ALBI FRANCE

LES ÉTATS GÉNÉRAUX DES ACTEURS LOCAUX

GOUVERNANCE ET RELATIONS AVEC LES PUBLICS – PARTICIPATION CITOYENNE

Respecter les valeurs albigeoises et les valeurs portées par la Convention du patrimoine mondial de l'UNESCO tout en déclinant un plan d'actions pour la promotion territoriale et l'amélioration de l'accueil en Albigeois.

IDENTIFICATION

TAILLE DE LA VILLE :	51 275 hab	4 527 ha
TAILLE DU PROJET :	Territoire albigeois élargi	

PRINCIPALE(S) FONCTION(S) DE LA VILLE :

Préfecture du département du Tarn, ville de services, ville administrative

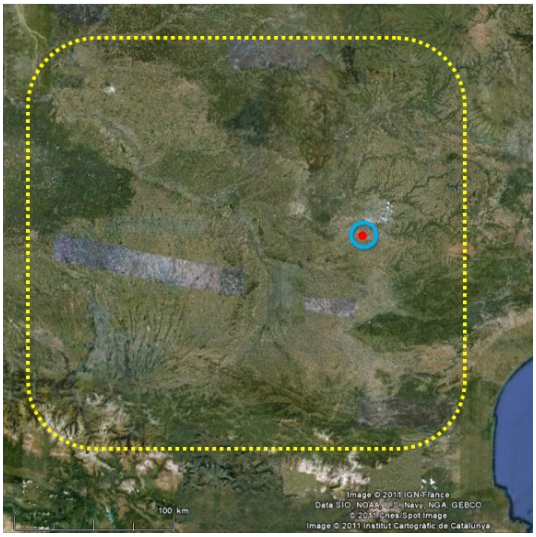
PRINCIPALE(S) FONCTION(S) DU TERRITOIRE DU PROJET :

Le territoire de projet correspond au bassin économique et de vie du territoire albigeois

© UNESCO / Michel Ravassard

La Cité épiscopale d'Albi

ÉCHELLE DU PROJET



Ville ***Bien inscrit sur la Liste du patrimoine mondial*** ***Projet***

LE BIEN DU PATRIMOINE MONDIAL

CITÉ ÉPISCOPALE D'ALBI

Inscription	2010
Critères	(iv) (v)
Surface	19 ha

Située en bordure du Tarn, la vieille ville d'Albi, dans le sud-ouest de la France, reflète l'épanouissement d'un ensemble architectural et urbain médiéval dont témoignent aujourd'hui encore Le Pont-Vieux, le bourg de Saint-Salvi et son église (10e-11e siècle). Au 13e siècle, la ville devint une puissante cité épiscopale au lendemain de la croisade des Albigeois contre les Cathares. D'un style gothique méridional original à base de briques aux tons rouge et orangé fabriquées localement, la cathédrale fortifiée qui domine la ville (XIIIe siècle) illustre la puissance retrouvée du clergé romain. Elle est complétée par le vaste palais épiscopal de la Berbie qui surplombe la rivière et est cernée par des quartiers d'habitations datant du Moyen Age. La cité épiscopale d'Albi forme un ensemble de monuments et de quartiers cohérent et homogène qui n'a pas subi de changements majeurs au fil des siècles.

MÉCANISMES DU PROJET

LES ENJEUX

DIAGNOSTIC/ ETAT DES LIEUX	Le classement de la Cité épiscopale induit des perspectives de développement mais aussi des responsabilités nouvelles qui réinterrogent l'ensemble du territoire albigeois et engagent les habitants.
PROBLÉMATIQUE	Comment assurer un développement du territoire albigeois, et notamment de ses capacités d'accueil, à la hauteur des valeurs de l'UNESCO et des dynamiques induites par l'inscription ?
OBJECTIFS	➔ Développer le territoire et faire de l'Albigeois une « terre d'accueil pour les publics visiteurs et/ou désireux de s'implanter en Albigeois » ➔ Révéler aux Albigeois l'intérêt du développement des échanges internationaux (culturels, économiques, universitaires…) et développer l'ouverture internationale de l'Albigeois ➔ Encourager les démarches de promotion territoriale allant dans ce sens et encadrer ces initiatives en visant un objectif de qualité et de respect des valeurs de l'UNESCO

LES PARTENAIRES / LE PROCESSUS

L'INITIATIVE

Ville d'Albi

LE PILOTAGE

Comité de pilotage

Ville d'Albi

Echangent

Comité de Bien de la Cité épiscopale d'Albi

Ville d'Albi

Etat

Oriente

LA MISE EN OEUVRE

Mission promotion territoriale

Ville d'Albi

Poste dédié

Coordonne

PLAN D'ACTIONS ET CREATION D'OUTILS

PROMOTION TERRITORIALE ET AMELIORATION DE L'ACCUEIL EN ALBIGEOIS

PARTICIPATION ET ACTION COLLECTIVE

Etats généraux des acteurs locaux : redéfinition des valeurs albigeoises, formalisation de la Charte des valeurs albigeoises

Comité d'éthique : veille au respect de la Charte des valeurs albigeoises

Protections des marques « Albi, la Cité épiscopale » et « La Cité épiscopale d'Albi »

Albigeois : habitants, commerçants, associations, entreprises, universités, etc.

Statut d' « Ambassadeur d'Albi la Cité épiscopale » : proposer aux albigeois d'être les premiers promoteurs du territoire

Comité de promotion et d'attractivité territoriale : actions collectives de promotion

Nouveau portail web www.albi.fr

PARTICIPATION CITOYENNE

ACTEURS :

- *Public local*
- *Public régional*
- *Public national*
- *Public international*
- *Privé*
- *Mixte*
- *Institutions / ONG*
- *Société civile*

LES OUTILS

OUTILS DE GESTION DU SITE

- Schéma de Cohérence Territoriale (Scot) du Grand Albigeois / Plan Local d'Urbanisme (PLU)
- Plan Local de l'Habitat (PLH)
- Agenda 21 local
- Plan de Déplacements Urbains (PDU) et Plan Climat Territorial (en cours)
- Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) sur le Bien et sa zone tampon
- « Plan de gestion de la Cité Episcopale » (2009 / actualisé tous les ans)

OUTILS SPÉCIFIQUES DE GESTION DE PROJET

- Comité de promotion territoriale
- Comité d'éthique
- Réunions publiques (Etats généraux locaux)
- Mission de promotion territoriale
- Site albi.fr

LE FINANCEMENT

PRÉCISION SUR LE FINANCEMENT PUBLIC

Ville d'Albi

PRÉCISION SUR LE FINANCEMENT PRIVÉ

Entreprises, ambassadeurs territoriaux, citoyens etc.

VALEUR TOTALE DU PROJET

Budgets annuels (150 000 euros en 2011)

Un budget dédié au projet a été débloqué afin de mettre en place la démarche de promotion territoriale (prise en charge financière d'outils de promotion type portail web) et pour organiser la coordination des actions (mission de promotion territoriale)

ÉTAT D'AVANCEMENT

Etats généraux des acteurs albigeois – Lancement des réunions publiques de concertation
Octobre -Novembre 2010

Validation de la Charte des valeurs albigeoises et installation des comités (éthique, promotion et attractivité territoriale)
Février- Mars 2011

Lancement public de la campagne de promotion territoriale et poursuite de la constitution des outils de promotion des valeurs albigeoises
Depuis mai 2011

Première réunion publique d'évaluation
Janvier 2012

ARTICULATION ENTRE LE PROJET ET LA VALEUR DU BIEN

La redéfinition globale des valeurs du territoire albigeois dans une charte conçue par les habitants, permet à la valeur universelle exceptionnelle du bien inscrit d'être appropriée par les albigeois et d'infuser profondément les valeurs du territoire. Ces valeurs profitent ainsi à un développement territorial global respectueux du bien, à la hauteur des dynamiques induites, riche de perspectives pour les habitants.

Ce faisant, le bien et le territoire albigeois s'inscrivent conjointement dans une dynamique vertueuse dont ils peuvent tirer des bénéfices partagés : développement touristique et économique, développement d'une image de marque bénéfique au mécénat, etc.

PROJET/VALEUR

RÉSULTATS/ IMPACTS

Les résultats de ce projet visant à garantir les valeurs territoriales albigeoises dans le temps et l'espace public sont difficiles à évaluer à ce jour : la campagne de promotion territoriale issue des Etats Généraux des acteurs locaux a été lancée en mai 2011.

La Ville d'Albi constate cependant d'ores et déjà une adhésion réelle et encourageante de la population : forte participation des acteurs locaux aux réunions publiques, idées nombreuses adressées à la commune pour dynamiser la démarche, création des comités seulement 3 mois après l'organisation des réunions publiques.

A plus long terme et au-delà d'un développement économique profitable à tous, le projet à vocation à renforcer le lien social autour de valeurs territoriales partagées par tous.

Fin 2011, plus de 200 acteurs albigeois se sont engagés dans la démarche « ambassadeurs territoriaux ».

© Ville d'Albi

Les Etats généraux des acteurs albigeois, novembre 2010

albi | la Cité épiscopale

La marque « Albi, la Cité épiscopale »

QUESTIONNEMENTS

La Ville d'Albi propose à ses habitants de jouer un rôle actif de promoteurs du territoire et de son développement économique : ce sont les Albigeois qui redéfinissent les valeurs du territoire dans le cadre des Etats Généraux des acteurs locaux, qui forment les comités d'éthique et de promotion du territoire, qui deviennent ambassadeurs des valeurs de ce territoire.

Ce faisant, la collectivité fait un pari : celui d'un éveil des albigeois à leur responsabilité et d'un investissement suffisamment important, à toutes les échelles, pour porter efficacement, collectivement et individuellement, les valeurs du territoire. Ce concept, qui mêle étroitement marketing territorial, représentation publique officielle et participation citoyenne, apparaît particulièrement audacieux et innovant.

Comme toute innovation, il comporte cependant une part d'incertitude. Outre une évaluation des retombées effectives en termes d'image et de développement économique, un tel dispositif nécessite une animation de réseau performante dans le temps et une capacité de renouvellement en termes d'idées et d'énergies.

CONTACTS

MAIRE	Philippe Bonnecarrère	CONTACT TECHNIQUE	Marie-Eve Cortes
Mandat	2008 - 2014	adresse	Chargée de mission UNESCO Ville d'Albi, 16 rue de l'Hôtel de Ville 81 023 Albi cedex 9
		contact tel	+ 33 (0)5 63 49 11 95
		contact mail	marie-eve.cortes@mairie-albi.fr
		site web	http://www.mairie-albi.fr