



## Association des Parcs naturels du Massif central (IPAMAC)

**Coopération pour l'accueil en Massif central :**  
Les Bistrots du Massif central : la culture, facteur de revitalisation des derniers  
commerces de proximité ?

**Appel à projets**  
Pour la réalisation d'une étude socio-économique,  
sociologique et d'une exposition sur les bistrots des  
territoires ruraux du Massif central

### Cahier des charges

**Contact :**

➤ **Julia Steiner, chargée de mission**  
IPAMAC - Inter-Parcs Massif-Central  
Moulin de Virieu, 2 rue Benaj  
42410 PELUSSIN  
Tél : 04-74-59-71-70 / fax : 04-74-59-72-32  
Email : [julia.steiner@parcs-massif-central.com](mailto:julia.steiner@parcs-massif-central.com)

## Contexte

**1. L'association IPAMAC** (Inter Parcs du Massif Central), maître d'ouvrage du projet, a pour objet le développement économique et social des territoires fragiles de qualités patrimoniales et paysagères remarquables du Massif Central, par le biais d'actions novatrices conduites par les Parcs naturels régionaux et le Parc national des Cévennes.

Ces actions concourent à l'élaboration d'un projet territorial de développement durable du Massif Central, notamment pour :

- la mise en commun des savoir faire,
- la contribution à leur diffusion et transfert sur l'ensemble des territoires ruraux du Massif Central.

L'IPAMAC travaille sur trois thématiques :

- le développement du tourisme durable
- la préservation du patrimoine naturel (trame écologique)
- l'accueil de nouveaux arrivants

## **2. L'accueil de nouveaux arrivants et les projets des Parcs naturels du Massif central depuis 2007**

Depuis 2007, l'IPAMAC s'est attaché à des projets touchant la thématique de l'accueil de nouveaux arrivants en zone rurale. L'arrivée de nouvelles populations est en effet un enjeu fort pour les Parcs naturels du Massif central. Les territoires ruraux connaissent un attrait certain et pour une partie d'entre eux un renouveau démographique.

Ce renouveau peut être remis en cause par le déclin progressif de l'accès aux services qui impose de nouveaux modes d'organisation de la vie quotidienne et peut peser sur la qualité de vie. La mobilité des personnes et particulièrement des jeunes actifs étant de plus en plus forte, ces populations nouvelles sont parfois simplement « de passage » sur ces territoires, ce qui peut être mal compris ou perçu par les habitants plus sédentaires qui n'ont peut être pas le même rapport au territoire. C'est pourquoi, au-delà de l'accueil même de ces nouveaux habitants (emploi, logement, services), se pose la question des relations sociales. Quels liens entre les habitants qui arrivent, repartent, restent ou ne sont jamais partis ? Comment favoriser les interrelations sur ces territoires aux populations parfois très isolées ? Comment envisager le rapport à l'autre ? Comment « vivre ensemble » ?

Les Parcs naturels du Massif central ont ainsi proposé de faire appel au média artistique pour questionner et sensibiliser les habitants à l'accueil en vue de développer une véritable « culture de l'accueil » sur leurs territoires. Après avoir expérimenté cette idée lors du projet *Parcs en Résidences*, l'IPAMAC a poursuivi cette opération de sensibilisation des élus et habitants à l'accueil de nouveaux arrivants avec le projet *Vivre ensemble à la campagne*. (plus d'information sur ces projets sur <http://reseauculture21.fr/plateformeipamac/>)

## **3. Naissance d'un nouveau projet : les Bistrots du Massif central : la culture, facteur de revitalisation des derniers commerces de proximité ? »**

Aujourd'hui, dans la continuité de cette démarche, les Parcs naturels du Massif central, l'association Pays'Sage et la Chambre économique de Corrèze vont continuer à explorer le rôle de la culture dans l'attractivité des territoires et l'accueil de nouveaux arrivants en

travaillant sur le maintien et le développement des entreprises et la question du dernier commerce du village à travers l'exemple du « bistrot ».

Le **maintien et le développement des commerces** permettent d'assurer des éléments indispensables à l'attractivité des territoires, à la fois parce qu'il s'agit d'un critère participant à motiver l'installation de nouveaux arrivants et parce que ces services permettent de maintenir les territoires vivants.

Sur les territoires du Massif central, à la fois fragiles et dynamiques, le « bistrot », c'est-à-dire le restaurant, l'auberge ou le café, rendant aussi de nombreux autres services, reste souvent un des derniers commerces de la commune où les habitants « de souche » ou nouvel arrivant, visiteurs de passage, peuvent se retrouver... Un lieu où, au-delà du service rendu proprement dit, ces habitants et visiteurs peuvent trouver un espace de rencontre et d'échange.

Or, ces bistrots ont un équilibre économique précaire et souffrent parfois d'une désaffection de la population.

Ces lieux méritent que leur image soit revalorisée, afin d'amener une clientèle nouvelle et de (r)amener les habitants vers ces lieux de convivialité, dans un souci aussi bien économique que social. Ces bistrots, quand ils sont vivants, peuvent contribuer largement à donner une image attractive et accueillante d'un territoire.

Pour les territoires ruraux du Massif central, se pose la question de la viabilité économique de ces entreprises, qui, dans un contexte économique difficile, sont souvent condamnées au déclin. De nouvelles formes de développement économique doivent être proposées pour permettre de maintenir ces commerces.

La programmation culturelle peut être un des outils de développement de ces bistrots, notamment dans les territoires ruraux, qui disposent pour la plupart d'un faible maillage en équipement culturel. Un outil de développement car :

- le bistrot constitue un lieu de programmation pouvant pallier pour partie le manque de lieux dédiés sur le territoire ;
- il n'est pas simplement un lieu de spectacles ou d'animations et contribue à rompre l'isolement des populations sur ces territoires en attirant des publics qui ne seraient pas allés dans un lieu dédié à la culture ;
- la configuration d'un bistrot peut favoriser plus facilement l'échange entre le public qu'un lieu classique, surtout quand la gastronomie est mise à l'honneur ;
- la programmation d'événements dans les bistrots peut participer à la valorisation de leur image, en profitant de l'événement pour faire (re)venir une clientèle, mettre en avant la gastronomie et les savoir-faire locaux ;
- la programmation culturelle à l'échelle du Massif central peut permettre une circulation et donc une valorisation des artistes du Massif central

Proposer des programmations culturelles dans les bistrots présente ainsi clairement un **triple intérêt** : **favoriser une offre culturelle de proximité ; aider au maintien de ces bistrots comme lieux de vie et d'activité économique ; accompagner et valoriser les artistes du Massif central.**

C'est fort de ces constats que l'association Pays'Sage, active sur le PNR de Millevaches en Limousin, a par exemple mis en place les *Bistrots d'hiver*, programmations culturelles dans des auberges et restaurants du territoire tous les dimanches pendant la saison hivernale. De plus en plus sollicitée par des associations ou collectivités pour son savoir faire, l'association s'est posée la question de la pertinence d'échanger sur cette expérience. Des initiatives « similaires » existant déjà sur l'ensemble du Massif central, telles que les

animations culturelles du réseau *Bistrot de Pays* (*Show devant dans les Bistrots* qui propose chaque année une trentaine de dates dans les Bistrots de Pays de la Corrèze ou en Ardèche méridionale trois fois par an, au moins, les Bistrots de Pays s'engagent à programmer des animations culturelles, festives ou culinaires) ou les *Cafés Margot* dans le PNR du Morvan, l'idée est venue rapidement de travailler sur une coopération à l'échelle Massif central.

## Présentation du projet

### 1. Partenaires du projet

L'IPAMAC est le maître d'ouvrage du projet. Ses partenaires, sur les territoires desquels se déroulera l'étude sont :

- le Parc naturel régional des Volcans d'Auvergne
- le Parc naturel régional du Livradois-Forez
- le Parc naturel régional de Millevaches en Limousin en partenariat avec l'association Pays' Sage
- le Parc naturel régional des Grands Causses
- le Parc naturel régional des Monts d'Ardèche
- le Parc naturel régional du Pilat
- le Parc naturel régional du Morvan
- la Chambre économique de Corrèze (qui gère le réseau des Bistrots de Pays du département de la Corrèze)

### 2. Objectifs du projet

Au travers de cette mission, les Parcs du Massif central souhaitent :

- analyser des exemples de bistrots proposant une programmation culturelle pour en dégager les conditions de viabilité.
- enclencher un travail de créativité sur les bistrots ruraux de demain
- proposer des ressources/apporter des outils aux élus, techniciens, bistrotiers, qui veulent créer/rouvrir/maintenir/développer le bistrot d'une commune
- revaloriser les bistrots en donnant une image plus positive autour de leur rôle culturel.

### 3. Contenu de l'ensemble du projet

#### Objectifs généraux:

- ⇒ Questionner la viabilité économique des bistrots, derniers commerces de proximité et inventer des solutions pour leur permettre de trouver un équilibre et une nouvelle image
- ⇒ Maintenir ou recréer des lieux de vie, d'échange, de proximité, de partage dans les territoires ruraux pour favoriser l'intégration des nouveaux arrivants, la mixité sociale
- ⇒ Développer des moments de démocratie participative et de vie citoyenne
- ⇒ Contribuer à l'attractivité du Massif central, repéré comme un territoire dynamique en matière d'évènements/actions culturels ; valoriser l'action des partenaires culturels locaux
- ⇒ Participer au développement économique des territoires ruraux par :
  - le maintien de commerces de proximité
  - la valorisation des produits du terroir et des circuits courts

## **Axe 1 : Le bistrot des territoires ruraux, entre réalité économique et « représentation populaire »**

Action 1 : Etude action sur la viabilité économique et l'importance des derniers commerces de proximité dans les communes rurales :

- Etat des lieux des labels/démarches d'accompagnement existant à destination des commerces de proximité (points multiservices ; réseaux des bistrots de pays, des cafés de pays) + lieux ayant développé un modèle économique novateur,
- Sélection de cas type représentatifs et analyse de leur modèle économique, impact, clientèle (...).

Action 2 : Démarche sociologique :

Accueil en résidence d'un sociologue ou ethnologue mettant en avant le ressenti de la population par rapport aux lieux que sont ces derniers commerces de proximité. Quelle représentation de ces lieux, quelles pratiques, quelle mémoire ? Restitution d'un rapport d'analyse + d'une exposition vulgarisant cette analyse et illustrée par des photos, textes des rencontres avec les habitants, acteurs, élus, des territoires.

Action 3 : Création d'un guide méthodologique à destination des élus portant sur la création ou l'appui à apporter aux bistrots, derniers commerces de proximité.

La particularité de cette étude et de sa production : **la transversalité.**

Le regard porté sur les bistrots ne se veut pas segmenté. Il s'agit bien d'un travail d'une équipe qui va se nourrir de ses différentes approches, de ses différents regards, compétences, s'alimenter et nourrir sa recherche à partir d'échanges et points de vue divers. Fiches monographiques, guide méthodologique, exposition se feront collectivement, avec une équipe pluridisciplinaire composée a minima d'un économiste et d'un sociologue.

## **Axe 2 : Le Printemps des Bistrots**

Action 1 : « Printemps des Bistrots de Massif » :

Organisation de 3 à 5 « bistrots » par an sur chaque territoire de mars à juin pour créer le « Printemps des Bistrots de Massif ».

Action 2 : Transfert d'expérience pour l'accompagnement à la création de Bistrots et création/identification d'outils à destination des bistrotiers.

## **Axe 3 : Evaluation et transfert**

L'objectif de ce travail d'évaluation sera de :

- capitaliser ce projet pour pouvoir en faire bénéficier les autres territoires souhaitant se lancer dans une expérience similaire,
- proposer des pistes de réappropriation par les commerçants ou territoires eux-mêmes pour que ces projets puissent évoluer et perdurer sur du long terme.

## **Objet de la commande**

La production de cette mission sera :

- 16 monographies de bistrots
- la réalisation d'un guide méthodologique
- la réalisation d'une exposition

## I. Réalisation de 16 monographies

### A. Objectifs attendus

Les prestataires sont chargés de réaliser des monographies de 16 bistrots (2 bistrots par territoire partenaire du projet). Ces monographies alimenteront le guide méthodologique. Il s'agit de décrire la réalité socio-économique de ces lieux en analysant les conditions de viabilité mais aussi les points de fragilité de ces bistrots. Les monographies sont issues d'un travail d'équipe et du croisement des compétences, analyses et sensibilités d'un économiste et d'un sociologue.

Il s'agit de mixer des points de vue pour enrichir l'observation, l'analyse et les pistes d'évolution.

### B. Caractéristique des bistrots présélectionnés

Une présélection de bistrots sera réalisée par les Parcs. Cette présélection s'appuiera sur : le rôle de ces bistrots dans la vie locale (programmation culturelle, évènements, services à la collectivité, cafés-débats, ...), leur caractère exemplaire et original. C'est à minima des lieux où il est possible de prendre un café, installé dans des petites communes rurales n'ayant pas plus de 4 commerces. L'activité existe depuis plus de 2 ans et est ouverte toute l'année. Elle permet à minima de générer un revenu suffisant pour une personne.

Une sélection des 2 bistrots qui seront analysés par territoire sera ensuite réalisée avec l'équipe retenue lors de la première journée de rencontre.

### C. Contenu attendu des 16 fiches monographiques

La fiche monographique doit croiser le regard de l'économiste et du sociologue. Chaque monographie se décompose en 3 parties :

#### 1. Une description socio-économique et sensible

Sous l'angle économique seront notamment décrits : l'environnement économique, les services proposés, la répartition du chiffre d'affaire, les typologies de clientèle, l'investissement de départ du gérant, la forme juridique, la viabilité de l'activité, les étapes et efforts de développement et de modernisation, la performance environnementale et sociale de l'entreprise... La performance environnementale des bistrots étudiés sera prise par les Parcs ou leurs partenaires.

Sous l'angle sociologique seront notamment décrits : le parcours du gérant, son caractère, sa motivations, l'implication du commerce dans la commune et plus largement dans la vie locale, l'implication ou non de la collectivité locale, l'intégration aux réseaux, aux labels, la mémoire et les histoires locales, les représentations des différents acteurs de la communes par rapport au lieu, les attentes des habitants...

Sera également valorisé « l'invisible » : l'ambiance, la convivialité, les décors, le ressenti... Ce portrait sensible pourra être rendu par des formes autres que l'écrit comme le dessin ou la photographie (lien avec l'exposition).

#### 2. Une analyse

Au-delà de cette approche descriptive, il est attendu pour chaque bistrot un travail d'analyse permettant d'identifier les facteurs de réussite et les points de fragilité.

#### 3. Des préconisations innovantes

A partir de la compréhension de chaque bistrot analysé, l'équipe esquissera des pistes d'évolution du bistrot en renforçant les atouts du lieu et ceux du gérant, et apportant des solutions aux fragilités identifiées. C'est un travail de créativité, qui permet de proposer une vision et des scénarios d'avenir pour chacun des lieux (« le bistrot de demain »). Cette

réflexion sera participative avec des habitants, les Parcs et des partenaires locaux des territoires pour co-construire des solutions concrètes et viables, inventer le « bistrot de demain ».

#### D. Méthodologie de la mission

Nous attendons un travail d'observation et d'écoute sur le terrain ainsi qu'une approche participative contribuant à renforcer l'adhésion des habitants à leur bistrot. L'équipe proposera une méthode pour être en contact avec les habitants et les réalités locales, dans une logique d'immersion.

#### E. Productions attendues

- Une grille d'entretien avant la phase terrain
- les synthèses des entretiens/compte-rendu de réunions
- un rapport d'étude exhaustif des résultats et du travail mené dans le cadre de cette étude. A destination des techniciens du Parc, il constitue pour ces derniers un outil de travail et relate le contenu et les résultats de l'étude.
- les 16 fiches monographiques. Celles-ci seront mises en forme graphiquement. Elles devront être illustrées par des photographies à minima. L'équipe devra avoir l'accord et les droits des bistrotiers pour la diffusion de ces fiches et des illustrations.

## II. Réalisation d'un guide méthodologique

#### A. Objectifs attendus

Ce guide a pour objectif de donner des ressources, des outils, des solutions pour créer, rouvrir ou maintenir un bistrot sur une commune rurale en valorisant sa dimension culturelle. Il donne une vision d'avenir aux bistrots ruraux.

Ce guide s'appuie sur les 16 lieux étudiés dans le cadre de l'étude-action.

Il s'adresse aux bistrotiers, aux élus des petites communes rurales et aux agents de développement local.

Il existe déjà des démarches collectives formalisées (par exemple : bistrots de pays, démarches multiservices ruraux...) et des outils permettant le soutien/la création/le développement des bistrots. L'IPAMAC travaille sur un recensement de ces démarches. L'équipe d'étude s'y intéressera également en vue d'une intégration dans le guide.

Le guide méthodologique reprendra donc des éléments de méthode déjà connus, et sera enrichi par deux approches complémentaires :

- La dimension culturelle comme facteur de viabilité
- Une vision nouvelle du bistrot rural qui leur redonne de la valeur et une nouvelle image.

**Il s'agit donc de proposer un guide avec une entrée nouvelle.**

Ce guide se doit toujours d'être un objet réalisé collectivement (économiste, sociologue) : l'importance des regards croisés est un élément incontournable de ce cahier des charges.

#### B. Contenu attendu du guide

Ce guide se veut à la fois un objet pratique, maniable, utile et un bel objet. Afin de faciliter son utilisation, ce guide sera d'une soixantaine de pages maximum.

Il restituera à la fois :

- une synthèse des démarches existantes (type Bistrots de Pays, Points multi services ruraux...)
- les fiches monographiques en version synthétique pour permettre au public cible d'avoir des ressources/liens/exemples à visualiser, à contacter.
- des conseils
- des pistes d'action/solutions pour le maintien, la création d'un bistrot
- une bibliographie
- des contacts de personnes ressources.

#### C. Productions attendues

Ce guide méthodologique doit être réalisé d'un bout à l'autre : rédaction du guide, illustration, mise en page, édition en 1000 exemplaires minimum. Une coédition peut également être imaginée. Ce guide devra être également diffusable en version numérique. La proposition décrira les différents temps de validation de ce guide avec l'IPAMAC.

### III. Réalisation d'une exposition

#### A. Objectifs attendus

L'objectif de l'exposition est à la fois :

- de valoriser les bistrots étudiés/valoriser les bistrots ayant participé à la programmation culturelle du Printemps des Bistrots
- de diffuser les résultats des réflexions sur le « bistrot de demain »

Cette exposition circulera dans les bistrots et donnera une image positive des bistrots. Cette exposition doit être un bon support d'échange et de débat sur les territoires.

#### B. Méthodologie et déroulé de la mission

Le projet d'exposition sera élaboré à partir des rencontres de terrain. A l'issue de ces rencontres de terrain, l'équipe présentera à IPAMAC un projet d'exposition. Cette présentation décrira l'intention du projet, les sujets et les questions abordées par l'exposition.

#### C. Productions attendues

- la conception et la réalisation d'une exposition en 1 exemplaire destinée à être installée dans plusieurs lieux (type bistrot). Cette exposition devra circuler aisément et indépendamment de ses concepteurs. Elle devra être reproductible (devis de reproduction attendu). L'équipe devra avoir les droits et accords de toutes les personnes citées ou représentées dans l'exposition. IPAMAC aura les droits de propriété et de reproduction de l'exposition créée. Une convention précise concernant la cession des droits à la reproduction et diffusion sera signée entre l'équipe retenue et IPAMAC.

## Autres modalités

### 1. Caractéristique du projet

Territoires d'intervention/d'enquête :



Les PNR des Grands Causses, du Livradois-Forez, de Millevaches en Limousin, des Monts d'Ardèche, du Morvan, du Pilat, des Volcans d'Auvergne, du département de la Corrèze.

## 2. Suivi du projet

Le projet sera encadré par :

- **Un comité technique**

Un comité technique est chargé de suivre l'ensemble de la mission.

Il se réunira 3 fois à minima :

- **lancement du projet** : présentation des modalités d'organisation/d'étude par l'équipe retenue, définition du calendrier, des étapes du projet ; échanges autour des attentes des partenaires du projet ; sélection des bistrots étudiés.
- **une réunion suite à la rédaction des fiches monographiques et du rapport d'étude** : échange sur l'expérience terrain, validation des fiches, orientation de l'étude...
- **une réunion pour la validation du guide méthodologique (plan + contenu) + étude de la proposition de l'exposition ; validation du BAT du guide méthodologique avant impression**

D'autres rencontres pourront être organisées sur décision du comité technique ; des réunions téléphoniques auront lieu régulièrement pour le suivi du projet ; des rendus intermédiaires pourront être demandés par le comité technique.

- **Un comité de pilotage**

Ce comité sera composé du comité technique élargi aux directeurs et élus des Parcs intéressés et aux partenaires financiers du projet (DATAR Massif central ; Régions Midi-Pyrénées, Auvergne, Rhône-Alpes, Limousin, Bourgogne).

Ce comité se réunira deux fois :

- **lancement du projet** : validation du calendrier, de la sélection des bistrots sur proposition du comité technique.
- **clôture du projet** : restitution finale et échanges conclusifs autour du projet.

## 3. Calendrier du projet :

Date limite de réception des offres : **20 mars 2012- 12h30.**

En fonction du nombre de candidatures reçues, l'IPAMAC pourra faire une présélection des offres tenant compte de la commande et des critères de sélection indiqués ci-dessous.

L'IPAMAC auditionnera les candidats présélectionnés le **3 avril 2012 à Lyon.**

Calendrier de l'étude : avril 2012-avril 2013 : à l'équipe de proposer un calendrier prévisionnel du projet.

## 4. Budget maximum TTC

70 000 €.

Ce budget comprend l'ensemble des missions et productions indiquées dans ce cahier des charges.

**Date limite de la remise des offres : 20 mars 2012.**