

États généraux des acteurs albigeois

# albi

albi | la Cité épiscopale

## Tous ambassadeurs !

Présentation de la démarche de promotion du territoire albigeois - mai 2011





## | Sommaire |

Albi a appris par Philippe Bonnacarrère .....	p.03
Depuis le 31 juillet 2010... ..	p.04
La notoriété d'Albi renforcée .....	p.05
Albi, pleinement engagée dans la démarche .....	p.06
La promotion territoriale, un vecteur de développement par Stéphanie Guiraud-Chaumeil .....	p.16
La Charte des valeurs albigeoises .....	p.17
Tous ambassadeurs d'Albi ! .....	p.22
Les outils de promotion territoriale : le logo, portail web territorial, films, affiches... ..	p.24
Paroles d'acteurs... ..	p.28



© Pierre Béhar - Bailloide et Christophe Boubhé

## | Albi a appris |

« La reconnaissance mondiale accordée à Albi a élargi encore plus notre champ des possibles.

Une nouvelle trajectoire est à construire avec humilité. L'enjeu va bien au-delà d'un nombre de nuitées, de repas ou de touristes, même si tout ceci est respectable et important pour les professionnels.

L'enjeu Albigeois est celui des valeurs portées par notre communauté, de notre conscience patrimoniale, de notre capacité à tenir dans la durée des objectifs de qualité.

Les « États généraux locaux » ont dès l'automne permis de dresser un état des lieux, forces et faiblesses, de définir collectivement nos valeurs et nos objectifs. Et chacun s'est mis au travail.

A la lecture de ce supplément d'Albi mag vous mesurerez l'importance de ce travail. En six mois beaucoup a déjà été fait. Nous sommes dans le concret.

Je tiens à remercier tous ceux qui se mobilisent en pensant, entre autres

exemples, aux agents de la collectivité qui ont accepté de revoir leur régime de travail pour mieux accueillir nos visiteurs.

Nous construisons ensemble le nouveau contrat Albigeois, celui qui va permettre à notre ville d'aborder avec succès une nouvelle page de son destin dans un monde peu clément pour nos dimensions de ville.

Nous avons de grands atouts. « Culture-Patrimoine », « Enseignement supérieur et Recherche », « Économie et Innovation » sont les fers de lance de notre développement. Et, vous le savez, de nouveaux atouts se préparent.

La démarche de promotion territoriale et d'attractivité, validée par les acteurs Albigeois, issue des « États généraux locaux », issue du classement au patrimoine de l'Humanité, fédère tout cela.

Soyez en, tous, les Ambassadeurs. »

**Philippe Bonnacarrère,**  
maire d'Albi

# Depuis le 31 juillet 2010...

## > 31 juillet 2010

- classement de la Cité épiscopale d'Albi au patrimoine de l'Humanité.

## > 4 octobre 2010

- réunion publique de lancement des États généraux.

## > Octobre-novembre 2010

- réunions publiques de concertation autour de l'attractivité de la ville d'Albi (3 ateliers)
- 15 novembre 2010 : réunion de synthèse des États généraux locaux, présentation des valeurs albigeoises conformes aux valeurs de l'UNESCO et annonce d'un plan d'actions visant à la promotion territoriale.

## > Novembre 2010

- Albi, lauréat national de la « Fleur d'Or » remise par le comité des villes et villages fleuris.

## > 16 et 23 février 2011

- installation du comité d'éthique (chargé de l'élaboration de la charte des valeurs albigeoises) et du comité de promotion et d'attractivité territoriale.

## > 16 mars 2011

- validation par le comité d'éthique de la charte des valeurs albigeoises.

## > Avril 2011

- label jardin remarquable attribué au parc Rochegude par le ministère de la Culture.
- début des travaux d'aménagement Boulevard Sibille d'une aire de dépose et de reprise pour les autocars de tourisme. Première tranche du parking des autocars de la Milliassole.

## > Avril 2011

- lancement de la construction de l'hôtel d'entreprises du parc technopolitain Albi InnoProd.

## > 20 avril 2011

- reconduction de l'Agenda 21 local France de la ville d'Albi au titre de la qualité d'avancement de sa démarche de développement durable.

## > 26 avril 2011

- déclaration officielle d'ouverture du chantier des Cordeliers (salle de spectacles et de congrès, cinéma, parking).

## > 23 mai 2011

- bilan d'étape six mois après les États généraux, présentation de la charte des valeurs albigeoises et lancement de la démarche ambassadeurs *Albi, la Cité épiscopale*.

## > Juin 2011

- ouverture d'un second point d'accueil de l'office de tourisme au 21, place Sainte-Cécile.

## En chiffres...

- > **10 millions d'euros** : estimations des retombées médiatiques depuis le classement UNESCO
- > **+ 48 %** pour la fréquentation de l'Office de tourisme au mois de septembre 2010, **+ 139 %** en novembre et **+ 145 %** en décembre...

## Chiffres de la fréquentation touristique entre avril 2010 et avril 2011 :

- > **+ 37 %** pour la cathédrale Sainte-Cécile ;
- > **+ 41 %** pour le musée Toulouse-Lautrec ;
- > **+ 62 %** pour l'office de tourisme.

# La notoriété d'Albi renforcée | une couverture médiatique exceptionnelle |

+ de 800 sujets dans la seule presse française ! (presse écrite, radios, web, tv)

Dimanche 1<sup>er</sup> août 2010, passée 4h du matin heure française, les agences mondiales France presse et Reuters sont les premières à annoncer sur les téléscripteurs des rédactions « France - la Cité épiscopale d'Albi inscrite au patrimoine mondial »... Moins de cinq heures plus tard, des équipes télévisées étaient installées place Sainte-Cécile et ouvraient la voie à plus d'un millier de sujets à travers la presse nationale et internationale !



## Quelques « Unes » françaises...

- > « Albi la rouge, perle de l'humanité » (*La Croix*)
- > « Albi a enfin droit de cité » (*Le Figaro*)
- > « Reconnaissance mondiale pour Albi », (*Le Monde*)
- > « Albi rejoint le patrimoine de l'UNESCO » (*Libération*)
- > « L'Unesco a choisi Albi » (*France Soir*)
- > « Un symbole de puissance en briques ocre » (*Le Républicain Lorrain*)
- > « Un hommage à la beauté d'Albi la rouge » (*Le Figaro*)
- > « Albi devient cité du monde » (*Le Pèlerin*)

## ... et dossiers spéciaux

- > « Albi Les grands projets en question » (*Le Point*, du 5 mai 2011)
- > « Albi vue du ciel » (*Le Pèlerin* du 17 février 2011)
- > « Albi sacrée par l'UNESCO » (*Connaissance des arts*, hors série 2010)
- > « Albi, la cité solaire » (*L'esprit du Sud-Ouest*, mai 2011)
- > « Albi l'étonnante » (*Massif Central*, avril-mai-juin 2011)
- > « Albi, unique au monde » (*Midi-Pyrénées magazine printemps 2011*)



# Albi | pleinement engagée dans la démarche |

Le 15 novembre dernier, les États généraux des acteurs albigeois s'achevaient sur la présentation publique du « contrat » des États généraux.

À l'issue de quatre réunions publiques thématiques ayant mobilisé près de 1 500 Albigeois, ce plan d'actions listait de nombreuses initiatives identifiées comme pertinentes pour contribuer à l'adaptation de notre territoire au nouveau « statut patrimoine mondial » d'Albi.

Six mois plus tard, alors que la haute saison touristique approche, un bilan d'étape vous est proposé sous forme de synthèse (non exhaustive) :



## Création d'un comité d'éthique...

Ce comité, chargé d'élaborer la *Charte des valeurs albigeoises*, encadre l'usage de la nouvelle marque territoriale *Albi, la Cité épiscopale*, contrôle son usage et arbitre, le cas échéant, les litiges au regard de la Charte. Il est composé de personnalités qualifiées (historiens, responsables associatifs et économiques...) aptes à apprécier ces questions. Installé le 16 février, le comité s'est déjà réuni à trois reprises et a approuvé la Charte le 16 mars dernier (cf. page 17 ou [www.albi.fr](http://www.albi.fr)).



## ... et d'un comité de promotion

Ce comité de promotion et d'attractivité territoriale a été installé le 23 février et a pour mission de proposer des initiatives et actions collectives de promotion du territoire. Ses membres (responsables économiques, culturelles, associatifs, institutionnels...) sont invités à être conseillers en matière de développement territorial et à promouvoir l'ouverture internationale de l'Albigeois (enseignement supérieur, export, coopération...). Le 18 mai dernier, réunis conjointement avec le comité d'éthique, ses membres ont pu amender les premiers outils de promotion proposés par la ville.



## Office de tourisme : réussir l'accueil pour tous

L'office de tourisme dispose désormais d'un local supplémentaire situé à l'emplacement du BIJ, place Sainte-Cécile. Pour améliorer les conditions d'accueil des touristes, cet espace réaménagé, permet notamment un meilleur accueil des personnes à mobilité réduite.

Par ailleurs, l'office de tourisme poursuit l'amélioration de son offre d'accueil dans les locaux situés au palais de la Berbie.

**> Aménagement d'un local supplémentaire : 40 000 euros HT**



## Collégiale Saint-Salvi : Restauration de la façade nord

Le budget municipal 2011 a retenu des investissements sur le patrimoine de la Cité épiscopale, avec notamment la rénovation de la façade nord de la collégiale Saint-Salvi, après la réalisation d'importants travaux intérieurs en 2010.

### Cathédrale Sainte-Cécile

Des travaux de restauration de l'orgue et d'une partie des peintures des voûtes de la cathédrale ont également été menés par l'État.

**> Rénovation de la collégiale : 350 000 euros (prévisionnel 2011)**



## Une aide pour embellir les façades

Dans la continuité des opérations d'embellissement et de mise en valeur du patrimoine, la ville d'Albi poursuit son action d'aide aux propriétaires. Le conseil municipal a décidé d'étendre le périmètre d'action sur l'ensemble du secteur sauvegardé. 242 façades ou éléments d'architecture ont été recensés comme éligibles à une subvention ! (Plus d'infos : 05 63 49 13 81 ou [www.mairie-albi.fr](http://www.mairie-albi.fr))



## La Cité épiscopale a son site

Depuis le 23 mai, la ville d'Albi a lancé un site internet exclusivement dédié à la Cité épiscopale d'Albi. Il présente l'ensemble des connaissances historiques, architecturales, urbanistiques consacrées au bien classé. Plus de 120 pages sont actuellement disponibles à la consultation. Il sera traduit rapidement en plusieurs langues ([www.cite-episcopale-albi.fr](http://www.cite-episcopale-albi.fr)).

> Site Internet : 30 000 euros HT



## Opérations respect de la qualité urbaine

Les opérations qualité sur le domaine public mises en œuvre au travers de la Charte de qualité urbaine (façades commerciales, enseignes et terrasses) se poursuivent en étroite collaboration avec les commerces et l'hôtellerie-restauration. Des opérations préventives et de contrôle, en vue d'assurer un meilleur partage de l'espace public, sont aussi menées tout au long de l'année.



## Confortement des Berges du Tarn

La rivière Tarn qui traverse la ville d'Albi participe incontestablement à la qualité de vie en Albigeois. Cependant, la force des eaux emmène régulièrement les berges, ce à quoi s'ajoutent de nombreuses infiltrations d'eau... Un effort financier important est engagé et des travaux de confortement dans le secteur de Gardès sont désormais programmés.

> Première tranche de confortement des berges : 410 000 euros



## Le projet culturel albigeois, partagé et désormais écrit !

En mai dernier, la ville d'Albi a présenté le projet culturel auquel la quasi-totalité des acteurs de la vie culturelle albigeoise ont participé pour en définir les orientations. Pas moins de 55 entités culturelles ont participé aux rencontres et ateliers organisés sur ce projet.



## Dépose minutes pour les touristes

La place de l'Amitié entre les peuples n'étant plus disponible en raison du chantier de construction des Cordeliers, une aire a été créée pour déposer les touristes à l'entrée de la Cité épiscopale. Quatre places viennent ainsi d'être aménagées le long du boulevard Sibille et permettent aux groupes d'accéder directement au centre historique et de reprendre le car au même endroit après leur visite.

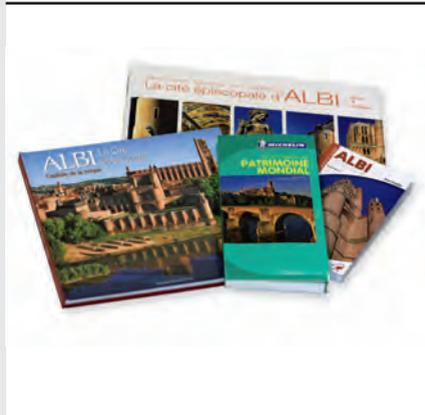
> Aire de pose et de dépose des touristes boulevard Sibille : 35 000 euros HT



## Un espace pour autocars

Durant la journée, les autocars sont dirigés vers une aire de stationnement réalisée rue de la Milliassole, au Maranel. Une vingtaine d'emplacements d'autocars sont prévus dans un premier temps. Cette aire pourra également accueillir, d'ici l'été 2013, une centaine de véhicules légers (touristes en saison ou spectateurs du stadium).

> Aire de stationnement des autocars (2011) : 230 000 euros HT



## Publications sur la Cité épiscopale

Le classement de la Cité épiscopale a donné lieu à l'édition d'ouvrages : *Albi, la Cité épiscopale, capitale de la brique* (par les historiens J.-L. Biget et H. Bru, Ed. Grand Sud), *La Cité épiscopale, patrimoine mondial* (par R. Gilabert et J. Poitte, Ed. Un Autre Reg'Art), *le guide historique et touristique des rues du Vieil Alby* (A. Soriano), mais aussi les guides touristiques comme la première édition du *Guide vert Michelin des sites français à l'UNESCO* dont Albi fait la couverture, et le nouveau *guide pratique Albi, cité épiscopale* (Coll. La ville en poche).



## Un espace d'interprétation à la Berbie

Un espace d'interprétation consacré à la Cité épiscopale et au palais de la Berbie ouvrira au musée Toulouse-Lautrec. En complément de la salle des pavements où le visiteur pourra découvrir les vestiges du palais du XIII<sup>e</sup> siècle, panneaux et objets expliqueront la Cité épiscopale d'un point de vue historique, patrimonial et architectural.



> Véhicules électriques de la mairie : 35 000 euros HT

## L'électrique dans les rues d'Albi

L'entreprise de transports Rivals a expérimenté cet hiver un véhicule électrique Renault pour assurer les livraisons dans le centre historique. Pour sa part, la ville d'Albi est déjà équipée de véhicules légers électriques, tout comme la boulangerie La Mie Caline qui en utilise un pour ses espaces de vente.



## Engouement partagé

L'association *Les valeurs de l'Albigeois*, rassemblant entreprises et acteurs locaux, a remis son premier trophée à la ville d'Albi pour son implication dans le classement de la Cité épiscopale au patrimoine mondial de l'UNESCO. Au-delà de cette récompense, c'est l'appropriation du Bien classé à l'UNESCO et le partage de la connaissance des enjeux de gestion qui progressent au sein des acteurs albigeois.



## CCI Améliorer l'accueil du client

La CCI du Tarn propose depuis 2007 aux commerçants de les accompagner dans une démarche visant à améliorer l'accueil des clients. Une Charte qualité accueil écoute conseil, définie au niveau national, en précise les grandes orientations et les modalités. Une vingtaine de commerçants ont été labellisés à Albi en 2011 ([www.tarn.cci.fr](http://www.tarn.cci.fr)).



## InnoProd : c'est parti !

Les travaux de la Technopôle d'Albi sous maîtrise d'ouvrage de la Communauté d'agglomération ont commencé avec la construction d'un « hôtel » qui abritera des entreprises du secteur tertiaire spécialisées dans le service et le développement des entreprises innovantes installées sur cette zone d'activité.



## Un musée encore plus ouvert

Compte tenu de la hausse de la fréquentation du palais de la Berbie, le musée Toulouse-Lautrec a revu ses horaires d'ouverture, notamment pendant la période estivale où le musée est désormais ouvert tous les jours du 21 juin au 30 septembre de 9h à 18h en continu. L'ouverture a été également modifiée d'octobre à décembre ainsi qu'en février.



## À l'heure albigeoise...

L'amplitude horaire des lieux à fréquentation touristique a été adaptée. C'est le cas au musée Toulouse-Lautrec (cf. ci-dessus), à l'Office de tourisme (9h-19h pendant l'été), à la cathédrale, à la collégiale et au cloître Saint-Salvi. Plusieurs commerces ont également déjà revu leurs horaires d'ouverture pour répondre à la demande de la clientèle touristique.



## Sainte-Cécile développe son accueil

Depuis janvier, les gardiens de la cathédrale sont dotés d'un uniforme qui les rend facilement repérables. Le texte de l'audioguide qui se décline en neuf langues a été revu avec un regard à la fois historique, patrimonial et spirituel. Pendant la saison touristique, des visites spirituelles de la cathédrale, des conférences sur la Cité épiscopale et des concerts sont programmés. Une réflexion, à plus long terme, est aussi menée en vue de créer un nouveau circuit de visite du chœur et d'aménager une nouvelle boutique.



## Police municipale : 7 jours sur 7

En période estivale, du 1<sup>er</sup> juin au 30 septembre, période où les visiteurs seront particulièrement nombreux, les agents de la Police municipale assureront 7j/7j (avec des plages horaires adaptées), une présence pédestre ou à vélo dans le périmètre de la Cité épiscopale. Cette évolution répond à la hausse significative de la fréquentation touristique. La police nationale a également confirmé une présence renforcée.



## Jardins remarquables : et de deux !

La ville, qui s'était portée candidate pour obtenir un deuxième label *Jardin remarquable* au bénéfice du parc Roehgude, a remporté l'adhésion puisque la distinction a été accordée en fin d'année 2010. Avec le jardin du palais de la Berbie, il constitue un patrimoine naturel, historique et esthétique d'une grande valeur.



## Aller au-devant des touristes

Aux entrées de la Cité épiscopale, des saisonniers de l'Office de tourisme, parlant anglais et espagnol, seront placés cet été à des points stratégiques sur les circuits touristiques pour accueillir et informer les touristes. L'office de tourisme déploiera aussi en partenariat avec le milieu associatif un service d'accueillants bénévoles (« greeters ») chargés de renseigner les touristes et de leur faire partager leur passion pour Albi.

> Subvention supplémentaire : 15 000 euros



## Aire de service pour les camping-cars

Une nouvelle aire de service pour camping-cars sera créée dans le courant de l'été à la base de loisirs de Pratgraussals. Complémentaire à celle située avenue Albert Thomas, elle sera équipée d'un point d'eau potable, d'un espace vidange et disposera de conteneurs. De plus des panneaux d'information seront mis en place.

> Aménagement de l'aire : 42 000 euros HT



## Fac : deux nouvelles formations

Dans une optique de complémentarité avec l'université de Toulouse et avec la volonté d'inscrire encore davantage la formation dans le territoire, le centre universitaire développe, à la rentrée prochaine, deux nouveaux masters, l'un sur l'ingénierie du développement territorial dans les villes de taille moyenne, l'autre portant sur les études internationales spécialisées en stratégies culturelles.



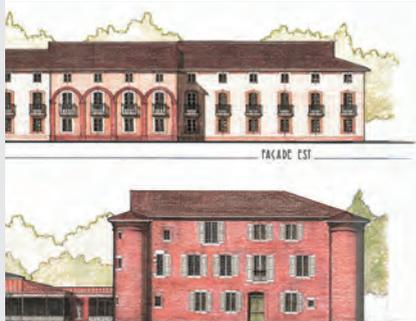
## Parler les langues étrangères

L'ouverture internationale de notre territoire nous invite tous à développer nos compétences linguistiques pour mieux renseigner, échanger et partager avec nos hôtes. La maîtrise de l'anglais est incontournable en la matière et les initiatives se multiplient (formations de commerçants par la CCI, formation d'une soixantaine d'agents de la ville, café langues...)



## TV : La Cité épiscopale à l'écran

Dans la dynamique du classement à l'UNESCO, la ville d'Albi s'est mobilisée pour accompagner et renseigner plusieurs centaines de médias français et étrangers. Citons par exemple le reportage de 30 mn de la télévision publique japonaise NHK, l'émission *Chabada* sur *Pause Guitare* diffusée prochainement et, cet automne l'émission *Des Racines et des ailes*, qui présentera la Cité épiscopale d'Albi.



## Création d'une résidence hôtelière

Les États généraux avaient pointé la question de l'évolution de l'offre hôtelière. Le château de Cantepau, monument du XVIII<sup>e</sup> siècle classé depuis 1978, va faire l'objet d'une profonde rénovation en vue de devenir une résidence hôtelière et de tourisme dotée de 60 chambres et d'un restaurant dans le style d'une brasserie art déco de 160 couverts environ. Le château, ouvert aux spectacles et aux séminaires, ouvrira courant 2012. Une trentaine d'emplois sont d'ores et déjà annoncés.



## Passerelle piétonne sur le Tarn

La Communauté d'agglomération de l'Albigeois a lancé une étude de réalisation d'une passerelle de 190 m piétons-vélos en encorbellement sur le pont SNCF situé au-dessus du Tarn. Ce projet doit permettre de faciliter les liaisons entre les deux rives, plus particulièrement entre la base de loisirs de Pratgraussals et le Castelvial.



## Université d'été

Une université d'été se tiendra pour la première fois, durant quinze jours en juillet, dans les locaux de l'École des Mines sur le thème des énergies renouvelables et de la création d'entreprises innovantes. Organisée par la C2A et l'Emac en partenariat le Pôle régional d'enseignement supérieur (PRES) de Toulouse, l'école d'ingénieurs 2IE du Burkina-Faso et l'université de Sherbrooke (Québec), cette manifestation accueillera des participants de France et de l'étranger.



## Une voirie en harmonie

Après la rue de la Grand'côte, la réfection complète de la rue du Castelvieu sera réalisée afin de favoriser un meilleur partage de la voirie entre les piétons, les cyclistes et les automobilistes. Ces travaux qui prévoient une mise à niveau des trottoirs et de la chaussée seront menés après la saison estivale.



## Grands événements

La ville d'Albi a pour objectif de renforcer son programme d'événements participant à l'attractivité albigeoise. Cet été, l'organisation d'une nouvelle édition de Pause Guitare, début juillet, les Championnats de France Élite d'athlétisme, un an avant les Jeux Olympiques, ou encore le Grand prix d'Albi constituent des temps forts qui attirent des milliers de spectateurs de toute la France.



## L'UNESCO, la suite

Les réunions du Comité de bien sont désormais des rendez-vous réguliers pour les partenaires de la gestion de la Cité épiscopale. Le premier rapport d'actualisation du plan de gestion depuis le classement a été adressé fin janvier 2011 à l'UNESCO. Il est à noter que le bien est soumis tous les deux ans à une évaluation de sa conservation et de sa gestion. Par ailleurs, la ville fait l'objet de nombreuses sollicitations pour intervenir dans des colloques, en France comme à l'étranger.



## Mieux connaître le patrimoine

Conformément à ce qui a été annoncé, une cartographie consistant à identifier les zones susceptibles de représenter un intérêt archéologique, va être menée par le service régional d'archéologie. Les modalités de réalisation d'un inventaire du patrimoine bâti de la Cité épiscopale sont également en cours de définition entre la Région et la ville d'Albi.



## L'été : Place(s) aux artistes !

Festival gratuit proposé pour la troisième édition par la ville d'Albi durant tout l'été, Place(s) aux artistes invite notamment les touristes de passage à prolonger leur visite à Albi en profitant des spectacles et des animations présentés sur les places, au cœur de la Cité épiscopale.



## A68, rocade, trains, RN88 : Albi de plus en plus accessible

D'importants travaux d'infrastructures routières et ferroviaires sont menés pour améliorer les déplacements. L'accessibilité du territoire est un enjeu majeur autant pour ses habitants que pour l'activité économique. Elle participe de l'attractivité albigeoise.

- Doublement de la rocade (achèvement en 2014) cofinancée par l'État, la Région, le Département et la communauté d'agglomération pour 37,75%.
- Doublement de la voie SNCF entre Toulouse et Saint-Sulpice (fin en 2013) permettant l'augmentation des fréquences des trains.
- Mise à 2X2 voies de la RN 88 entre Albi et Rodez.



**> Coût global des investissements :  
250 millions d'euros**

# La promotion territoriale

## | vecteur de développement |

« La visibilité nouvelle d'Albi apportée par le classement au Patrimoine mondial constitue une opportunité exceptionnelle de développement territorial.

Les États généraux locaux organisés en automne dernier ont démontré que la Cité épiscopale était déjà en soi un élément important d'attractivité. Mais l'Albigeois a d'autres atouts, d'autres attraits : la vie culturelle, la qualité de l'enseignement supérieur et de la recherche, les milliers d'entreprises du territoire albigeois, l'innovation et les performances industrielles, un cadre de vie préservé...



Pour mettre en valeur ces atouts, la pertinence d'une démarche de promotion territoriale a été retenue. Conforme aux valeurs de l'UNESCO, la Charte des valeurs albigeoises sera le référentiel qualitatif des actions entreprises.

Cette démarche est fédératrice. Elle doit en effet permettre à tout Albigeois, quelle que soit son activité, de s'inscrire dans cette dynamique. Cette action est aussi au service de l'agglomération, du département et de la région. Attirer de nouveaux habitants, intéresser des investisseurs économiques, accueillir de nouveaux étudiants et de nouveaux chercheurs dans l'un des dix-sept établissements d'enseignement supérieur de l'Albigeois et bien sûr, séduire de nouveaux touristes, sont les objectifs de la promotion territoriale qui s'engage.

Ouvrir notre territoire à l'international, se mobiliser pour en promouvoir les atouts, telle est l'invitation faite à chacun de vous pour être « ambassadeur » de notre territoire, « ambassadeur d'Albi, la Cité épiscopale ». Bien sûr, seule l'inscription dans la durée et un engagement durable apporteront des résultats profitables à tous. Nous vous proposons d'enclencher en 2011 la dynamique pour la développer progressivement ensemble.

J'ai plusieurs convictions :

- le classement au Patrimoine de l'Humanité est un point de départ pour Albi.
- l'inscription est intervenue au meilleur moment, celui où Albi, comme les autres villes moyennes, est à la recherche d'un nouveau modèle de développement.
- le classement fait le lien entre les différents enjeux du territoire albigeois.

Je suis convaincue, avec tous mes collègues de la ville et de l'agglomération, que les nombreuses actions déjà entreprises témoignent de notre capacité à progresser ensemble, avec ténacité et confiance. »

**Stéphanie GUIRAUD-CHAUMEIL**

Adjointe au maire d'Albi, vice-présidente du bureau de la Communauté d'agglomération de l'Albigeois

# La Charte | des valeurs albigeoises |

Document de référence, la charte des valeurs albigeoises validée par le comité d'éthique le 16 mars dernier, donne les orientations fixées lors des États généraux. Déclinée en sept valeurs retenues à l'issue des États généraux locaux, elle définit un cadre pour tous les ambassadeurs qui s'engagent à les mettre en œuvre au travers d'actions individuelles ou collectives.

## I préambule

Au cours des siècles passés, Albi a su préserver son patrimoine exceptionnel des aléas de l'Histoire. L'attachement des Albigeois à leur cité, les valeurs qui sont les leurs, président à la « conscience patrimoniale » dont ils témoignent.

Le 31 juillet 2010, la Cité épiscopale d'Albi a été classée par la communauté internationale au Patrimoine de l'Humanité. Le comité du Patrimoine Mondial a approuvé à l'unanimité cette décision, reconnaissant la valeur universelle exceptionnelle de cet ensemble urbain.

Conscients des enjeux nouveaux, conséquences de ce classement prestigieux, les acteurs Albigeois ont participé nombreux aux *États généraux locaux* organisés à l'automne 2010.

Cette démarche mobilisatrice a permis d'affirmer que ce nouveau statut ouvrait des perspectives importantes pour notre territoire, au-delà de la dimension patrimoniale et touristique. S'ouvrir au monde en étant riche de cette identité prend tout son sens.

Cette reconnaissance internationale appelle une prise de conscience de la part des Albigeois à valoriser l'ensemble des atouts culturels, patrimoniaux, économiques ou encore universitaires... de la ville, au-delà du seul périmètre classé par l'UNESCO.

L'attractivité et la visibilité nouvelle d'Albi constituent un levier de développement d'autant plus formidable qu'il sera en harmonie avec les valeurs albigeoises auxquelles nous sommes attachés. Les Albigeois d'aujourd'hui sont garants du respect et de l'authenticité des valeurs humaines qui accompagnent depuis des siècles la Cité épiscopale.

La présente Charte approuvée par le comité d'éthique\* en mars 2011, se veut le reflet de ces valeurs et vise à permettre à l'ensemble des acteurs albigeois d'y trouver un référentiel partagé.

Cette charte se veut socle de référence et non contrainte. Elle s'efforce à exprimer ce qui constitue le véritable patrimoine immatériel des Albigeois, ce qui les invite à se tourner avec enthousiasme vers l'avenir.

*\*représentants de la société civile, historiens, acteurs associatifs, culturels, sportifs et du monde économique nommés par le Maire d'Albi à l'issue des États généraux locaux*

# La Charte

## | des valeurs albigeoises |



| Valeur |

### **Les Albigeois**

Les acteurs du territoire albigeois sont invités à :

- placer la relation humaine au cœur de leurs préoccupations et les valeurs avant la commercialisation ;
- rechercher les actions d'intérêt collectif au sens de fédérer les Albigeois autour des atouts d'aujourd'hui et de demain de leur territoire ;
- veiller à la dimension familiale et intergénérationnelle, à la mixité sociale et à l'accessibilité de notre ville et plus généralement à un modèle durable de développement.



## | Valeur |

### **Albi, ville choisie : un art de vivre et une qualité de vie**

Les acteurs du territoire albigeois sont invités à :

- préserver la qualité de vie qui réside, en Albigeois, dans l'équilibre d'une ville moyenne à échelle humaine ;
- avoir le souci de maintenir Albi comme un site historique vivant, adapté aux fonctionnalités d'aujourd'hui, partagé entre les Albigeois et les visiteurs ;
- valoriser l'appartenance d'Albi à la France du Sud-Ouest, réputée pour son art de vivre, à une Occitanie fière de ses traditions.



## | Valeur |

### **La qualité**

Les acteurs du territoire albigeois sont invités à :

- concevoir l'accueil comme le premier moment partagé avec nos visiteurs et y attacher l'exigence de qualité la plus élevée possible ;
- être ambassadeurs du territoire albigeois afin de répondre aux souhaits et besoins des visiteurs qui se sentiront ainsi attendus et témoins d'une attention particulière pour qu'ils y vivent une remarquable expérience humaine ;
- proposer des services personnalisés, des produits, des organisations, des savoir-faire, des rapports humains de qualité : gentillesse, ouverture, écoute, disponibilité... ;
- proposer des biens et services d'une haute qualité afin de concourir à la valorisation de l'image du territoire et susciter une appréciation positive durable ;
- inscrire leur action dans un cadre général de qualité et accepter que cette qualité puisse être évaluée, suivie.

# La Charte I des valeurs albigeoises I



## I Valeur I

### **L'authenticité**

Les acteurs du territoire albigeois sont invités à :

- promouvoir une authenticité en phase avec les éléments historiques de la Cité épiscopale ;
- favoriser tout bien ou service s'attachant à valoriser une singularité albigeoise (existante ou créée).



## I Valeur I

### **Une opportunité pour chacun, une chance pour tous**

Les acteurs du territoire albigeois sont invités à :

- se reconnaître pleinement acteur, chacun pouvant se saisir d'opportunités nouvelles suite au classement au patrimoine mondial qui doit être une chance pour tous. Toute activité, tout quartier, toute génération peut participer, accompagner, être acteur et ambassadeur de notre territoire ;
- veiller par solidarité à ce que les acteurs les plus dynamiques entraînent ceux les plus éloignés de cette démarche et à ce que chaque quartier du territoire Albigeois soit concerné par ce développement ;
- s'ouvrir, et se former si besoin, aux métiers dont notre ville aura besoin demain comme être en mesure de conserver, retrouver, développer les savoir-faire traditionnels.



## | Valeur |

### **Histoire et modernité, patrimoine et innovation**

Les acteurs du territoire albigeois sont invités à :

- considérer l'identité et l'histoire d'Albi comme supports de nouveaux développements ;
- conjuguer histoire, passé, patrimoine avec modernité, innovation, nouveautés ;
- promouvoir une identité territoriale basée sur l'histoire, l'alliance de la culture et du patrimoine, en même temps que la modernité, l'alliance de l'innovation et de l'aptitude à accompagner le changement ;
- exprimer leurs talents et permettre à chaque génération de laisser son empreinte dans la ville par ce qu'elle sait faire de mieux et qui permettrait d'échapper à la désespérante banalisation des villes.



## | Valeur |

### **L'ouverture à l'international**

Les acteurs du territoire albigeois sont invités à :

- mettre en œuvre le nouveau statut international d'Albi, ville du monde, en portant un intérêt renforcé à la vie internationale, en s'ouvrant à toutes les nationalités et à toutes les cultures, en poursuivant la coopération décentralisée ;
- participer au rayonnement d'Albi et à sa visibilité internationale par le développement de relations extérieures tout en renforçant la culture d'entreprise ;
- être ambassadeurs à l'extérieur d'Albi en mettant en valeur le potentiel du territoire albigeois et surtout de ses acteurs et de leur dynamisme.



## Tous ambassadeurs d'Albi !

- Vous êtes fiers de vivre sur le territoire albigeois ou aux alentours ?
- Vous aimez Albi et avez envie de la faire découvrir ?
- Vous souhaitez contribuer au dynamisme du territoire ?

### | Rejoignez la démarche des ambassadeurs ! |

Que vous soyez habitant, entrepreneur, membre d'une association, étudiant, commerçant, artisan, acteurs du monde culturel ou sportif, ou tout simplement passionné par Albi, participez activement au rayonnement et à l'attractivité du territoire albigeois.

Plus d'infos : 05 63 49 14 35 - [www.albi.fr](http://www.albi.fr)



### **| Pourquoi ? |**

Le classement de la Cité épiscopale a créé un véritable engouement pour la ville et son territoire. La chance est donnée à tous de devenir acteur de cette dynamique sur le plan personnel ou professionnel.

### **| Quelles sont les missions ? |**

**Connaître** et faire connaître autour de soi le territoire albigeois et ses atouts patrimoniaux, culturels, économiques, scientifiques, naturels...

**Pouvoir accueillir** des visiteurs de France ou de l'étranger en Albigeois, voire leur donner envie d'y vivre et/ou d'y investir ou d'y étudier.

**Susciter** et participer à des initiatives individuelles ou collectives contribuant à sa promotion.

**Inviter** d'autres personnes, d'ici ou d'ailleurs, à être à leur tour ambassadeurs d'Albi

### **| Quel est l'intérêt ? |**

- Participer pleinement au rayonnement et à l'attractivité du territoire
- Avoir accès à des outils de promotion du territoire albigeois
- Partager les informations sur la vie locale
- Se faire connaître grâce au portail [www.albi.fr](http://www.albi.fr)
- Intégrer un réseau fédérant des acteurs partageant un même objectif

### **| Comment ? |**

Pour devenir ambassadeur, il suffit de partager les valeurs albigeoises présentées dans la charte et de remplir le formulaire de candidature en ligne disponible sur [www.albi.fr](http://www.albi.fr) ou en mairie. Une fois retenus comme ambassadeur, vous pourrez bénéficier des outils de promotion territoriale mis à disposition des ambassadeurs sur le site.

# Les outils de promotion territoriale

## Le logo | d'Albi, la Cité épiscopale

La reconnaissance de la Cité épiscopale par l'UNESCO l'a propulsée aux yeux de la communauté internationale comme un puissant symbole du territoire albigeois. Paris a la tour Eiffel, New York, sa statue, Londres, Big Ben, Toulouse, son capitole... et Albi, sa Cité épiscopale ! Pour autant, Albi compte de nombreux autres atouts importants, moins connus, porteurs d'opportunités.

### La symbolique et la force du logo

- l'écriture du mot « Albi » reproduit symboliquement l'imposante cathédrale Sainte-Cécile avec pour ceux qui la reconnaissent, le **A** pour l'arche du baldaquin, le **L** pour le clocher, le **B** pour ses contreforts et le **i** pour son chevet surmonté d'un clocheton... Ceux qui voudront l'imaginer pourront tout autant retrouver des évocations de lieux, paysages ou moments de la vie albigeoise qui leur sont chères.

### Les polices de caractère :

- **Albi** a été dessiné et interprété de manière minimaliste afin d'aboutir avec modernité à un langage intemporel, que chacun peut reproduire manuscritement avec aisance.
- **albi | la Cité épiscopale** exprime davantage de rigueur, et reprend la marque territoriale, ne laissant en lettre majuscule que le C de Cité pour souligner que de nom commun, elle est devenue nom propre...

### Les couleurs

- **Le rouge** : cette couleur renvoie à l'omniprésence de la brique caractéristique de notre région (« Albi la Rouge »). Le rouge est de plus une couleur chaude, stimulante, positive, vive, qui interpelle, à l'image de ce que nous voulons pour notre territoire.
- **Le noir**, couleur institutionnelle, proclame le nouveau « statut patrimoine mondial » de la Cité épiscopale d'Albi.



### En résumé...

- ce logo exprime le dynamisme d'un territoire vivant, actif, tourné vers l'avenir, qui trouve son équilibre dans son histoire, son identité et l'affirmation de ses valeurs communes.
- ce logo n'est donc pas celui d'une institution mais d'une communauté humaine, d'un territoire.

## albi.fr | le portail territorial du territoire albigeois |

Le portail [www.albi.fr](http://www.albi.fr) a vocation à devenir une porte d'accès vers tous les sites Internet des acteurs albigeois qui ont désiré être ambassadeurs de leur territoire. Sur ce site qui présente les atouts majeurs du territoire, on trouve également les informations utiles pour devenir ambassadeur d'Albi, la Cité épiscopale et les outils permettant de promouvoir le territoire. Tous les ambassadeurs seront, s'ils le souhaitent, référencés sur ce site.



## | Divers outils pour accompagner la démarche... |

- un autocollant *Albi, la Cité épiscopale* (disponible en mairie) ;
- un macaron *Ambassadeurs d'Albi, la Cité épiscopale* à apposer sur sa vitrine, à l'entrée de son entreprise ou de son commerce... ;
- web : logo ou .gif animé avec lien sur [www.albi.fr](http://www.albi.fr) à intégrer sur son blog ou sur son propre site Internet ;
- PDF de documents existant sur Albi (ex : livret sur la Cité épiscopale...) ;
- photothèque téléchargeable et libre de droits (pour fonds d'écran, brochures...) ;
- Logo *Albi, la Cité épiscopale* disponible pour tous documents, (papiers en tête, cartes de visite... sticker du logo téléchargeable) ;
- divers outils informatiques avec, intégré, le logo d'*Albi, la Cité épiscopale*, des versions proposées pour agrémenter ses diaporamas, etc.

## Vidéos | Albi en images I

Cinq films promotionnels de 1 à 2 mn sont consultables sur le portail [albi.fr](http://albi.fr) et visent à promouvoir notre territoire. Conçus pour attirer touristes, habitants, investisseurs et étudiants, ces films ont pour vocation de donner envie... Le film générique, synthétisant le meilleur des quatre clips, a été également réalisé.



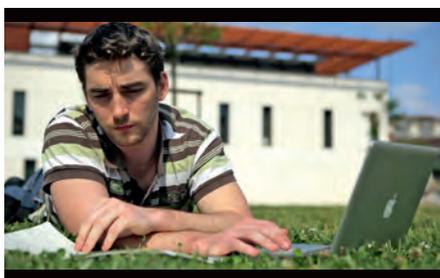
### Film 1 | Visiter un haut lieu du Patrimoine mondial

On découvre en accompagnant une jeune femme qui visite à vélo la ville d'Albi, les principaux sites et monuments qui en font la richesse patrimoniale (Cité épiscopale, musée...). La vie culturelle albigeoise est également évoquée...



### Film 2 | Investir et travailler en territoire albigeois

Suivant le parcours d'un homme d'affaires, le film témoigne du dynamisme économique de l'Albigeois à travers des sites représentatifs de l'innovation et de la performance industrielle... sans oublier le vignoble AOC du Gaillacois.



### Film 3 | Étudier au cœur d'un territoire d'enseignement supérieur et de recherche

Un étudiant nous révèle les opportunités offertes par le territoire riche de 17 établissements d'enseignement supérieur et de laboratoires de recherche performants. Université et École des mines en sont le décor ainsi que la qualité de vie étudiante albigeoise.



### Film 4 | Découvrir un territoire durable et de biodiversité

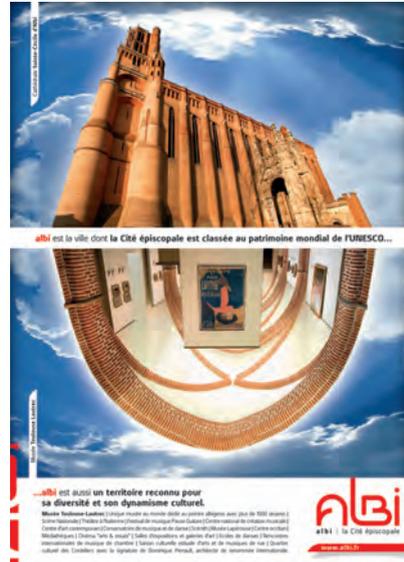
Le film (à venir) présentera, le cadre de vie albigeois, les engagements pris en matière de développement durable et soulignera la qualité de la biodiversité présente sur l'ensemble du territoire.

# Attractivité albigeoise | Elle s'affiche |

Plusieurs visuels ont été conçus afin de valoriser en images l'attractivité du territoire.

La reconnaissance de la valeur universelle exceptionnelle de la Cité épiscopale a permis de faire connaître au monde entier son monument emblématique, sa cathédrale.

L'exceptionnelle couverture médiatique en a fait un élément puissant d'identification d'Albi. Associés en images aux autres atouts du territoire albigeois (musée Toulouse-Lautrec, université, Innovation...), ces visuels doivent retenir l'attention d'un public large et varié : investisseurs, étudiants, touristes, chercheurs, chefs d'entreprise, nouveaux habitants...



Le slogan de la campagne de communication repose sur cette promesse :

« **Albi**, est la ville dont la Cité épiscopale est classée au patrimoine de l'UNESCO ... », mais pas que...

Reprenant les thèmes du patrimoine et de la culture, de la recherche et de l'enseignement supérieur, de l'économie et de l'innovation, du développement durable et de la biodiversité, les affiches sont téléchargeables sur le portail [www.albi.fr](http://www.albi.fr) et ont vocation à être utilisées à leur guise par les ambassadeurs.

D'autres déclinaisons seront envisageables.





## Paroles d'acteurs...

### Jean-Louis Biget

Professeur émérite à l'École Normale Supérieure de Fontenay Saint-Cloud  
| Membre du comité d'éthique |

« Le comité d'éthique a débattu très librement des valeurs albigeoises. Les termes de la Charte fixent de grands axes, suffisamment généraux pour permettre son évolution. Je pense que la démarche participative lancée par les États généraux est très importante en ce qu'elle permet aux acteurs albigeois de se sentir concernés et de s'investir en faveur de l'attractivité du territoire. La promotion de l'Albigeois se trouve enrichie, élargie, grâce aux actions mises en place dans le cadre de la démarche de promotion territoriale présentée par la Ville. Je suis sensible au travail effectué pour la conception et la fabrication des films promotionnels car ils présentent une bonne synthèse des atouts du territoire. Le site internet dédié à la Cité épiscopale quant à lui me semble bien organisé. »

### Véronique Charpentier

Présidente de l'association des Valeurs de l'Albigeois  
| Membre du comité de promotion |

« La démarche des États généraux a permis de mettre en place un plan d'actions pertinent pour la ville. L'enjeu n'est pas seulement touristique, culturel ou patrimonial, mais aussi économique. Une nouvelle étape a été franchie, qui va renforcer encore davantage le positionnement de la ville. Notre association qui travaille au dynamisme du territoire s'est très bien retrouvée dans la démarche. Nous partageons des valeurs ; nous suivons un même objectif. Pour ma part, ce qui va dans le sens de la notoriété et de l'attractivité d'Albi, est bon à prendre. Nous devons nous tourner vers l'avenir, sans pour autant galvauder notre image ni renoncer à ce à quoi nous croyons. »

## Martine Culier

Vice-présidente commerce de la CCI du Tarn,  
commerçante rue Sainte-Cécile

**| Membre du comité de promotion |**

« En tant que commerçante, je tiens tout d'abord à dire que nous avons une chance extraordinaire qu'Albi ait été classée car cela a eu un effet immédiat en terme de fréquentation commerciale. La charte qualité accueil initiée par la CCI pour les commerçants s'inscrit parfaitement dans la démarche menée dans le cadre des États généraux. Les commerçants sont souvent des interlocuteurs privilégiés auprès des touristes, mais également de leurs fournisseurs à qui ils peuvent parler de leur ville. Cela doit nous inciter à devenir tous ambassadeurs de notre ville. Les outils fournis pour faire la promotion du territoire et contribuer à son attractivité nous seront utiles. La CCI est en cela un partenaire important qui s'est positionné très tôt en faveur de cette démarche. Une synergie existe. »

## Yannick Buisson

Société Eternit, directeur du site de Terssac

**| Membre du comité de promotion |**

« Impliquer les acteurs de la ville est important et les États généraux sont un moyen intéressant pour mettre cela en pratique. J'insiste sur le fait qu'associer les acteurs économiques du territoire à la concertation collective est essentiel. Membre de l'association des Valeurs de l'Albigeois qui a aussi une charte des valeurs, je pense que les deux démarches sont complémentaires. Nous devons continuer d'échanger au sein du comité de promotion territoriale. Pour l'heure, il me semble que tout est en place, le site albi.fr, les films promotionnels, la démarche ambassadeur... Ma société est un groupe donc je ne pourrai pas me servir du logo « Albi, la Cité épiscopale », en revanche, j'utiliserai le site portail. »

## Jacqueline Matha

Consultante et formatrice

**| Membre du comité d'éthique |**

« Le classement au patrimoine mondial a réellement induit une prise de conscience de notre appartenance à un territoire de valeurs, à un patrimoine reconnu pour son caractère unique. Nous avons participé à une large consultation publique, les États généraux, qui ont permis d'aborder collectivement différents axes de développement et d'évolution de notre ville. Au fond, nous redécouvrons Albi. L'équilibre entre la qualité de vie et le développement de la ville a été au cœur des échanges. Les outils de promotion tels que le site Internet de la Cité épiscopale, le logo et le portail albi.fr sont des éléments qui m'ont touchée, m'ont paru innovants et convaincants. Bien qu'étant depuis toujours de ce pays albigeois, s'ancrer dans un tel territoire reconnu, bénéficier de ces supports est un apport à titre professionnel. »

## Jean-Michel Quintin

Buraliste à Cantepau et président du syndicat des buralistes et diffuseurs de presse du Tarn

*« Nous, buralistes, cela fait longtemps que nous sommes investis dans l'amélioration de l'accueil de nos clients. La promotion territoriale que la Ville nous propose est une manière pour nous d'aller plus loin encore dans notre approche de la clientèle de demain. D'origine lyonnaise, je vis à Albi depuis longtemps et je suis fier de pouvoir valoriser ma ville. Je suis d'autant plus motivé pour être ambassadeur d'« Albi, la Cité épiscopale » que mon commerce n'est pas en centre-ville ; il y a un vrai challenge.*

*Être ambassadeur ce ne sera pas seulement s'inscrire dans une démarche qualité : cela va au-delà. Nous aurons un choix d'outils à notre disposition et nous pourrons mettre en place des actions individuelles mais aussi collectives. »*

## Brigitte Lesage

Propriétaire du domaine du Buc  
(chambre d'hôtes) à Marsrac-sur-Tarn

**I Membre du comité de promotion I**

*« Les États généraux ont permis une réelle prise de conscience. Nous avons pu prendre part à la démarche et exprimer nos attentes. Elle nous invite à devenir chacun selon notre activité ambassadeur du territoire.*

*Les outils qui sont mis à disposition constitueront de formidables leviers d'action. Si la dimension touristique n'est pas seulement l'enjeu, elle reste un moteur et une invitation pour les visiteurs, quels qu'ils soient, à découvrir les autres facettes de la ville.*

*Les touristes et les visiteurs sont aujourd'hui présents en nombre : à nous de ne pas les décevoir ! Pour le secteur touristique et commercial, il y a un enjeu à relever en termes de qualité d'accueil, de langues, d'horaires. »*





**albi** est la ville dont la Cité épiscopale est classée au patrimoine mondial de l'UNESCO...



**...albi** est aussi un territoire reconnu pour son dynamisme économique et son innovation.

2<sup>ème</sup> agglomération de Midi-Pyrénées - 50 minutes de l'aéroport international Toulouse-Blagnac | 2<sup>ème</sup> pôle régional pour le volume et la croissance de l'emploi | Albi, 1<sup>ère</sup> au classement des villes moyennes françaises "où il fait bon entreprendre" | Bassin d'activités de 3000 entreprises | vignoble millénaire de Gaillac | Parc technopolitain Albi InnoProd (en cours de réalisation) avec notamment 1 hôtel d'entreprises tertiaires | Halles technologiques | Laboratoires de recherches.

**albi**  
albi | la Cité épiscopale

[www.albi.fr](http://www.albi.fr)