

# Rencontres du Tourisme Cornouaillais

## Clos de Trévanec, Pont-l'Abbé – 19/12/2018

### Atelier Tourisme et identité culturelle bretonne en Cornouaille

**Animation : Charles Quimbert (Bretagne Culture Diversité),  
Clémence Gauriveaud (QCD) et Koulmig Hascoët (AOCD)**

#### 1/ Débat mouvant

*Le tourisme cornouaillais doit s'affranchir totalement des clichés sur la culture bretonne. D'accord ou pas d'accord ?*

(La répartition des participants était relativement égale avec une légère avance sur la position « pas d'accord ». NB : il semblerait que la phrase n'ait pas été bien comprise par tous les participants. Le mot « totalement » a perturbé quelques uns d'entre eux.)

#### Verbatim

**NON** : Il faut jouer avec ces clichés, en rire, les traiter avec humour. (A. Latimier, Haliotika)

**OUI** : La Bretagne est-ce uniquement une image folklorique ? non, la culture fait preuve de création et d'innovation. Les clichés sont trop caricaturaux. Il faut envisager la culture sous un angle différenciant. Evoquer davantage les traditions, plutôt que le folklore, pour insister sur l'aspect évolutif de la culture. (E. Vighetti, OT Quimper)

**NON** : Les clichés permettent d'attirer l'attention, de capter le public. Il faut ensuite les inviter à découvrir plus en profondeur la culture. (Fédération maritime)

**OUI** : il faut envisager la culture de la région au sens large. Nous pouvons nous réapproprier les clichés mais il existe également autre chose au niveau culturel. (MP Rivière, Cci et élue culture à Trégunc)

**OUI** : On ne doit pas s'enfermer dans ces clichés. Ils nous ont nourri, certes, mais il ne faut pas être passéiste, il faut se tourner vers l'avenir. (Au goût du jour)

**OUI** : les images négatives des clichés nous ont permis d'avancer, grâce à une volonté de les dépasser. Certaines images comme la coiffe bigoudène font partie de la mémoire collective et nous servent pour la construction de notre identité. Mais il faut sans cesse innover. Par exemple les Vieilles Charrues ont su réinventer le festival breton, mêlant artistes internationaux et artistes locaux, tout en faisant bénéficier la culture locale des

retombées de l'événement et en délivrant une image positive de la Bretagne. Il y a une volonté de dépasser les clichés. Les Bretons ont l'image d'un peuple accueillant, ouvert sur le monde, qui partage volontiers sa culture. Cet état d'esprit attire. (Pascal Jaouen)

**NON** : il faut préciser la nature des clichés évoqués. Quels sont-ils ? D'où viennent-ils ? Qui les fixe et qui les entretient ? C'est à nous de les véhiculer, de faire part de ce que l'on vit et de ce que l'on observe. Par exemple la grande qualité des spectacles de danses et de musique. (Hébergeur touristique à Rosporden)

**NON** : il y a des clichés positifs et des clichés négatifs. Ce jugement peut changer selon le type de clientèle, de public visé. Par exemple, certains aspects de la culture bretonne peuvent être perçus comme ringards par les plus jeunes alors qu'au contraire, ils attirent fortement des personnes plus âgées. (A. Latimier, Haliotika)

**NON** : Les visiteurs cherchent de l'authenticité. En termes d'hébergement, les bâtiments anciens, patrimoniaux mais modernisés pour un confort contemporain sont très appréciés. Dans ce cas, on n'est plus dans le cliché de la vieille maison en pierre, on propose quelque chose de contemporain : un bâtiment avec une histoire et le confort actuel. (Gîtes de France)

**OUI** : Les clichés existent qu'on le veuille ou non. En tant qu'acteur culturel ou touristique, est-ce alors nécessaire de les appuyer, de les entretenir, de les véhiculer ? Les acteurs locaux doivent s'affranchir des clichés pour ne pas eux-mêmes les alimenter. Il ne faut pas confondre clichés, tradition et patrimoine. (I. Gardes, Festival de Cornouaille)

**NON** : Les clichés font venir les visiteurs en Bretagne. Une fois sur place, ces visiteurs s'en affranchissent eux-mêmes en découvrant plus en profondeur la destination. Il faut plutôt parler de patrimoine préservé plutôt que de clichés. Quelques produits symboliques sont ramenés comme souvenirs. (D. Roucourt, UBO)

**OUI** : Pour la clientèle étrangère, la culture est un atout touristique fort compte tenu du contexte d'uniformisation culturelle au niveau mondial. Il faut en avoir conscience en Bretagne et mettre davantage en valeur cet aspect différenciant pas rapport à d'autres régions françaises ou européennes. La Cornouaille a une véritable carte à jouer car beaucoup de marqueurs de la culture bretonne sont présents sur ce territoire. (E. Vighetti, OT Quimper)

**OUI** : Il ne faut pas forcément se focaliser sur les attentes des visiteurs mais plutôt sur ce que l'on veut leur montrer. (Y. Ferec, Arts à la Pointe et ancien coordinateur culturel de l'A OCD).

## **2/ Témoignages**

### **Pascal Jaouen, Brodeur d'art**

La broderie était, il y a encore quelques temps, désuète. On la retrouvait dans les placards de nos grands-mères et dans les brocantes.

Les cercles celtiques ont beaucoup contribué à la faire sortir de cette image à travers leurs recherches, leur mise en valeur dans les défilés et les spectacles. Ils ont fait preuve de pédagogie pour transmettre les connaissances et les savoir-faire autour des costumes bretons.

Lorsque Pascal Jaouen s'est intéressé professionnellement à la broderie, son objectif a été de créer une entreprise pour montrer la valeur économique de ce patrimoine et de faire en sorte qu'elle soit regardée par les institutions qui s'en détournent.

Cette entreprise s'est beaucoup développé, elle est aujourd'hui créatrice d'emplois. Elle intéresse les médias : les télévisions françaises et internationales viennent régulièrement réaliser des reportages sur cette activité. Elle attire des visiteurs à Quimper, 40 000 visiteurs par an pour les expositions.

Le patrimoine des costumes bretons est très riche. La création d'une école de broderie a permis de transmettre, voire de réapprendre des savoir-faire ancestraux et de contribuer à l'évolution des costumes.

Le travail de la broderie bretonne aujourd'hui permet d'explorer de nouvelles pistes de création comme la haute couture ou le mélange avec des techniques venant d'autres cultures.

La créativité, possible grâce à l'importance que l'on accorde aux synergies humaines, permet de bousculer les clichés.

### **Igor Gardes, Directeur du Festival de Cornouaille**

Bien connu des cornouaillais, Le Festival de Cornouaille a fêté ses 95 ans. Depuis de nombreuses années, le Festival s'est construit autour de valeurs d'exigence et de qualité des spectacles, animations, concerts présentés. Cette exigence ne suppose aucune approximation et est possible grâce au foisonnement et à la richesse culturelle de la Cornouaille.

Au niveau économique, l'UMIH a publié un chiffre significatif pour un festival comme celui de Cornouaille. Pour 1€ investi dans un grand évènement culturel, on peut compter sur 6 € de retombées économiques. Le Festival de Cornouaille s'autofinance à 60 %. Les 40% restant provient de subventions publiques. Son modèle économique se traduit par une

forte réinjection de ces ressources dans l'économie locale. Le Festival a donc un impact économique non négligeable pour le territoire.

Le Festival de Cornouaille travaille de plus en plus avec les acteurs touristiques. Par exemple, il a noué des partenariats avec 25 restaurateurs et fait preuve de pédagogie pour que les clichés soient déverrouillés et que l'image du festival véhiculée par les partenaires corresponde à ses valeurs.

L'avenir des acteurs culturels est fortement lié à leurs liens avec les acteurs touristiques.

### **Tangi Sicard, Penn-soner du Bagad Cap Caval**

Dépasser les clichés est une préoccupation permanente du Bagad Cap Caval.

L'accent est mis sur la qualité musicale, la qualité des arrangements pour inscrire des mélodies et des sonorités traditionnelles dans des esthétiques contemporaines. Récemment, le bagad a collaboré avec un grand nom du jazz français, le trompettiste Ibrahim Maalouf.

Grâce à ses concerts à l'étranger, le bagad contribue au rayonnement et à l'image positive de la culture bretonne.

### **Conclusion par Charles Quimbert**

Que ce soit pour les grands événements ou formations, évoqués lors de cet atelier et qui représentent les fers de lance de la culture bretonne en Cornouaille ou pour, moins visibles, les cultures populaires locales, il semble important d'apprendre à en parler pour les faire découvrir aux visiteurs et dépasser ainsi les clichés. Ce sera l'objectif de l'action « construire un récit commun de l'identité culturelle cornouaillaise » prévue dans la stratégie de la Destination Quimper Cornouaille.

#### ***Pour aller plus loin...***

Exemple d'outils à votre disposition sur le site de Bretagne Culture Diversité [www.bcd.bzh](http://www.bcd.bzh) :

- l'application mobile « Breizh'App » qui propose de mieux comprendre la Bretagne par la publication de dossiers thématiques
- la web-série « Les clichés bretons », 2 saisons de 12 épisodes de 2 mn pour tordre le cou avec humour aux clichés bretons