutes ces boutiques, et encore plus la mise en avant d'un produit traditionnel, en l'occurrence la moutarde. Pour ces derniers, c'est une simple « arnaque ». En s'implantant dans Collonges-la-Rouge, les décideurs de l'entreprise ne voyaient que le flux des 600 000 visiteurs annuel du site. Ils estimaient qu'au moins 10% des visiteurs rentreraient dans la boutique, soit 60 000 visiteurs. En réalité c'est plutôt 1% aujourd'hui.

Les visiteurs ne connaissent pas la moutardes corrézienne, découvrir ce savoir-faire dans un lieu aussi touristique, ne les mets pas en confiance. C'est un véritable contrecoup du à un site « trop touristique » où produits traditionnels de haute qualité côtoie snack et boutique souvenirs. De ce point de vue, implanter en campagne dans un cadre verdoyant, le Pôle Viandes Locales peut se révéler réaliste.

Sur un plan purement organisationnel, toutes ces visites nous ont confortés dans le fait que la boutique doit être un élément incontournable, et central du centre d'interprétation. Pour faire vivre le centre d'interprétation d'une part, mais aussi parce qu'il s'agit d'une attente des visiteurs.

Cette boutique doit être le lieu d'accueil et celui de sortie, avec entre temps, un moment de découverte du produit, un lapse de temps durant lequel le visiteur doit s'appropriier le produit ainsi que ses spécificités.

Les différents partis pris des sites visités sont souvent les mêmes et sont majoritairement organisés autour du respect du visiteur :

- Produits de qualité dans chacune des boutiques visitées.
- Accessibilité pour tous (y compris les quatre handicaps.).
- Temps d'échange important avec le public.
- Mise en lumière du savoir-faire et de la qualité des produits, via une information transparente.

Ces partis pris reflètent les objectifs du centre d'interprétation du Pôle Viandes Locales. Le groupe de travail s'y est particulièrement retrouvé. Il ne s'agit pas de faire un espace de vente pur, mais bien un espace de communication autour d'un terroir, d'un savoir-faire mais aussi de l'aventure Pôle Viandes Locales. La mise en lumière de ce dernier permet de gagner la confiance des visiteurs. Il s'agit bien de la production et du travail d'éleveurs creusois qui se sont battus pour en arriver là, et qui sont totalement indépendant des grandes entreprises.

Les différents enseignements tirés de ces visites ont pour but de me permettre d'élaborer un schéma organisationnel du centre d'interprétation.

III. Propositions d'actions :

1. Les potentialités d'interprétation.

Un des défis de ce projet, est clairement de trouver des potentialités d'interprétation lorsque qu'on parle d'un produit comme la viande.

Ce produit est singulier. Singularité avant tout liée à son origine animale, ce qui de fait renvoi inéluctablement à la dimension abattage de l'animal. Il est difficile de communiquer sur ce produit sans avoir cette dimension en arrière-pensée.

De plus il s'agit de ne pas se tromper de sujet. Le Pôle Viandes Locales à vocation à vendre des produits finis au public, a pour but de sensibiliser à la démarche circuit court, à la qualité de la viande, au bien-être animal, ainsi que de présenter le territoire dans lequel ce projet s'inscrit.

Il faut garder à tout moment ces objectifs en tête pour ne pas se tromper de discours. En effet il serait très facile de tomber dans la mise en valeur de l'animal. Mais il ne s'agit en aucun cas de faire cela. Il faut éviter l'erreur commise au sein de La Maison Des Abeilles : on apprend tout de l'abeille, mais rien des produits confectionnés par l'entreprise Les Pains d'Épices du Quercy. Il s'agit de ne pas commettre cet impair au sein du centre d'interprétation. D'autres lieux ont vocation à parler de la vache en tant qu'animal (le futur « Limousine Park » du Pôle de Lanaud par exemple).

L'accent doit être mis sur le contact avec le produit. Mais une fois de plus la viande est un sujet difficile à traiter. Mais des moyens de médiations existent. L'interprétation c'est la mise en éveil des sens : toucher, odorat, ouïe, vue, et le goût. Certains sujets se prêtent aisément à tous ces sens, mais la viande plus difficilement. Le toucher par exemple est difficilement exploitable pour les stations d'interprétation. Il ne s'agit pas de mettre des pièces de viande en exposition et de laisser le public les toucher. Cela n'aurait aucun sens. Il s'agit donc d'aiguiser les sens. De montrer au maximum le côté gourmand de la viande. Et pour cela, la vue, l'ouïe et le sens gustatif peuvent prendre une dimension toute particulière dans ce processus.

Il s'agit avant tout de dégager les thèmes à aborder pour les stations d'interprétation.

La viande, un produit noble.

Tout d'abord la viande, qu'il s'agit mettre en avant de manière gourmande, il faut que le visiteur se sente privilégié face à un produit de haute qualité. Deux processus marquants peuvent être exploités à ces fins : la mise en maturation, et le fumage.

La qualité de la viande résulte d'une chaîne de contribution de différents corps de métier : L'éleveur, l'abattoir, la découpe, la mise en maturation, le boucher, le cuisiner.

Durant cette chaîne, l'apport de chaque professionnel est important.

La viande est un aliment noble. Il doit travailler et être travaillé avec savoir-faire, Tout comme le pain doit lever, le vin doit fermenter et la viande doit être mise en maturation.

La mise en maturation permet la transformation du muscle en viande. 2 phases :

- un phénomène naturel de relâchement des liens entre les fibres musculaires. (refroidissement progressif : ressuage.)
- Un travail d'affinage mené par le boucher.

Une longue maturation permet l'expression des caractères organoleptiques (odeur, goût, couleur) de la viande et une lui confère sa tendreté ainsi que ses arômes.

Cet aspect méconnu du grand public, gagnerai à être explicité.

Un tel savoir-faire ne peut que donner une image encore plus qualitative pour cet aliment noble. Preuve que chaque étape apporte une indispensable valeur ajoutée, chacune d'entre elle est décisive, et qu'il n'existe pas une viande mais des viandes, qui peuvent encore se différencier par une mise en maturation différente.

Peuvent-être évoqués les différents stades, les différentes durées de maturation. Et les caractéristiques organoleptiques qui en découlent.

La maturation est de plus en plus mise en avant et évoquer dans les médias. Notamment via des personnages comme Yves-Marie Le Bouronnec, qui élève ce procédé au rang d'art. Il élève sa viande comme le ferai un maître de chai avec un whisky.

Dans la pratique ancestrale du fumage en Europe, les salaisons finissent leurs séchages suspendues à des barres de fer, ou encore accroché sur des couronnes d'offices.

C'est une vision très gourmande qu'offre un fumoir, de plus l'odeur de la charcuterie en train de sécher reste tout aussi alléchant.

La mise en valeur de ce procédé peut parfaitement avoir sa place dans le centre d'interprétation.

Le circuit court, une réponse pertinente

Le Pôle Viandes Locales, c'est aussi un modèle économique et éthique à promouvoir. Il doit être un étendard du circuit court dans la région, mais aussi en France. De ce fait, le contenu du centre d'interprétation se soit de refléter cette dimension novatrice, et les réponses qu'elle apporte. Si bien qu'un espace doit informer le consommateur, l'avertir des dérives du circuit classique : gâchis alimentaire indécent, « trading » de la viande, non-respect de l'animal. Etc.

Et mettre en face de ces dérives, la réponse du Pôle Viandes Locales : le respect de l'animal de l'exploitation à l'abattage, le bien-être animal étant la priorité architecturale des éleveurs. Un coût et une réflexion importante en amont pour que l'abatage reste un moment le moins stressant possible pour l'animal.

Le circuit court permet aussi de lutter contre le gaspillage, d'une part grâce à une gestion plus facile du stock et des commandes, mais surtout grâce à la qualité de la viande qui permet un gâchis moindre. Le lycée agricole d'Ahun (Creuse), désormais très engagé dans le circuit court, en outre grâce à la détermination de M. Cazassus, voit une baisse de 30% de ses déchets du fait de la meilleure qualité des repas. Mais pas seulement. Il y a aussi un regain de motivation de la part des équipes en cuisines qui redécouvrent le plaisir de cuisiner de vrais aliments qualitatifs, ils ne sont plus de simples « ouvre-boîtes » ou « réchauffe plat ». Ceci est le résultat du circuit court, un effet très local et extrêmement concret qui mérite d'être mis en avant pour le public.

C'est ici que ça se passe.

Il est important d'insister sur le fait que le Pôle Viandes Locales est le fruit d'un territoire en mouvement et de la détermination d'éleveur de la région.

Les compétences, les éleveurs, les animaux, l'abattage, la découpe, la transformation le conditionnement, la vente : tout ce fait en Limousin.

Le visiteur, doit pouvoir situer les éleveurs sur une carte, pour se rendre compte qu'ils sont bien sur le territoire.

La campagne et la montagne Limousine est l'écrin de cette aventure et de cette production. C'est au sein de cette dernière que les bêtes sont élevées et pâturent. Une mise en valeur de cette dernière est importante. Un point de vue particulièrement pertinent sur un paysage en alvéoles depuis les parcelles éligible peut même permettre une lecture du paysage.

Cette campagne limousine doit être mise en avant comme un lieu hautement qualitatif pour l'élevage et que la qualité de la viande finale passe aussi par ce lieu d'élevage.

Le coin des curieux

Un lieu de découverte moins guidé doit permettre d'en apprendre encore plus. Se cultiver à propos de la viande implique aussi pouvoir accéder à des informations complémentaires touchant au choix de cette dernière, aux différents types de cuissons... Etc.

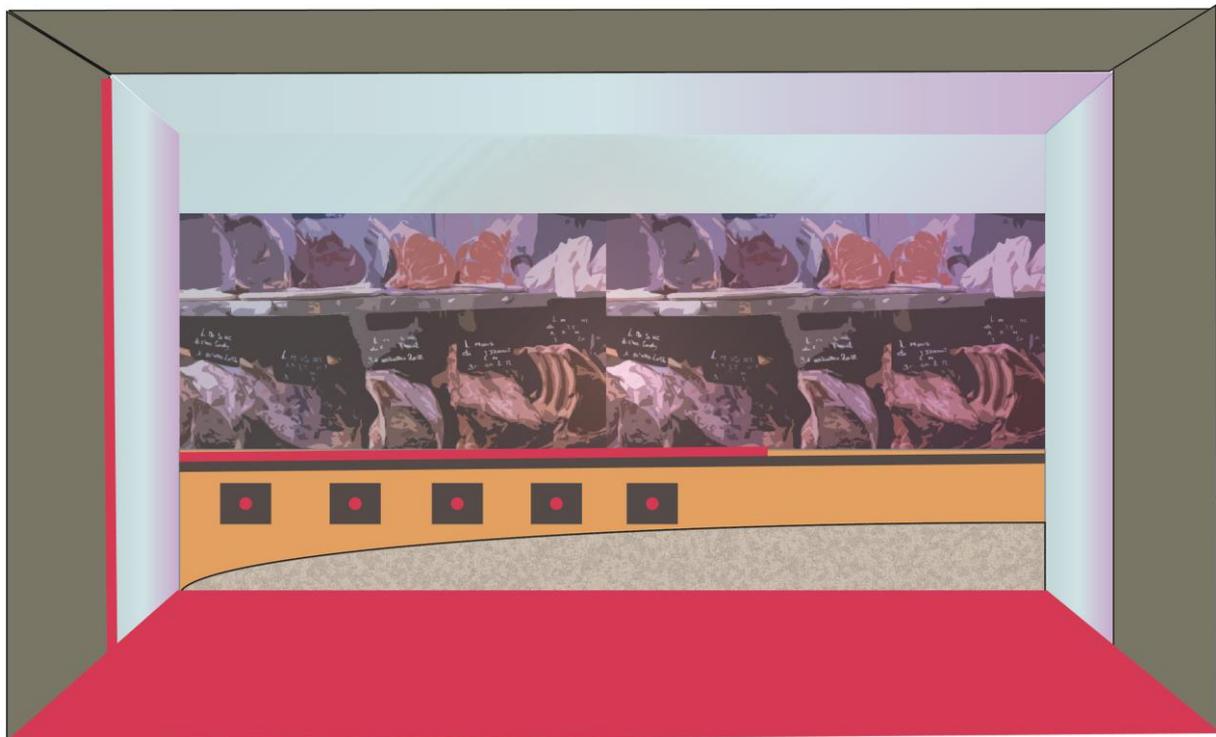
Un espace doit permettre d'appréhender ces notions. C'est un accompagnement du public. En effet si l'on vend la meilleure viande, mais que le consommateur ne sait pas la préparer, le résultat pourra se révéler décevant. Le centre d'interprétation doit donc aussi sensibiliser au fait que cet aliment délicat ne se fait pas cuire de n'importe quelle façon, quelques instants après être sorti du frigo ou du congélateur.

2. Proposition de stations d'interprétation.

Une trame doit se dégager dans l'enchaînement des stations d'interprétation, elle doit faire sens, et permettre d'accrocher les visiteurs :

Une plongée doit être opérée, le visiteur glisse dans un monde qu'il ne connaît pas, un monde qui n'attend pas le visiteur. Ce dernier rejoint un processus en marche. Il s'agit d'une mise en condition rendu possible par la première station d'interprétation :

Première station d'interprétation : Le produit de la patience.



Modélisation de la première station d'interprétation – réalisation : Romain Morange.

Description de la station d'interprétation :

Caractéristiques principales :

- Offrir une immersion dans la salle de maturation via une avancée vitrée.
- Boite à dégustation.

- Commentaire audio expliquant ce qu'est cette salle, son rôle, son importance, et au final ce qu'est le processus de mise en maturation.

Objectifs :

- Faire découvrir un processus capital conditionnant la qualité de la viande : la mise en maturation.
- Offrir une dégustation de plusieurs stades de maturation de la viande.

Données techniques :

- Baie vitrée de 3 mètres de largeur par 2.20 de hauteur.
- Deux enceintes
- Deux rideaux « type théâtre ».

Après une première plongée gourmande où l'on est directement immergé dans le processus de valorisation de la viande, une autre station permet encore une fois d'offrir une vue gourmande aux visiteurs : le fumoir.

Deuxième station d'interprétation : Finissez d'entrer.



© AnticStore.Com | Buhard Jean-Yves | Tous droits réservés.

Exemple de Billot de boucher. Source : anticstore.com



Exemple d'une couronne d'office permettant traditionnellement de conserver la viande. Un élément pouvant avoir toute sa place au sein de cette station d'interprétation.

Source : art-populaire.fr

Description de la station d'interprétation :

Caractéristiques principales

- Offre une vue sur le fumoir.
- Ambiance authentique via un décor de vieille boucherie.
- Odorat offert par de vrais produits et/ou boîtes à odeur.

Objectifs :

- Mise en évidence du long travail qualitatif qu'est le fumage et le séchage
- Permettre de goûter des produits préparés et affinés avec le plus grand soin.
- Plus simplement, offrir une vue « plaisir », « gourmande » aux visiteurs.

Données techniques :

- Une baie vitrée
- Un vieux billot de boucher
- Des vieux outils
- De vieilles affiches
- Crocs de bouchers
- Couronnes d'office
- Boite à odeur (avec manivelle)
- Deux enceintes
- Fausses poutres plafond
- Rideaux « type théâtre ».
- Éclairage tamisé.

Quatrième station d'interprétation : Un gourmet averti en vaut deux.

Description de la station d'interprétation :

Caractéristiques principales :

- Projection d'un film.
- Panneaux information

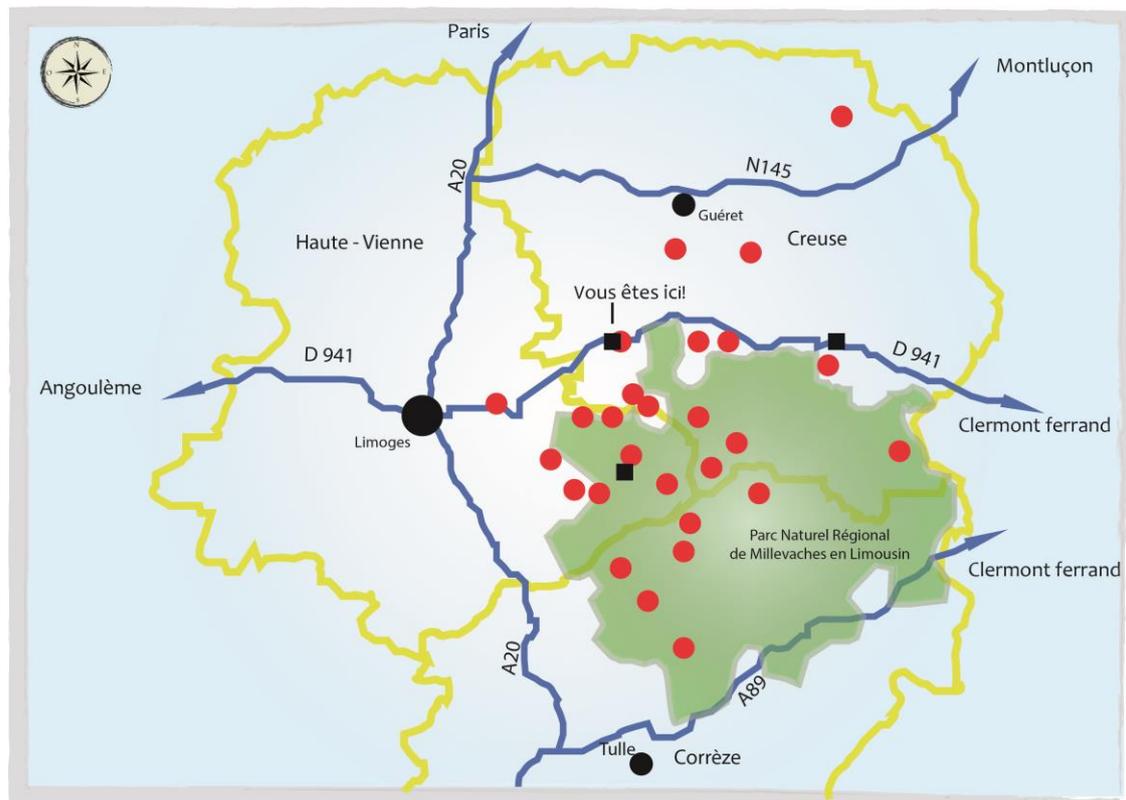
Objectifs :

- Sensibiliser au gâchis
- Sensibiliser au bien-être animal
- Mettre en avant le circuit court comme une réponse aux dérives du circuit classique

Données techniques :

- 1 vidéoprojecteur
- Deux enceintes
- Trois panneaux d'interprétation.

Cinquième station : C'est bien ici que ça se passe !



Exemple de carte pouvant illustrer la réelle implantation locale d'éleveurs. Réalisation : Romain Morange

Description de la station d'interprétation :

Caractéristiques principales :

- Carte de localisation des éleveurs.
- Baie vitrée ouverte sur la campagne Limousine.

Objectifs

- Prouver que le projet du PVL est bien 100% local.
- Faire de la campagne Limousine l'écrin naturel des produits du Pôle Viandes Locales.

Données techniques :

- Une baie vitrée.
- Deux panneaux d'interprétation.

Sixième espace d'interprétation :

Il s'agit ici plus de faire un espace d'information qu'une station d'interprétation. Un espace complémentaire, pour aller plus loin dans l'apport de connaissances.

Caractéristiques générales

- Plusieurs panneaux d'interprétation
- Des flyers bonus : recettes, astuces, flash code pour accéder à des contenus en ligne.
- De vieux meubles en support, dans lesquels des bonus peuvent être rangés.

Objectifs :

- Apporter des informations complémentaires sur le choix de la viande, les cuissons, l'emploi de morceaux inhabituels (valorisation du cinquième quartier.).
- Donner envie d'en savoir plus via des stages au Pôle Viandes Locales.
- Faire comprendre qu'un bon produit ne fait pas tout, la préparation compte tout autant.

3. Proposition d'une Charte graphique.

Une charte graphique est essentielle à l'identité du lieu. « La charte graphique (ou normes graphiques) est un document de travail qui contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité graphique d'une organisation, d'un projet, d'une entreprise. »

Un logo existe déjà pour l'association A2VL. Un logo très bien accueilli, assez identitaire et reconnaissable. Un graphisme jeune mettant en avant les spécialités du Pôle Viandes Locales : viandes bovine, ovine et porcine.

Ce logo doit être conservé. Celui du centre d'interprétation et de la partie fonctionnelle ne doivent pas différer, car rappelons que le centre d'interprétation et une vitrine, un outil de communication et de transparence pour le Pôle Viandes Locales.



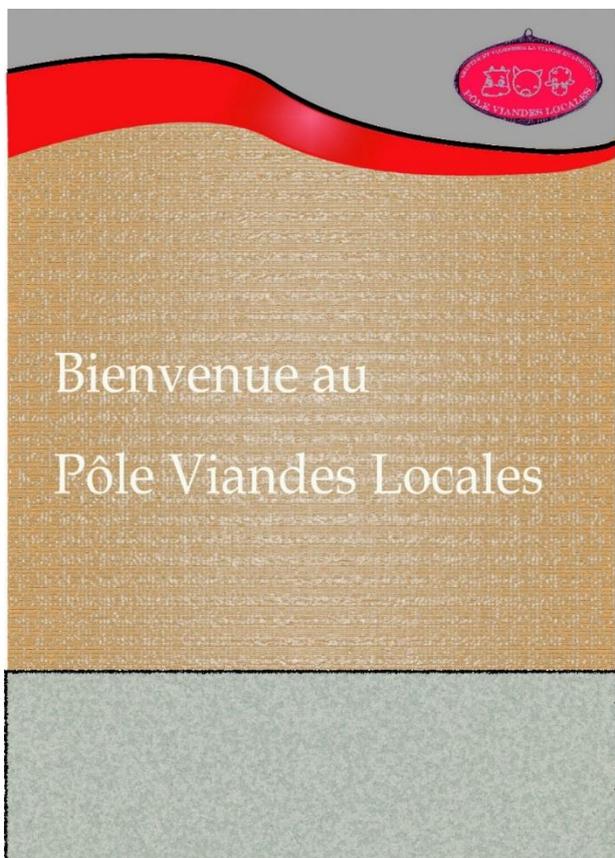
Logo de l'association A2VL.

Ce logo de l'association doit être complété par des codes graphiques et esthétiques plus poussés, de manière à créer une identité, via les panneaux d'informations et médias

La couleur rouge reste une couleur indissociable du Pôle Viandes Locales. Présent dans le logo, et rappelant bien évidemment le produit à la base de tout : la viande.

Un liseré rouge, complété par un autre noir.

La charte graphique doit représenter à la fois le PVL mais aussi le centre d'interprétation. Il n'est pas question de faire des panneaux en forme de vache ou avec des cornes. Ce projet est le fruit d'un territoire. De fait, insérer des éléments représentatifs de ce territoire dans la



conception de ces panneaux peut être un bon point.

Un panneau en bois, si possible en châtaignier, habillé dans sa partie basse d'un habillage en pierre, si possible granite.

Cette charte graphique peut se retrouver sur les panneaux d'accueil comme sur ceux d'interprétation.

Exemple pour un panneau d'accueil.

4. Pré-programmation architecturale.

La pré-programmation architecturale peut être définie comme l'étude, la projection de l'organisation des espaces, et leurs interrelations au sein du bâtiment, et de leurs visées. Ce document comprend d'une part un schéma organisationnel, c'est-à-dire un plan comprenant les différents espaces, représentés sous formes de zones, et non de pièces parfaitement définies, car il s'agit bien d'un schéma et non d'un plan.

Ce schéma organisationnel offre une projection, une vision de l'organisation des espaces, les accès, le parcours du public, la communication entre les différentes espaces. Ce document vient en amont du travail de l'architecte. Ce dernier doit composer avec ces exigences.

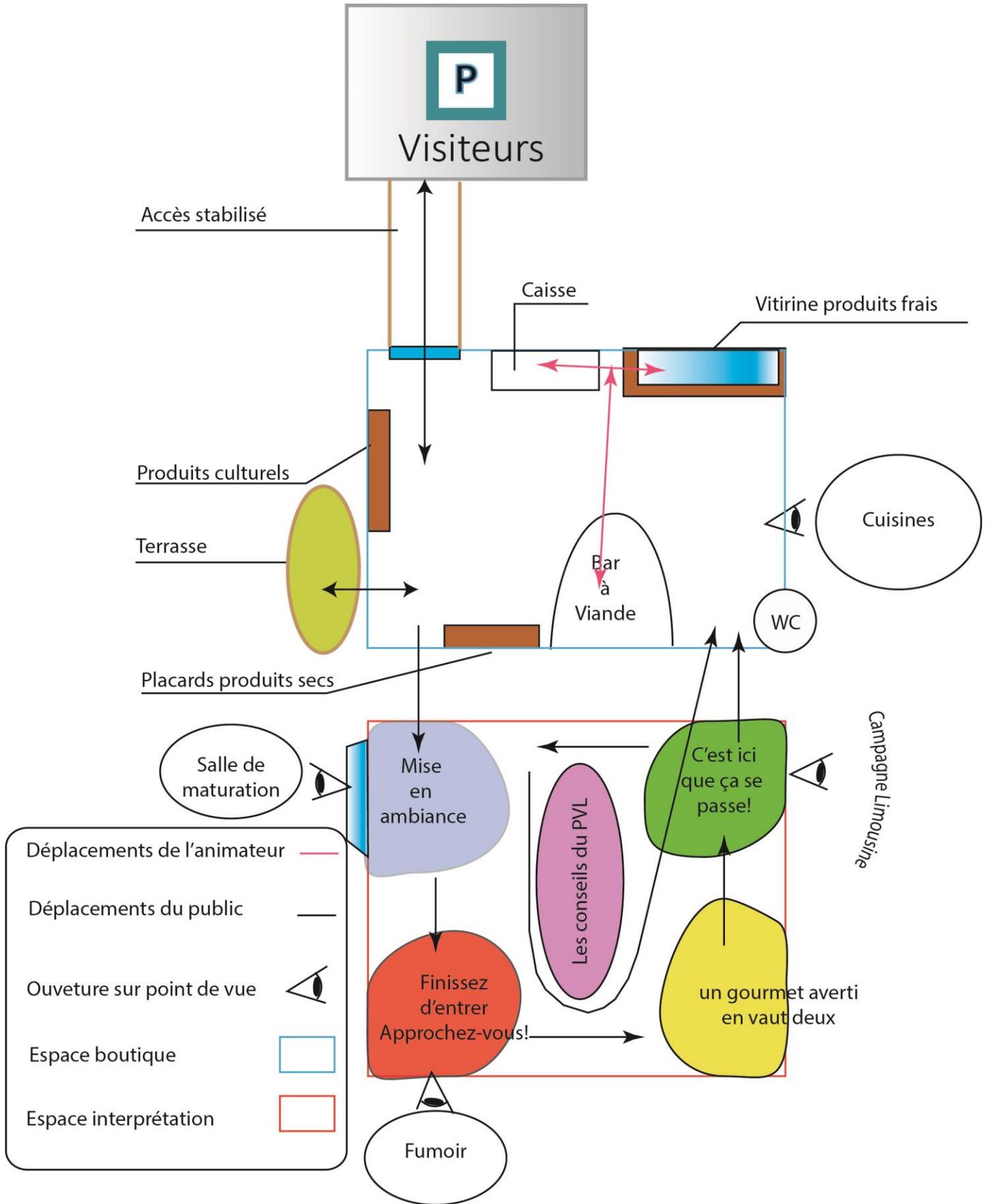
En plus du schéma organisationnel, un cahier des espaces et des coins est présent dans ce document. Chaque espace est décrit : son ambiance, son rôle, ses fonctionnalités, ce que l'on va y trouver en terme de matériel.

De plus c'est au sein de la pré-programmation architecturale que sont exprimés les grands partis architecturaux souhaités : consommation énergétique, matériaux utilisés, intégration paysagère.

Grands partis architecturaux :

- Une intégration paysagère optimale : éviter à tout prix une « vue paysagère ».
- Utilisation de matériaux locaux.
- Les essences de bois exotiques ou rares sont bannies.
- Mobilisation des compétences des acteurs économiques locaux : différents corps de métiers au maximum locaux, ainsi que le maître d'œuvre.
- Bâtiment à énergie positive
- Toiture végétale
- Système de traitement des eaux «écologique » (phyto-filtration).
- Prise en compte de l'accès handicap pour les quatre handicaps (moteur, cécité visuelle + malvoyance, mental, surdité.)
- Prendre appui sur le bâtiment fonctionnel du Pôle Viandes Locales afin de réduire le coût de la construction.

Schéma fonctionnel :

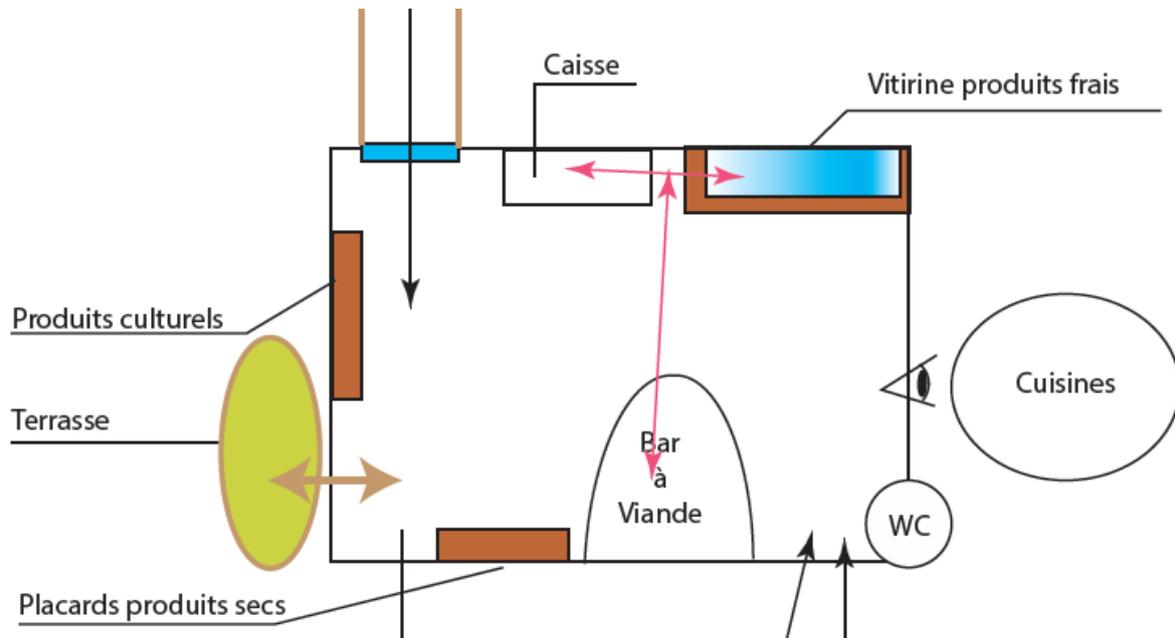


Cahier des espaces et des coins :

Les différents espaces décrits par la suite sont les suivants :

- ✚ Espace boutique.
- ✚ Espace Interprétation et ses différents coins.
- ✚ Sanitaires.
- ✚ Parking.
- ✚ Terrasse extérieure.

Espace boutique :



Cet espace se trouve directement à l'entrée principale bâtiment, destinée au public. Cet espace boutique est voué à accueillir les différents publics : d'une part ceux qui viennent uniquement pour la boutique du Pôle Viandes Locales, mais aussi les visiteurs venus pour le centre d'interprétation de ce dernier. Espace de vente, mais aussi lieu de dégustation via la fonction de bar à viande qui lui est associée.

L'espace boutique – dégustation se doit d'être lumineux et chaleureux grâce à l'emploi de matières brutes telles que le bois. Dans l'architecture aussi bien que dans le mobilier. L'impression d'authenticité, de bien être doit être présente, mais pas omniprésente (pas de « cliché »). Les produits vendus par la SAS Pôle Viandes Locales doivent être mis en valeur

dans un écrin authentique mais aussi garder sa part « d'exceptionnel » par rapport à ce que l'on peut trouver ailleurs.

Fonctionnalités :

Il comprend un comptoir - caisse accueil. La destination commerciale de la boutique nécessite une caisse enregistreuse.

Deux réfrigérateurs pour conserver les produits de réserve destinés à la vente devant être conservés entre +0°C et 6°C pour des raisons de sécurité et normes sanitaires ainsi qu'une vitrine réfrigérée vertical pour exposer une partie des produits. Cette dernière, précédée d'un espace de découpe en inox pour respecter les normes d'hygiène en vigueur.

Des étagères et présentoirs divers destinés à recevoir les produits du Pôle Viandes Locales : charcuterie, bocaux, conserves. Mais aussi des produits locaux d'autres types : bières issus de micro-brasseries locales, ou boissons diverses non distillées issus d'entreprises locales par exemple. (La vente de bières en bouteilles ou autre boissons nécessite aucune Licence.)

Revêtant une fonction de convivialité, une partie de la boutique doit comprendre de quoi s'asseoir et se restaurer en toute quiétude dans la zone « bar à viande ». Cette fonction nécessite :

Deux tables rondes d'environ 70cm de diamètre avec 2 tabourets types « bar » chacune, 2 tables rondes d'environ 1m de diamètre ou tonneaux, avec chacun 4 tabourets type « bar ». Ainsi qu'une plus grande table rectangulaire destinée à recevoir 8 personnes, avec 8 chaises

Au-dessus de cet espace bar à viande, des casiers muraux ou étagères murales doivent exposer les produits secs (saucissons, jambon...) dans un écrin rustique, authentique.

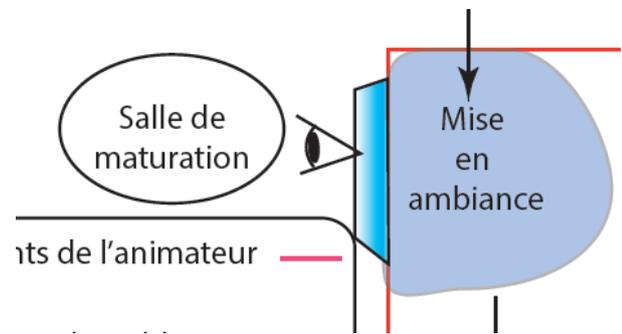
L'appétit vient en mangeant mais pas seulement, une vue sur les cuisines chaudes du Pôle Viande Locales depuis l'espace boutique via une baie vitrée, doit permettre une transparence absolue et susciter l'envie de goûter ce qui mijote et prend forme sous nos yeux.

Le sol doit être en accord avec le côté « authentique » de la boutique, mais avec un revêtement permettant aussi un nettoyage aisé pour assurer une fois de plus une propreté et une hygiène maximum. La propreté étant le premier des accueils, elle se doit d'être irréprochable.

Espace interprétation :

Partie 1 : Mise en ambiance

Cette pièce se doit d'être feutrée, sombre. C'est le moment où l'on passe d'un monde à un autre. Un lieu de transition, non pas soudaine et violente mais douce. On glisse de la boutique vers la découverte de l'essence même du Pôle Viandes Locales, c'est le début du voyage.



Un voyage qui doit commencer par un contact avec le produit. Ce voyage peut débuter par une rencontre avec la matière brute. Une matière qui, elle, a déjà commencé son voyage. On rejoint la viande alors qu'elle « travaille » déjà, on rejoint ce processus en cours. Une petite véranda s'avancant dans la salle de maturation seulement éclairé par une lumière tamisée venant de la salle de maturation elle-même peut être envisagée. Un éclairage survenant après l'entrée des visiteurs, au préalable plongés dans l'obscurité. Sur cette véranda peut être précisé les différents degrés de maturation de morceaux de viandes pendus en face. Les caractéristiques incombant à ces différentes durées de maturation. Ou bien le type de viandes (bovine, ovine, porcine).

Ces caractéristiques peuvent être expliqués, mais pour mieux les saisir, la vue d'une part mais aussi le goût doivent être mis à contribution pour comprendre la raison même de la maturation, ses conséquences sur la qualité gustative, la perte d'eau...

Une bande audio peut aussi expliquer au visiteur où il se trouve, la raison d'être de cette salle, inviter les visiteurs à piocher dans les boîtes à goûts, camouflées dans un vieux meuble. Une dégustation couvrant plusieurs degrés de maturation et cuissons. Des petits casiers remplis par le boucher ou l'animateur du centre d'interprétation avant chaque visite.

Cette pièce doit annoncer le fait que l'on va redécouvrir quelque chose que l'on pensait connaître : la viande. L'entrée en matière doit être marquante, et met tout de suite en avant un savoir-faire du PVL, et une de ses forces : la maturation. Procédé méconnu et hautement qualitatif pour le PVL.

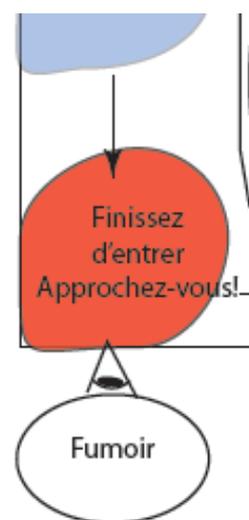
Fonctionnalités :

Prévoir le nécessaire pour installer un système audio aux angles. Des boîtes en Inox dans un habillage plus rustique. La « véranda » peut être occultée au préalable par un rideau.

Branchements (restant dans le plafond) pour un éventuel rétroprojecteur.

Partie 2 : finissez d'entrer... Approchez-vous.

C'est un lieu privilégié. L'authenticité côtoie le luxe. La transition entre la salle de maturation et le fumoir peut se faire par un rideau épais, type théâtre. En effet une baie vitrée doit offrir une vue gourmande sur le fumoir. Ce doit être un plaisir visuel. L'odeur du fumoir doit être perceptible : odorat et vue doivent être en éveil, stimulant déjà les papilles pour la suite de la visite. Une odeur distillée par les saucissons ou jambons pendus au plafond : un « odorama naturel ». La lumière doit être douce, tamiser. C'est un univers feutré, un univers de lenteur, de patience, la viande fleurie, travaille. C'est le trésor du boucher. Une bande audio, presque chuchoté doit permettre aux visiteurs de comprendre cette étape, saisir le cœur que met le boucher à l'œuvre.



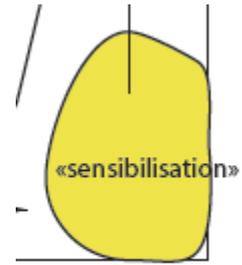
L'univers du boucher doit être au cœur de l'ambiance. Un vieux billot, des outils : couperet, couteau, tablier, crocs. Un plafond avec de fausses poutres. L'odeur de bois, de suie et de viande sécher doit être omniprésente. Un plateau avec des échantillons de charcuterie (saucisson, jambon sec...) peut être disposé sur le billot de boucher.

Fonctionnalités :

Une baie vitrée s'ouvrant sur le fumoir. L'odeur du fumoir doit être perceptible. Un matériel audio, mais non visuel doit permettre de narrer l'histoire du boucher, son secret, sa passion. Le sentiment d'être privilégié doit être prépondérant.

Partie 3 : « Un gourmet averti en vaut deux ».

Ces produits gourmands ne poussent pas dans les arbres... Ils sont issus d'un animal qu'il a fallu élever, nourrir, et abattre. Puis découper, mettre en maturation.... Tout un travail pour arriver sous nos yeux et sur nos papilles.



Montrer ce que mangent les animaux de nos éleveurs, les conditions de vie optimales de nos animaux, leur métier.

Cet espace doit permettre de sensibiliser au « scandale du gaspillage alimentaire », au bien-être animal prôné par le Pôle Viandes Locales.

Un espace doit mettre en lumière le gâchis quotidien dont nos ressources font l'objet, via des schémas, des chiffres clés. Un film, quant à lui, doit montrer l'impact du PVL sur ce sujet. Le lycée d'Ahun peut être un bon sujet de reportage pour montrer le rôle et l'avantage du PVL et plus largement celui du circuit court. En effet l'EPL d'Ahun enregistre une baisse du gâchis : - 30%. Un regain de motivation de l'équipe en cuisine, un contentement des élèves quant à la qualité des repas, et ce pour un coût similaire.

Fonctionnalités :

Cet espace doit permettre l'installation d'un système audio et vidéo. De même qu'un espace permettant l'exposition d'informations diverses sous formes de panneaux, poubelle...

Partie 4 : C'est bien ici que ça se passe.

Retour à la lumière. Ce que l'on vient de découvrir ne se passe pas dans de lointains ailleurs mais bien ici. Au cœur de la campagne Limousine. Une baie vitrée doit permettre de découvrir cet environnement au sein



duquel le Pôle Viandes Locales est implanté. L'identité du Pôle Viandes Locales doit s'exprimer. Mettre un visage sur ce travail hautement qualitatif et local.

Comprendre le fonctionnement et l'avantage du circuit court par rapport au circuit classique. Mettre en avant le fait que bien manger est plus question de démarche que de moyens financiers.

Fonctionnalités :

Une baie vitrée s'ouvrant sur le paysage. La luminosité de cette baie ne doit en aucun cas perturber les ambiances feutrées des 2 premières zones.

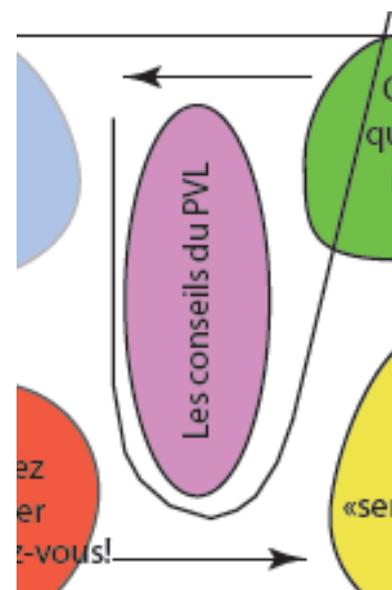
Cet espace doit comporter des espaces plans d'exposition pour y installer panneaux, photos, cartes d'implantation des éleveurs.

Partie 5 : Les conseils du PVL

Une partie centrale, moins guidée, doit permettre, de manière plus libre de découvrir différents conseils : cuissons, choix de la viande. Etc. Le visiteur doit déambuler à sa guise.

De manière plus simple ces médias peuvent s'articuler sur des supports fixes, types gros livres, sur pieds, des informations cachées dans des meubles un peu rustiques, des bonus type recettes sur flyers, des flashes codes. Etc

Un espace plus « exposition », où l'on « fouine », on fouille et où l'on pioche des conseils.

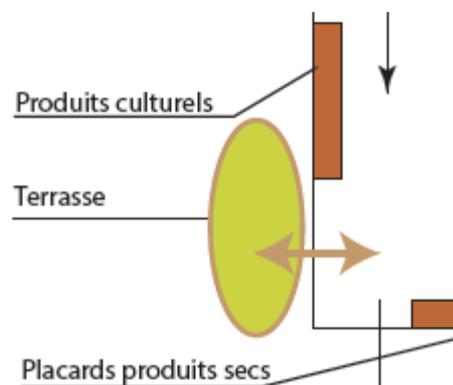


Fonctionnalités :

Cet espace doit être le plus modulable possible : prévoir les branchements plafond pour un vidéo projecteur, un espace suffisant pour mettre des paravents supports. Des vieux meubles, récupérés de préférences seront supports.

Terrasse extérieure :

Une terrasse extérieure communiquant directement avec l'espace boutique doit permettre aux clients de déguster les produits du Pôle Viandes Locales (charcuterie...) accompagné d'un rafraîchissement durant la période estivale. Cette terrasse doit donner le plus possible au sud sur le paysage s'ouvrant vers la vallée.



Fonctionnalité :

La terrasse doit communiquer facilement et directement avec l'espace boutique. Aucun obstacle ne doit entraver l'accès handicapé.

4 tables avec 4 chaises peuvent être installées pour la période estivale.

Sanitaire :

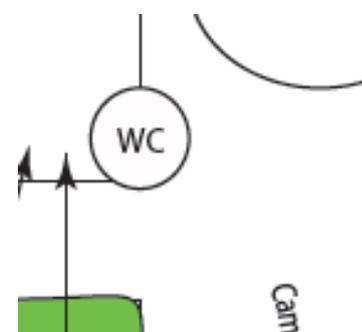
Il se divise en deux espaces, un seul WC est trop peu lors de l'accueil de groupes :

Un WC classique pour les visiteurs extérieurs ainsi que pour le gérant de la boutique.

Un WC handicapé pour les visiteurs extérieurs.

Un urinoir.

Cet espace sanitaire doit comprendre un lave-main et un sèche-main.

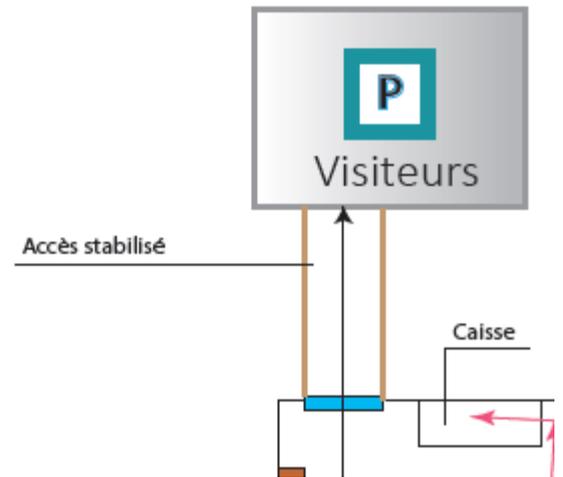


Parking / Accès piéton :

Le parking du Centre d'interprétation doit être différent de celui du Pôle Viandes Locales. La zone « professionnelle » étant très réglementée, créer deux zones de stationnement est plus claire.

Le parking peut s'organiser via trois espaces :

- Places de stationnement réservées aux personnes à mobilité réduite.
- Parking visiteurs extérieurs
- Une place ou deux réservés au personnel.



Fonctionnalités :

Un chemin stabilisé doit permettre de relier le parking à l'entrée principale du centre d'interprétation. Principalement pour garantir un accès handicapé optimal, mais aussi pour garantir la propreté et l'accès à pied sec en cas d'intempérie.

Le parking doit être dimensionné de manière à pouvoir accueillir des bus de cinquante places.

L'enrobage du parking et les pentes de ce dernier doit permettre d'éviter l'accumulation d'eau (flaques) sur de grandes surfaces. Pour une bonne insertion paysagère, le parking peut être bordé d'une haie vive. De même des arbres à visée esthétique et ombrager peuvent être implantés sur le parking.

IV. Etude de faisabilité :

1. Analyses des différents publics visés.

Un lieu culturel, quel qu'il soit s'adresse toujours à une palette de publics, tous différents.

De fait un même lieu doit répondre à des attentes très variées : de la simple récréation au perfectionnement de connaissance de « spécialistes » d'un domaine.

Le centre d'interprétation du Pôle Viandes Locales se devra d'accueillir ces diverses catégories de visiteurs, cherchant des informations diverses, dans un même lieu.

On peut distinguer 8 catégories de publics :

Les scolaires :

Que ce soit des collèges ou des lycées (généraux ou professionnels)...

Ce public vient en groupe, en sortie pédagogique organisée par l'établissement scolaire ou de formation. Il ne vient pas forcément de son plein grès...

Ce public doit trouver des informations correspond le plus possible à ses centres d'intérêts. Ce qui est plus aisé avec les filières professionnelles. Mais aussi avec les filières plus générale autour de thèmes abordés en cours avec le professeur : le gaspillage alimentaire par exemple.

Pour les futurs exploitants agricoles et plus particulièrement éleveurs, la mise en avant d'informations relatives à un « nouveau » mode de fonctionnement, pouvant être qualifié d'alternatif (circuit court.) est indispensable.

Le centre d'interprétation doit permettre de faire découvrir le métier d'éleveur en circuit court, leur démontrer la viabilité d'une telle entreprise, mais aussi l'avenir porteur de ce modèle.

Une promotion du circuit court auprès des éleveurs de demain, aujourd'hui en formation. Si possible créé des vocations.

Ne pas négliger l'aspect mise en valeur de la viande. Exposer la chaîne de valorisation de la viande de l'abatage à la transformation dans « les règles de l'art » par des bouchers

compétents, peut aussi « redonner ses lettres de noblesses » à un métier qui souffre d'une mauvaise image et d'une pénurie de main d'œuvre.

Rappeler que la viande est un produit noble, et que par conséquent le métier de boucher, s'il est bien exécuter, avec l'envie de faire de beau produits, et alors lui aussi un métier noble.

Là encore le contenu du centre d'interprétation peut tout à fait servir de support à des jeunes bouchers en formation. Ou mieux encore : créer là encore des vocations.

Les familles :

Parents et enfants doivent y apprendre et s'amuser.

Les parents doivent trouver des informations facilement accessibles sur : les circuits courts et la viande. L'un ne doit pas aller sans l'autre.

Les parents doivent trouver le contenu lui permettant de choisir leur viande, la préparer convenablement. Les informations distillées ne doivent pas forcément être « pointues », mais facilement mémorisables et assimilables. Suffisamment pour susciter le questionnement et l'envie de consommer autrement à l'issue de la visite.

Pourquoi l'envie de consommer autrement ? Même si ces touristes ne sont pas locaux, et qu'ils ne consommeront pas à long terme des produits du Pôle Viandes Locales, ces derniers auront tout de même l'envie de consommer local ailleurs. C'est aussi un propos du centre d'interprétation. Les valeurs portées par le PVL ne s'arrêtent pas à la boutique.

Expliquer aux parents que ce qu'ils ont dans leurs assiettes n'est pas toujours ce qu'ils pensent être à un impact important, car il en est de même dans l'assiette de leurs enfants...

Des steaks hachés composés de restes (tendons, collagène, cartilage...) ne peut être qualifié de viande.

Le centre d'interprétation doit leur faire comprendre que la qualité n'est pas forcément loin, onéreuse, difficile à trouver, mais qu'elle est surtout liée à une démarche, une envie.

A l'issue de cette visite, les parents doivent vouloir changer leurs habitudes alimentaires : pour eux et leur enfants, mais comprendre qu'il n'est pas difficile de le faire.

Bien manger, au sens qualitatif, n'est pas élitiste mais résulte avant tout d'une démarche. Ils doivent s'approprié ce discours, en être convaincu.

Les enfants quant à eux doivent pouvoir goûter à des produits divers, découvrir des goûts et des produits dont ils ne connaissent pas même le nom et que les parents ne leur auraient jamais proposé à manger.

Les curieux :

Ce public a déjà entendu parler de ce lieu, mais n'a jamais pris le temps spécifique pour venir le visiter. Si bien que lorsque qu'il passe à proximité, le curieux s'arrête visiter le lieu. Contrairement aux visiteurs « spontanés », le curieux a déjà entendu parler du centre d'interprétation, des bruits sur la construction d'un pôle viandes locales.

Tant qu'il n'est pas loin, il vient faire un saut, un arrêt sur le site pour comprendre ce qu'il en est.

Les impliqués :

Cette catégorie peut comprendre les éleveurs installés, désireux de trouver des informations sur la démarche d'autres éleveurs. Mais aussi des locaux qui veulent saisir l'intérêt de cette démarche. Peut-être voir ce que leurs amis éleveurs ont bâtis.

Ces visiteurs doivent avant tout saisir l'aventure et les valeurs du collectif A2VL, la genèse du Pôle Viandes Locales, le postulat de départ.

Le centre d'interprétation doit leur faire comprendre que cette démarche : existe, est économiquement viable, porteuse de fortes valeurs. S'inscrire dans cette démarche c'est autant un pari économique qu'idéologique.

Il est aussi le lieu de contact : possibilité de rencontrer des éleveurs impliqués.

Les spécialistes (« les techniciens ») :

Un projet de cette dimension (économique certes, mais surtout novateur et éthique) se doit de servir sinon de modèle au moins de point de renseignement, de soutien au porteurs de projet d'autres territoires désireux de se lancer dans une aventure similaire.

Ce doit être pour eux un centre de ressource : l'aventure A2VL, le circuit court, la genèse, les motivations des éleveurs. Complété bien évidemment par des rencontres humaines.

Les spontanés

Regroupe les touristes qui ne savent pas forcément où aller. Cette visite se décide au dernier moment.

Il ne sait pas vraiment ce qu'il vient chercher si ce n'est une occupation et/ou un toit un jour de mauvais temps en Limousin (Indre...). Typiquement le touriste de Vassivière ou de la vallée des peintres qui veut se mettre à l'abri, découvrir une autre facette du territoire et une autre activité que la baignade, la randonnée, l'accrobranche, la canoé... etc.

Redirigé par l'Office de tourisme, les sites internet (CRT, OT...).

Ce visiteur qui ne vient rien chercher de particulier doit être accroché par le contenu, il doit être surpris par ce qu'il découvre : un territoire entreprenant, novateur, un combat mené par des éleveurs convaincus, qualité de la viande...

Pourvoir déguster des produits.

Il doit trouver à la boutique en fin de parcours des produits d'une qualité gustative optimale. Qu'il dégustera durant ces vacances sur place, et qu'il ramènera en souvenir à ces proches... avec la philosophie du Pôle Viandes Locales.

Les ambassadeurs

Ce public viendra forcément plusieurs fois au centre d'interprétation.

Le public qui veut absolument faire découvrir le lieu. Ex : séniors avec les enfants, les amis, la famille)

Cette catégorie englobe les éleveurs, sans doute fières de leur centre d'interprétation, qui leur ressemble et affiche leurs valeurs.

Mais aussi et surtout, des visiteurs que le centre d'interprétation a convaincu : importance des circuits courts, la qualité supérieur à portée de main, l'aventure humaine que représente le Pôle Viandes Locales...

Au final, cette catégorie devrait regrouper tous nos visiteurs :

A l'issue de la visite, la majorité des visiteurs doivent être des ambassadeurs. En effet s'ils le sont, c'est qu'ils se reconnaissent dans les valeurs, la démarche et les produits du Pôle Viandes Locales.

Il n'y a pas meilleur ambassadeur qu'un visiteur convaincu.

Les amoureux de la viande :

A terme, le but est de devenir un lieu connu et reconnu des amoureux de la viande. Un lieu synonyme de qualité, de respect et d'innovation. Un lieu qui fait qu'ils n'hésiteront pas à se déplacer pour découvrir le centre d'interprétation, l'aventure A2VL et prolonger leur expérience à travers des stages au sein du centre d'interprétation et de formation.

Cette nomenclature de visiteurs peut permettre de cibler des thèmes pour le centre d'interprétation, ainsi que leur degré de déclinaison et de technicité auprès de ces derniers.

2. Subventions et financements.

Le projet est doté d'une enveloppe de 265 000 euros pour la partie centre d'interprétation et de formation. En réalité le budget concerne plus la partie interprétation que formation. Les espaces nécessaires au fonctionnement des stages prennent place dans la partie fonctionnelle du Pôle Viandes Locales. Le budget total du projet fonctionnel est de 1 900 000 euros, subventionnés à hauteur de 40%. La norme est souvent de 30% de subvention. Cependant les statuts juridiques de l'entreprise étant particulièrement ambitieux et novateurs d'un point de vue environnemental, social et économique, on convaincue le Conseil Régional. Ce dernier accordant au projet le label Croissance +, ce qui fait passer les subventions à 40%.

Les 265 000 euros sont de l'autofinancement. Ce budget comprend d'une part l'aménagement de la boutique, l'aménagement de l'espace interprétation, mais aussi la construction des locaux destinés à accueillir le centre d'interprétation.

Ce budget est donc relativement restreint et n'autorise pas d'aménagements « accessoires », ni « folie » de toute sorte.

Des pistes de financements sont à l'étude pour tenter de subventionner en parti le centre d'interprétation. Des subventions d'aide à l'investissement d'une part mais aussi des subventions indirectes d'aides au fonctionnement.

Pour des subventions à l'investissement, le Pays Sud Creusois, à travers ses contractualisations territoriales c'est-à-dire les contrats État-Région. Mes travaux ont permis de présenter le projet au Pays Sud Creusois, et de l'inscrire sur la liste des projets éligibles aux subventions. Ce projet mêlant développement économique local, culture, tourisme est tout à fait éligible. Notamment par son entrée circuit courts. Il est de plus introduit dans un contexte politique tout à fait favorable, de nombreuses réunions avec des élus convaincus par le projet traduisant le bon accueil du projet, et même l'attente qui en découle.

Les décisions étant rendue au mois de Septembre il est trop tôt pour se prononcer sur l'attribution d'une éventuelle subvention.

Un autre inconnu plan sur l'affectation de cette éventuelle subvention. Le centre d'interprétation peut être vu comme un espace culturel, de promotion des savoir-faire locaux, mais aussi comme un outil de promotion économique.

Aujourd'hui on ne sait pas encore si la partie interprétation peut être subventionné à part de la partie boutique ayant une vocation purement commerciale.

Des subventions de fonctionnement aussi, assuré par le Conseil Général de la Creuse. Ce dernier prend part au fonctionnement de la partie fonctionnelle du Pôle Viandes Locales en achetant des jours de fonctionnement (48 au total, soit environ 50 000€ par an.). Mais il assure aussi une aide au fonctionnement du centre d'interprétation en assurant des groupes, via des visites scolaires.

3. Budget prévisionnel.

Estimer le coût d'un projet est évidemment une étape importante. Un budget prévisionnel m'a ainsi été demandé. C'est-à-dire un budget approximatif, comprenant le coût prévisionnel des supports, du bâti ainsi que de l'équipement de la boutique.

Pour le bâti, il faut compter un 1800 euros du mètre carré pour évaluer le coût du surfacique de locaux ERP (Établissement Recevant du Public.).

Pour évaluer le coût des médias d'interprétation, les discussions avec les directeurs ou animateurs des différents sites visités m'ont permis d'estimer le coût de ces derniers. Mais aussi des sources relatives à des projets, des guides destinés à créer un centre ou chemin d'interprétation ou encore des catalogues.

Le budget de 265 000 euros pourrait se voir augmenté si des subventions viennent soutenir le projet.

Espace boutique - accueil	
2 petites tables rondes	210
2 moyennes tables rondes	300
1 grande table rectangulaire	250
8 chaises	280
12 tabourets "bar"	420
Un comptoir-caisse	800
casier à charcuterie	50
caisse enregistreuse	500
3 présentoirs	250
Armoire réfrigérée verticale	2500
2 petits réfrigérateurs	400
2 WC	260
1 lave main + robinet	90
1 sèche main	130
urinoire	100
	6540
total	

Espace interprétation

Zone Interprétation 1

1 video projecteur	600
2 enceintes	300
boites en inox ou bois	100
rideau	9,25 € *5 = 46
total	946

Zone interprétation 2

2 enceintes	300
plan de travail authentique (billot)	500
outils traditionnels de boucher	100
1 plateau	
rideau	9,25 € * 5mètres = 46
total	909,25

Zone interprétation 3

panneaux	700
video projecteur	700
2 enceintes	300
poubelle	50
film	3000
total	4750

Zone interprétation 4

panneaux	1000
total	1000

Zone interprétation 5

Paravent	1200
meubles récupération	300
Panneaux	1500

total budget prévisionnel	15645,25
---------------------------	----------

En retranchant les 16 000 euros au 265 000 €, il reste 249 000€. Un budget prévisionnel permettant un surfacique prévisionnel de 138m². Une subvention permettra d'agrandir le surfacique et/ou d'embellir les stations d'interprétation.

4 .Projection de fonctionnement.

Le centre d'interprétation du Pôle Viandes Locales n'a pas pour ambition, du moins dans les premières années de son ouverture de rester ouvert en permanence. Pour offrir des plages d'ouvertures complètes (six jours sept, de 9h à 12h et de 14h à 18h), il faudrait un emploi à temps complet dédié au centre d'interprétation et à la boutique.

Or, au lancement de l'activité, une telle embauche est exclue du fait de manque de financement pour un tel poste. Au lancement du Pôle Viandes Locales, une équipe de quatre bouchers sera présent sur le site. Quatre bouchers, mais pas totalement à temps plein.

Il faut tout d'abord distinguer deux grandes périodes du calendrier :

Saison basse : du 01/09 au 30/06.

Saison haute : du 01/07 au 31/08.

En basse saison le flux faible touristique autour de Bourganeuf rend difficile une ouverture de sur des plages horaires étendue. En revanche en haute saison, la proximité du Lac de Vassivière peut profiter au Pôle Viandes Locales, de même que la proximité de Bénévent l'Abbaye et de son Scénovision.

En **saison basse**, les ouvertures se feront sur réservations pour des groupes.

- Groupes scolaires, issus du partenariat avec le Conseil Général de la Creuse.

- Groupes en autocars.
- Formations professionnelles.
- Stages pour le grand public.

Ouvrir le centre d'interprétation et de formation pour des groupes permet de mobiliser le personnel nécessaire. De même, il est plus facile de prévoir la quantité de viande et charcuterie à prévoir pour les dégustations incombant à la visite.

En revanche il n'est pas question d'ouvrir uniquement pour des groupes. Une ouverture hebdomadaire doit permettre aux locaux de venir s'approprier le site et se fournir en denrées du Pôle Viandes Locales. Cette ouverture peut se faire par exemple le Vendredi après-midi et/ou le Samedi matin. En revanche une plage horaire quotidienne au lancement du projet s'avérerait difficile dans un premier temps.

A terme, si une hausse d'activité survient et donc de chiffre d'affaire permettant une hausse du budget de fonctionnement, une ouverture quotidienne sur une plage 16h – 20h pourrait être tout à fait intéressante. Le site est situé le long d'un axe de communication important (RN 941 reliant Limoges à Bourgneuf), cette plage horaire permet de capter les visiteurs potentiels après qu'il ait débauché. Ce lieu de convivialité peut permettre se retrouver autour d'un plateau de charcuterie et d'une boisson locale.

De même, cette ouverture peut permettre au consommateur de se fournir en produits frais, et en conserves.

En **haute saison** revanche, une ouverture quotidienne doit être visée. Durant la saison estivale, le lac de Saint Vassivière attire de nombreux touristes en quête d'authenticité, de calme. Ouvrir le site d'interprétation et de formation permet d'offrir une activité touristique de découverte. Qui plus est un site abrité, l'été pouvant être souvent pluvieux dans cette zone géographique. Une fois de plus il est à noter la proximité de Bénévent l'Abbaye, lieu très fréquenté l'été par les touristes, et qui reste dans un thème proche : mise en valeur d'un savoir-faire et d'un territoire. Les deux visites pourraient même être parfaitement complémentaires.

Une ouverture à la journée impose un recrutement, un poste d'animateur saisonnier peut être créé durant ces deux mois pour ne pas immobiliser un boucher.

Durant cette période, le touriste de passage peut être capté contrairement au reste de l'année. Contrairement aux groupes préprogrammés, le nombre de ces visiteurs peut-être fluctuant. Ce qui rend l'alimentation des présentoirs, ainsi que la quantité de viande destinée aux dégustations difficilement quantifiable avant une première saison de fonctionnement.

Suite aux différentes visites réalisées dans différents sites dédié à la mise en valeurs d'une tradition ou d'un produit, une ouverture du centre d'interprétation à titre gracieux ne peut être raisonnablement envisagée.

D'une part, le centre d'interprétation à un coût, tant à l'investissement qu'en terme de fonctionnement : infrastructure, alimentation en produits pour les dégustations, emploi saisonnier, consommation énergétique. Pour couvrir les frais induit par la visite, une participation couvrant en priorité le coût de la dégustation devra être demandé à nos visiteurs. Dès lors que l'on passe à une « visite payante », le visiteur a forcément une attente, notamment en termes de produits disponibles à la dégustation. La découverte gustative doit être la force du centre d'interprétation.

L'accueil du public doit se faire par la boutique. Cette dernière doit être traversée pour atteindre la partie interprétation. L'accueil se fait par le boucher en place en basse saison, ou par l'animateur saisonnier en haute saison.

La visite doit se faire en autonomie. A la suite de cette visite le boucher et/ou l'animateur doivent être présents pour répondre à toutes les questions du public.

Le centre d'interprétation est de formation sera ouvert à l'année sur des plages horaires spécifiques. Il en va de même pour les stages organisés pour le grand public. Des dates doivent être fixées. Accueillir des stagiaires impose une organisation et un mode de fonctionnement adapté. A savoir une communication facile avec la salle de réunion située dans le bâtiment fonctionnel, qui doit servir de salle de formation. L'annonce de l'ouverture d'un site ouvert au public doit être signalée à N – 1, pour figurer dans les documents des offices de touristes. Il faut donc anticiper ce délai pour ne pas perdre une première saison touristique du fait d'une mauvaise communication.

CONCLUSION

Avant tout chose, la première chance qu'il m'ait été donné en effectuant ce stage est de travailler pour un projet dans lequel je crois, et dont je suis convaincue de la pertinence tant économique que culturelle.

Un stage dont les attentes étaient nombreuses et dont les travaux sont voués à voir le jour. Ce qui au final en fait une aventure très motivante, très stimulante.

Cette immersion m'a beaucoup apportée. D'un point de vue technique bien évidemment, beaucoup d'étapes m'étant auparavant tout à fait inconnu, certaines notions très vagues. Des étapes, des concepts tangibles, codifiés, qui composent la culture du technicien de projet. Ces apports, issus des connaissances, de l'expérience de M. Toulza Lemaire sont des notions très précieuses qui m'ont permis de structurer mes travaux, de planifier mes avancées ainsi que hiérarchiser les différentes étapes.

Mais il est encore une autre dimension du portage de projet, qui m'était totalement inconnu que j'ai pu découvrir : le relationnel. Une dimension extrêmement important dans le portage de projet, et que l'on ne peut apprendre uniquement qu'au contact d'un réel projet ayant de vrais enjeux. Des enjeux économiques et politiques. Ces enjeux entraînent de fait une mobilisation d'acteurs. Des acteurs internes au projet d'une part mais aussi une mobilisation des acteurs au sein des collectivités territoriales. Les différentes réunions décisives pour le projet auxquelles j'ai pu assister et participer m'ont permis de mieux appréhender l'organisation des différentes collectivités territoriales, leurs rôles, leurs pouvoirs.

De comprendre, de même, qu'une réunion se joue autant avant que pendant. Les relations humaines sont primordiales pour mener à bien un projet de même que les « off » permettant de préparer une réunion. Ces notions ne s'acquièrent pas à travers des cours mais bien en y participant, en le vivant.

Ce stage n'a pas été sans difficultés. A commencer par son contenu même, à savoir valoriser un produit comme la viande, qui a pour origine un animal vivant. Le tout pour un budget très serré. Et qui plus est dans un temps imparti relativement restreint de trois mois. Des difficultés accentuées par le fait d'être en télétravail. Ce mode de travail est à la fois très appréciable,

mais aussi très dangereux. Très appréciable car il m'a permis de m'organiser comme je l'ai souhaité, et de travailler quand je le souhaitais. J'entends par là travailler au moment où l'on est le plus disponible, le plus motivé sur un point précis, ce qui n'est pas forcément le cas dans un service avec des horaires fixes et des rendus intermédiaires programmés.

En revanche lorsqu'on fait fausse route, il est facile de persister dans son erreur, car le retour de nos référents n'est pas immédiat. Autre danger du télétravail : garder le un rythme de travail permettant de rester dans les temps du projet. On peut vite perdre le rythme de travail, ce qui impose une discipline stricte, et se fixer des objectifs à atteindre semaine par semaine.

Une autre difficulté plus inattendue est venu scléroser mes travaux : le manque cruel de source écrites. Très peu d'ouvrages traitent de l'interprétation, et encore moins du centre d'interprétation. Des publications datés ou inexistantes. En revanche de nombreuses sources numériques en ligne.

Si ce stage fut incontestablement enrichissant, il reste la frustration de n'avoir pu aller plus loin. Si le temps ne m'avait pas fait défaut j'aurais aimé travaillé avec l'architecte pour donner forme à mes réflexions. Ou bien encore démarcher des entreprises pour des demandes de devis. Le temps m'a manqué, mais j'aurais tout de même pu exploiter ces 3 mois de manière plus optimale ; En particulier sur le recueil de données relatives au tourisme auprès des offices de tourisme de Bourgueuf et de Bénévent l'abbaye. Ce qui m'aurait donné des chiffres fiables sur les fréquentations possibles et leurs différentes catégories de visiteurs (groupes autocar, scolaires...). Ces éléments sont un réel manque au rapport final pour approfondir les projections de fonctionnement.

Il reste aussi la frustration de quitter un projet en cours, un projet qui en bonne santé et qui ira sans doute à terme.

Bibliographie

Dantieux D., Grandcoing Ph., Moriceau J-M., *Le Limousin : histoire d'une race bovine : XIXe-XXe siècle*, Pulim, Limoges, 2007. 253p.

CARTER J. *L'esprit des lieux : programmer l'interprétation d'un territoire*. Atelier Technique des Espaces Naturels, 2005. 96 p

CG Creuse, Atlas de la Creuse, 2005, 47p.

Espace Naturel Régional Nord-Pas-de-Calais, *Méthodologie du plan d'interprétation*, 2000 (réédition de l'ouvrage de 1990), 63p.

IREN, Université de Limoges, Région Limousin, *Paysages en Limousin de l'analyse aux enjeux*, 2005, 214p.

Ministère de l'Agriculture. *Guide de valorisation du patrimoine rural*. Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, 2001. 176p.

Abeillon S., Cibien M., Fuseiller C., Morange R., Vernier M. *Remontons le cours de la rivière et de l'Histoire*. FLSH Limoges, EPL Ahun, 2014, 134p.

Webographie

www.sica-viandedubeaufortain.com
www.aoc-fin-gras-du-mezenc.com
www.terredesel.fr
www.chassiron.net
www.lemoutardierdupape.com
www.abeilles-rocamadour.com
<http://www.fao.org>
www.creuse.fr
www.region-limousin.fr
www.payssudcreusois.fr
www.cc-bourganeuf-royeredevassiviere.fr
www.ot-bourganeuf.com
www.tourisme-creuse.com
www.ahun.educagri.fr
www.alimentation.gouv.fr/gaspillage-alimentaire-campagne
www.developpement-durable.gouv.fr/La-lutte-contre-le-gaspillage.html
www.le-bourdonnec.com
www.arehn.asso.fr/
www.la-viande.fr
www.geoportail.gouv.fr
www.draaf.limousin.agriculture.gouv.fr
www.eymoutiers.pepiniere-entreprises.org
www.parm.asso.fr
www.univruralecircuitscourts.wordpress.com
www.pnr-millevaches.fr
www.pays-auge.fr/
www.ariena.org/
www.ocim.fr/
www.pnr-millesvaches.fr

ANNEXES

Annexe 1 :

36, E. rue Comille Guerin
87030 Limoges
Tel : 05 55 43 11 01
Fax : 05 55 43 11 01
www.unilim.fr
scoti@e-tel-stimim.fr



Université
de Limoges

FACULTÉ
DES LETTRES
ET DES SCIENCES
HUMAINES

ATTESTATION DE STAGE*

PLACEMENT CERTIFICATE*

*À remplir par l'organisme d'accueil et à remettre au secrétariat pédagogique de formation
To be filled in by partner abroad and to be returned to the secretarial department of training

Je, soussigné(e), M..... **COTTINEAU Eric**.....
I undersigned

Fonction **Maitre de Stage**.....
Position

Entreprise **Association « Abattre et Valoriser la Viande en Limousin »**.....
Company

Atteste par la présente avoir reçu dans le cadre d'un stage en entreprise
Certify hereby having received the student for a company (farm) placement

Madame, Monsieur **Romain MORANGE**.....
Miss, Mister,

De l'établissement suivant **Université de Limoges**.....
From the farming college called

Ce séjour s'est déroulé
The placement began

Du au inclus.
Of 22/04/2014 an ended on 22/07/2014 included.

Fait à **Chateaufort la Forêt** le **17/08/2014**.....
Signed at on

Cachet de l'entreprise
Stamp of the company
Collectif A2VL

Signature
Signature
Eric COTTINEAU

Service Scolarité - S17

39 E rue Camille Guérin
87036 Limoges
Tél. 05 55 43 55 86 / 55 14
Fax 05 55 43 56 03
<http://www.fish.unilim.fr>



L3 Géographie et Master Professionnel « Valorisation du patrimoine et développement territorial »

Fiche d'évaluation du stagiaire par le tuteur d'accueil

Vous avez bien voulu accueillir un (e) étudiant (e) en stage et nous vous en remercions. Cette fiche vous permet de nous faire part de votre appréciation concernant l'action et le comportement de cet(te) étudiant (e) au sein de votre structure et permettra aux enseignants de mieux l'évaluer.

Nom de la structure d'accueil :Collectif A2VL.....

Nom du stagiaire :Romain MORANGE.....

Nom du tuteur professionnel :Eric COTTINEAU.....

Fonction du tuteur dans la structure :Membre actif.....

Date du stage :

Sujet du stage : 22/04 au 22/07/2014

Etude d'un centre d'interprétation sur la Viande et le métier d'éleveur de la montagne limousine

Diplôme préparé : Licence 3
 Master Pro 1
 Master Pro 2

Comportement dans la structure d'accueil

Investissement, motivation, dynamisme : ~~Romain s'est montré intéressé et motivé par le projet qui lui a été confié. Force de proposition; il a pleinement participé aux travaux qui lui ont été confié.~~

Assiduité et ponctualité :Stage en télé-travail. Réactif au téléphone ou par messagerie électronique. Romain a été participé aux réunions de synthèse sans aucun problème, avec professionnalisme. Son travail en parallèle lui a parfois fais prendre du retard sur le projet et un petit manque de disponibilité.

Connaissance et application des règles de courtoisie, de politesse :

RAS

Aptitudes professionnelles

A su mener à bien ses missions (quantité de travail fournie, etc.).....

Oui, le résultat du travail de Romain nous satisfait. Il a su donner au projet de centre d'interprétation une réalité en proposant une organisation, en déterminant des espaces, des contenus. Il manque, faute de temps, un travail sur les publics/clients potentiels.

Aptitudes analytiques (recherche efficace de l'information, compréhension de la mission, efficacité des analyses, etc.) :

Pas de problème pour Romain de rapidement comprendre la mission, effectué des recherches de structures similaires pouvant nous aider, fixer des objectifs au futur centre..

Aptitudes techniques (maîtrise des logiciels, questionnaire d'enquête, etc.) :.....

Maitrise des logiciels de présentation, de rédaction.

..... Besoin d'approfondir les outils de travail collaboratifs (type Google driv ou dropbox), maintenant indispensables a du travail en équipe éclatée.....

Aptitudes opérationnelles (sens de l'organisation, initiative, autonomie, etc.) :.....

..... Romain est autonome dans son travail. Il a su nous proposer des visites, des organisations pour le futur centre.

Aptitudes à communiquer (capacités rédactionnelles, expression orale, etc.) :.....

Bonnes compétences en communication, prise de parole aisée devant un groupe parfois dans des conditions pas faciles pour lui. (temps alloué très réduit, auditoire peu sensibilisé). Romain a su synthétisé son intervention et l'adapté à son public.....

Aptitude à apprendre (intérêt, curiosité, réceptivité aux critiques, etc.) :

Romain s'est montré très intéressé par le projet qui est innovant mais très « particulier ». Il a su chercher des informations sur la viande; sa consommation; les métiers liés... Il s'est montré intéressé par le fonctionnement de l'association.

Aptitude créative :.....

Aptitude à travailler en équipe (sens de l'écoute, etc.) :.....

..... Romain a effectué un stage en télé-travail avec quelques réunions et visites en équipe. Il a montré des aptitudes réelles à participer aux échanges et discussions, à rédiger des compte-rendus et des synthèses.....

Autres commentaires.....

Attention aux fautes de français dans les documents écrits !

.....
.....

Appréciation globale du stagiaire

Points forts : Travailleur, autonome, contact aisé et agréable, curiosité.....

.....
.....

Points à améliorer : Connaissance des outils de travail collaboratif.....

.....
.....

Commentaires du stagiaire

.....
.....
.....
.....

A Chateaufneuf la Forêt 17 août 2014.
A , le 2014.

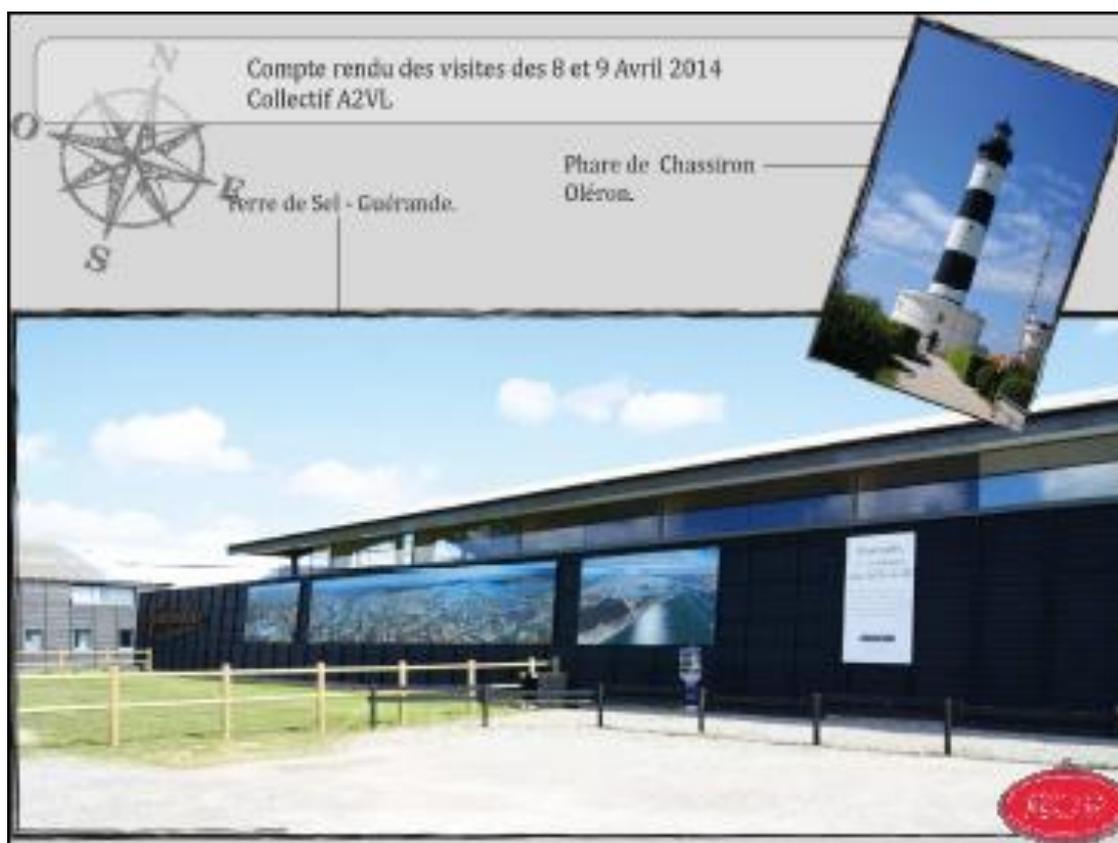
Nom et Signature du Maître de stage,

Signature de l'Etudiant(e),

Eric COTTINEAU



Annexe 3 : Diaporama d'information pour les éleveurs



Phare de Chassiron - Oléron

Valorisation d'une activité traditionnelle et d'un milieu naturel via un « élément phare » du territoire.

Espace réduit (±8 m de diamètre) : un même espace d'interprétation renferme plusieurs thèmes :

- 🪣 Majoritairement : un espace de valorisation d'une pêche traditionnelle dans les années 60-70's.
- 🪣 Agriculture : maraîchage et viticulture.
- 🪣 Un espace de découverte de l'histoire et de l'évolution du phare. Faisant écho aux jardins extérieurs.
- 🪣 Les difficultés à vivre sur l'île (climat, embruns, ...).





Exposition d'éléments relatifs à l'évolution technique du phare.



Maquette des écluses à poissons de l'île d'Oléron.

Médias d'interprétation au sein des jardins du phare.



Source : www.phare-normandie.com



Terre de Sel - Guérande

Un espace dédié à la mise en valeur du sel de Guérande et du métier de paludier.

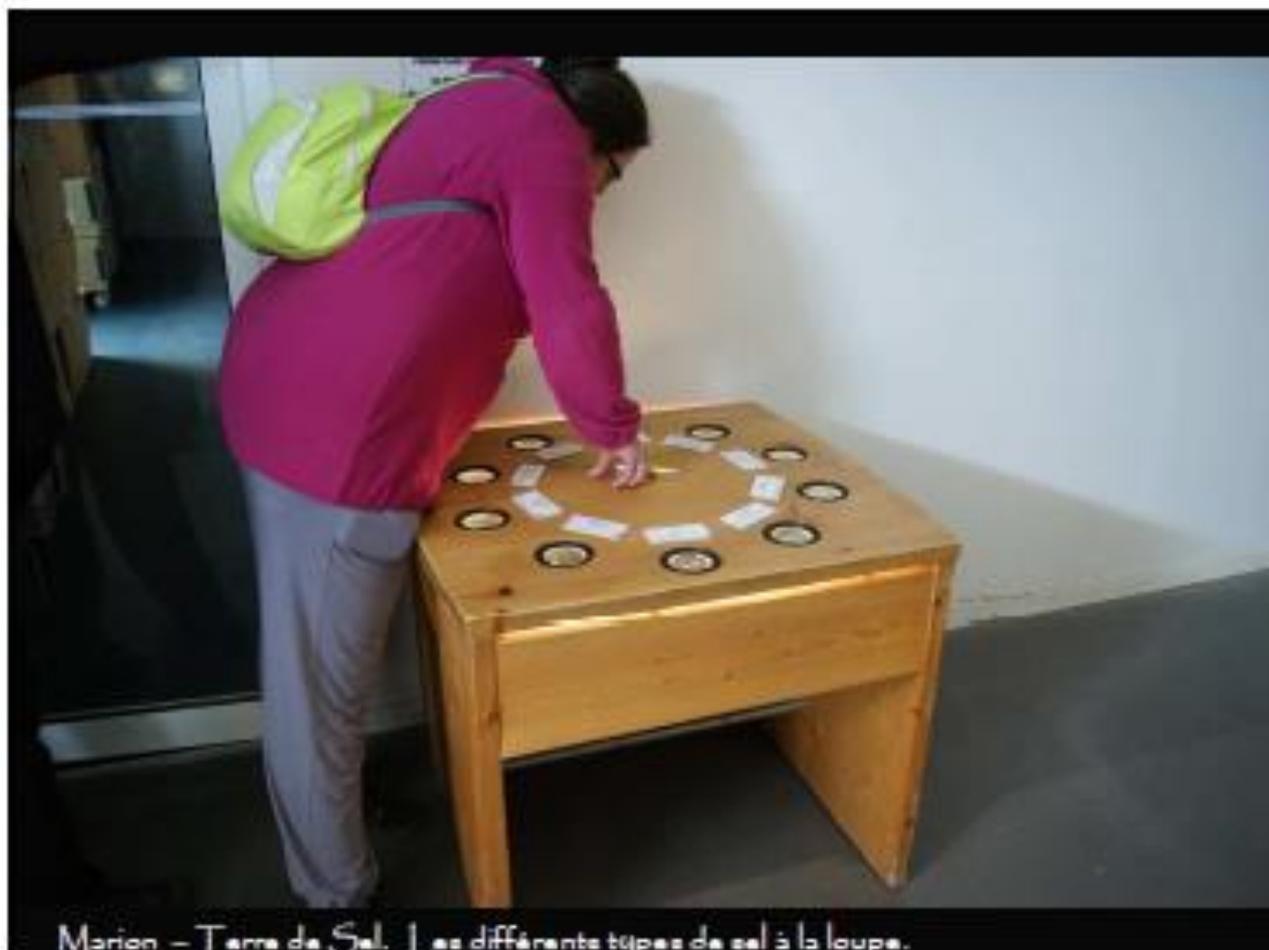
Des visites de plusieurs formats dans les marais, ayant plusieurs thèmes :

- Le fonctionnement des marais salants
- Les métiers de paludier
- Ornithologie

Une boutique très complète mettant à l'honneur la marque de la coopérative saline « Le Guérandais », ainsi que d'autres produits locaux.

Un espace « muséographique ».





Marion - Terre de Sel. Les différents types de sel à la loupe.



Le « cylindre » représentant le cycle des marais salants, et outils traditionnels du paludier





Deux succès avec des points communs

Points communs :

Guérande et Oléron : **2 écrins naturels** à forte notoriété et attractivité.

Les espaces d'interprétations ne sont pas les destinations premières : on les découvre en venant sur le site → pas de problème d'attractivité

Une boutique proposant : souvenirs, produits locaux et du terroir. Source d'importants revenus. Parti pris de la qualité des produits vendus.

Un traitement des thématiques résolument **tourné vers le présent et le futur.**



Une visée commune, mais une genèse différente.

Les deux sites visités concourent tous deux à **la valorisation d'un savoir-faire traditionnel**.

Mais les deux démarches sont différentes.

Phare de Chassiron : projet porté par la communauté de communes (cdc-Oléron). Concours de la Région, de l'État (don du phare) et de l'Europe.

Terre de sel : projet porté par la coopérative des paludiers de Guérande. Terre de sel, autrefois une association est désormais une filiale de la coopérative « Les salines de Guérande ».

→ Autofinancement total.



Deux démarches différentes :

Phare de Chassiron :

Un véritable centre d'interprétation :

-  Un chemin de découverte du phare dans les jardins.
-  Des Jardins pédagogiques.
-  Un espace multimédia avec une scénographie, objets, outils et maquettes : relatif à la pêche et au phare. **Accessible à tous** les publics tout comme les jardins autour du phare. Prise en compte des 4 handicaps (**label tourisme handicap**).
-  **Une démarche participative** : comité de pilotage étendu (associations, spécialistes, citoyens, ...).



Deux démarches différentes :

Terre de Sel :

- Un espace de **découverte** des marais, mais **peu d'interprétation** :
 - Visites guidées des marais : fonctionnement des marais, métiers de paludier, Ornithologie. → **Attrait principal**
 - Une boutique regroupant tous les produits salins (purs et dérivés) ainsi qu'une sélection drastique de produits locaux.
 - Un espace « muséographique » : la vie des marais, le métier de paludier aujourd'hui, leurs combats vers l'indépendance et l'autonomie.
- Une initiative privée, en grande partie réalisée en interne.



Les apports de ces « centres d'interprétation » :

Phare de Chassiron :

Donne des clés de compréhension nouvelles aux visiteurs :

- du milieu naturel (complété avec les jardins),
 - du phare,
 - de la culture locale et de ses traditions,
 - sensibilise à la fragilité des côtes, et à l'impact d'une pêche à pied anarchique.
- Redonne **une identité à une population**, du sens à un territoire très touristique.
Donne une **image plus humaine**, plus « pittoresque » que celle d'une « presqu'île à touristes ».



Les apports de ces « centres d'interprétation » :

Terre de Sel :

- Une **reconnaissance du métier** de paludier aujourd'hui.
- Une **image positive** de la profession et de la coopérative.
- **Prise de conscience** de la richesse du milieu naturel des marais salants.
- Un espace de culture rapidement et simplement accessible.

→ Permet de saisir **la noblesse du produit**, de comprendre sa provenance, **le travail qu'il demande** : très forte valorisation du produit par la certification et la **démonstration de sa qualité** et provenance :

les visiteurs veulent d'autant plus repartir avec le produit.

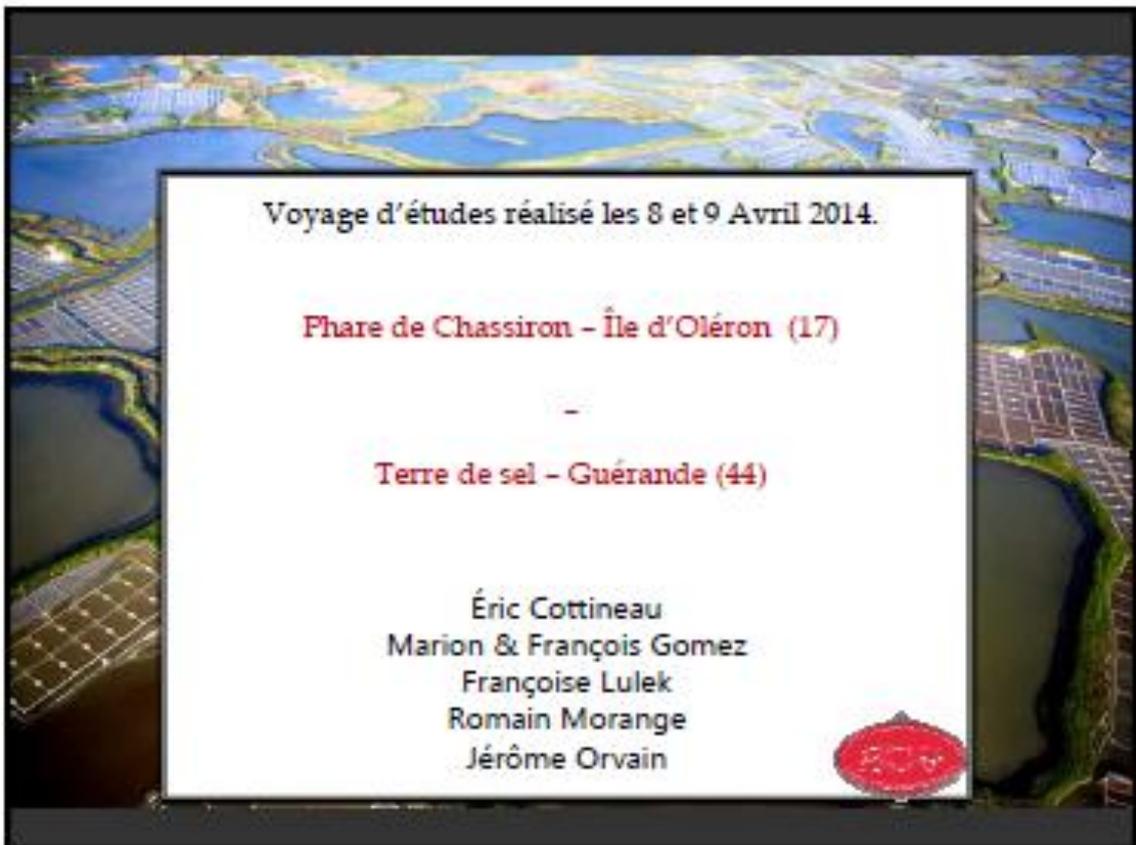


Les enseignements tirés de ces deux visites



- ✓ **Intégrer** au maximum « le centre d'interprétation » **au sein du paysage** Limousin et permettre une lecture de ce dernier. Faire saisir son caractère exceptionnel aux visiteurs.
- ✓ **Valoriser les éleveurs et leurs métiers** aujourd'hui et demain. Et non pas hier.
- ✓ Faire transparaître **l'esprit de la coopérative**. Cela créer un réel capital sympathie.
- ✓ Proposer une **boutique/ bar à viande**, niche, voire agrémentée de quelques autres produits **locaux** (ex : micro brasserie locale, ...). **C'est sans doute cette dernière qui attirera en premier lieu les visiteurs.**
- ✓ « L'espace d'interprétation » se doit **d'être complémentaire** à la boutique ainsi qu'à d'éventuelles visites chez des éleveurs membres du collectif.
- ✓ L'importance de **l'accessibilité** au plus grand nombre.





Un centre
d'interprétation
pour le Pôle
Viandes Locales ?

Dans ce document, vous trouverez des exemples, des pistes, des réflexions sur le rôle du centre d'interprétation, sur les thèmes pouvant être traités, sur les messages pouvant être délivrés.

Ce centre d'interprétation est le vôtre. Il doit **vous ressembler**, le message et les thèmes doivent vous parler, avoir du sens, porter **vos valeurs**.

Via un questionnaire qui vous sera bientôt adressé, vous pourrez vous exprimer, **proposer des thèmes**, des idées sur : le contenu, la forme que doit revêtir pour vous ce centre d'interprétation. Ce que vous attendez de ce dernier.

Ce lieu est le vôtre.



Pourquoi le faire ?

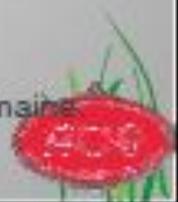
Un projet parallèle au Pôle Viandes Locales ? Le centre d'Interprétation est le prolongement du PVL, une vitrine indispensable des valeurs et des produits issus de votre travail. De fait, il est partie intégrante du PVL.

Un projet culturel ou économique ? À la fois un espace de culture, d'information, de découverte, mais aussi de promotion économique pour le PVL.

Un projet tourné vers le visiteur :

- Lui apporter une **vision nouvelle** de la filière et de la manière de se nourrir.
- Lui offrir une **expérience**, qui le marque durablement.
- Lui donner des connaissances, des éléments pour **choisir et prendre position** sur : sa viande et son mode de production.
- La même **qualité** et le même **respect** que celui dû aux consommateurs.

Un espace qui se doit de transmettre les valeurs du PVL, faire saisir qui nous sommes, nos spécificités ainsi celles de nos produits :
Locaux, respect de l'animal, qualitatifs, taille humaine, aventure humaine



Un lieu de vie, propice à la découverte

Un espace intégré au paysage, **ouvert sur la campagne** limousine via une grande baie. Respectueux au maximum de cet environnement.

Une ambiance **chaleureuse**, traditionnelle, avec une présence de bois.

Des matériaux bruts, par lesquels passent des sensations (odeur, touché, visuel ...)

Des ouvertures offrant une **vue sur des séchoirs et/ ou fumoirs**. (vue « gourmande ».)

Un lieu **où l'on se sent bien**, où l'on a envie de rester et céder à la **curiosité** ainsi qu'à la **gourmandise**.

En harmonie avec la partie boutique du PVL.



Quels rôles pour cet espace ?



Répondre aux attentes
« locavores »

Qu'est ce que la
viande ?

Formations grand public

Qu'est ce que le métier
d'éleveur en circuit court ?

Lieu de **convivialité**,
de rencontre

Esprit du Pôle Viande
Local, ses valeurs, ses
produits ...

La campagne limousine, un
écrin exceptionnel

Sensibiliser au gâchis

Éduquer par le goût



Quels thèmes aborder ?



La campagne limousine sous toutes ses coutures.

Elle est le lieu de production de la viande. C'est un écrin de production.

Fortement impactée par les activités agro-pastorales : campagne-parc, landes, bocage, ...

Permettre une lecture de paysage.

Pourquoi ces terres se prêtent avant tout à l'élevage ? Et moins à d'autres productions agricoles.

L'origine de cette spécialisation pastorale du Limousin.



Un métier naturellement à part.

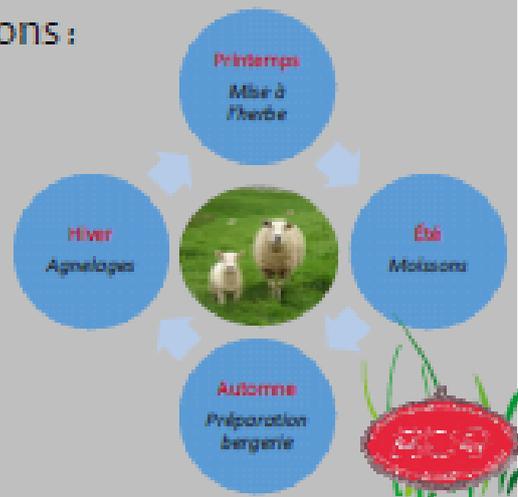
Montrer ce qu'est le **métier d'éleveur** en circuit court, **aujourd'hui**.

Un métier en symbiose avec la saisonnalité :
Traiter le métier à travers les saisons :

Le cycle climatique

Le cycle de la terre

Le cycle animal



Le bien être animal

Élever des animaux à des fins alimentaires est une nécessité. Cependant, cela doit se faire dans le **respect animal**. Le PVL répond à cette problématique :

- Des élevages à taille humaine.
- Des **conditions d'élevages optimales** (la qualité de vie de l'animal, alimentation de qualité, ...).
- Une **transparence** grâce à la visite de certaines fermes.
- Un transport réduit au maximum pour l'animal.
- Un abattage respectueux, une prise en charge rapide avec le moins de stress possible, des infrastructures insonorisées, ...
- Un abattage non industriel, par des bouchers compétents.

Le gaspillage alimentaire

Le gaspillage alimentaire est :

Un non sens économique et écologique.

Un non respect de l'animal abattu.

Une **chaîne de gaspillage** : toute production alimentaire demande une quantité d'eau très importante (une ressource de plus en plus convoitée).

Comme toute production (alimentaire, industrielle, ...) la production a un impact environnemental.

Viande et lait sont les produits gaspillés demandant le plus d'espace.

En France :

20kg de déchets par an et par personne dont **7kg de déchets alimentaires non consommés encore emballés**.

30% des denrées proposées sont jetées chaque année dans nos cantines scolaires.

Depuis 1974, le pourcentage de nourriture perdue a été multiplié par deux.

Jusqu'à 50% de la production alimentaire est gaspillée, perdue ou jetée entre le champ et l'assiette.



Le gaspillage alimentaire

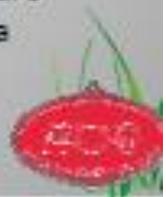
Chiffres clés à l'échelle mondiale :

1,4 milliard d'hectares (28% des superficies agricoles du monde) servent annuellement à produire de la nourriture gaspillée.

Le volume mondial de gaspillages et pertes alimentaires est estimé à 1,6 milliard de tonnes d'équivalents produits de base (1,3 milliards comestible).

L'empreinte carbone des gaspillages alimentaires est estimée à 3,3 milliards de tonnes de CO₂ équivalent de gaz à effet de serre rejetés dans l'atmosphère chaque année.

Le volume total d'eau utilisé chaque année pour produire de la nourriture perdue ou gaspillée (250 km³) équivaut au débit annuel du fleuve Volga (Russie), ou trois fois le volume du Lac Léman.



Des éleveurs 100% locaux!

Vous êtes ici? Eux aussi!

Tous les éleveurs et leurs bêtes sont situés en moyenne à 37 km du Pôle Viandes Locales.



Le circuit court : local, tout simplement.

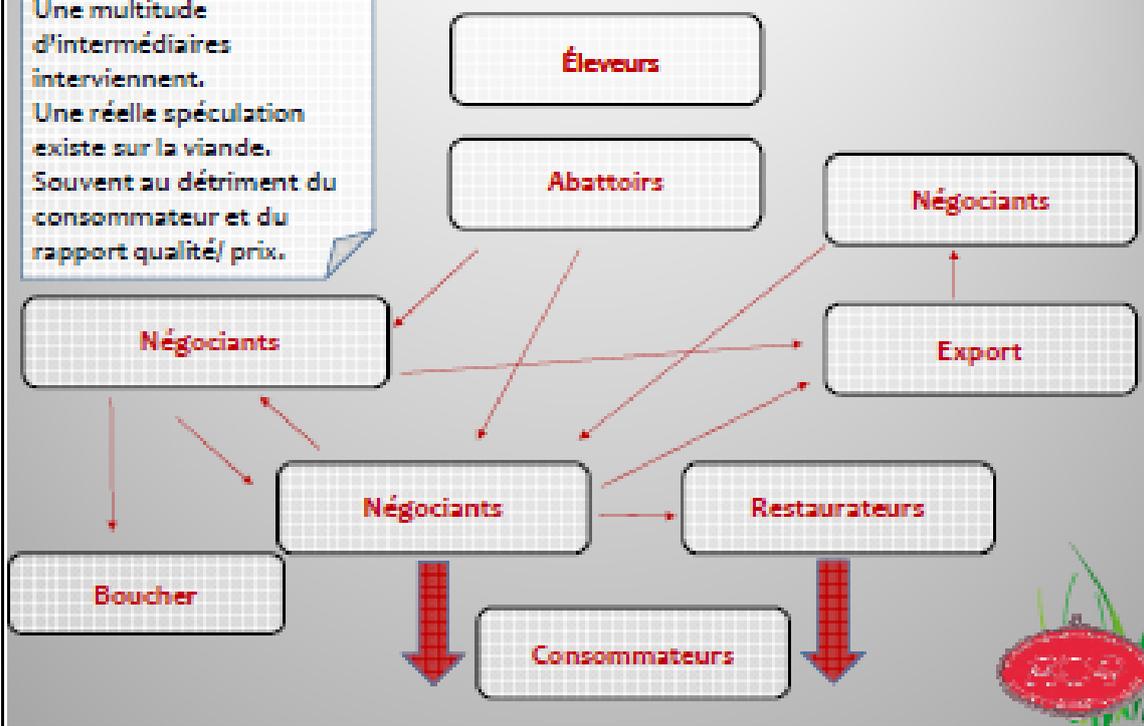


Un produit local de qualité tout simplement, pas d'intermédiaires. La viande ne sort pas de la région Limousin avant de finir ... dans votre assiette !



Le « trading de la viande ».

Une multitude d'intermédiaires interviennent. Une réelle spéculation existe sur la viande. Souvent au détriment du consommateur et du rapport qualité/prix.



La viande, un aliment délicat et ... noble.

La qualité finale de la viande résulte d'une **chaîne de contribution**.

Chaque étape apporte une plus-value décisive.

Focus sur chaque étape, avec zoom sur les métiers par exemples.

Un focus spécial sur la mise à maturation :

Étape méconnue, décisive, désormais médiatisée. Confère à la viande ses caractères organoleptiques.

La viande est un aliment noble. Il doit travailler et être travaillé avec savoir-faire. Tout comme le pain doit lever, le vin doit fermenter et la viande doit être mise à maturation.

Élevage

Abattage

Découpe

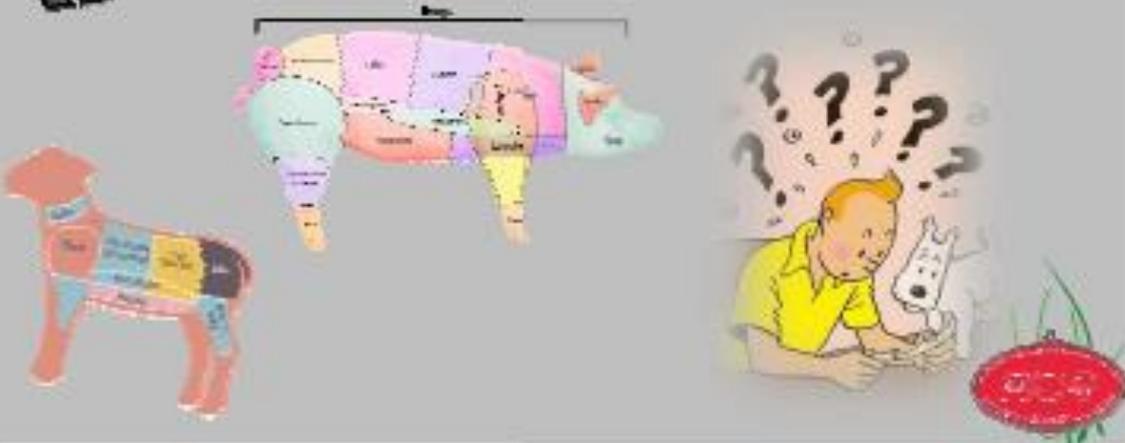
Mise à maturation

Préparation

Mille et une pièces ... Mille et une recettes !



Les pièces de viandes sont extrêmement variées. Les consommateurs ne les connaissent pas forcément et surtout ne savent pas ce que l'on peut en faire.



Mille et une pièces ... Mille et une recettes !

Découverte

- Faire découvrir au public les différentes pièces de viande (ovin, porcin, bovin, aviaire).

Envie

- Mettre en avant les recettes à base de ces morceaux variés.

Réalisation

- Des supports pédagogiques pour accompagner le public dans la préparation du plat :
- Fiche **recette**, livre recette, contenu multimédia ... (internet, smartphone)
- Pièce de **viande** adaptée disponible au Pôle Viandes Locales.
- Des **conseils** directement disponibles sur place



Passons au grill

Offrir la meilleure viande possible ne suffit pas.
Une mauvaise cuisson peut-être fatale ... Expliquons-le à nos consommateurs !

Les différents modes de cuisson :

Par concentration : rôtir, poêler, sauter, griller, frire.

Dans un liquide (eau, bouillon) : pocher.

Mixte : braiser, mijoter.

Les différents niveaux de cuisson :

bleu, saignant, à point, bien cuit



Un cinquième quartier bien mal connu.

Valoriser un produit jusqu'au bout, c'est aussi le valoriser dans
son ensemble.

Permettre la *découverte* ou la *redécouverte* des abats
et des produits tripiers. Aujourd'hui délaissés.

La dégustation reste la meilleure démonstration.
(Rôle primordial d'un espace de dégustation)

Sensibiliser les visiteurs au *gâchis* induit par la non
valorisation de ces parties « non nobles ».



Parlons-en ensemble !

Chers éleveurs, je reste à votre entière disposition, pour toute question, pour recueillir vos propositions, idées, suggestions ou encore réactions à la lecture de ce document.

Elle seront forcément étudiées ! Et seront peut-être un point fort du centre d'interprétation !

Romain Morange

romainmorange@hotmail.fr

06.33.42.57.09

Master 1 – Valorisation du patrimoine et développement territorial

FLSH Limoges – EPL Ahun

Mes travaux sont réalisés avec la contribution et l'aide de :

Yohan Toulza Lemaire.

Éric Cottineau.

Jérôme Orvain

Marion et François Gomez.

Françoise Lulek.



Romain Morange

Stagiaire au sein du collectif A2VL : 3 mois (→ fin Juillet).

Maître de stage : Éric Cottineau (éleveur, ferme pédagogique à Châteauneuf-la-Forêt), membre du collectif A2VL.

Étudiant en Master 1 Professionnel « Valorisation du patrimoine et développement territorial ».

Formation universitaire dispensée en alternance :

- Faculté des Lettres et des Sciences Humaines (FLSH) de Limoges.
- EPLEFPA d'Ahun.

Travaux relatifs au centre d'interprétation du Pôle Viande Local.



Compte rendu de la réunion du 19 Juin 2014

Réunion au sein des locaux de la communauté de communes de Bourganeuf – Royère de Vassivière.

Participants :

- **M. Jean-Jacques Lozach** : Sénateur de la Creuse, Président du Conseil Général de la Creuse
- **Assistante parlementaire de M. Jean Jacques Lozach.**
- **Jacky GUILLON** : Vice-président du Conseil Général de la Creuse.
- **Éric Mathé** : Directeur Service Agriculture et Développement Rural du Conseil Général de la Creuse.
- **Jacques Bourzat** : Directeur Service Économie et Tourisme du Conseil Général de la Creuse.

- **Jean-Pierre Jouhaud** : Maire de Bourganeuf, Président du Pays Sud Creusois.
- **Régis Rigaud** : Président de la communauté de Communes Bourganeuf – Royère de Vassivière.
- **David Giraud** : Directeur Général des Services Communauté de communes Bourganeuf – Royère de Vassivière.

- **Laurent Rouger** : Directeur d'exploitation EPL Ahun.
- **Guillaume Betton** : Président A2VL. Éleveur investisseur du collectif A2VL.
- **Éric Cottineau** : Membre collectif A2VL.
- **Cécile Charbonnel** : Membre collectif A2VL.
- **Jacky Texier** : Membre collectif A2VL.
- **Yohan Toulza Lemaire** : Ingénieur de Projet du Collectif A2VL.
- **Romain Morange** : Stagiaire collectif A2VL.

Suite aux dernières réunions, voici encore de bonnes nouvelles :

La réunion s'est ouverte par une prise de parole de M. Lozach. Ce dernier a exprimé son sentiment quant à la pertinence et l'importance de l'implantation de ce projet autour de Bourganeuf et plus largement en Creuse, ce projet rejoignant les priorités du Conseil Général : soutien à l'agriculture, circuit court, développement durable. De même, **M. Lozach**, suite à sa lettre, à réaffirmer le soutien du Conseil Général de la Creuse au projet.

Durant près d'une heure, Guillaume Betton et Yohan Toulza Lemaire ont présenté le projet de Pôle Viandes Locales : Le montage du projet et son système de fonctionnement. L'innovation qu'il représente pour notre territoire, les valeurs qu'il porte, la priorité donnée à la qualité sur la quantité, la volonté du tout local, le partenariat décisif avec l'EPL d'Ahun. La motivation éthique animant les éleveurs-investisseurs.

Et encore une fois mis en avant que le Pôle Viandes Locales n'est pas qu'un simple abattoir.

Guillaume Betton, a demandé si un bureau pourrait-être mis à disposition de la future société à Bourganeuf. M. le Maire de Bourganeuf et le Président de la Communauté de Communes ont tous deux répondu positivement. Une salle peut être mis à disposition tant à Bourganeuf qu'au siège de la Communauté de communes.

Des subventions pourront, peut-être, être débloquées pour le centre d'interprétation, via la « contractualisation territoriale » portée par le Pays Grand Sud Creuse si le projet est retenu. La date butoir étant le 26/06 pour présenter des projets, les travaux de Romain, notre stagiaire ont permis de transmettre immédiatement les documents nécessaires.

De même suite à la question de Yohan Toulza, le SIVOM (syndicat intercommunal à vocations multiples) de Bourganeuf peut-être sollicité pour les travaux, notamment de voiries et d'entrées à l'occasion de réfections de voiries communales.

Guillaume Betton demande si en cas d'implantation à Bourganeuf, l'achat de la parcelle pourra faire l'objet de facilité de paiement :

Selon la Communauté de Communes, elle peut « s'adaptée sans soucis » et faire preuve « d'une grande souplesse ». Concrètement si fin Juillet, début Août une promesse d'achat vente terrain est émise par le collectif en vue d'acquérir une parcelle. Cela pourra se faire par le biais d'un apport en capital, puis en paiement différé.

Le tarif des terrains sur la Zone Industrielle de Langladure, située 4km à l'Ouest de Bourganeuf le long de la D941, sont très attractifs :

2.80€ HT/m² pour les parcelles 1 et 2 situées en front de route.

1.80€ HT/m² pour les autres.

Le tout équipé à l'achat, à l'entrée de la parcelle: électricité, téléphone, fibre optique, eau courante, bassin incendie, éclairage, desserte par la D22 relié directement à la D941

La réunion s'est poursuivie au sein de la zone Industrielle de Langladure pour visiter les différentes visites.

Plusieurs parcelles ont été visitées, chacune offrant avantages et inconvénients : 4 peuvent cependant être retenues (les autres ne répondent pas à la règle des 100m entre une activité d'abattoir et les parcelles bâties). Ci-dessous : les avantages/inconvénients de chaque parcelle. Ci-joint, le plan des parcelles, fourni par la Communauté de communes.

Parcelle 1 :

Avantage : Située en façade, elle est pratique, facile d'accès.

Inconvénients : tablier remblais, pierre, pas forcément adapté si un bâtiment semi-enterré est retenu. Le prix au m², un euro plus cher. Le paysage est peu séduisant.

Parcelle 3 :

Avantage : Grande surface, belle ouverture sur le paysage, à l'Ouest, une zone naturelle interdit une future infrastructure industrielle disgracieuse. Terrain plat

Inconvénients : Pas d'inconvénients majeurs.

Parcelle 5 :

Avantage : Belle ouverture sur le paysage, légèrement en pente : avantage pour un bâtiment semi-enterré.

Inconvénients : la pente peut induire un surcoût de terrassement si un bâtiment semi-enterré n'est pas retenu. Plus petite, mais cela n'est pas à proprement parler un inconvénient. Des entreprises peuvent s'implantées de part et d'autres, et accolé des verrues paysagères à un bâtiment du Pôle viandes Locales bien intégrer.

Parcelle 7 :

Avantage : Très belle vue. Un seul voisin peut s'implanter.

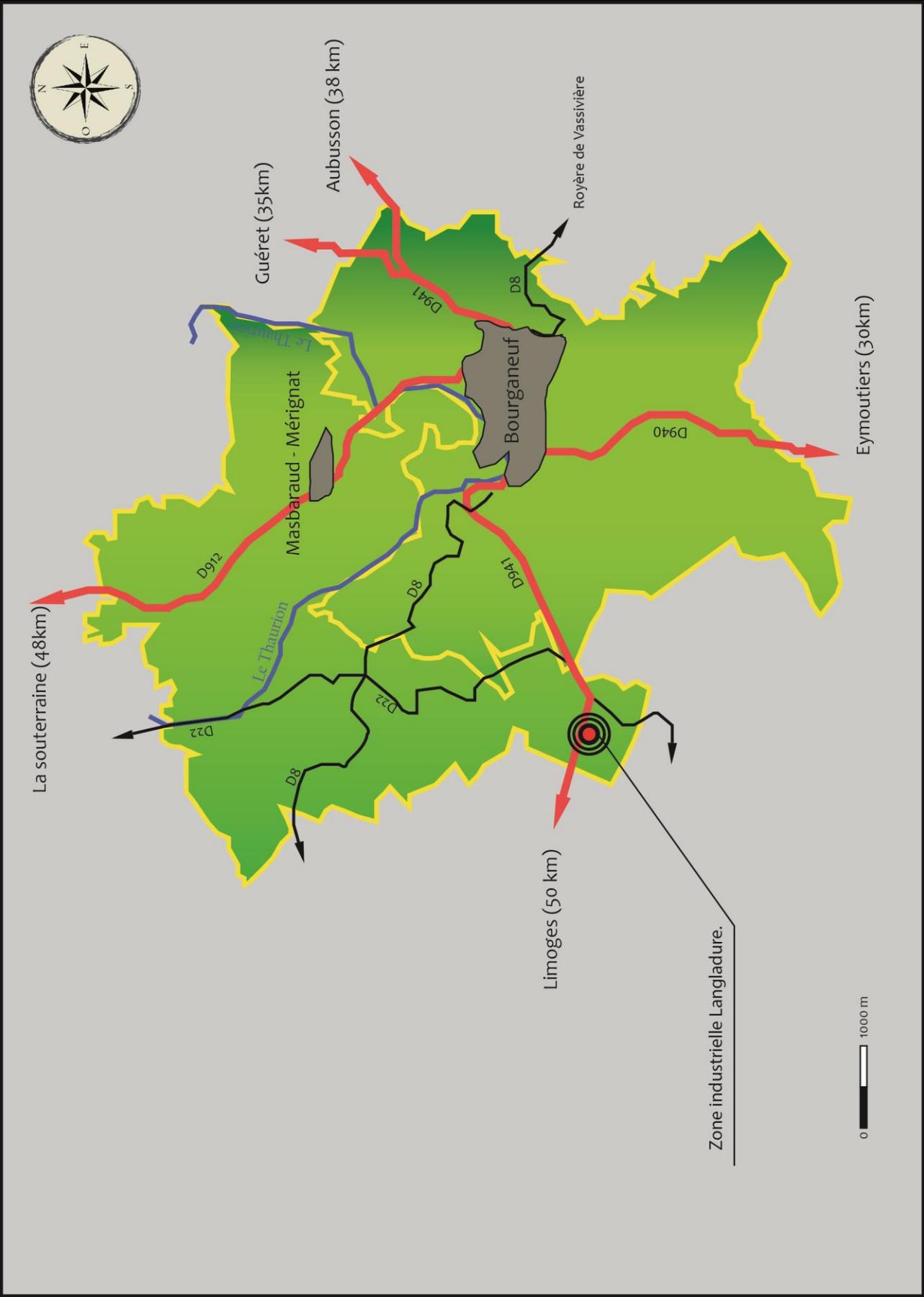
Inconvénients : l'entrée théorique, se fait par le bas de la parcelle. Les différents câblages et raccordement eau potable s'arrêtent donc au bas de la parcelle. Aménager le haut de la parcelle en entrée n'est pas forcément aisé : non éclairé et sur une bute (par sûr que le département autorise cela).

La réunion s'est finie cordialement autour d'une table à Bourganeuf avec M. Jouhaud (maire de Bourganeuf), M. Giraud (DGS Communauté de communes), M. Rouger (EPL Ahun) et tous les membres d'A2VL présents ce jour.

L'après-midi même, nous sommes retournés sur les parcelles accompagnés de Sophie Bertrand, notre architecte.

Nous tenons à remercier tous les élus et techniciens présents, plus particulièrement M. Giraud, directeur général des services, qui nous à accorder toute une journée, et à su nous fournir tous les documents souhaités.

Annexes :



Lots de parcelles disponibles à la construction.

Z.I. Langladure



-  Réseau routier principal
-  Réseau routier secondaire
-  Parcelles trop proches des habitations
-  Parcelles assez éloignées des habitations
-  Parcelle occupée
-  Zones naturelles inconstructibles
-  Bassin orage / réserve incendie
-  Espace en creux

réalisation : Romain Morange. Source : IGN

Annexe 5 : Extrait carte IGN Bourganeuf (source Géoportail)

