

2022



# ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT CULTUREL

## PLAN D'ACTION





# CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Le Pôle d'équilibre territorial et rural (PETR) du Pays de Bray est un territoire situé à l'est du département de la Seine-Maritime. Il s'étend sur 1 300 km<sup>2</sup> et compte 59 742 habitants (INSEE, 2018). Le Pays de Bray est aujourd'hui composé de 3 communautés de communes :

- Communauté de communes de Londinières
- Communauté de communes Bray Eawy
- Communauté de communes des 4 Rivières

Ce territoire est caractérisé par une cohésion géographique, économique, culturelle et sociale. C'est un lieu d'action collective qui fédère les collectivités territoriales, les organismes socioprofessionnels, les entreprises, les associations... autour d'un projet commun de développement. Ce territoire rural bénéficie d'un certain nombre d'atouts culturels sur lesquels s'appuyer, principalement liés à son environnement, son patrimoine, ses traditions et ses productions locales. L'offre culturelle s'appuie notamment sur :

- Un patrimoine naturel et paysager de qualité,
- Une offre d'itinérance douce et de randonnée pédestre et cyclable, notamment par l'avenue verte et le développement de nombreux circuits balisés,
- Des lieux de visite et de découverte patrimoniale et plus largement culturelle,
- Sa gastronomie et ses produits du terroir,
- Un réseau associatif dense.

Le PETR du Pays de Bray, à travers sa mission de promotion du territoire, a déjà initié plusieurs actions grâce à un travail partenarial régulier avec les offices de tourisme et les acteurs culturels. Pour autant, le travail de valorisation et de développement culturel mené depuis plusieurs années à l'échelle du Pays de Bray devrait être renforcé et valorisé. Les élus du territoire, via le PETR, se sont alors engagés dans l'élaboration d'une stratégie culturelle à l'échelle du territoire afin de mettre en œuvre des actions pertinentes en phase avec les problématiques rurales. Basée sur un diagnostic, elle doit permettre d'obtenir un éclairage sur les pratiques et les besoins du territoire.

# CONCERTATION LOCALE

# 1. Les objectifs

---

La réalisation du diagnostic a permis d'établir les atouts culturels du territoire, d'identifier les projets et actions d'ores et déjà mis en place ainsi que des pistes d'actions pour une meilleure valorisation de la culture en Pays de Bray.

Une première concertation en ligne a permis de dégager les enjeux et les problématiques du territoire. En effet, des questionnaires à destination de la population locale et des acteurs ont été transmis en novembre 2022.

Pour poursuivre cette démarche, la deuxième phase prévoyait un travail de concertation dans l'objectif d'identifier les pistes d'action. Les acteurs culturels et les élus ont ainsi été concertés afin de valider la pertinence des pistes d'action issues du diagnostic et de définir les différents leviers et outils mobilisables, ainsi que les structures susceptibles d'apporter un appui pour une mise en œuvre opérationnelle de la stratégie culturelle.

# 2. La forme de la concertation

---

Pour définir un plan d'action qui soit adapté aux enjeux et aux besoins du territoire en matière de culture, une concertation élargie aux acteurs culturels, en plus de la commission culture, s'est déroulée en trois temps :

- Le partage du diagnostic avec les acteurs et les élus invités à la concertation, permettant ainsi une première appropriation du travail réalisé ;
- L'identification des pistes d'action répondant aux enjeux et aux besoins du territoire lors d'un temps de rencontre et d'échanges ;
- Un temps de réflexion et de retour sur la concertation réalisée en présentiel.

La concertation organisée par le PETR du Pays de Bray le jeudi 7 juillet 2022 à Quièvrecourt a réuni 25 personnes sur la soixantaine invitée :

- Associations culturelles,
- Compagnies de spectacle vivant,
- Offices de tourisme,
- Associations nature,
- Médiathèques et bibliothèques,
- Élus,
- Agents en charge de la culture dans des collectivités,
- Conseil de développement.

À l'occasion de cette rencontre, une synthèse du diagnostic a été réalisée afin de laisser ensuite la place à un échange sur ce travail réalisé par les agents du PETR du Pays de Bray. Puis, les réflexions et les échanges autour des axes stratégiques et des pistes d'action révélés par le diagnostic ont été particulièrement riches et ont abouti à l'identification de 13 pistes d'action.

### 3. Les enseignements de la concertation locale

---

Dans le cadre de la phase de concertation réalisée à Quièvrecourt, plusieurs thématiques sont ressorties des débats :

- La nécessité de mise en réseaux et de communication inter collectivités :
  - ◇ Les collectivités et certains acteurs ont soulevé la difficulté à avoir accès à un listing exhaustif et à jour des acteurs disponibles pour leurs événements,
  - ◇ Favoriser les échanges et les partenariats entre acteurs culturels
  - ◇ Développer les connaissances et les échanges sur les moyens techniques et matériels disponibles sur le territoire
  - ◇ Sensibiliser les acteurs locaux à la communication et la transmission d'information auprès des structures relais;
- La nécessité de connaître notre patrimoine :
  - ◇ L'identification des différents patrimoines,
  - ◇ Une sensibilisation des propriétaires et de la population locale de la valeur intrinsèque à ce patrimoine,
  - ◇ La mobilisation de la population locale;
- La nécessité de valoriser la culture en Pays de Bray
  - ◇ Favoriser les lieux et événements de rencontres entre les acteurs et la population locale,
  - ◇ Communiquer de manière décloisonnée sur la programmation à l'échelle du territoire,
  - ◇ Impliquer de manière proactive la population afin qu'ils soient acteurs de la culture.



## 4. Les enjeux transversaux

---

Le plan d'action suivant permet de répondre aux enjeux transversaux soulevés par le diagnostic :

- La préservation du patrimoine brayon, qu'il soit naturel ou bâti, indissociable de la préservation de la typicité des paysages
- La coordination et la mise en réseau des acteurs locaux pour une meilleure efficacité
- L'acquisition des connaissances et la sensibilisation au patrimoine (biodiversité, paysages, architecture, savoir-faire...)
- La valorisation et la communication de l'offre culturelle à l'échelle du Pays de Bray
- Le soutien aux acteurs et actions culturelles

Pour y répondre, le plan d'action de la stratégie culturelle est divisé en trois axes stratégiques :

- AXE 1 : Un patrimoine culturel à préserver,
- AXE 2 : Un vivier d'acteurs à soutenir,
- AXE 3 : Communiquer, sensibiliser et œuvrer pour rendre la culture accessible à tous.

# PLAN D'ACTION

# AXE STRATÉGIQUE 1

## UN PATRIMOINE CULTUREL À PRÉSERVER

### CONSTATS

- Des milieux naturels remarquables avec une biodiversité riche et diversifiée;
- Une agriculture en mutation passant de l'élevage aux cultures;
- Une disparition du bocage avec l'arrachage des haies;
- Un patrimoine naturel (ressources géologiques et agricoles) a alimenté l'architecture locale et les savoir-faire;
- La quasi-disparition des coutumes et traditions brayonnes;
- Un patrimoine architectural peu valorisé, voire abandonné;
- Une gastronomie locale identifiée et ancrée;
- Une clientèle touristique en recherche d'authenticité rurale (paysage, architecture...).

### OBJECTIFS

- Valoriser et préserver le paysage brayon, marqueur d'identité locale
- Recenser, étudier et faire connaître les éléments du patrimoine brayon

### FICHES ACTIONS

- Action 1 — Réaliser un inventaire et catalogue du patrimoine bâti brayon
- Action 2 — Développer les actions de sensibilisation et valoriser les bonnes pratiques pour le maintien du paysage brayon
- Action 3 — Répertorier et diffuser les connaissances sur les savoir-faire locaux
- Action 4 — Valoriser et améliorer la visibilité des produits brayons, marqueurs d'identité
- Action 5 — Valoriser et sensibiliser sur les savoir-faire (poterie, métallurgie...)

# FICHE ACTION 1.1.

## AXE 1 - UN PATRIMOINE CULTUREL À PRÉSERVER

### ACTION 1.1. - RÉALISER UN INVENTAIRE ET CATALOGAGE DU PATRIMOINE BÂTI BRAYON

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; offices de tourisme; communautés de communes
<b>Contexte</b>	<p>Le patrimoine bâti brayon est typiquement rural. Il composé d'un petit patrimoine (pigeonniers, lavoir...) et d'un patrimoine plus monumental (châteaux, manoirs, églises...). Emprunte de son histoire et des matériaux locaux, ce patrimoine est menacé.</p> <p>Une partie de ce patrimoine connu est souvent abandonné. Il n'est pas valorisé et risque parfois la destruction. Une autre partie est connue puisqu'il n'existe pas de recensement exhaustif du patrimoine brayon.</p> <p>Pourtant, la population locale a conscience de la richesse de ce patrimoine. Au-delà, du patrimoine naturel et de la gastronomie, le patrimoine bâti est la troisième caractéristique du Pays de Bray selon les enquêtés avec les villages et habitations typiques, les lieux historiques, les châteaux...</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>Pour collecter l'ensemble de l'information existante sur le patrimoine brayon, l'inventaire sera participatif. Il s'agira de recenser, étudier et faire connaître les éléments du patrimoine qui représente un intérêt culturel, historique et/ou scientifique. Ce patrimoine peut être de différent type : monument et bâti, sculpture, archéologique, rural, humain, naturel, industriel... tout ce qui est lié au territoire et qui peut être marqueur de son identité.</p> <p>Des correspondants du patrimoine pourront être nommés dans chaque commune du Pays de Bray. Ils devront répertorier les éléments suivants : patrimoine bâti, monumental, archéologique, rural, humain, immatériel, naturel, religieux, industriel, particularisme local, AOP, recettes, passé industriel... Tous ces éléments seront photographiés, fichés, et documentés par les correspondants des 115 communes.</p> <p>Cet inventaire sera mis ensuite à la disposition sur papier et/ou en numérique.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	Porteurs de projet; propriétaires immobiliers; communautés de communes; communes.
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Offices de tourisme; communautés de communes; communes; CAUE76; DRAAC.

**Indicateurs  
d'évaluation**

- Indicateur de suivi : désignation d'un correspondant par commune.
- Indicateur de résultat : nombre d'éléments du patrimoine recensés; nombre de fiches complétées de manière exhaustive.

# FICHE ACTION 1.2.

## AXE 1 - UN PATRIMOINE CULTUREL À PRÉSERVER

### ACTION 1.2. - DÉVELOPPER LES ACTIONS DE SENSIBILISATION ET VALORISER LES BONNES PRATIQUES POUR LE MAINTIEN DU PAYSAGE BRAYON

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; offices de tourisme; communautés de communes; communes; associations environnementales; Syndicat Mixte de Bassin Versant; Fédération Française de Randonnée.
<b>Contexte</b>	<p>Le Pays de Bray est reconnu pour ses paysages vallonnés ou règnent pâturages et bocages. Le patrimoine naturel est caractérisé par un relief géologique en forme de boutonnière et par un milieu humide favorisant une biodiversité riche et diversifiée.</p> <p>Au fil des siècles, le paysage brayon a évolué en parallèle du développement économique du territoire. Depuis le XIXe siècle, quelques boisements ont disparu sur le territoire remplacé par des prairies pâturées et fermées par des haies.</p> <p>L'évolution du bocage s'est accentuée à partir du XIXe siècle avec l'assèchement des marais et défrichement pour la culture de céréales. Avec la modernisation de l'agriculture, le bocage a été profondément bouleversé : disparitions des haies, arrachage des verges, abandon des mares... Depuis le milieu des années 90, la place des haies dans le bocage a considérablement diminué. Les prairies sont de plus en plus menacées par leur retournement au profit de terres cultivables. Entre 2012 et 2017, la surface totale de prairies permanentes a diminué de 24 %.</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>De nouvelles manifestations et/ou outils de communication pourront être développés afin de sensibiliser aux enjeux de la préservation des paysages.</p> <p>Les sites où des actions de préservation ont été menées pourront servir d'exemple et d'appui dans les outils de communication et d'animation. C'est aussi l'occasion de valoriser les acteurs socioéconomiques et/ou habitants ayant des actions et des pratiques vertueuses en lien avec la protection de l'environnement.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	Tous (population locale, scolaire, agent des collectivités, exploitants agricoles, membres d'associations, propriétaires fonciers, etc.)
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Associations environnementales; organisme de conseil ne aménagement et gestion d'espaces naturels; partenaires institutionnels/collectivités; offices de tourisme; Seine-Maritime Attractivité; établissements scolaires.

<b>Indicateurs d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicateur de suivi : nombre de manifestations, événements et supports de communication développés.</li> <li>• Indicateur de résultat : nombre de participants aux animations; nombre d'actions valorisées.</li> </ul>
<b>Liens avec les projets en cours</b>	Trame Verte et Bleue; Natura 2000 ; Opération Normandie Haies

# FICHE ACTION 1.3.

## AXE 1 - UN PATRIMOINE CULTUREL À PRÉSERVER

### ACTION 1.3. - RÉPERTORIER LES CONNAISSANCES ET VALORISER LES SAVOIR-FAIRE LOCAUX (POTERIE, MÉTALLURGIE...)

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; offices de tourisme; communautés de communes
<b>Contexte</b>	<p>Le patrimoine immatériel du Pays de Bray est lié principalement aux ressources naturelles. Les ressources géologiques et agricoles ont permis de développer de véritables savoir-faire ancestraux.</p> <p>Trois principales ressources sont utilisées pour les savoir-faire locaux : l'argile pour la poterie et la céramique; les ressources alimentaires pour la gastronomie (fromage, jus de pomme, cidre...); le fer pour la métallurgie.</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>Un inventaire descriptif des différents savoir-faire appartenant historiquement au Pays de Bray devra être élaboré, en y identifiant aussi les lieux historiques et actuels. Les principaux savoir-faire concernés sont la poterie et le travail de l'argile de manière plus large, la métallurgie, les savoir-faire liés à la gastronomie (fromage, pomme...)...</p> <p>La valorisation des savoir-faire locaux pourra prendre différentes formes en fonction des besoins, des secteurs et des choix des élus :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La création d'un événement fédérateur autour de l'identité brayonne,</li><li>• La mise en place d'une route de l'argile répertoriant tous les sites clés liés à la production et transformation de l'argile,</li><li>• La création d'une guide touristique autour de l'argile</li><li>• La maison du fromage.</li></ul>
<b>Public(s) cible(s)</b>	Les habitants du territoire; les touristes; les associations.
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Offices de tourisme; communautés de communes; communes; les associations spécialisées; CAUE76.



<b>Indicateurs d'évaluation</b>	Indicateur de résultat : nombre d'éléments recensés .
<b>Liens avec les projets en cours</b>	<p>Stratégie culturelle : Action 3.4 – Organisation d'un événement à l'échelle du territoire afin de sensibiliser au patrimoine et mettre en lumière les acteurs locaux.</p> <p>Coopération interrégionale sur les filières patrimoniales : édition d'un guide touristique sur l'argile.</p> <p>Création d'une maison du fromage à Neufchâtel-en-Bray.</p>

# FICHE ACTION 1.4.

## AXE 1 - UN PATRIMOINE CULTUREL À PRÉSERVER

### ACTION 1.4. - VALORISER ET AMÉLIORER LA VISIBILITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES BRAYONS, MARQUEURS D'IDENTITÉ

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; Offices de tourisme; Communautés de communes
<b>Contexte</b>	<p>Le Pays de Bray regorge de produits et de savoir-faire alimentaires locaux : le fromage, le petit-suisse, la pomme, la vache normande, le chou de Saint-Saëns, la poule de Gournay.</p> <p>Liés à cette remarquable production, de nombreux producteurs sont établis sur le territoire : 1374 exploitations, dont 149 en circuits courts. Au total, ce sont 94 900 hectares de surface agricole soit 75 % du territoire.</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>Dans le cadre de la valorisation des productions locales, un premier guide des producteurs en vente directe est sorti début 2022. Il s'agira de poursuivre ce travail afin de continuer à valoriser les productions alimentaires brayonnes.</p> <p>Outre cet outil, d'autres outils de promotion pourront être mis en place et créés. La création d'une maison du fromage afin de valoriser le neufchâtel est en discussion. Il pourrait s'agir de la création d'une marque locale accolée à la vente de chaque produit créé en Pays de Bray ou bien de support de communication à viser promotionnelle de certains produits phares.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	Producteurs et/ou transformateurs; acteurs des filières; restaurateurs; grand public.
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Prestataires touristiques; communes; communautés de communes; offices de tourisme; épicerie fines; producteurs et/ou transformateurs; acteurs des filières; restaurateurs; Seine-Maritime Attractivité; exploitants agricoles.
<b>Indicateurs d'évaluation</b>	Indicateur de suivi : création d'outils de promotion des produits brayons.
<b>Liens avec les projets en cours</b>	<p>Stratégie culturelle : Action 3.4 – Organisation d'un événement à l'échelle du territoire afin de sensibiliser au patrimoine et mettre en lumière les acteurs locaux.</p> <p>Valorisation des productions locales; Projet Alimentaire Territorial; guide des productions locales en vente directe Bray Gourmand.</p> <p>Création d'une maison du fromage à Neufchâtel-en-Bray.</p>

# AXE STRATÉGIQUE 2

## UN VIVIER D'ACTEURS À SOUTENIR

---

### CONSTATS

- Des acteurs locaux dynamiques avec une véritable volonté de développer l'offre culturelle sur le territoire;
- Des difficultés de coordination et de mise en réseau des acteurs locaux;
- Une méconnaissance des dispositifs financiers existants pour les acteurs culturels;
- L'utilisation de plus en plus importante des outils numériques;
- Un manque de bénévoles de plus en plus marqué.

### OBJECTIFS

- Structurer et coordonner l'offre culturelle à l'échelle du Pays de Bray
- Offrir les moyens aux acteurs culturels pour se développer

### FICHES ACTIONS

- Action 1 – Organiser un forum des acteurs culturels
- Action 2 – Créer un annuaire des acteurs culturels du Pays de Bray
- Action 3 – Créer des outils d'inventaire et de mutualisation des moyens humains et matériels (technique, exposition, lieux de location...)
- Action 4 – Concevoir une boîte à outils visant à aider la création et la gestion des associations

# FICHE ACTION 2.1.

## AXE 2 - UN VIVIER D'ACTEURS À SOUTENIR

### ACTION 2.1. - ORGANISER UN FORUM DES ACTEURS CULTURELS

**Porteur(s)  
de projet  
potentiel(s)**

PETR du Pays de Bray; Offices de tourisme; Communautés de communes

**Contexte**

Le paysage culturel brayon repose sur un riche vivier d'acteurs culturels. Dans le diagnostic, le recensement a permis de dénombrer 147 acteurs culturels actifs sur le territoire. Le secteur culturel repose principalement sur des associations et leurs bénévoles. Ils offrent ainsi une large programmation d'événements et d'animations autour de la culture au sens large et de l'environnement.

Parmi eux, 42 acteurs du territoire, soit 29 % des acteurs recensés, ont répondu au questionnaire de concertation. L'analyse des réponses au questionnaire a relevé le besoin et la volonté des acteurs à densifier leur réseau local et à accentuer la coordination.

Pour mieux comprendre l'existence, ou non, d'un réseau culturel sur le territoire, il a été demandé aux enquêtés s'ils faisaient appel à d'autres acteurs pour leur programmation. 52 % des répondants disent mobiliser d'autres structures pour leur offre culturelle. Cependant, un manque de coordination, de lieu d'échange et d'opportunité est pointé par les enquêtés. En effet, 59 % des enquêtés rencontrent des difficultés de mise en réseau avec les autres acteurs culturels.

Au final, 85 % éprouvent le besoin de participer à des temps de rencontres et d'échanges avec d'autres acteurs culturels. De plus, 78 % souhaiteraient rencontrer d'autres associations, de tous secteurs confondus pour échanger.

<b>Description et modalités</b>	<p>Le forum est l'occasion pour les acteurs culturels (associations, communes, etc.) de se rencontrer, d'échanger autour des thèmes qui leur sont communs.</p> <p>Il pourra avoir lieu de manière récurrente, annuel ou bisannuel, sur une journée. Au-delà d'un simple de temps de rencontres, il doit s'agir d'un lieu d'échange où des temps forts seraient proposés. Ils pourront prendre la forme de tables rondes thématiques, de conférences, de stands par acteurs voire de spectacles (concerts, danse, théâtre...) et expositions. Ces temps forts sont l'opportunité pour les acteurs de montrer le résultat du travail en cours.</p> <p>La question de l'ouverture du public devra se poser en concertation avec les organisateurs. L'accueil du public peut aussi être l'occasion pour les associations de se faire connaître et de promouvoir leur offre culturelle.</p> <p>Afin de respecter l'itinérance inhérente au territoire, le forum se déroulera chaque année dans un lieu différent du territoire du Pays de Bray.</p> <p>Calendrier</p> <p>La première édition pourra se dérouler en septembre – octobre 2023. Lors de la concertation, le souhait a été émis qu'il ait lieu à cette période de l'année afin de pouvoir préparer le programme de l'année suivante en fonction des rencontres et des échanges.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	<p>Les acteurs culturels : associations, artistes, collectivités publiques...; la population locale.</p>
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	<p>Communes; communautés de communes; offices de tourisme; associations culturelles, artistiques et nature.</p>
<b>Indicateurs d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicateur de suivi : le nombre d'organisation de forum</li> <li>• Indicateur de résultat : le nombre d'associations participantes; le nombre de visiteurs.</li> <li>• Indicateur d'impact : le nombre de création d'actions communes et de partenariats entre les acteurs; l'augmentation des adhésions aux associations participantes.</li> </ul>

# FICHE ACTION 2.2.

## AXE 2 - UN VIVIER D'ACTEURS À SOUTENIR

### ACTION 2.1. - CRÉER UN ANNUAIRE DES ACTEURS CULTURELS DU PAYS DE BRAY

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; offices de tourisme; communautés de communes
<b>Contexte</b>	<p>Le paysage culturel brayon repose sur un riche vivier d'acteurs culturels. Dans le diagnostic, le recensement a permis de dénombrer 147 acteurs culturels actifs sur le territoire. Le secteur culturel repose principalement sur des associations et leurs bénévoles. Ils offrent ainsi une large programmation d'événements et d'animations autour de la culture au sens large et de l'environnement.</p> <p>Parmi eux, 42 acteurs du territoire, soit 29 % des acteurs recensés, ont répondu au questionnaire de concertation. L'analyse des réponses au questionnaire a relevé le besoin et la volonté des acteurs à densifier leur réseau local et à accentuer la coordination.</p> <p>Pour mieux comprendre l'existence, ou non, d'un réseau culturel sur le territoire, il a été demandé aux enquêtés s'ils faisaient appel à d'autres acteurs pour leur programmation. 52 % des répondants disent mobiliser d'autres structures pour leur offre culturelle. Cependant, un manque de coordination, de lieu d'échange et d'opportunité est pointé par les enquêtés. En effet, 59 % des enquêtés rencontrent des difficultés de mise en réseau avec les autres acteurs culturels.</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>Pour faciliter l'interconnaissance des acteurs culturels du territoire, un annuaire recensant tous les acteurs doit être créé par typologique.</p> <p>Cet annuaire doit être numérique; alimenté et modifié par les différents acteurs culturels, offices de tourisme et collectivités territoriales du territoire afin de le garder le plus exhaustif et à jour possible.</p> <p>Pour éviter la multiplication des outils, un seul outil pourra être créé pour l'action 2.3. inventaire des moyens humains et matériels, celui-ci, mais aussi pour l'action 2.4. boîte à outils. Cet outil pourra prendre la forme d'un drive permettant ainsi de déposer des documents accessibles à tous et des documents modifiables pour le recensement.</p>

<b>Public(s) cible(s)</b>	Acteurs culturels : associations, artistes, collectivités publiques... ; offices de tourisme ; communautés de communes ; communes.  Offices de tourisme ; communautés de communes ; communes.
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Offices de tourisme ; communautés de communes ; communes.
<b>Indicateurs d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicateur de suivi : création de l'outil numérique</li> <li>• Indicateur de résultat : alimentation et mise à jour de l'outil de manière régulière</li> <li>• Indicateur d'impact : utilisation par les acteurs culturels de l'outil</li> </ul>
<b>Liens avec les projets en cours</b>	Stratégie culturelle : action 2.3. Créer des outils d'inventaire et de mutualisation des moyens humains et matériels / action 2.4. Concevoir une boîte à outils visant à aider la création et la gestion des associations.

# FICHE ACTION 2.3.

## AXE 2 - UN VIVIER D'ACTEURS À SOUTENIR

### ACTION 2.3. - CRÉER DES OUTILS D'INVENTAIRE ET DE MUTUALISATION DES MOYENS HUMAINS ET MATÉRIELS

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; Offices de tourisme; Communautés de communes
<b>Contexte</b>	<p>Le paysage culturel brayon repose sur un riche vivier d'acteurs culturels. Dans le diagnostic, le recensement a permis de dénombrer 147 acteurs culturels actifs sur le territoire. Le secteur culturel repose principalement sur des associations et leurs bénévoles. Ils offrent ainsi une large programmation d'événements et d'animations autour de la culture au sens large et de l'environnement.</p> <p>Parmi eux, 42 acteurs du territoire, soit 29 % des acteurs recensés, ont répondu au questionnaire de concertation. L'analyse des réponses au questionnaire a relevé le manque de moyen matériel et humain sur le territoire. Mais ce manque peut être davantage lié à un manque d'information sur les salles et le matériel disponibles sur le territoire.</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>Un inventaire des moyens humains, des salles et du matériels disponibles sur le territoire permettra aux acteurs de faciliter leur recherche.</p> <p>Cet inventaire comprendra un grand nombre d'information : les espaces et salles à louer ou mise à disposition, les agents en charge de la culture dans les collectivités, techniciens son et lumière, matériel pour les animations, expositions, matériel technique...</p> <p>Pour éviter la multiplication des outils, un seul outil pourra être créé pour l'action 2.2. annuaire des acteurs culturels, celui-ci, mais aussi pour l'action 2.4. boîte à outils. Cet outil pourra prendre la forme d'un drive permettant ainsi de déposer des documents accessibles à tous et des documents modifiables pour le recensement.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	Acteurs culturels : associations, artistes, collectivités publiques... ; offices de tourisme ; communautés de communes ; communes.
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Offices de tourisme ; communautés de communes ; communes.



<b>Indicateurs d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicateur de suivi : création de l'outil numérique</li> <li>• Indicateur de résultat : alimentation et mise à jour de l'outil de manière régulière</li> <li>• Indicateur d'impact : utilisation par les acteurs culturels de l'outil</li> </ul>
<b>Liens avec les projets en cours</b>	<p>Stratégie culturelle : action 2.2. Créer un annuaire des acteurs culturels du Pays de Bray / action 2.4. Concevoir une boîte à outils visant à aider la création et la gestion des associations.</p>

# FICHE ACTION 2.4.

## AXE 2 - UN VIVIER D'ACTEURS À SOUTENIR

### ACTION 2.4. - CONCEVOIR UNE BOÎTE À OUTILS VISANT À AIDER LA CRÉATION ET LA GESTION DES ASSOCIATIONS

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; offices de tourisme; communautés de communes
<b>Contexte</b>	<p>Le paysage culturel brayon repose sur un riche vivier d'acteurs culturels. Dans le diagnostic, le recensement a permis de dénombrer 147 acteurs culturels actifs sur le territoire. Le secteur culturel repose principalement sur des associations et leurs bénévoles. Ils offrent ainsi une large programmation d'événements et d'animations autour de la culture au sens large et de l'environnement.</p> <p>Parmi eux, 42 acteurs du territoire, soit 29 % des acteurs recensés, ont répondu au questionnaire de concertation. L'analyse des réponses au questionnaire a relevé un manque de communication sur les aides et subventions existantes. 77 % des enquêtés reconnaissent une certaine difficulté dans la mobilisation de ressources financières.</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>Cette boîte outils numériques sera constituée de fiches thématiques dispensant des informations juridiques, administratives, financières et techniques. Elle comprendra les contacts privilégiés dans les différentes collectivités publiques.</p> <p>Pour éviter la multiplication des outils, un seul outil pourra être créé pour l'action 2.2. annuaire des acteurs culturels, celui-ci, mais aussi pour l'action 2.3. inventaire des moyens humains et matériels. Cet outil pourra prendre la forme d'un drive permettant ainsi de déposer des documents accessibles à tous et des documents modifiables pour le recensement.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	Les associations; les porteurs de projets.
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Offices de tourisme; communautés de communes; communes.

<b>Indicateurs d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicateur de suivi : création de l'outil numérique</li> <li>• Indicateur de résultat : alimentation et mise à jour de l'outil de manière régulière</li> <li>• Indicateur d'impact : utilisation par les acteurs culturels de l'outil</li> </ul>
<b>Liens avec les projets en cours</b>	Stratégie culturelle : action 2.2. Créer un annuaire des acteurs culturels du Pays de Bray / action 2.3. Créer des outils d'inventaire et de mutualisation des moyens humains et matériels.

# AXE STRATÉGIQUE 3

## COMMUNIQUER, SENSIBILISER ET ŒUVRER POUR RENDRE LA CULTURE ACCESSIBLE À TOUS

---

### CONSTATS

- Une offre d'activité extérieure développée (itinérance douce, pédestre, cyclable avec l'Avenue Verte et des circuits balisés);
- Des habitants avec des habitudes d'activité en plein air et fréquentant les structures culturelles locales;
- Un manque de diversité dans l'offre culturelle incitant les Brayons à se rapprocher des zones urbaines (concerts, musées, restaurants...);
- Un manque de communication de l'offre à l'échelle du territoire;
- Un regain de l'intérêt pour la culture après la crise sanitaire;
- L'utilisation de plus en plus importante des outils numériques.

### OBJECTIFS

- Favoriser la rencontre et le croisement des publics, des acteurs et des lieux culturels
- Favoriser la diffusion de l'offre culturelle à l'échelle du Pays de Bray

### FICHES ACTIONS

- Action 1 — Création d'un outil mutualisé pour la communication de l'offre culturelle
- Action 2 — Mise en place de cafés culture
- Action 3 — Favoriser et développer des événements de création coconstruits avec les habitants
- Action 4 — Organisation d'un événement à l'échelle du territoire afin de sensibiliser au patrimoine et mettre en lumière les acteurs locaux

# FICHE ACTION 3.1.

## AXE 3 - COMMUNIQUER, SENSIBILISER ET ŒUVRER POUR RENDRE LA CULTURE ACCESSIBLE À TOUS

### ACTION 3.1. - CRÉATION D'UN OUTIL MUTUALISÉ POUR LA COMMUNICATION DE L'OFFRE CULTURELLE

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; offices de tourisme; communautés de communes.
<b>Contexte</b>	<p>Le paysage culturel brayon repose sur un riche vivier d'acteurs culturels. Dans le diagnostic, le recensement a permis de dénombrer 147 acteurs culturels actifs sur le territoire. Le secteur culturel repose principalement sur des associations et leurs bénévoles. L'offre proposée est à majorité à destination des familles brayonnes, ce qui correspond aux attentes de la population locale. En adéquation avec le recensement des acteurs culturels, les activités des structures ayant répondu au questionnaire sont principalement tournées vers le spectacle vivant.</p> <p>D'après les acteurs culturels enquêtés, la communication était l'un des premiers freins au développement de la culture sur le territoire. Le rôle des offices de tourisme est reconnu sur ce sujet, mais il est reproché les limites administratives ne répondant pas aux habitudes des usagers. 34 % des enquêtés considèrent la communication comme un problème majeur et 37 % comme une difficulté de même niveau que les autres. Au final, pour l'écrasante majorité (96 %), une communication culturelle à l'échelle du territoire du Pays de Bray serait un véritable soutien pour les acteurs culturels. L'une des demandes revenues à plusieurs reprises dans les réponses, c'est la mutualisation pour tout le territoire d'un agenda culturel.</p> <p>Du point de vue de la population, internet est le premier vecteur d'information pour connaître l'offre culturelle : sur les réseaux sociaux et les sites internet des offices de tourisme.</p>

<b>Description et modalités</b>	<p>Un outil de communication mutualisé offrira une visibilité aux acteurs culturels sur l'ensemble du territoire. Il correspondra davantage aux besoins et habitudes de la population locale qui ne se restreigne pas aux limites administratives des communautés de communes et des offices de tourisme.</p> <p>Cet outil devra couvrir l'ensemble du territoire du Pays de Bray, à savoir les trois communautés de communes : Londinières, Bray Eawy et les 4 Rivières.</p> <p>Il pourra prendre être édité au format papier (avec une programmation trimestrielle) et/ou un format numérique (site internet et réseaux sociaux). Il pourra être collaboratif, offrant alors la possibilité aux acteurs culturels de directement l'alimenter.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	<p>Population locale; touristes.</p>
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	<p>Offices de tourisme; communautés de communes; communes; acteurs culturels; Seine-Maritime Attractivité.</p>
<b>Indicateurs d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicateur de suivi : création de l'outil de communication mutualisé.</li> <li>• Indicateur de résultat : actualisation régulière de l'outil; nombre de vues et de partage de la communication.</li> </ul>

# FICHE ACTION 3.2.

## AXE 3 - COMMUNIQUER, SENSIBILISER ET ŒUVRER POUR RENDRE LA CULTURE ACCESSIBLE À TOUS

### ACTION 3.2. - FAVORISER ET DÉVELOPPER DES ÉVÉNEMENTS DE CRÉATION COCONSTRUITS AVEC LES HABITANTS

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; Offices de tourisme; Communautés de communes
<b>Contexte</b>	<p>Le paysage culturel brayon repose sur un riche vivier d'acteurs culturels s'articulant principalement autour des arts du spectacle et de la nature. L'offre proposée est à majorité à destination des familles brayonnes, ce qui correspond aux attentes de la population locale.</p> <p>En revanche, la population brayonne est peu impliquée dans les associations locales. Lors du questionnaire à destination des habitants, 66 % des enquêtés disaient ne faire partie d'aucune association, notamment par manque de temps. Parmi ceux étant adhérents, 46 % font partie d'une association artistique (musique, peinture...).</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>Des événements culturels menés par des associations, des compagnies ou toutes autres structures seront encouragés pour être coconstruits avec la population locale.</p> <p>Cette co-construction pourra prendre la forme souhaitée par le porteur de projet : collecte, témoignage, exercice théâtres, etc. Ces événements pourront être conçus en deux temps :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un premier temps laissant place à la création en concertation et avec la participation des habitants,</li> <li>• Un second temps de restitution.</li> </ul> <p>Ces événements devront permettre de valoriser le territoire, de sensibiliser à l'art ou aux enjeux du Pays de Bray.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	Les habitants du territoire
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Acteurs culturels : associations, artistes, collectivités publiques...; offices de tourisme; communautés de communes; communes.
<b>Indicateurs d'évaluation</b>	Indicateur de résultat : nombre d'événements coconstruits; nombre de participants aux événements.

# FICHE ACTION 3.3.

## AXE 3 - COMMUNIQUER, SENSIBILISER ET ŒUVRER POUR RENDRE LA CULTURE ACCESSIBLE À TOUS

### ACTION 3.3. - ORGANISATION D'UN ÉVÉNEMENT À L'ÉCHELLE DU TERRITOIRE AFIN DE SENSIBILISER AU PATRIMOINE ET METTRE EN LUMIÈRE LES ACTEURS LOCAUX

<b>Porteur(s) de projet potentiel(s)</b>	PETR du Pays de Bray; Offices de tourisme; Communautés de communes
<b>Contexte</b>	<p>Le paysage culturel brayon repose sur un riche vivier d'acteurs (spectacle vivant, association nature, artistes...). Dans le diagnostic, le recensement a permis de dénombrer 147 acteurs culturels actifs sur le territoire. On compte aussi des acteurs préservant les savoir-faire locaux lié à l'argile et la gastronomie.</p> <p>En parallèle, le Pays de Bray regorge de produits et de savoir-faire alimentaires locaux : le fromage, le petit-suisse, la pomme, la vache normande, le chou de Saint-Saëns, la poule de Gournay. Liés à cette remarquable production, de nombreux producteurs sont établis sur le territoire, plus de 90 producteurs en vente directe sont répertoriés.</p> <p>Depuis les années 1990, un événement annuel est organisé ayant pour but de promouvoir le territoire historique du Pays de Bray. Les Brayonnades sont le fruit d'une collaboration entre le Pays de Bray seinomarin et picard. La manifestation se déroule alors alternativement entre les deux territoires. Depuis 2011, elle est organisée uniquement dans l'Oise.</p>
<b>Description et modalités</b>	<p>Un évènement annuel ou bisannuel doit être organisé autour de l'identité du Pays de Bray. Cet événement valorisera le territoire et ses acteurs culturels, mais aussi touristiques et économiques (notamment l'agriculture avec les produits locaux). Des temps forts seront proposés : spectacles, randonnées, expositions...</p> <p>La création de cet événement doit être réalisée en lien avec les associations et les collectivités locales par la mise en place d'une commission préparatoire par exemple.</p>
<b>Public(s) cible(s)</b>	Population locale; touristes.
<b>Partenaire(s) potentiel(s)</b>	Offices de tourisme; communautés de communes; communes; acteurs culturels; les prestataires touristiques; producteurs locaux; Seine-Maritime Attractivité.



**Indicateurs  
d'évaluation**

- Indicateur de suivi : création et organisation de la manifestation.
- Indicateur de résultat : nombre d'exposants ; nombre de visiteurs.



**Pôle d'équilibre territorial et rural  
du Pays de Bray**

Maison des services  
Impasse de la Boutonnière  
76270 Neufchâtel-en-Bray

02.32.97.56.14  
contact@paysdebray.org  
www.paysdebray.org



Fonds européen agricole pour le développement rural :  
l'Europe investit dans les zones rurales

