

**Schéma d'orientation pour la culture et le patrimoine
2018-2021**

**Développement des services publics culturels
de proximité et de
l'éducation artistique et culturelle**

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Développer des services publics culturels de proximité
OBJECTIF	Faire émerger de nouveaux relais culturels en les accompagnant par un soutien financier, technique et artistique dans des territoires aujourd'hui dépourvus d'offre de diffusion artistique

Action	Relais Culturels
---------------	-------------------------

Pilote :**Mission Culture et Tourisme/Secteur du développement culturel et touristique**

Descriptif de l'action	<p>Le label des relais culturels existe depuis 2005. Or, le contexte territorial a évolué avec un renforcement des compétences des EPCI et il existe des zones blanches ne disposant d'aucun équipement de diffusion culturelle. Dans ce contexte, une révision du label « relais culturel » renforcerait le maillage territorial en corrigeant les zones blanches par l'émergence de nouveaux lieux de diffusion et de soutien à la création, notamment dans le cadre de projets artistiques de territoire.</p> <p>Le label Relais Culturel pourrait se voir compléter par deux autres niveaux de labellisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Scènes d'Alsace : correspondant à un niveau d'exigence artistique et une densité d'offre soutenue en diffusion, des résidences de recherche, de création, de territoire, des actions culturelles ; - Relais culturel d'Alsace : correspondant à une exigence de qualité et de diversité artistique en diffusion, une présence artistique en résidence et en action culturelle ; - Plateaux d'Alsace : une offre de diffusion qualitative et diversifiée. <p>Les projets artistiques de territoires s'appuieraient sur des conventions pluripartites, pluriannuelles, réunissant les acteurs culturels, l'Etat et les collectivités autour de projets artistiques coconstruits.</p> <p>Le soutien financier serait adapté en fonction du niveau de label et pourrait intervenir pour le fonctionnement ou l'investissement.</p>
Mise en œuvre	<p>Réalisation d'une évaluation globale des conventions pluriannuelles 2016-2018, et d'un état des lieux de la diffusion en territoire.</p> <p>Proposition de critères de labellisation pour les différents niveaux de labellisation.</p> <p>Evolution des dispositifs de soutien financier en fonctionnement et proposition de nouveaux modes d'intervention en investissement (création de lieux, rénovation/maintien de lieux).</p>
Ressources à mobiliser	<p>Ingénierie du Secteur du développement culturel et touristique.</p> <p>466 000 € actuels en fonctionnement et redéploiement de crédits à définir.</p> <p>Crédits de 150 K€ en investissement proposés en inscription au BP 2019.</p>
Partenaires et services du Département associés	<p>Partenaires : DRAC, Région, Conseil Départemental du Haut-Rhin, acteurs locaux (EPCI, acteurs culturels, organisateurs festivals...).</p> <p>Services : Mission Appui au Pilotage.</p>
Echéancier	<p>Diagnostic : avril 2019.</p> <p>Validation du nouveau dispositif : juin 2019.</p> <p>Mise en œuvre du nouveau dispositif : janvier 2020.</p>

Evaluation	Indicateurs de réalisation :
	- Passage en CP des nouveaux dispositifs d'accompagnement.
	Indicateurs de résultats :
	- Evolution de la couverture territoriale des lieux de diffusion, - Diversité de l'offre culturelle sur chaque territoire, - Présence artistique en territoire (nombre de créations et d'actions / an).

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Faire du numérique un marqueur du développement culturel Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible
OBJECTIF	Accompagner le réseau de lecture publique du 21^e siècle : pérenniser, innover, transformer

Action**Bibliothèques****Pilote : Mission Culture et Tourisme/ Bibliothèque Départementale du Bas-Rhin (BDBR)**

Descriptif de l'action	Adapter l'ingénierie et l'expertise de la BDBR à la montée en charge des réseaux intercommunaux de lecture publique tout en renforçant le lien au territoire.
	Accompagner l'engagement, le renouvellement du bénévolat et des pratiques des professionnels, incluant la médiation numérique.
	Proposer au réseau des services renouvelés dans l'offre documentaire, les formations, les supports d'animation, en incluant le numérique.
Mise en œuvre	Créer l'observatoire départemental de la lecture publique.
	Formaliser, valoriser et diversifier la politique documentaire de la BDBR, incluant l'offre numérique.
	Mettre en œuvre de nouveaux outils de formation et d'animation du réseau (tutoriels en ligne, outils de créativité, par exemple).
	Postuler au projet « Premières Pages » dédié à la petite enfance par le Ministère de la culture.
	Faire, du projet du nouveau relais à Sarre-Union, un levier de développement pour l'ensemble du territoire Ouest.
Ressources à mobiliser	Crédits en fonctionnement et investissement de la BDBR.
	DRAC : aides financières fonctionnement et investissement.
Partenaires et services du Département associés	Education nationale : collège, monde scolaire/Sarre-Union.
	Partenaires externes du relais de Sarre-Union : Centre Socio-Culturel...
	Direction des Systèmes Informatiques : outil de suivi des communes, observatoire de la lecture publique, offre de formation en ligne.
	Ressources Humaines : plan de formation équipes. BDBR (techniques d'animations de réunions et de créativité, méthodologie de projets).
	MCT : Secteur du développement culturel et touristique.
	MESJ : PEPS Sarre-Union, collègues. MADE : pour action de dynamisation du bourg-centre (contrat départemental). MASP et MEF : pour action en direction des enfants et des familles.
Echéancier	Juin 2019 : actualisation du projet de direction.
	Juin 2019 : base de suivi des communes, observatoire de la lecture publique.
	Décembre 2019 : formalisation de la politique documentaire.
Evaluation	Indicateurs de réalisation : indicateurs et outils de pilotage du réseau par bibliothèque, par territoire.
	Taux de rotation et d'actualisation des collections et des supports d'animation.
	Indicateurs de résultats : évolution du nombre de participants aux formations et animation de réseau.

	Taux de pénétration, global et par territoire, du réseau départemental de lecture publique.
--	---

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible
OBJECTIF	Faire mieux connaître l'Alsace par l'accès à son patrimoine en développant des actions de médiation auprès des publics
Action	Faire connaître l'Alsace par son patrimoine bâti

Pilote :**Mission Culture et Tourisme/Secteur des archives, du patrimoine et de la mémoire**

Descriptif de l'action	Il s'agit de sortir de la seule approche de préservation du patrimoine pour développer, en complémentarité, la possibilité pour les Bas-Rhinois, les Alsaciens et tous visiteurs de découvrir, connaître et s'approprier le patrimoine historique et culturel du Bas-Rhin et de l'Alsace.
Mise en œuvre	<p>Apporter une expertise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accompagner les partenaires pour une montée en compétence dans la médiation à destination des publics (séniors, personne en situation de handicap, jeunes) selon les principes de l'accessibilité universelle ; - Développer le principe de visites test permettant d'associer le public ; - Développer et diversifier l'offre de médiations du patrimoine (notamment à l'attention des touristes) et inciter les partenaires (Centres Interprétation du Patrimoine, Parc National des Vosges...) à mettre en place une démarche de labellisation ou de développement de la qualité de l'offre ; - Contribuer au projet « Maison alsacienne du 21^{ème} siècle. <p>Soutenir les projets locaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encourager la découverte du patrimoine local en contribuant à des projets culturels de territoire pouvant associer divers partenaires et s'articuler à d'autres thématiques de développement (artistique, muséal, linguistique, éducatif, social, environnemental, touristique) pour plus de visibilité des atouts patrimoniaux alsaciens) ; - Irriguer le territoire en proposant une offre culturelle adaptée, fournie gratuitement et « clef en mains » (projets intergénérationnels Ecoles-EHPAD, expositions dans les collèges, lectures théâtralisées d'archives...). <p>Contribuer à l'insertion :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliser le patrimoine comme élément d'immersion professionnelle pour des bénéficiaires du RSA en contribuant au rapprochement des réseaux patrimoine-insertion afin de créer des opportunités de travaux sur le patrimoine réalisés par des structures d'insertion. <p>Développer et animer les réseaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participer à la mise en place d'un réseau de bénévoles pour faire du patrimoine culturel un « patrimoine vivant » pour les habitants et les visiteurs du Bas-Rhin. Ce réseau d'alerte « veilleurs de patrimoine » serait formé via l'ingénierie du Département ; - Soutenir les coopérations entre les structures en lien avec le patrimoine à des partages d'expériences, des mutualisation (itinérance d'expositions...) voire à la co-production d'outils pédagogiques.

	Faire découvrir et apprécier le patrimoine : <ul style="list-style-type: none"> - Communiquer sur le patrimoine écrit : organisation d'expositions, de journées d'études, d'ateliers, conférences, articles, participation et contribution à des événements autour des archives, rédaction d'articles scientifiques ; - Développer l'accessibilité universelle de documents d'archives et améliorer la relation avec le public en allant vers des publics éloignés, services rendu aux usagers en salle de lecture des archives, actions pédagogiques en directions des élèves et des étudiants.
Ressources à mobiliser	Subventions de fonctionnement pour les associations (associations castrale, fédération des sociétés d'histoire, etc.) ou le PNR.
	Partie de l'enveloppe budgétaire des contrats départementaux.
	Ingénierie (3 à 4.5 agents au Service du Patrimoine Culturel).
	Enveloppe budgétaire existante pour les châteaux.
Partenaires et services du Département associés	DRAC.
	Associations patrimoniales.
	Secteur Habitat et logement (maison alsacienne).
Echéancier	2019 à 2021.
Évaluation	Indicateurs de réalisation : <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'actions de médiations (oui/non), - Mise en place de veilleurs du patrimoine (oui/non).
	Indicateurs de résultats :
	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de projets soutenus financièrement, - Nombre de projets soutenus via l'ingénierie, - Retours d'expériences des professionnels et des publics.

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible
OBJECTIF	Créer une saison culturelle départementale intégrant la recherche de nouveaux publics
Action	Saison culturelle départementale
	Pilote : Mission Culture et Tourisme
Descriptif de l'action	<p>Le Département organise régulièrement des événements culturels tels que concerts décentralisés de l'Orchestre Philharmonique de Strasbourg, des Percussions de Strasbourg ou Lectures d'archives. L'intention est de contribuer à la couverture territoriale de l'offre culturelle et de favoriser la découverte par les Bas-Rhinois de diverses expressions artistiques ainsi que de l'histoire alsacienne.</p> <p>Pour autant, l'effort engagé doit se poursuivre en créant une véritable saison culturelle du Département caractérisée par sa ligne artistique, son maillage de proximité et la recherche d'inclusion sociale.</p> <p>A un rythme annuel ou sous forme de biennale, le Département construira une saison culturelle alimentée par des événements sélectionnés parmi les actions artistiques proposées par des partenaires financés par le Département, ou par des actions organisées par le Département ou qui répondront à un appel à projet.</p> <p>Les spectacles programmés feront particulièrement l'objet d'un travail en direction des publics éloignés (pour des raisons sociales ou par méconnaissance) ou empêchés (en raison d'une perte d'autonomie), des collégiens ou de jeunes engagés dans un parcours d'enseignement artistiques.</p> <p>La saison culturelle se situera aussi comme élément moteur de parcours d'éducation culturelle et artistique et levier d'action pour lutter contre la précarité et soutenir l'inclusion des personnes en situation de fragilité sociale. La contribution des publics sera recherchée afin de favoriser le lien social et de soutenir les dynamiques individuelles d'accès à la culture.</p> <p>La saison culturelle du Département sera aussi l'opportunité de faire découvrir à tous les Bas-Rhinois, simplement et pour le plaisir, l'excellence artistique en favorisant à la fois la découverte d'œuvres du répertoire mais aussi la création alsacienne et contemporaine.</p>
Mise en œuvre	<p>Elaboration de scénarios.</p> <p>En fonction des propositions retenues, préparation d'un appel à projet.</p> <p>Passage en C° Permanente.</p> <p>Préparation de la programmation.</p> <p>Lancement de la 1^{ère} saison culturelle du Département.</p> <p>Evaluation.</p>
Ressources à mobiliser	<p>Crédits existants permettant de financer les actions actuelles.</p> <p>Directions de la MCT, MASP, MEF, MA.</p> <p>DirCom.</p>
Partenaires et services du Département	<p>Acteurs culturels.</p> <p>DRAC.</p> <p>MASP, MEF.</p>

associés	
Echéancier	2019 : préparation.
	2020 : lancement de la 1 ^{ère} saison.
	2021 : Evaluation.
Evaluation	Indicateurs de réalisation :
	<ul style="list-style-type: none"> - Proposition de scénarios, - Formalisation de la proposition retenue. - Saison réalisée.
	Indicateurs de résultats :
	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de spectateurs et retours du public, - Estimation du nombre de personnes venues pour la 1^{ère} fois, - Retours d'expérience.

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Développer des services publics culturels de proximité
OBJECTIF	Contribuer à l'action culturelle des territoires par la coordination et l'appui technique aux établissements d'enseignement artistique
Action	Enseignement et éducation artistiques
	Pilote :
	Mission Culture et Tourisme/Secteur du développement culturel et touristique
Descriptif de l'action	<p>L'élaboration d'un Schéma de Développement des Enseignements Artistiques (SDDEA) est une mission obligatoire des Départements. Le SDDEA 2019-2021, en cours d'élaboration cherchera à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Optimiser le réseau des établissements d'enseignements artistiques en veillant notamment à l'adéquation de leur projet d'établissement avec les orientations retenues par le Département ; - Élaborer un plan d'action pour l'éducation artistique et culturelle (EAC) construit avec l'ensemble des acteurs culturels, la DRAC, le GIP ACMISA et le Rectorat ; - Prendre en compte les dispositifs existant tels les Lieux d'Arts et de Culture déjà existant dans les collèges (qui offrent aux élèves, en complément des activités menées en classe et des sorties culturelles, un accès privilégié à la découverte de toutes les formes d'art et de cultures y compris techniques et scientifiques).
Mise en œuvre	<p>Méthodologie « mode projet » pour l'ensemble de la démarche du SDDEA :</p> <ul style="list-style-type: none"> - COFIL : Education nationale, la Haute Ecoles des Arts du Rhin (HEAR), la DRAC, Eurométropole de Strasbourg (EMS), Université de Strasbourg, et services du Département (MASP, MEJS, MDA), - équipe projet/comité de suivi : avec des représentants des partenaires et des services du Département, - ateliers participatifs : avec des acteurs culturels des territoires (relais culturel, écoles de musique, Centre socioculturels, Centres de Ressources des Musiques Actuelles, compagnies de théâtre, éducation à l'image, ADIAM67, EMS, écoles de cirque...). <p>Réalisation d'un état des lieux des établissements d'enseignement artistique.</p> <p>Proposition de critères pour un dispositif d'accompagnement du réseau des établissements d'enseignement artistique.</p> <p>Rédaction des cahiers de charges propres à chaque niveau en fonction des propositions retenues.</p> <p>Conclusion de nouveaux contrats d'objectifs.</p>
Ressources à mobiliser	<p>Crédits existants : 740 000€ pour les frais d'enseignement des écoles de musique, 37 000 € pour le Conservatoire à rayonnement Régional, 720 000€.</p> <p>Redéploiement de crédits de fonctionnement.</p> <p>Inscription de crédits en investissement proposé au BP 2019.</p> <p>Direction de la communication, Imprimerie.</p> <p>Ingénierie du Secteur du développement culturel et touristique.</p>

Partenaires et services du Département associés	Les acteurs culturels du territoire et les collectivités locales, DRAC, Région, EMS, Rectorat, GIP ACMISA ... Les missions du Département ayant un lien avec les pratiques amateurs : MASP, MEJS, MDA.
Echéancier	Janvier à juin 2019 : préparation des propositions et validation. 2019-2021 : mise en œuvre.
Evaluation	Indicateurs de réalisation :
	<ul style="list-style-type: none"> - Élaboration du SDDEA, - Passage en CP d'un nouveau dispositif d'accompagnement, - Conclusion de nouveaux contrats d'objectifs.
	Indicateurs de résultats :
	<ul style="list-style-type: none"> - Évolution du nombre d'inscrits dans les établissements, - Évolution des disciplines enseignées, - Évolution du nombre de projet d'établissement, - Evolution des actions d'éducation à la culture.

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible
OBJECTIF	Développer les pratiques artistiques amateurs et les rendre accessibles à tous les publics
Action	Pratique artistique amateur
	Pilote :
	Mission Culture et Tourisme/Secteur du développement culturel et touristique
Descriptif de l'action	Dans le cadre de la définition du nouveau du Schéma Départemental de Développement des Enseignements Artistiques 2019-2021, élaboration d'un plan d'action engageant les acteurs culturels dans le développement des pratiques artistiques en amateur de tous les publics, et sur l'ensemble du territoire.
Mise en œuvre	Thématique traitée dans le cadre de l'élaboration du Schéma Départementale de Développement des Enseignements Artistiques. Evaluation des Centres de Ressources des Musiques Actuelles (CRMA), des pratiques amateurs (étude Cadence). Proposition de critères pour un dispositif d'accompagnement des pratiques amateurs. Concertation des partenaires. Rédaction des cahiers de charges en fonction des propositions. Passage en C° Permanente de l'actualisation des dispositifs de financements et d'accompagnement. Evaluation.
Ressources à mobiliser	Ingénierie : MCT. Crédits existants : 91 000€ pour les CRMA. Redéploiement des crédits. Crédits d'investissement pour matériel scénique et technique proposés au BP 2019. Services : imprimerie, communication.
Partenaires et services du Département associés	Les acteurs culturels concernés. Les missions du département ayant un lien avec la pratique amateur : MASP, MEJS, MDA.
Echéancier	Janvier à juin 2019 : préparation et validation des propositions. Janvier 2020 : mise en œuvre.
Evaluation	Indicateurs de réalisation : - Le plan d'action. Indicateurs de résultats : - Nature et évolution des actions réalisées en lien avec la pratique artistique amateur.

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Articuler culture, tourisme et économie créative
OBJECTIF	Optimiser et valoriser les festivals d'envergure
Action	Optimisation de l'ancrage territorial des festivals

Pilote :**Mission Culture et Tourisme/Secteur du développement culturel et touristique**

<p>Descriptif de l'action</p>	<p>Les festivals contribuent à l'attractivité du territoire et favorisent le croisement des publics et améliorent ainsi le lien social.</p> <p>L'impact du numérique sur les pratiques culturelles, le contexte concurrentiel avec des entreprises privées qui tendent à uniformiser les propositions artistiques, et les contraintes budgétaires sont autant de paramètres auxquels les festivals doivent faire face.</p> <p>Chaque année le Département du Bas-Rhin soutien une cinquantaine de festivals de différentes formes et envergures, dans les musiques actuelles et classiques, les arts visuels, les arts de la scène, les arts circassiens et l'édition littéraire.</p> <p>Une offre festivalière riche et diversifiée participe à l'attractivité et à l'animation des territoires et constitue un enjeu de développement pour les politiques culturelles.</p> <p>L'action consiste ainsi à repenser le soutien aux festivals dans un contexte contraint pour toutes les parties, à renforcer la qualité de l'offre festivalière sur le territoire et à développer leur fonction d'ancrage territorial : mise en récit du territoire par les festivals, connexion des acteurs d'avant-garde et des ressources du territoire pour faire du festival un marqueur culturel du territoire, prise en compte de l'ADN du territoire, créer une expérience festivalière.</p> <p>Pour apporter un accompagnement qualitatif et pertinent à ces acteurs, un travail sera engagé en lien avec les organisateurs de festivals, les collectivités territoriales, la Région afin de définir une stratégie répondant à plusieurs enjeux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le positionnement des festivals dans la mise en tourisme des territoires, en résonance avec la stratégie d'innovation et de développement du tourisme pour l'Alsace 2017-2021 ; - Le potentiel des festivals en termes de transmission, médiation, création : lien entre les établissements culturels et les lieux ressources pour les volets transmission et médiation notamment ; - L'accessibilité des festivals : handicaps, tarification, etc. ; - La vie associative : accompagnement du bénévolat et recherche de mécénat, amélioration des documents administratifs, accompagnement sur les modèles économiques ; - Le développement durable et la prévention : préservation de l'environnement, équité sociale, efficacité économique, risques auditifs, santé.
<p>Mise en œuvre</p>	<p>Méthodologie « mode projet » comprenant la concertation des partenaires.</p> <p>Définir des critères de classement des festivals, partagés par les acteurs, pour qualifier le projet artistique et culturel (accueil, convivialité), ainsi que l'envergure des festivals.</p> <p>Elaborer une stratégie de positionnement des festivals dans la mise en tourisme des territoires.</p>

	<p>Développer le potentiel des festivals en termes de transmission, de médiation, et de création, notamment en jumelage avec des structures ressources locales.</p> <p>Développer l'accessibilité des festivals : transport multimodal, politique tarifaire, accès PMR, parking.</p> <p>Etablir les critères de développement durable de l'offre festivalière</p> <p>Qualifier la vie associative : contenu et présentation des documents administratifs, accompagnement des bénévoles, mécénat.</p>
	Expérimentation sur 4 ou 5 festivals d'envergure.
	Concertation des partenaires.
	Passage en CP des propositions via des conventions pluriannuels et pluripartites des festivals d'envergure.
	Évaluation.
Ressources à mobiliser	<p>Crédits existants : 92 000€ pour les projets de création et diffusion à rayonnement départemental, 290 000€ pour les projets de création et diffusion à rayonnement local.</p> <p>Redéploiement des crédits.</p> <p>Inscription de crédits en investissement proposée au BP 2019.</p>
	Ingénierie : MCT.
	Services : imprimerie, communication.
Partenaires et services du Département associés	<p>Les organisateurs de festivals d'envergure.</p> <p>Les missions du département ayant un lien avec les enjeux des festivals d'envergure : MASP, MEJS/vie associative, MADE – Emploi, DD, Environnement.</p> <p>DRAC, ADT, ADIRA, Office du Tourisme, Agence-Festivals, Région, collectivités locales, CRMA, Relais culturels, Eco-Manifestation Alsace...</p>
Echéancier	Dernier trimestre 2018 : propositions.
	2019-2020 : mise en œuvre dans le cadre de conventions pluriannuelles, pluripartites.
	2021 : évaluation du plan d'action.
Evaluation	<p>Indicateurs de réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formalisation du plan d'action, - Mise en œuvre d'expérimentations.
	<p>Indicateurs de résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Évolution des nuitées sur la période des festivals, - Évolution du bénévolat, - Évolution des actions culturelles en lien avec les festivals

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible Faire du numérique un marqueur du développement culturel
OBJECTIF	Contribuer au maintien d'un FRAC Alsace pour développer l'accès des publics à l'art contemporain

Action**Art contemporain FRAC****Pilote :****Mission Culture et Tourisme**

Descriptif de l'action	<p>Les Fonds régionaux d'art contemporain (Frac), sont des collections publiques d'art contemporain créées en 1982 par Jack Lang dans le cadre de la politique de décentralisation mise en place par l'État avec les nouveaux conseils régionaux pour permettre à l'art d'aujourd'hui d'être présent dans chaque région de France. Ils sont dotés d'un budget fondé sur le principe d'un financement paritaire entre les régions et l'État à travers le ministère de la Culture et de la Communication.</p> <p>Le FRAC Alsace, intégré jusqu'alors à l'Agence Culturelle d'Alsace, va se détacher de l'agence devenue Agence Culturelle du Grand Est. En suite de la demande des deux Départements alsaciens, l'Etat a donné son accord quant à la possibilité pour les deux Départements de contribuer à la fondation de l'association qui reprendra la gestion du Frac Alsace.</p>
Mise en œuvre	<p>Travaux préparatoires à la constitution de l'association.</p> <p>Préparation du contrat d'objectif à conclure avec l'association.</p> <p>Contribution à la programmation d'actions de médiations notamment en direction des collèges et en lien avec les acteurs culturels</p> <p>Passage en C° Permanente.</p>
Ressources à mobiliser	<p>Ingénierie : MCT.</p> <p>Redéploiement de 40 000 € de la subvention actuellement versée à l'Agence Culturelle du Grand Est.</p>
Partenaires et services du Département associés	<p>DRAC, Région, FRAC.</p> <p>Direction des Affaires Juridiques. Secteur du Développement Culturel et Touristique.</p>
Echéancier	<p>2019 : préparation et validation des propositions.</p> <p>2020-2021 : mise en œuvre des dispositions prises.</p>
Evaluation	<p>Indicateurs de réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création de l'association, - Contrat d'objectifs fait. <p>Indicateurs de résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actions réalisées au bénéfice des Bas-Rhinois.

PRIORITE	Développement des services publics culturels de proximité et de l'éducation artistique et culturelle
ENJEU	Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible
OBJECTIF	Développer l'accès au patrimoine écrit du Bas-Rhin et de l'Alsace
Action	Réseau des archives
Pilote :	
Mission Culture et Tourisme/Secteur des archives, du patrimoine et de la mémoire	
Descriptif de l'action	Sauvegarder et enrichir le patrimoine écrit, présent, par la loi, dans chaque commune et qui constitue le patrimoine alsacien pour le mettre au service des populations, dans les territoires.
Mise en œuvre	Mettre à disposition des collectivités l'expertise des Archives départementales pour développer le réseau des archives communales et, le cas échéant, rechercher des financements auprès de l'État.
	Soutenir les projets locaux : <ul style="list-style-type: none"> - Développer et animer un réseau d'archivistes communaux pour développer la professionnalisation des équipes et encourager les actions territorialisées ; - Rechercher d'éventuels financements ; - Soutenir les projets de restauration du patrimoine emblématique présentant une urgence sanitaire, dans un souci de conservation et de valorisation ; - En dernier ressort, déposer les archives aux Archives départementales.
	Ingénierie Archives départementales et Référents territoriaux.
Partenaires	Ministère de la culture.
Echéancier	2019-2021.
Évaluation	Indicateurs de réalisation : <ul style="list-style-type: none"> - Réunion du réseau des archivistes communaux (oui/non), - Nombre de financements recherchés, de visites conseils etc.
	Indicateurs de résultats : <ul style="list-style-type: none"> - Evolution du nombre de projets accompagnés via l'ingénierie des Archives Départementales.

**Schéma d'orientation pour la culture et le patrimoine
2018-2021**

**L'engagement pour l'innovation digitale
et la création**

PRIORITE	L'engagement pour l'innovation digitale et la création
ENJEU	Faire du numérique un marqueur du développement culturel
OBJECTIF	Engager la mutation digitale du réseau départemental de lecture publique
Action	Bibliothèque Numérique de Référence
	Pilote :
	Mission Culture et Tourisme/Bibliothèque Départementale du Bas-Rhin(BDBR)
Descriptif de l'action	Obtenir le label Bibliothèque Numérique de référence du Ministère de la Culture pour la période 2019-2024. Quatre axes : Axe 1 : accompagner la montée en compétence des acteurs de la lecture publique sur le champ du numérique, Axe 2 : développer et rendre plus accessible l'offre de contenus préexistants, Axe 3 : accompagner les pratiques et les usages du numérique dans le cadre de projets de territoires, Axe 4 : instituer et renforcer des partenariats dédiés au numérique sur le champ de la lecture publique.
Mise en œuvre	Evaluation et adaptation de l'offre numérique actuelle. Montée en compétence des équipes de la BDBR. « Offensive » de formation vers le réseau. Marchés de la plate-forme numérique (2020). Organisation/création d'espaces de formation et de pratiques : nouveau relais de Sarre-Union, requalification des espaces de prêt sur le site de Truchtersheim. Conception d'une offre de service : Ingénierie de Projets numériques de territoire. Expérimentation de jeunes en service civique EMI.
Ressources à mobiliser	Equipe de la BDBR : mobilisation des cadres et des agents. Enveloppe budgétaire DSI (achat de matériel), DRH (plan de formation). Budget BDBR : achat de ressources numériques. Marché plate-forme numérique.
Partenaires et services du Département associés	Ministère de la culture. Partenaires : Pixel MUSEUM, La Poste, EPCI. Département : Direction des Systèmes Informatiques, MCT/Secteur du développement culturel et touristique, MESJ, Direction des Ressources Humaines.
Echéancier	Décembre 2018 : candidature auprès du Ministère de la culture. Janvier-juin 2019 : accueil de jeunes en service civique. 2019 : évaluation et benchmarking nouveau marché numérique, accès simplifié aux ressources numériques. 2020 : définition espaces et services relais de Sarre-Union. 2021 : requalification des espaces de prêts Site de Truchtersheim.
Evaluation	Indicateurs de réalisation : calendrier des formations, calendrier des marchés publics, calendrier des travaux à Sarre-Union et à Truchtersheim, nombre d'intervention ingénierie numérique. Indicateurs de résultats : évolution du nombre de prêts de livres numériques, évolution du nombre de bibliothèques informatisées, évolution du taux d'usage de l'offre numérique par territoire.

PRIORITE	L'engagement pour l'innovation digitale et la création
ENJEU	Faire du numérique un marqueur du développement culturel Articuler culture, tourisme et économie créative Révéler et valoriser la filière castrale alsacienne
OBJECTIF	Développer la médiation numérique au Château du Haut-Koenigsbourg pour créer des outils et supports digitaux de médiation du patrimoine en lien avec l'industrie culturelle
Action	Commercialisation via le digital du Château du Haut Koenigsbourg (HK)
	Pilote : Mission Culture et Tourisme/Château du Haut-Koenigsbourg
Descriptif de l'action	<p>Le digital implique l'ensemble des activités et est intégré dans la dynamique du château au-delà de l'offre culturelle. Il comprend deux volets.</p> <p>La commercialisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avec notamment l'application Affluences : connaissance pour le public et le HK du temps d'attente in situ, sur le site web du HK et sur l'appli d'Affluences – en temps réel et en projection – Comptage dans le château du nombre de visiteurs : sécurité et gestion des flux ; - Et la digitalisation d'outils internes : mise en place d'une main courante, d'un espace collaboratif interne au HK, d'un contrôle informatisé des billets. <p>Le marketing digital :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canaux de vente en ligne : mise en place d'une billetterie en ligne sur site HK, partenariats à développer avec des sites de vente qui se multiplient (spécialisés dans les produits culturels, touristiques, booking...) ; - Evolution de la stratégie de communication : web, réseaux sociaux (+ bloggeurs, influenceurs), référencement ; - Prise en compte de l'e-réputation : suivi et réponses aux avis – relations clients/fidélisation ; - Amélioration des procédures de demande/réservations en ligne – relations clients ; - Nouveaux modes de découverte du château (pérenne ou événementielle ou en ligne): voir fiche visite/animation.
Mise en œuvre	<p>Affluences : depuis août 2018, installation technique et informatique (compteurs, logiciel, écrans).</p> <p>Outils internes : implication du personnel pour l'appropriation des nouveaux outils et des procédures, mise en place des outils et suivi/évaluation.</p> <p>Marketing :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canaux de vente/billetterie en ligne HK : étude des possibilités techniques (liens avec site internet et le logiciel de vente et de réservation, l'accessibilité wifi), problématique comptabilité publique ; - Vente par un tiers : étude de la problématique comptabilité publique ; - Communication : développement d'une nouvelle stratégie, définition d'un plan d'actions, des formations, évolution de l'organisation et des missions ; - e-réputation : suivi et réponses aux avis, procédures à

	développer- suivi de la satisfaction des clients/visiteurs.
Ressources à mobiliser	Affluences : HK (technique, spp, référente informatique) – budget.
	Outils internes, billetterie en ligne : HK (spp – com/régie/billetterie/réservation + technique/sécurité + OCP/contrôle).
	Communication : HK +poste Community gérer (besoin permanent : apprenti sur 1 ans depuis 2014), Agence de presse – budget.
Partenaires et services du Département associés	Affluences : DSI.
	Outils internes : DSI, Dircom.
	Billetterie en ligne : DSI, Vaisseau.
	Communication : DSI, Dircom, MCT.
Echéancier	Affluences : Août 2018
	Nouveaux outils internes : 2e semestre 2018 – 1er semestre 2019.
	Billetterie en ligne : Billets d'entrée 1er semestre 2019 –
	Offres culturelles pérennes, événementiels, offres groupes : 2021.
Evaluation	Indicateurs de résultats : - Affluences : améliore l'accueil (un des critères pour l'obtention de la marque qualité tourisme), indicateurs pour analyse de la fréquentation, outil de lissage de la fréquentation, connaissance de la fréquentation en réel dans différents espaces du château.
	Indicateurs de réalisation : - Outils internes : meilleure traçabilité, éléments d'analyse et retours des utilisateurs, - Communication : évolution du référencement, notoriété, indicateurs d'e-réputation (google, TripAdvisor...), origine de l'information des visiteurs.

PRIORITE	L'engagement pour l'innovation digitale et la création
ENJEU	<p>Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible</p> <p>Faire du numérique un marqueur du développement culturel</p> <p>Articuler culture, tourisme et économie créative</p> <p>Révéler et valoriser la filière castrale alsacienne</p>
OBJECTIF	Développer la médiation numérique au Château du Haut-Koenigsbourg pour créer des outils et supports digitaux de médiation du patrimoine en lien avec l'industrie culturelle

Action **Laboratoire de fabrication digitale au sein du Château du Haut Koenigsbourg (HK)**

Pilote :

Mission Culture et Tourisme/Château du Haut-Koenigsbourg

Descriptif de l'action	Encadrement de projet de recherche technologique pour une expérimentation avec l'Institut National des Sciences Appliquées autour d'une visite en réalité augmentée pour renouveler l'offre culturelle et commencer à travailler l'apport du numérique dans le cadre de la médiation culturelle.
	Création d'un évènement dédié à la création au château sur le principe d'un Muséomix (marathon créatif sur plusieurs jours) pour permettre, grâce à l'intelligence collective de faire émerger des idées et des prototypes concernant l'utilisation des outils numériques au sein du HK et enrichir l'offre de médiation culturelle (Explor'Games, jeux de pistes).
	Proposition d'une visite Drones de château ! : HK et Drone Alsace proposent une visite « assise » immersive. A l'aide d'un casque de réalité virtuelle, les participants découvrent en direct différentes perspectives du château et de son environnement capté par un drone. Un guide commente les différentes vues de la forteresse.
Mise en œuvre	<p>Etude et conception :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse et étude par l'INSA pour l'utilisation du projet dans le cadre de la médiation culturelle ; - Présentation des axes du projet au HK et aux élus ; - Campagnes de relevés topographiques par l'INSA sur place pour créer un modèle virtuel ; - Réception du livrable et test ; - Actions de communication ; - Proposition d'une nouvelle offre de visite.
	<p>Préparation de la mise en œuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'une commission pour définir les acteurs de l'évènement ; - Rédaction du projet et travail collaboratif pour définir les thématiques ; - Actions de communication autour du projet ; - Formation des facilitateurs pour animer les groupes d'intelligence collaborative ; - Création d'un évènement avec les élus et les acteurs du territoire pour présenter le projet ; - Hackathon (2 jours de travail collaboratif sur place au HK) avec mise à disposition du matériel informatique et outils pour que les participants travaillent en groupe ; - Réalisation du prototype.

	<p>Mise en œuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actions de communication ; - Réservation des visites ; - Installation du matériel ; - Visite guidée par un guide du HK avec drone alsace.
Ressources à mobiliser	<p>HK et INSA, Ingénierie MCT, DSI : 6000 € (crédit existant, investissement). Ingénierie interne : 1 à 2 ETP sur ce projet jusqu'à fin 2019. Externe : 1 étudiant, 1 professeur de l'INSA.</p>
	<p>Equipes du HK, DSI et Déléguée de la Direction générale pour le Hackathon, élus, Alsace digitale, Adira, ADT et autres partenaires.</p>
	<p>Visites drones : service technique, guide du HK, 1 chargé d'accueil matériel fourni par Drone Alsace. Ingénierie interne : Service technique pour installation, 1 personne pour commenter la visite, 1 personne pour gérer l'attente des visiteurs. Visite proposée plusieurs fois dans l'année en partenariat avec la Route des châteaux et cité fortifiée d'Alsace.</p>
Partenaires et services du Département associés	<p>Projet Visite en réalité augmentée : INSA, HK, Secteur du développement culturel, Ingénierie MCT.</p>
	<p>Projet Hackathon : Alsace digitale, ADIRA, ADT, autres partenaires et Services du Département.</p>
	<p>Visites drones : Drone Alsace, ADT, Route des châteaux et cités fortifiées d'Alsace.</p>
Echéancier	<p>Visite réalité augmentée : Août 2018-prise de contact Insa, Septembre 2018-proposition des sujets, Septembre 2019-livraison du produit.</p>
	<p>Hackathon : prise de contact avec les acteurs fin 2018, mise en place en 2019-2020.</p>
	<p>Visites drones : plusieurs week-ends de visites mis en place depuis 2017.</p>
Evaluation	<p>Indicateurs de réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'1 prototype dans le cadre d'une 1^{ère} action pour faire émerger un laboratoire numérique au sein du HK, - Offre d'une nouvelle visite dans l'offre culturelle. <p>Indicateurs de résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Retour d'avis des publics sur les nouveaux usages numériques dans ses visites (commentaires réseaux sociaux, retours auprès du personnel, partenaires...), - Nouveaux publics au sein du château.
	<p>Indicateurs de réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 événement de 2 jours au HK, - Réalisation d'1 prototype pour une visite digitalisée. <p>Indicateurs de résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Retour d'avis des publics sur les usages numériques, - Retours d'expériences sur la nouvelle synergie autour de l'intelligence collaborative, - Nouveaux publics.
	<p>Indicateurs de réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 nouvelle offre de visite. <p>Indicateurs de résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visites sur 4 jours avec de nouveaux visiteurs, - Nouvelle mission pour un guide/médiateur du HK.

PRIORITE	L'engagement pour l'innovation digitale et la création
ENJEU	Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible Faire du numérique un marqueur du développement culturel Révéler et valoriser la filière castrale alsacienne
OBJECTIF	Créer une nouvelle offre au sein du Château du Haut-Koenigsbourg
Action	Médiation, animation, visite digitale
	Pilote :
	Mission Culture et Tourisme/Château du Haut-Koenigsbourg (HK)
Descriptif de l'action	<p>L'offre culturelle (visites, animations, événements, projets pédagogiques) est riche et diversifiée : individuels/groupes, jeunes/adultes/familles, français et étrangers, toute l'année. Pour autant, l'évolution de l'attente des publics nécessite de questionner la médiation, son évolution, son adéquation avec les nouveaux comportements.</p> <p>Le concert électro organisé avec Cercle en 2018 a connu un grand succès (600 spectateurs et +1,5 million de vues sur Facebook et YouTube). Diffusé en direct sur FB et toujours visible sur YouTube, cette expérience a montré que la création d'une offre culturelle diversifiée permet d'accueillir de nouveaux publics, de dynamiser la communication digitale du château et de développer sa notoriété.</p> <p>Diversifier l'offre culturelle du HK permet de fidéliser le public de proximité, de faire venir de nouveaux publics (jeunes adultes dans le cas du concert électro), d'apporter une réponse aux nouvelles attentes des visiteurs d'équipement culturel (expérientiel, héro...) et de développer l'image et la notoriété du château. C'est aussi l'occasion de créer de nouveaux partenariats avec les acteurs culturels du territoire et de valoriser la création locale.</p> <p>La diversification de l'offre culturelle et de la médiation sera prise en compte dans le projet scientifique et culturel du château et intégrera les conditions utiles à la conception universelle de l'offre.</p> <p>Deux volets seront pris en compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création d'un parcours ludique type Explor'Games destiné aux familles sur support numérique (tablettes/smartphones) en complément de l'offre existante ; - Recherche d'événementiels en mesure de diversifier les publics et d'enrichir l'attractivité du Château.
Mise en œuvre	<p>Audit sur la médiation et la formation des médiateurs. Définition du plan de formation.</p> <p>Parcours ludique numérique : Benchmarking-fin 2018 / Choix du projet- début 2019 / Rédaction du Cahier des charges-à partir de mars 2019 / Appel d'offres-Septembre 2019 / Choix du prestataire-fin 2019 / Mise en place en 2020.</p> <p>Diversification de la programmation : organisation de concerts de musique électronique, prise de contact en septembre 2018 (avec Ososphère, Zone 51...), mise en place en 2020.</p>
Ressources à mobiliser	<p>Audit sur la médiation avec une formation : 2019 - 2020</p> <p>Parcours ludique : Services du HK, Ingénierie MCT, communication, service juridique, DSI, prestataires – Coût à définir selon projet.</p> <p>Diversification de la programmation culturelle : Services du HK, communication, Secteur du développement culturel et touristique.</p>

Partenaires et services du Département associés	Partenaires : Prestataire choisi fin 2019 - Services du département : HK, DSI, Marchés publics, Ingénierie MCT. Partenaires : Associations qui organisent festivals comme Ososphère, Artefact, Zone 51...
Echéancier	Fin 2018 jusqu'en 2020 : Explor'Games. Été 2020 : Concerts de musique électronique.
Evaluation	Indicateurs de réalisation : <ul style="list-style-type: none"> - Une nouvelle offre de visite numérique, - La création d'un événement autour des musiques électroniques. Indicateurs de résultats : <ul style="list-style-type: none"> - Commentaires du public, des médias sur le renouvellement de l'image du HK qui expérimente les nouveaux usages numériques dans ses visites et proposition d'une nouvelle offre événementielle, - Nouveaux publics au sein du château.

PRIORITE	L'engagement pour l'innovation digitale et la création
ENJEU	Faire du numérique un marqueur du développement culturel
OBJECTIF	Développer des outils et supports numériques d'accès à distance au patrimoine, sur la base des nouveaux modes de médiation digitale et de la diffusion via des partenariats nationaux et internationaux

Action**e-patrimoine****Pilote :****Mission Culture et Tourisme/ Secteur des archives, du patrimoine et de la mémoire (AD)**

Descriptif de l'action	Enrichir le site Internet des Archives départementales.
	Accompagner les partenaires pour une valorisation numérique du patrimoine.
	Innovier via des nouveaux médias pour la valorisation du patrimoine, les rendus scientifiques (travaux dans les châteaux, recherche des AD, etc.), etc.
Mise en œuvre	<p>Mettre en place des outils numériques pour développer l'information autour du patrimoine :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appui aux porteurs de projets pour créer et faire vivre des outils numériques permettant aux usagers d'obtenir les informations à jour et utiles à leurs visites dans les sites patrimoniaux (châteaux, patrimoine judéo-alsacien, etc.), en lien avec la base de données des offices de tourisme ; - Appui aux porteurs de projets pour organiser l'information scientifique pour la rendre accessible au plus grand nombre via des outils numériques (base de données photo, reconstitution 4D, etc.).
	<p>Enrichir le site internet des AD :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer de nouveaux contenus (via la numérisation de fonds emblématiques ou très demandés et la mise en ligne d'instruments de recherche) ; - Passer d'une collecte subie à une collecte choisie : faire entrer des fonds d'archives de haute valeur historique ou emblématique pour l'Alsace, participer aux « grandes collectes » nationales. Collecte innovante sur les archives audiovisuelles, numérisation d'archives privées ; - Développer les aspects collaboratifs du site (indexation collaborative des documents, possibilité de signaler des images défectueuses, ajouts de contenus par les visiteurs, sous réserve de modération) ; - Proposer des ressources numériques pour des projets spécifiques autour du patrimoine bâti, à l'image du projet autour du patrimoine mémoriel de 1870.
	<p>Rendre plus visible au niveau national et international le site des AD :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offrir de la visibilité aux ressources mises à disposition sur le site des AD en les intégrant dans des portails nationaux (FranceArchives, Grand Mémorial), voire internationaux (Europeana) ; - Développer des partenariats et des réseaux scientifiques des AD (sociétés d'histoire, université, institutions patrimoniales comme les bibliothèques et les musées, administrations patrimoniales).
Ressources à	Ligne budgétaire numérisation et rétroconversion (40 000 €).

mobiliser	Unité spécifique au sein du secteur SAPM (3 ETP) + 1 agent du SPC pour accompagner les porteurs de projets.
Partenaires et services du Département associés	Ministère de la Culture.
	Utilisateurs (qui deviennent aussi des contributeurs).
	DSI.
Echéancier	2019-2021.
Evaluation	Indicateurs de réalisation : - Evolution du nombre d'images mises en ligne, - Évolution du nombre d'instruments de recherche mis en ligne.
	Indicateurs de résultats : - Retours qualitatifs des visiteurs, - Evolution des consultations.

PRIORITE	L'engagement pour l'innovation digitale et la création
ENJEU	Développer des services publics culturels de proximité Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible
OBJECTIF	Mettre à disposition des partenaires et des publics des conseils sur les thématiques culture patrimoine sous forme de tutoriels sur You Tube et autres médias

Action		Tutoriels en ligne
Pilote : Mission Culture et Tourisme		
Descriptif de l'action	Par le relai de ses services et agents, le Département dispose d'un haut niveau d'expertise. Se traduisant la plupart du temps en appui en ingénierie, il est proposé de développer cette mise à disposition de conseils et informations en réalisant des tutoriels, vidéo sur des sujets techniques (lecture, patrimoine, connaissances scientifiques...).	
Mise en œuvre	Définition du concept avec ligne pédagogique et ligne éditoriale.	
	Identification par thématiques de la nature et des sujets à produire.	
	Calendrier.	
	Plan de communication.	
Ressources à mobiliser	Ingénierie de la MCT.	
	DirCom.	
Partenaires et services du Département associés	Dir Com.	
	Directions de la MCT.	
Echéancier	Conception : 1 ^{er} semestre 2019.	
	Mise en œuvre et suivi pour évaluation : 2019-2021.	
Evaluation	Indicateurs de réalisation :	
	- Concept proposé et validé.	
	Indicateurs de résultats :	
	- Nombre de consultations, - Avis du public.	

PRIORITE	L'engagement pour l'innovation digitale et la création
ENJEU	Articuler culture, tourisme et économie créative
OBJECTIF	Instaurer un dispositif d'aide à la création artistique alsacienne en partenariat avec les relais culturels et les organisateurs de festivals
Action	Création artistique locale
Pilote :	
Mission Culture et Tourisme/Secteur du développement culturel et touristique	
Descriptif de l'action	Soutenir la présence artistique en territoire par le biais de résidence de création, de recherche, de territoire, en réunissant les lieux de diffusion, les festivals, les centres de ressources artistiques (CRMA, Pôle Sud, FRAC...) et les EPCI autour de projets artistiques de territoire co-construits. Favoriser l'émergence des formes artistiques hybrides par le croisement des acteurs autour de projets co-construits.
Mise en œuvre	Concertation des partenaires. Création d'un dispositif autour de projets artistiques de territoire, avec des objectifs conventionnés autour de la création artistique, et permettant le soutien aux investissements. Passage en C° Permanente du nouveau dispositif. Evaluation.
Ressources à mobiliser	Crédits existants : 92 000€ pour les projets de création et diffusion à rayonnement départemental, 290 000€ pour les projets de création et diffusion à rayonnement local, 20 000€ de crédits existants pour la bourse à la création. Crédits DRAC pour les résidences d'artistes de l'ADIAM. Ingénierie du Secteur du Développement Culturel et Touristique.
Partenaires et services du Département associés	DRAC. Direction des Finances et de la Commande Public.
Echéancier	1 ^{er} semestre 2019 : préparation dispositif financier. 2020 : Mise en œuvre. 2021 : Evaluation.
Evaluation	Indicateurs de réalisation : - Proposition du dispositif. Indicateurs de résultats : - Evolution du nombre de résidences artistiques.

PRIORITE	L'engagement pour l'innovation digitale et la création
ENJEU	Développer des services publics culturels de proximité
OBJECTIF	Innover en interagissant avec les publics pour le design de service culturel
Action	Design de service culturel
Pilote :	
Mission Culture et Tourisme / Bibliothèque Départementale du Bas-Rhin (BDBR)	
Descriptif de l'action	Il s'agit de viser à une harmonisation de l'environnement humain, depuis la conception des objets usuels jusqu'à leur usage en prenant en compte les modes de vie. La BDBR a développé un partenariat avec le Lycée Le Corbusier associant son projet « lectures locales » à celui du lycée « In Situ LAB ». Il est proposé d'amplifier cette action.
	Construire le projet du nouveau relais BDBR à Sarre-Union.
	Requalifier les espaces de prêts du site BDBR de Truchtersheim.
	Développer la créativité du réseau de lecture publique, en y intégrant le numérique.
Mise en œuvre	Evolution de la convention avec le Lycée Le Corbusier pour amplifier le projet « Lectures locales ».
	Faire du nouveau relais de Sarre-Union un 3 ^e lieu et un laboratoire de la lecture publique.
	Renouveler entièrement les espaces de prêts du site de Truchtersheim.
	Tester de nouvelles formes d'animation du réseau des acteurs de la lecture publique (ateliers de co-développement, expérimentation).
	Déploiement d'une offre de jeux à la BDBR.
Ressources à mobiliser	Direction des politiques immobilières.
	DRH : outils de créativité, formations idoines.
	BDBR : financements projet Bibliothèque Numérique de Référence.
	Délégués du Conseil départemental : Hackathon, projet tiers lieu.
MCT : Vaisseau.	
Partenaires et services du Département associés	Acteurs de territoire de Sarre-Union et du Territoire d'action Ouest.
	DRAC : aides à l'investissement.
	Education nationale : lycée Le Corbusier.
	MCT/Secteur du développement culturel et touristique (convention avec partenaires sur le champ du numérique (PIXEL Museum) et l'innovation).
Echéancier	2019-février : projet « Lectures locales » amplifié.
	2019 : étude de programmation relais de Sarre-Union.
	2020 : étude de programmation requalification espaces de prêts site de Truchtersheim.
	2021 : travaux Sarre-Union, réaménagement site de Truchtersheim.
	2022 : offre de jeux à la BDBR.
Evaluation	Indicateurs de réalisation : espaces repensés valorisant l'ingénierie et la créativité.
	Indicateurs de résultats : pérennisation du réseau, évolution du nombre de bénévoles, taux de pénétration de la lecture publique sur le Territoire d'action Ouest.

**Schéma d'orientation pour la culture et le patrimoine
2018-2021**

**Le soutien à l'économie de proximité
et les pôles d'excellence départementaux**

PRIORITE Le soutien à l'économie de proximité et les pôles d'excellence départementaux

ENJEU Articuler culture, tourisme et économie créative

OBJECTIF Redynamiser l'offre commerciale et scientifique du Vaisseau

Action Offre commerciale du Vaisseau

Pilote :

Mission Culture et Tourisme/Le Vaisseau

Descriptif de l'action	La révision des tarifications billetterie et événementiel.
	Développement de l'activité location d'espace
	Développement de l'activité Team building.
	Proposer une nouvelle offre de restauration en lien avec les missions et les valeurs du Vaisseau.
	Développer l'attractivité de la boutique de part une sortie obligatoire du public et d'une ouverture hors douane.
Mise en œuvre	Tarification à compter de janvier 2019 et janvier 2020.
	Location d'espace et nouvelle offre de restauration : en fonction de l'extension.
	Team building : dès 2019.
	Boutique : courant 2019.
Ressources à mobiliser	PPI extension.
	Mise en adéquation RH : team building et régisseur technique.
	Ressources RH autofinancées par les recettes générées : garantir cet équilibre
Partenaires et services du Département associés	Directions des politiques immobilières, des systèmes d'information, des ressources humaines, des finances et de la commande publique.
Echéancier	2019 : première phase d'ajustement de la tarification.
	2020 : révision coût billetterie – si renouvellement des expositions.
	2019 : boutique.
	2021/2022 : projet extension.
Evaluation	Indicateurs de réalisation : - mise en place de la grille tarifaire.
	Indicateurs de résultats : - impact sur les recettes, - nombre de visiteurs, - nombre de location.

PRIORITE	Le soutien à l'économie de proximité et les pôles d'excellence départementaux
ENJEU	Faire du numérique un marqueur du développement culturel Articuler culture, tourisme et économie créative
OBJECTIF	Moderniser et compléter l'offre muséographique du Vaisseau

Action	Expositions du Vaisseau
---------------	--------------------------------

		Pilote : Mission Culture et Tourisme/Le Vaisseau
Descriptif de l'action	Conforter le Vaisseau comme structure de référence en tant que lieu de loisirs de culture scientifique pour jeune public jusque 12 ans. Développer le public des 2 ans. Transformation de 75% des expositions permanentes du Vaisseau d'ici à 2021.	
Mise en œuvre	Adapter mieux l'expérience de visite à chaque tranche de public (jeune enfant, enfant, adulte, ...). Concevoir des dispositifs favorisant la coopération, l'esprit d'innovation et d'ingénierie, l'esprit critique et le développement personnel de l'intelligence du monde. Augmenter la qualité de visite (qualité des locaux et des éléments interactifs, sonorisation de l'espace, sécurisation physique et affective du jeune public, accessibilité pour tous). Renouveler par zone pour un impact de communication important et concevoir quelques éléments best-of. Intégrer une zone d'offres temporaires partenariales de 80 m ² . Développer des dispositifs favorisant la médiation humaine. Intégrer des dispositifs pour les 2-5 ans.	
Ressources à mobiliser	MCT, Le Vaisseau, tous les services = 30 ETP. 2.490 millions d'euros 2018-2021.	
Partenaires et services du Département associés	DFCP, SCP, DAJ, DIRPI. DIRCOM. Conseil scientifique et pédagogique du Vaisseau. Expertises d'autres centres de culture scientifique, technique et industrielle. ADIRA.	
Echéancier	Réalisations de documents fondateurs pour avril 2019. Renouvellement de la zone de l'eau et du jardin en 2019. Transformation de lieux de circulation et renforcement de l'univers d'entrée pour février 2020. Transformation de 3 expositions pour 2020. Transformation de l'exposition Être humains pour 2021. Définition du jardin 2 ^{ème} génération pour 2021.	
Evaluation	Indicateurs de réalisation : - Mise en place des expositions. Indicateurs de résultats : - Attractivité renforcée, pratiques culturelles innovantes, satisfaction des publics, partenariats mis en place, en particulier industriels.	

PRIORITE	Le soutien à l'économie de proximité et les pôles d'excellence départementaux
ENJEU	Articuler culture, tourisme et économie créative
OBJECTIF	Renouveler l'offre culturelle, patrimoniale et commerciale du Château du Haut-Koenigsbourg
Action	Offre commerciale du Château du Haut-Koenigsbourg (HK)
	Pilote : Mission Culture et Tourisme/Le Haut-Koenigsbourg
Descriptif de l'action	Renouveler l'offre commerciale dite « hors billetterie et location d'espace » au château en concédant cette activité (sans doute sous forme d'une délégation de service publique) à un partenaire privé qui devra proposer la meilleure offre qualitative pour gérer le restaurant « assis » (bastion de l'étoile), le kiosque (bar-snacking) et la boutique-librairie. Ce renouvellement comportera également un programme de travaux important notamment pour réaménager entièrement l'intérieur du bastion de l'étoile (le restaurant actuel y est installé de manière provisoire).
Mise en œuvre	Projet complexe devant être mené en plusieurs étapes et faisant appel à de multiples compétences et avis croisés : <ul style="list-style-type: none"> - A la fois, le positionner dans le cadre de l'offre globale du château (médiation culturelle) ; - Vérifier sa faisabilité, à la fois économique (avec la Caisse des dépôts et consignations), immobilière (DRAC pour autoriser l'aménagement du futur restaurant dans le « bastion de l'étoile »), avec validation politique (travail étroit avec les élus départementaux sur le positionnement du produit...) ; - Synergie forte avec la Direction Générale des Services et la direction de l'immobilier.
Ressources à mobiliser	Ingénierie interne : = 4/5 ETP sur ce projet jusqu'en 2021. Enveloppe budgétaire votée en juin 2018 pour réaliser les travaux d'investissement supportés par le Département de 4,5 M€.
Partenaires et services du Département associés	En interne : Président, Elus / Direction Générale des Services / Mission Culture Tourisme Patrimoine/ Direction des Finances et de la Commande Publique/ Direction des Affaires Juridiques / Direction des Politiques Immobilières (3 ETP sur ce projet). Autres ressources mobilisées : DRAC, architecte du patrimoine travaillant pour le Département / Caisse des dépôts et Consignations (modèle économique du projet), Alsace destination Tourisme (positionnement offre restauration).
Echéancier	Fin 2018 : rédaction de la Délégation de Service Publique. Début 2019 : appel à candidatures, choix du futur délégataire. Puis choix du Maître d'Œuvre (travaux du bastion de l'étoile). Programme de travaux en 2020, 2021. Ouverture probable fin 2021, début 2022.
Evaluation	<u>Indicateurs de réalisation :</u> - Lancement DSP / aboutissement fructueux (délégataire 2019) /

	<p>travaux du restaurant conciliant préservation du patrimoine et faisabilité-praticité économique.</p> <p>Indicateurs de résultats :</p> <ul style="list-style-type: none">- Chiffre d'affaires accru de l'activité hors billetterie (et donc recettes supplémentaires pour le Département : redevance DSP / impact positif sur la fréquentation du château et sur la location d'espaces segment « affaires groupes » (réunion/repas-réception/visite et/ou produit culturel exclusif).
--	--

PRIORITE	Le soutien à l'économie de proximité et les pôles d'excellence départementaux
ENJEU	Articuler culture, tourisme et économie créative
OBJECTIF	Renouveler l'offre culturelle, patrimoniale et commerciale du Château du Haut-Koenigsbourg
Action	Offre commerciale du Château du Haut-Koenigsbourg (événements privatifs groupes)
Pilote :	
Mission Culture et Tourisme/Le Haut-Koenigsbourg (HK)	
Descriptif de l'action	Considérant qu'il s'agit d'un marché à fort potentiel, le château a mis en place une offre événementielle privative en direction des groupes (affaire, Comité d'Entreprise,...) en proposant une autre forme de découverte du château alliant le plus souvent : un moment de travail (en salle : réunion...), un produit réception-restauration, et une offre culturelle et/ou ludique le plus souvent « insolites » (visite d'espaces habituellement fermés au public / team building dans le château et à ses abords avec jeux par équipe : résolution collectives d'énigmes autour du château et du Moyen-âge...). Il s'agit de développer cette offre.
Mise en œuvre	Cette offre fait appel à de multiples compétences en interne et à une coordination collective nécessaire : <ul style="list-style-type: none"> - Offre produit conçue le plus souvent sur mesure en fonction du « client-visiteur » et nos possibilités en termes de location d'espaces et de mobilisation du personnel avec une personne coordinatrice générale dédiée (budget, horaires, souhaits du client, taille du groupe...) ; - Logistique : préparation d'espaces, suivi des événements et rangement ; - Offre culturelle également adaptée : visites thématiques, exclusives / Team building...
Ressources à mobiliser	En interne du HK : Service politique des publics, unité technique et logistique, unité de l'offre culturelle permanente, service éducatif.
Partenaires et services du Département associés	Expérimentation des différentes formes auprès de groupes du Département (agents des Missions...). Echanges avec le Vaisseau (fonctionnement, tarifs, questions juridiques, promotion...). Développement de l'offre : ADT, AAA.
Echéancier	2018/19 : expérimentations. 2020/21 : développement (offre commerciale offensive...).
Evaluation	Indicateurs de réalisation : <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place de l'organisation et des procédures (outils de contractualisation, CGV, outils de communication internes et externes...), - Plan de promotion et de communication.
	Indicateurs de résultats : <ul style="list-style-type: none"> - Augmentation du nombre de prestations demandées, - Développement des recettes, - Développement de la notoriété du château et du positionnement du château comme lieu de séminaires et d'organisation d'événements privatifs.

**Schéma d'orientation pour la culture et le patrimoine
2018-2021**

**La valorisation de la filière
castrale alsacienne**

PRIORITE	La valorisation de la filière castrale alsacienne
ENJEU	Révéler et valoriser la filière castrale alsacienne
OBJECTIF	Elaborer un projet commun avec les acteurs de la filière castrale
Action	Stratégie filière castrale
	Pilote : Mission Culture et Tourisme
Descriptif de l'action	<p>La densité de Châteaux forts en Alsace est la plus importante d'Europe. Le tissu associatif est dense et le réseau de veilleurs de châteaux est une vraie plus-value. L'absence de vision globale et de coordination fragilise le développement de la filière castrale.</p> <p>Il s'agit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - D'instaurer une gouvernance et un pilotage politique de la filière castrale animée par les Départements alsaciens en lien avec la DRAC pour fédérer les acteurs représentatifs autour d'un projet commun, - D'élaborer une stratégie de développement qui réponde à un projet patrimonial, culturel, scientifique et touristique.
Mise en œuvre	<p>Mettre en place une convention d'objectifs et de partenariats qui formalise le contenu et la mise en œuvre de la stratégie.</p> <p>Etablir un programme d'actions en déclinaison de cette stratégie reprenant les activités existantes, les sites concernés, les moyens humains, matériel et financiers.</p> <p>Etablir un calendrier avec les différentes phases de préparation et de mise en œuvre pour rendre opérationnel le lancement de la démarche.</p> <p>Poursuivre l'accompagnement, la formation et les actions en faveur du renouvellement des bénévoles.</p> <p>Poursuivre les actions d'entretiens de conservations, de restauration des châteaux dans un plan pluriannuel d'actions.</p> <p>Développer l'animation culturelle, la médiation patrimoniale et soutenir l'innovation numérique.</p> <p>Poursuivre le travail d'études historiques, de fouilles, de recherches scientifiques et les actions pédagogiques.</p> <p>Définir une stratégie de communication.</p>
Ressources à mobiliser	<p>Ingénierie des Départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin.</p> <p>Accompagnement financier des deux Départements (crédits existants).</p> <p>Ingénierie des opérateurs des deux Départements : AA, ADT...</p>
Partenaires et services du Département associés	<p>DRAC, Alsace Archéologie, Alsace Destination,</p> <p>Associations, collectivités, sociétés d'histoires...</p> <p>MCT, DirCom.</p>
Echéancier	<p>Démarches de contractualisation : 2019.</p> <p>Mise en œuvre de 2019 à 2021.</p>
Evaluation	<p>Indicateurs de réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gouvernance mise en place entre les deux Départements, - Proposition de convention d'objectifs et de partenariats, - Proposition de calendrier pour avancer de la stratégie de la filière castrale. <p>Indicateurs de résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evènements ou actions culturelles coordonnées, - Augmentation du nombre de visiteurs, - Retours d'avis des publics et des partenaires.

PRIORITE	La valorisation de la filière castrale alsacienne
ENJEU	Révéler et valoriser la filière castrale alsacienne
OBJECTIF	Contribuer à la préservation, la restauration et la valorisation des châteaux forts d'Alsace pour leur mise en tourisme par la création du fond patrimoine castral pour soutenir les projets autour des châteaux forts
Action	Accompagnement de la filière castrale
	Pilote :
	Mission Culture et Tourisme/ Secteur des archives, du patrimoine et de la mémoire
Descriptif de l'action	Accompagner les propriétaires et les associations en charge de la restauration de châteaux, sur le territoire alsacien. Engager un plan de gestion pluriannuel à 10 ans. Renforcer l'accessibilité des différents châteaux forts et leur ancrage territorial.
Mise en œuvre	Développer l'ingénierie : <ul style="list-style-type: none"> - Passer d'un accompagnement bas-rhinois à un accompagnement alsacien du réseau des associations et des veilleurs de châteaux œuvrant pour la préservation et la valorisation du patrimoine des châteaux forts d'Alsace (formation des veilleurs de châteaux, suivi technique sur les sites, liens avec la DRAC et les propriétaires, etc.) ; - Engager un plan de gestion pour la filière des châteaux forts d'Alsace en partenariat avec les propriétaires, les associations, les collectivités, la DRAC, ADT et AA, avec notamment la mise à jour de l'état des lieux des sites castraux (état de conservation, activités des sites, fréquentation, ...). Renforcer l'accessibilité universelle des différents châteaux forts via <ul style="list-style-type: none"> - Une politique volontariste des publics (en situation de handicap, avancés en âge, en précarité, les jeunes et les familles, les touristes, etc.) ; - L'animation culturelle, la médiation patrimoniale et soutenir l'innovation numérique sur le thème des sites castraux ; - Le soutien au travail d'études historiques et la recherche scientifique sur les sites castraux et leur rendu au public notamment aux scolaires et aux touristes. Développer les réseaux <ul style="list-style-type: none"> - Renforcer l'ancrage territorial des sites en favorisant les liens avec les acteurs touristiques locaux, les sociétés savantes locales, les mécènes, etc. Contribuer au déploiement de la marque « Alsace Terre de châteaux forts ».
Ressources à mobiliser	Ingénierie en interne : Architecte du patrimoine (1ETP), conseiller technique patrimoine, etc. Subventions dans le cadre du fonds pour les châteaux forts (200 000 € / an). Subventions pour les associations castrales (25 000 € /an).
Partenaires et services du Département associés	DRAC, propriétaires des sites, AA, ADT, Département Haut-Rhin, CFA, CFV, etc. Equipes animation territoriale, SDCT, conseillers vie associative, etc.

Echéancier	2019-2021
Evaluation	Indicateurs de réalisation :
	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de conventions particulières rédigées avec les associations castrales sur la base d'une convention cadre, - Nombre d'éléments mis à jour dans l'état des lieux, - Nombre de sites pourvus d'un plan de gestion.
	Indicateurs de résultats :
	<ul style="list-style-type: none"> - Evolution du nombre de journées de bénévoles sur sites (Alsace), - Nombre de mobilisations des différents fonds (possibilité de priorisation des investissements), en accord avec l'ensemble des acteurs (associations, DRAC, Département 68), - Evolution du nombre de visiteurs accueillis, - Amélioration de l'état des sites.

PRIORITE	La valorisation de la filière castrale alsacienne
ENJEU	Développer l'accès à la culture par la pratique et l'expérience sensible Faire du numérique un marqueur du développement culturel Articuler culture, tourisme et économie créative Révéler et valoriser la filière castrale alsacienne
OBJECTIF	Créer des événements dans les châteaux autour de l'univers du fantastique pour faire rêver et attirer de nouveaux publics
Action	Création des semaines du fantastique
	Pilote :
	Mission Culture et Tourisme/Château du Haut-Koenigsbourg (HK)
Descriptif de l'action	Vivre le fantastique des châteaux forts est une des filières d'excellence de la stratégie d'innovation et de développement du tourisme en Alsace 2017-2021. Le HK s'y inscrit en développant une programmation autour du fantastique avec des événements organisés ponctuellement pendant l'année et l'organisation pour la première fois d'une semaine dédiée au fantastique du 24 au 31 octobre 2018.
	Exposition Du Haut-Koenigsbourg à la terre du milieu (Strasbourg été 2017 – HK hiver 2018).
	Exposition : Bestiaire fabuleux (projet avec le collège Mente) septembre- octobre 2018.
	La semaine « Fantastique HK » : <ul style="list-style-type: none"> - Jack O'lantern et les betteraves grimaçantes : atelier famille les 24 et 31 octobre, - Médiéval et fantastique ! : visite thématique le 27 octobre, - La quête d'AR anel : balades elfiques les 27 et 28 octobre, - Quand la nuit tombe... : soirée le 31 octobre, - Chasseurs de vampires – escape game-jeu de piste organisé par la République du Wineland : le 29 octobre.
	Délicieux jardins, créatures fantastiques : Juin 2019.
	Participation aux projets portés par Alsace Destination Tourisme et la Route des châteaux et cités fortifiées d'Alsace sur cette thématique.
Mise en œuvre	Ingénierie interne : Tous les services mobilisés. Externe : prestataires et associations
	Exposition Du Haut-Koenigsbourg à la terre du milieu (Strasbourg été 2017 – HK hiver 2018).
	Exposition bestiaire fabuleux – Coût : RH.
	La semaine du fantastique (Services du HK et associations, prestataires)
	Délicieux jardins– Budget 20 000 € (manifestation + communication).
Ressources à mobiliser	Mission MCT, tous les services du château.
	Animations proposées par des prestataires et des associations.
Partenaires et services du Département associés	MCT, Dircom, ADT...

Echéancier	Semaine du fantastique (octobre 2018).
	Exposition Bestiaire fabuleux (sept. – oct. 2018).
	Délicieux Jardins (Juin 2019).
	Semaine du fantastique (octobre 2019).
Evaluation	Indicateurs de réalisation : <ul style="list-style-type: none"> - Nouvelles offres événementielles inscrites dans la stratégie d'innovation touristique donnée par Alsace Destination Tourisme pour la période 2017-2021 : « Vivre le fantastique des châteaux et cités fortifiées d'Alsace » qui révèlent la filière castrale.
	Indicateurs de résultats : <ul style="list-style-type: none"> - Estimation de la fidélisation du public local, - Estimation renouvellement public liée à ces nouvelles offres événementielles et de médiation culturelle.

PRIORITE	La valorisation de la filière castrale alsacienne
ENJEU	Articuler culture, tourisme et économie créative Révéler et valoriser la filière castrale alsacienne
OBJECTIF	Révéler la filière castrale alsacienne sous le double angle du patrimoine et de l'itinérance et des sports de nature

Action	Offre d'animation « Châteaux en sport »
---------------	--

Pilote :

**Mission Culture et Tourisme/Secteur du développement culturel et touristique
Mission Education Sport et Jeunesse/Direction des politiques éducatives et sportives
Mission Autonomie**

Descriptif de l'action	<p>Le chemin des châteaux forts d'Alsace a été inauguré en septembre 2016 (450 kilomètres, 80 châteaux, 1500 panneaux directionnels, 6000 attributs, de Wissembourg à Thann).</p> <p>Il s'agit de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diversifier les parcours de visites et de découverte du patrimoine castral et développer l'offre de randonnées sur la route des châteaux forts ; - Renforcer des actions sur les sentiers avec le club Vosgien et le Parc naturel régional du Massif des Vosges ; - Créer un Trail des châteaux forts ; - Intégrer dans ses nouvelles offres et événements la dimension Pratiques pour personnes en situation de handicap.
Mise en œuvre	<p>Etudes des opportunités de développement et élaboration de scénarios.</p> <p>Préparation du montage des événements en fonction des propositions retenues (parcours de visites, événements, offres adaptées en fonction de la nature des handicaps, réalisation du trail des châteaux...).</p> <p>Passage en CP.</p> <p>Réalisation des actions.</p> <p>Evaluation.</p>
Ressources à mobiliser	<p>RH des services du Département.</p> <p>Utilisation des crédits existants dans les domaines du sport, du développement touristique.</p>
Partenaires et services du Département associés	<p>Club Vosgiens, Alsace Destination Tourisme...</p> <p>MCT, MEJS, Mission Autonomie.</p> <p>DirCom.</p>
Echéancier	<p>2019 : préparation des scénarios.</p> <p>2020 à 2021 : mise en œuvre et bilan.</p>
Evaluation	<p>Indicateurs de réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration de scénarios pour les élus, - Formalisation des propositions retenues (rapport, convention de partenariat...). - Actions réalisées. <p>Indicateurs de résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nouvelles offres de randonnées, - Retours d'avis des personnes en situation de handicap.