

2022/23 FR

Accord Partiel Elargi sur les Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe Cycle de certification 2022-2023

Évaluation régulière :

ROUTE DES VIKINGS

Rapport d'expert indépendant

Cultural route
of the Council of Europe
Itinéraire culturel
du Conseil de l'Europe



Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe Cycle de Certification 2022-2023

Rapport d'expert indépendant

Route des Vikings

Information de l'auteur :

Lusine Margaryan

Professeur adjoint

Université de Suède centrale (MIUN)

Institut européen de recherche sur le tourisme (ETOUR)

FOLLOW THE
VIKINGS

Cultural route
of the Council of Europe
Itinéraire culturel
du Conseil de l'Europe

COUNCIL OF EUROPE

CONSEIL DE L'EUROPE

**Les opinions exprimées dans ce rapport d'expert indépendant sont celles de l'auteur et n'engagent en rien l'Accord Partiel Elargi sur les Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe.*

TABLE DES MATIÈRES

1.	Sommaire exécutif.....	5
2.	Introduction.....	6
3.	Corps de l'évaluation.....	7
3.1.	Thème de l'itinéraire culturel	7
3.1.1	<i>Définition du thème de l'itinéraire</i>	7
3.1.2	<i>Contexte historique et culturel.....</i>	7
3.1.3	<i>Valeurs du Conseil de l'Europe représentées par le thème</i>	9
3.2	Liste des priorités d'action.....	10
3.2.1	<i>Coopération en matière de recherche et de développement</i>	10
3.2.2	<i>Valorisation de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen.....</i>	11
3.2.3	<i>Échanges culturels et éducatifs des jeunes Européens.....</i>	11
3.2.4	<i>Pratique contemporaine de la culture et des arts.....</i>	13
3.2.5	<i>Tourisme culturel et développement culturel durable.....</i>	14
3.3	Réseau de l'itinéraire culturel	16
3.3.1	<i>Aperçu de la structure institutionnelle/juridique du réseau.....</i>	16
3.3.1	<i>Aperçu de la situation financière du réseau.....</i>	17
3.3.2	<i>Composition actuelle du réseau par pays et type de membre</i>	18
3.3.3	<i>Extension du réseau depuis la dernière évaluation.....</i>	19
3.3.4	<i>Extension du réseau dans les trois années à venir.....</i>	20
3.4	Outils de communication	20
3.4.1	<i>Etat actuel des outils de communication développés par le réseau (charte graphique, supports de communication, logo, canaux de communication, signalétique, cartes, etc.).....</i>	20
3.4.2	<i>Respect des Directives liées à l'utilisation du logo "Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe"</i>	22
4.	Conclusions et recommandations	23
5.	Liste des références	28
6.	Annexe 1 : Programme de visite de terrain et d'entretiens avec la direction du réseau et les membres du réseau.....	29
7.	Annexe 2 : Liste de contrôle pour l'évaluation à destination de l'expert.....	30
8.	Annexe 3 : Liste des acronymes, figures et tableaux.....	31

1. Sommaire exécutif

Le thème de *Follow the Vikings - la Route des Vikings* est basé sur l'héritage commun des Vikings. *Follow the Vikings* est géré par Destination Viking Association (DVA), une ONG de droit suédois dont le siège se trouve à Stavanger, en Norvège. Il s'agit de l'un des Itinéraires culturels les plus anciens, les plus importants, les plus diversifiés, les plus actifs et, dans l'ensemble, les plus réussis. L'ambitieux projet *Follow the Vikings*, cofinancé par Creative Europe et géré par DVA, a profondément transformé le réseau, le catapultant à un autre niveau de coopération, de professionnalisation, de partenariat et de pollinisation croisée créative. Le projet *Follow the Vikings* (« Suivez les Vikings ») continue de se répercuter dans les activités et les récits de DVA et sert de point de référence et de plateforme pour de nouveaux projets et initiatives.

Follow the Vikings s'est rapidement développé au cours des dernières années, comptant actuellement plus de 60 membres dans 16 pays, ce qui n'est toutefois pas sans poser de problèmes. Les principaux domaines d'amélioration du réseau résident dans la gestion de son grand nombre de membres, dont la taille, les ressources, l'expertise et l'expérience varient considérablement, ainsi que dans la collecte et l'analyse d'informations sur leurs activités.

La période d'évaluation a coïncidé avec la pandémie de COVID-19. Le COVID-19 a eu un impact majeur sur les opérations de DVA puisque la majorité de ses membres dépendent directement du tourisme, ce qui a entraîné l'annulation d'activités planifiées et la nécessité d'orienter les efforts vers d'autres priorités. En même temps, la pandémie a donné à DVA un repos bien nécessaire après les efforts considérables liés à la mise en œuvre du projet "*Follow the Vikings*". Par ailleurs, la nouvelle norme de communication numérique a rapproché de nombreux membres de DVA en ligne et a attiré davantage l'attention sur la présence numérique du réseau.

Dans l'ensemble, *Follow the Vikings*, géré par DVA, est un exemple impressionnant de réseau dynamique, actif et en constante évolution, alimenté par des passionnés de Vikings de tous horizons. Tous les membres interrogés apprécient grandement de faire partie du réseau et soulignent que la coopération internationale, la mise en réseau et l'échange d'idées en sont les principaux avantages. C'est donc un grand atout de les avoir à bord en tant qu'itinéraire culturel du Conseil de l'Europe.

Sommaire des conclusions de l'expert		
	Oui	Non
Le thème est conforme aux critères d'évaluation des thèmes énumérés dans la résolution CM/Res(2013)67, I. Liste des critères d'éligibilité des thèmes.	X	
L'Itinéraire culturel est conforme aux critères d'évaluation des actions énumérés dans la résolution CM/Res(2013)67, II. Liste des priorités d'action.	X	
L'Itinéraire culturel est conforme aux critères d'évaluation des réseaux énumérés dans la résolution CM/Res(2013)67, III. Liste des critères pour les réseaux.	X	
L'itinéraire culturel met en œuvre les directives d'utilisation du logo « Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe ».	X	

2. Introduction

Follow the Vikings - la Route des Vikings met en valeur l'héritage européen commun des Vikings. Même si leur définition exacte fait encore l'objet de débats académiques, il existe un certain consensus sur le fait que le terme "Vikings" fait référence à des marins originaires de Scandinavie (Danemark, Norvège et Suède actuels), et qui ont été particulièrement actifs entre le VIII^e et le XI^e siècles, également connu sous le nom d'âge des Vikings (Birkett & Dale, 2019). Au cours de cette période, traditionnellement comptée à partir du pillage de la Northumbrie en 793 après J.-C., les Vikings se sont livrés à des assauts à grande échelle, au pillage, au piratage, au commerce, à l'exploration et à l'établissement de colonies dans toute l'Europe et au-delà. Les voyages vikings se sont étendus à des destinations encore plus lointaines, du Canada et du Groenland aux routes fluviales de la mer Noire, l'ensemble de la région étant connu sous le nom de "monde viking" (Birkett & Dale, 2019). Le droit scandinave et le système judiciaire du *Thing* ont été transplantés dans de nombreuses régions où les Vikings se sont installés et, dans certains cas, sont toujours en vigueur, comme par exemple sur l'île de Man, les îles Shetland et l'Islande. En bref, en l'espace de trois siècles seulement, les Vikings ont profondément transformé le tissu culturel (et génétique, d'ailleurs) de l'Europe du Nord et des autres communautés qu'ils ont rencontrées, ce qui se ressent encore aujourd'hui, en transmettant leur héritage, à la fois matériel et immatériel, aux générations futures (Price, 2020).

Follow the Vikings - la Route des Vikings (ci-après *Follow the Vikings*, qui est son nom de marque) est gérée par la Destination Viking Association (DVA), une ONG de droit suédois dont le siège est à Stavanger, en Norvège (et qui est actuellement gérée depuis le bureau à domicile de son secrétaire) (FtV 2022-2023, Document 1). Selon le statut juridique de DVA, son objectif est de "présenter l'héritage historique et culturel des Vikings et de l'âge des Vikings dans un contexte européen et son impact sur la société scandinave et européenne dans son ensemble. Cette présentation se fait principalement dans un cadre éducatif, ludo-éducatif et touristique et s'appuie sur des recherches universitaires, des principes pédagogiques et met l'accent sur l'authenticité et l'exactitude" (FtV 2022-2023, Document a). DVA déclare qu'elle "existe pour rassembler diverses organisations qui promeuvent, recherchent, diffusent et démontrent le patrimoine viking le plus large, et pour développer des expériences de tourisme viking authentiques et de qualité pour les publics locaux, régionaux, européens et mondiaux" (FtV 2022-2023, Informations complémentaires).

Follow the Vikings est l'un des plus grands Itinéraires culturels, couvrant actuellement plus de 15 pays (Danemark, y compris les îles Féroé, Estonie, Finlande, France, Norvège, Pologne, Fédération de Russie, Espagne, Suède, Islande, Irlande, île de Man, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni, Canada). *Follow the Vikings* est également l'un des plus anciens Itinéraires culturels certifiés par le Conseil de l'Europe, puisqu'il a reçu sa certification en 1993. Cependant, son niveau d'activité n'a pas été constant pendant toutes ces années. Après la reprise de la gestion du réseau par DVA en 2012, le réseau a connu une sorte de "renaissance" et ses résultats se sont considérablement améliorés, comme le montrent les évaluations précédentes (FtV 2022-2023, Informations complémentaires).

Au cours de la période 2015-2019, DVA a été impliquée dans le développement et la mise en œuvre d'un projet majeur (*Follow the Vikings*) qui devait être financé à 50 % par l'UE dans le cadre du projet Creative Europe. Ce projet s'est avéré être une étape de développement majeure pour l'ensemble du réseau, mobilisant ses membres et créant des opportunités pour des résultats nouveaux, innovants et créatifs. Le projet a rassemblé les membres de DVA à un nouveau niveau et a véritablement mobilisé leur potentiel commun en tant que réseau. Le

projet *Follow the Vikings* Creative Europe continue de se répercuter dans les activités et les récits de DVA et sert de point de référence et de plateforme pour de nouveaux projets et initiatives. Enfin, il va sans dire que la pandémie de COVID-19 a eu un impact majeur sur les opérations de DVA au cours de cette période d'évaluation, entraînant l'annulation d'activités prévues et la nécessité d'orienter les efforts vers d'autres priorités.

3. Corps de l'évaluation

3.1. Thème de l'itinéraire culturel

3.1.1 Définition du thème de l'itinéraire

Le thème *Follow the Vikings* est basé sur l'héritage commun des Vikings. Le terme "Viking", dont l'étymologie est très discutable, peut être défini comme suit : "aventuriers scandinaves qui pratiquaient la piraterie en mer et commettaient des saccages sur terre, en Europe du Nord et de l'Ouest, du huitième au onzième siècle ; parfois, dans l'usage général, un pirate guerrier ou un rôdeur des mers" (OED, 2022).

Follow the Vikings vise à présenter les Vikings et l'âge des Vikings, en mettant l'accent sur l'impact que les Vikings ont eu sur les sociétés scandinaves et européennes. *Follow the Vikings* veut mettre l'accent sur l'impact transformateur et multiforme des voyages vikings sur les sociétés qu'ils ont rencontrées. *Follow the Vikings* se concentre sur l'héritage viking, à la fois matériel et immatériel, sous la forme de paysages, de collections dans des musées, ainsi que d'un artisanat vivant. L'itinéraire est riche en villages vikings reconstitués avec des répliques/reconstructions de bâtiments de l'âge viking, des musées présentant des artefacts, des vêtements, ainsi que des démonstrations de l'artisanat viking, de la construction navale et de la navigation, des armes et des relations sociopolitiques entre les Vikings et d'autres nations (FtV 2022-2023, Document 1).

3.1.2 Contexte historique et culturel

Les Vikings comptent parmi les personnages historiques les plus popularisés en Europe et au-delà, et sont sans doute plus populaires aujourd'hui qu'ils ne l'ont jamais été (Sigurdsson, 2022). La vague actuelle de popularité des Vikings n'est pas un phénomène nouveau, car l'intérêt pour cette période de l'histoire scandinave a également connu plusieurs pics au cours des siècles derniers, où les images, les récits et l'iconographie vikings ont été adaptés aux besoins culturels, et souvent aux intérêts politiques, tandis que les Vikings eux-mêmes étaient remodelés et réimaginés en conséquence. Il s'agit notamment du mouvement romantique nationaliste, de l'impérialisme victorien et du régime nazi en Allemagne (Price, 2020). Dès cette époque, les Vikings ont été réduits à des représentations clichées de guerriers au casque de corne, et la production d'artefacts culturels kitsch s'en est suivie. Néanmoins, malgré son ambiguïté, ses détournements et ses abus sociopolitiques, l'héritage viking résiste à l'épreuve du temps et son puissant noyau continue de se réinventer, restant pertinent et attrayant pour les Européens d'aujourd'hui et d'ailleurs. Les images et les traditions vikings de la culture pop actuelle sont néanmoins un mélange de composants (ré)imaginés, mythifiés, diabolisés, romancés, avec des composants historiquement exacts.

L'une des raisons de la popularité des Vikings est que leur héritage est incroyablement riche. Il est important de garder à l'esprit que l'héritage viking ne comprend pas seulement la marque

distincte qu'ils ont laissée dans les sources historiques et les artefacts archéologiques, mais qu'il s'agit d'une couche culturelle matérielle et immatérielle, d'un univers entier avec sa mythologie distincte, ses récits authentiques et imaginaires, son système de croyance holistique, sa poésie, ses sagas, son écriture runique, son style et son esthétique facilement reconnaissables. Cela permet à l'âge viking de continuer à être une source d'inspiration et un substrat fertile, générant de plus en plus de nouveaux contenus culturels et conservant son "statut de culte". Au cours des cinquante dernières années, d'innombrables films, émissions, animations, romans, bandes dessinées, etc. ont mis en scène des Vikings sous une forme ou une autre, avec un degré variable d'exactitude historique. Il y a par exemple des films comme *Erik le Viking*, *Valhalla Rising*, le très réussi *Le 13ème Guerrier* avec Antonio Banderas, *Pathfinder* ; le plus récent *The Northman* du très acclamé Robert Eggers ; le film d'horreur *Midsommar*, ou des séries télé comme *Vikings*, *Norsemen* ; ou encore des animations comme *How to Train Your Dragon* ou *Vinland Saga*, pour n'en citer que quelques-unes. Les Vikings et les dieux nordiques apparaissent régulièrement dans les bandes dessinées, les mangas, les animes, la littérature fantastique, les jeux vidéo, les jeux de société et les jeux de rôle, le cosplay, et sont largement représentés dans ce que l'on appelle la "culture nerd" en général. Les Vikings et la mythologie nordique ont également eu une influence considérable sur le genre musical du heavy metal, massivement populaire dans les pays nordiques, qui a même donné naissance à son propre sous-genre, le *Viking metal*, avec des groupes tels que *Bathory*, *Enslaved* ou *Burzum* (Hoad, 2021). Il existe d'innombrables pièces de théâtre, festivals et reconstitutions sur le thème des Vikings, comme le *Festival des Slaves et des Vikings* à Wolin (Pologne), le *Festival d'été* de Hedeby (Allemagne) ou le *Moesgaard Viking Moot* (Danemark), où des milliers de participants de différents pays se retrouvent chaque année (Karpińska, 2019). Les Vikings sont également une marque marketing omniprésente, par exemple Dale (2022) rapporte avoir collecté une base de données de plus de 4 000 marques de produits sur le thème des Vikings. En bref, le contenu culturel généré chaque année sur le thème des Vikings ne manque pas. Il semble que l'héritage viking et ses réitérations modernes continuent d'attirer des publics très larges et très divers, tandis que presque tous les groupes de toutes les générations parviennent à trouver quelque chose de pertinent dans l'histoire des Vikings.

Aujourd'hui, l'intérêt du public pour les Vikings ne faiblit pas et le contexte culturel actuel définit de nouveaux centres d'intérêt pour le patrimoine viking. Par exemple, on s'éloigne de la représentation unidimensionnelle des Vikings en tant que *berserker* (guerrier-fauve) vêtu de fourrure et dopé à la testostérone, pour s'intéresser davantage au rôle des femmes dans la société viking. Par exemple, Karpińska (2019) affirme qu'à partir des années 1990, les chercheurs ont "redécouvert" les femmes à l'âge viking et ont commencé à souligner leur importance. Des monographies comme *Old Norse Images of Women* de Jenny Jochens ou *Women in the Viking Age* de Judith Jesch ont offert de nouvelles perspectives sur les rôles des femmes à cette époque et ont été particulièrement influentes (Karpińska, 2019). Jusqu'au début des années 2000, les femmes étaient largement invisibles dans les festivals vikings, et principalement actives dans le cadre des rôles féminins traditionnels (par exemple liés à l'entretien de la maison), n'ayant pas l'occasion de participer à des compétitions pour montrer leurs compétences. Les reconstitutions vikings actuelles incluent toutefois des personnages féminins de plus en plus diversifiés, tels que des sorcières (*völur*), des femmes guerrières, ainsi que des compétitions basées sur les compétences, auxquelles les femmes peuvent également participer (Karpińska, 2019). Une enquête menée auprès des participantes polonaises du festival viking suggère que le fait d'être une femme viking est actuellement associé à l'indépendance, à la liberté et à la confiance en soi, en particulier au fait d'être capable de gérer l'ensemble du foyer, d'avoir de l'autorité et des connaissances concernant de nombreuses sphères de la vie quotidienne (par exemple, les herbes, la guérison ou l'artisanat), ainsi que d'être capable de se battre et de protéger la maison lorsque les hommes sont absents (Karpińska, 2019). En outre, depuis le début des années 2000, les participants aux festivals vikings s'intéressent de plus en plus à des aspects de la culture viking allant au-

delà des pillages et des combats, tels que l'artisanat traditionnel, les routines quotidiennes et la récréation de rituels préchrétiens. Tout cela suggère une diversification du récit viking et l'abandon de la vision androcentrique de la culture viking.

Actuellement, de plus en plus de recherches mettent en évidence le rôle des femmes vikings, rendant ainsi le patrimoine viking pertinent pour le tissu culturel des sociétés européennes modernes et au-delà (par exemple Gardela, 2021 ; Friðriksdóttir, 2020). Par exemple, une réévaluation récente d'une tombe de guerrier à Birka, en Suède, est devenue très influente en suscitant des débats sur l'existence de femmes guerrières à l'âge viking (Price et al., 2019). L'individu décédé retrouvé, toujours supposé être un homme, était entouré d'un grand nombre d'armes, d'un jeu de société et de deux chevaux, autant d'éléments associés à des dirigeants de haut rang (Price et al., 2019). Cette personne a non seulement été systématiquement interprétée comme un guerrier de haut rang, mais a même été considérée comme un archétype du "Viking ultime" du Xe siècle (Price et al., 2019). Cependant, l'analyse récente du squelette a suggéré que le guerrier était une femme biologique, qui a très probablement vécu comme une guerrière professionnelle et a été enterrée dans un environnement martial en tant qu'individu de haut rang (Price et al., 2019). De telles découvertes "opportunes" offrent une perspective de renversement des stéréotypes sur la société viking et réinventent notre vision des rôles de genre traditionnels de l'âge viking. Tout cela suggère la grande pertinence, la flexibilité et la malléabilité des récits vikings, ce qui les rend très intéressants, populaires et adaptés à la société européenne moderne.

3.1.3 Valeurs du Conseil de l'Europe représentées par le thème

Le Conseil de l'Europe vise à protéger et à promouvoir les valeurs fondamentales, à savoir les droits de l'homme, la démocratie et la primauté du droit (Conseil de l'Europe, 2022). En outre, avec l'initiative des Itinéraires culturels, le Conseil de l'Europe vise à "mettre en valeur la richesse et la diversité des cultures et des pays européens et à faire des identités culturelles européennes partagées une réalité tangible, au-delà des divergences politiques et idéologiques (Conseil de l'Europe, 2022, p. 3). Le thème des Vikings contribue à cette ambition de plusieurs manières.

D'une manière très générale, les Vikings sont un exemple précoce d'internationalisation et de mondialisation, car "être un Viking" était avant tout une "description de poste" plutôt qu'une appartenance ethnique ou culturelle (Curry, 2020). La mobilité sociale était beaucoup plus courante dans la société viking que dans la majorité des autres sociétés du monde (Doughterty, 2014). Les nouvelles données issues de recherches massives sur l'ADN viking à travers l'Europe suggèrent une diversité assez élevée, notamment en ce qui concerne les cheveux foncés, ce qui va à l'encontre de l'image stéréotypée des Vikings (Curry, 2020). Les Vikings étaient des agents actifs de la connectivité transfrontalière et du commerce international, établissant un vaste réseau commercial, "des Varangiens aux Grecs", et s'aventurant dans des explorations à travers les mers. Aujourd'hui encore, dans la culture populaire, les Vikings sont évoqués en termes positifs, associés à l'aventure et aux explorations, à la force et à l'endurance, ainsi qu'à la jovialité et à la fête (Dale, 2022).

En outre, le droit scandinave à l'époque des Vikings présentait des éléments intéressants des débuts de la démocratie et de l'État de droit. Lorsque les Vikings se sont installés dans de nouveaux territoires, ils ont également introduit leurs coutumes et leur système juridique dans les sociétés locales. Un des premiers exemples de système judiciaire et administratif est le *Thing* (*þing*) viking (www.thingsites.com), considéré comme le berceau de la démocratie nordique. Les *Things* étaient le lieu où les décisions politiques étaient prises, les lois respectées et les litiges réglés par un système représentatif, plutôt que par la seule violence.

Dans certains *Things* (Althings), tout homme libre pouvait voter. Les *Things* servaient de lieux de rencontre et étaient souvent les points névralgiques du commerce et de l'activité religieuse. À l'époque des Vikings, les rois, par exemple, devaient également être élus lors d'un *Thing*. Les Vikings ont exporté ce système dans toute l'Europe du Nord et, jusqu'à aujourd'hui, de nombreux sites de *Things* nous rappellent leur passé par leur nom, par exemple Gulating (Norvège), Tingwalla (Suède), Þingvellir (Islande), Tinganes (îles Féroé), Tingwall (Shetland et Orcades), Dingwall (Écosse), Tynwald (île de Man) et Fingay Hill (Angleterre) (www.thingsites.com). Plusieurs *Things* continuent d'être actifs jusqu'à aujourd'hui, transformés en parlements modernes, à savoir le parlement islandais, qui s'appelle encore littéralement l'Althing, le parlement norvégien (le Storting), le parlement féroïen (le Løgting) et le parlement mannois (le Tynwald). Cet héritage commun est donc un élément important de l'histoire européenne de la démocratie et de l'État de droit.

3.2 Liste des priorités d'action

3.2.1 Coopération en matière de recherche et de développement

L'héritage viking est largement soutenu par la recherche scientifique active dans les pays nordiques et au-delà. Le réseau DVA est très au fait des "nouvelles" concernant la recherche sur l'histoire des Vikings, tandis que ses membres mettent à jour leurs expositions en conséquence. DVA compte parmi ses membres des établissements d'enseignement et/ou de recherche. Trois départements universitaires sont membres de DVA, les universités de Stavanger et d'Oslo en Norvège, et le Centre d'études nordiques de l'université des Highlands et des îles Shetland. En outre, de nombreux membres du réseau coopèrent activement avec des institutions de recherche et d'enseignement. Par exemple, Gulatinget collabore avec l'université de Bergen ; l'association Icelandic Saga & Heritage travaille sur la littérature avec le centre de recherche Snorrastofa à Reykholt ; le Roskilde Viking Ship Museum travaille avec les universités de Copenhague et d'Aarhus ; Lejre Land of Legends, au Danemark, coopère avec le musée de Roskilde, Borg (Lofoten, Norvège), le musée national du Danemark, l'université et le musée de Moesgaard (Danemark), l'université de Copenhague et d'autres encore ; les recherches du département d'études muséales de l'université d'Islande alimentent les expositions sur les Vikings en Islande ; l'Institute for Northern Studies, en Écosse, mène des recherches approfondies sur l'histoire et la culture vikings ; Le Manx National Heritage travaille avec l'université de Lancaster sur le balayage laser des croix sculptées et a financé des recherches sur les fouilles de l'abbaye de Rushen où les premiers rois nordiques de l'île ont été enterrés ; le musée Dublinia en Irlande travaille avec l'University College Dublin dans le domaine de l'archéologie expérimentale et compte également un membre de l'université au sein de son conseil d'administration ; Waterford collabore avec la South East Technological University dans une aventure de réalité virtuelle sur le thème des Vikings ; Birka, le musée des Vikings et Gunnes Gård en Suède coopèrent activement avec les universités de Stockholm et d'Uppsala (FtV 2022-2023, Document 1 ; pers. comm.) ; le Conseil des îles Orkney travaille avec l'Université des Highlands et des îles, en Écosse, pour étudier deux sites vikings ; JORVIK a coopéré avec au moins 35 universités au cours de la période d'évaluation (FtV 2022-2023, Informations complémentaires). En outre, DVA a développé des liens étroits avec le Congrès Viking qui se réunit tous les quatre ans.

Soutenir l'éducation et la recherche afin de fournir une compréhension authentique et informée des Vikings est l'une des principales priorités de DVA (FtV 2022-2023, Document c). De nombreux employés des organisations membres de DVA sont titulaires de diplômes universitaires en histoire, en archéologie, en éducation, en études nordiques et dans des

domaines connexes, et on assiste à une professionnalisation croissante dans ce domaine. En raison de la popularité du thème viking, ce domaine de recherche reste très actif et de nouvelles connaissances sur l'histoire des Vikings émergent constamment, qui trouvent leur place dans les expositions, les musées, les sites patrimoniaux, les publications, etc. (p. ex. Curry, 2020). D'une manière générale, tous les membres de DVA interrogés reconnaissent que la représentation des Vikings dans les sites patrimoniaux est de plus en plus précise sur le plan historique, diversifiée et scientifiquement étayée, et que le public est de plus en plus demandeur d'authenticité.

3.2.2 Valorisation de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen

Le thème des Vikings convient parfaitement à la promotion de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européens communs. Les Vikings font partie intégrante de l'histoire commune de l'Europe, en particulier de l'Europe du Nord, et ont laissé leur empreinte dans la mémoire de nombreuses nations à travers le continent et au-delà. L'héritage viking se perpétue sous la forme d'un patrimoine à la fois matériel et immatériel, allant des artefacts archéologiques aux mythes et sagas, en passant par la langue ou même les symboles runiques en l'honneur du roi Harald Bluetooth, symboles que tout le monde porte dans sa poche (voir la section 3.1.2 pour plus de détails). Les Vikings continuent d'inspirer les Européens d'aujourd'hui et d'être présents dans la culture pop moderne, notamment grâce aux interprétations américaines sous forme de bandes dessinées, d'animations et de films hollywoodiens. On peut même dire qu'il n'y a pas beaucoup de personnages historiques et de périodes historiques qui peuvent rivaliser avec les Vikings en termes d'influence, de visibilité et de présence dans la pop-culture moderne. La mise en valeur de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen est un résultat naturel des activités quotidiennes de chaque membre de DVA.

DVA et les membres de son réseau ont déployé des efforts considérables dans un large éventail d'activités qui encouragent la mise en valeur de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine communs. Ceci est visible dans les efforts continus que chaque membre du réseau DVA investit dans la présentation et l'interprétation de l'héritage viking dans leurs opérations respectives. Le projet *Follow the Vikings* Creative Europe, qui s'est déroulé de 2015 à 2019, a été particulièrement important. Les leçons apprises, l'expérience et les nouvelles compétences acquises dans le cadre de ce projet se répercutent encore aujourd'hui dans tout le réseau et constituent un point de référence majeur pour l'ensemble des activités de DVA. L'objectif du projet était de rendre le patrimoine viking transnational accessible et compréhensible pour les publics du monde entier (FtV 2022-2023, Informations complémentaires). Il s'agissait notamment de travailler activement avec les réseaux sociaux et les influenceurs, et de collaborer avec les médias, ce qui n'entre pas dans le cadre du *modus operandi* "normal" des organisations patrimoniales. Nous pouvons citer avant tout la production théâtrale itinérante basée sur l'histoire d'Egil Skallagrimsson et le poème "Head Ransom" (rançon de tête). Le spectacle a fait appel à des danseurs, des batteurs, des guerriers et d'autres animateurs locaux, ajoutant à chaque fois une nouvelle dimension locale à la représentation. Le spectacle a mis en valeur l'héritage viking, avec un accent particulier sur l'art viking et son héritage (FtV 2022-2023, informations complémentaires).

3.2.3 Échanges culturels et éducatifs des jeunes Européens

Comme dans presque tous les autres aspects des opérations du réseau DVA, la pandémie de COVID-19 a interrompu tous les échanges physiques, y compris les échanges culturels et

éducatifs de jeunes, au cours de la période d'évaluation. On s'attend toutefois à ce que ces échanges soient plus actifs à l'avenir.

Soutenir et encourager l'éducation afin de fournir une compréhension authentique et informée des Vikings fait partie des priorités clés de DVA (FtV 2022-2023, Document c). En général, le thème des Vikings est très attrayant pour les enfants et les jeunes, notamment en raison des contes de fées et des sagas, ainsi que du vaste contenu de culture populaire produit. De nombreux membres de DVA organisent des activités impliquant des jeunes participants et des bénévoles. Presque tous les musées ayant pour thème les Vikings disposent également d'informations, d'activités, de jeux, d'animations, etc. destinés aux enfants et aux jeunes (voir ANNEXE 3). Il s'agit, par exemple, de la participation de jeunes membres du personnel et de l'organisation d'événements familiaux à Dublinia, en Irlande ; du programme et des jeux pour les écoliers à Birka, en Suède ; du programme et des jeux pour les écoliers lors des événements vikings dans les îles Féroé ; des activités pour les enfants à la ferme viking reconstituée d'Avaldsnes, en Norvège ; du programme éducatif pour les enfants au village viking d'Asva, en Estonie ; de l'expérience de la vie viking dans une ferme viking à Gunnes Gård, en Suède, pour n'en citer que quelques-unes. En outre, Gunnes Gård s'efforce d'attirer des jeunes issus de groupes vulnérables, tels que les réfugiés et les demandeurs d'asile. Lionheart Tours à Rouen, en France, a participé à une visite d'école sur le thème des Vikings et prévoit également de créer un événement sur le thème des Vikings avec les écoliers locaux pour l'Armada de Rouen de 2023 dans le village français d'Aizier ; JORVIK a organisé l'événement en ligne "Archaeology Live", en diffusant en direct la semaine de ces écoles pour les enfants du monde entier, ce qui a été apprécié par plus de 12 000 enfants (âgés de 5 à 12 ans) à chaque fois que cet événement a été organisé. Bon nombre des activités susmentionnées font participer les enfants et les jeunes de manière multisensorielle, en leur donnant la possibilité d'interagir avec le patrimoine à de nombreux niveaux, comme l'expérience de "vivre comme un Viking", de goûter à la nourriture des Vikings, de s'occuper des animaux dans les fermes vikings, etc.

Nombre de ces institutions culturelles font également appel à des jeunes d'autres pays. Birka Vikingastaden en Suède, par exemple, accueille des volontaires du monde entier, principalement des jeunes intéressés par les Vikings et leur histoire. Concello de Catoira en Espagne a contribué à la mise en œuvre d'un programme d'échange Erasmus+ dans l'école de Catoira, avec des élèves de l'enseignement secondaire, y compris des échanges avec l'Irlande, la France et la Turquie. Dans le cadre du projet *Follow the Vikings*, financé par Creative Europe, de nombreuses occasions se sont présentées pour rassembler de jeunes Européens (d'Espagne, de Pologne, d'Irlande et du Danemark, par exemple), en particulier ceux qui sont impliqués dans les arts, tels que les danseurs contemporains, les reconstituteurs historiques, les batteurs et les musiciens, ainsi que les costumiers, les maquilleurs et les spécialistes de l'audiovisuel. Au cours de la tournée de présentation à JORVIK, Dublinia et au Musée national du Danemark, des programmes de sensibilisation pour les jeunes ont été organisés (FtV 2022-2023, document 1).

En outre, DVA mène des activités visant à accroître la participation des jeunes et à améliorer les éléments éducatifs qui leur sont destinés. Dans le cadre du projet financé par Erasmus "Sharing knowledge - creating impact", JORVIK (Royaume-Uni), Dublinia (Irlande), le musée d'archéologie de l'université de Stavanger (Norvège) et le musée Vestsjælland (Danemark) travaillent ensemble sur un programme destiné aux jeunes, qui implique également l'apprentissage des meilleures pratiques de chacun par le biais d'échanges de personnel (FtV 2022-2023, Document 1).

3.2.4 Pratique contemporaine de la culture et des arts

Le thème des Vikings est très vivant et trouve sa pertinence dans la culture contemporaine. Les membres de DVA, tant sur leur site web que dans leurs interviews, admettent tous que les récits sur les Vikings doivent être véridiques, mais aussi correspondre aux intérêts et aux valeurs des sociétés modernes afin de rester pertinents et passionnants. Cela implique, entre autres, de s'éloigner des représentations unidimensionnelles et stéréotypées des Vikings, mais plutôt d'étendre le récit pour inclure des discussions plus larges sur d'autres aspects de la société de l'âge des Vikings. Pour cela, de nombreux sujets divers sont inclus dans les expositions et les activités autour du patrimoine viking, tels que les contacts des Vikings avec d'autres cultures, le rôle des femmes, la vie quotidienne dans une ferme de l'âge viking, les réalités sociales des esclaves vikings. Au musée Viking de Stockholm, par exemple, l'image d'une esclave viking est projetée sur un mur, dans le but de rendre symboliquement visibles les agents invisibles de l'histoire.

En outre, presque tous les membres de DVA utilisent activement les réseaux sociaux, les sites web et d'autres outils en ligne pour promouvoir leurs opérations. Certains membres ont développé la gamification ludique et la conception de la réalité virtuelle dans leurs expositions. Par exemple, en collaboration avec la South East Technological University, Waterford a récemment développé l'aventure de réalité virtuelle *King of the Vikings*, impliquant une reproduction authentique de la maison de Waterford à l'époque des Vikings. La pandémie de COVID-19 a bien sûr été un catalyseur de la numérisation, et certains membres ont considérablement activé leur présence numérique. Dublinia, par exemple, a créé un certain nombre de vidéos promotionnelles, qui ont également été utilisées par Tourism Ireland pour promouvoir Dublinia à l'étranger. JORVIK a créé une offre de sensibilisation virtuelle, offrant des expériences de viking numérique à tous les publics.

En février 2021, JORVIK a notamment créé "That JORVIK Viking Thing", un nouveau festival numérique destiné à remplacer l'habituel festival en présence qui a lieu chaque année et qui attire 40 000 visiteurs dans la ville de York, au Royaume-Uni. Ce nouveau festival numérique a atteint des personnes dans 60 pays du monde entier qui ont regardé collectivement plus de 378 heures de vidéo. Pour ce festival, 39 heures de contenu inédit ont été créées, dont 26 heures de vidéo diffusée en direct. L'un des événements diffusés en direct a été retransmis depuis JORVIK et comprenait des liaisons en direct avec d'autres membres de DVA : Dublinia (Irlande), Stiftelsen Museum Nord, Lofotr (Norvège) et Trelleborg Museum, Musée national du Danemark. La diffusion sur Facebook a attiré de nombreux téléspectateurs, non seulement d'Europe, mais aussi du Canada, de Dubaï, de Singapour et d'Australie. Au total, ils estiment avoir atteint plus de 3,6 millions de spectateurs tout au long de l'événement. La deuxième édition de "That JORVIK Viking Thing" a eu lieu en février 2022 (FtV 2022-2023, informations complémentaires).

Il convient de souligner que les Vikings et leur histoire ne sont en aucun cas confinés derrière les murs de verre des expositions muséales, et que les récits vikings ne se limitent pas aux préférences étroites des conservateurs. Les membres de DVA déploient beaucoup d'efforts pour offrir des expériences liées aux Vikings, qui mettent l'accent sur les arts, l'artisanat, la musique, la cuisine en tant que patrimoine vivant et pratique interactive (voir ANNEXE 3). Il existe de nombreux exemples, pour n'en citer que quelques-uns : Birka en Suède organise des visites guidées théâtralisées, de petits concerts dans son restaurant, et invite des artistes qui travaillent dans des maisons vikings reconstituées ; Lofotr en Norvège organise une fête viking avec des plats authentiques, de la musique, des contes et des animateurs ; Gunnes Gård en Suède élève des animaux de ferme en été, avec lesquels les visiteurs peuvent interagir, et dispose de son propre atelier d'art et d'artisanat ; Leire, au Danemark, incorpore de la musique, des chants et des danses dans la salle du roi viking ; Trelleborg propose de la

musique viking et des ateliers d'artisanat ; à Asva Viking Village, à Saaremaa, en Estonie, le théâtre, la musique, la danse et les contes sont utilisés pour transmettre l'héritage viking ; Catoira, en Espagne, organise un énorme festival annuel, *Romaría Vikinga*, depuis les années 1960, avec une reconstitution des attaques vikings, un marché médiéval, des défilés, de la musique folklorique en direct, des dégustations de vin et de nourriture, des fêtes populaires, etc. Dans l'ensemble, le patrimoine viking est très vivant, interactif, multisensoriel et multidimensionnel.

L'énorme projet "*Follow the Vikings*" et son roadshow, où les acteurs et les animateurs se sont produits sur un fond numérique et ont attiré de nombreux participants professionnels et non professionnels, a ouvert de nouvelles opportunités et exploré de nouvelles façons de relier l'héritage viking à la culture contemporaine. Dans le cadre du projet "*Présenter les Vikings*", les membres ont étudié les différentes méthodes de présentation de l'histoire des Vikings dans les musées et les centres du partenariat. Les quatre composantes ont abordé les questions didactiques, les techniques d'exposition, les présentations orales et les normes de qualité, ainsi que la manière dont la perspective paneuropéenne est présentée dans chaque attraction et comment elle peut être améliorée. Le groupe de travail a présenté trois séminaires et a produit un guide de bonnes pratiques. Les membres ont déclaré qu'il avait déjà permis d'améliorer l'interprétation dans l'ensemble du réseau (FtV 2022-2023, informations complémentaires). Ce projet a également servi de catalyseur non seulement pour les pratiques culturelles nouvelles, modernes et diverses, mais aussi pour la création de nouveaux liens et le renforcement d'anciens liens entre les membres du réseau DVA et au-delà.

3.2.5 Tourisme culturel et développement culturel durable

DVA s'est toujours concentré sur le développement du tourisme. Dans sa déclaration d'objectif, DVA affirme que "Destination Viking Association existe pour rassembler diverses organisations qui promeuvent, recherchent, diffusent et démontrent l'héritage viking le plus large, et pour développer des expériences de tourisme viking authentiques et de qualité pour les publics locaux, régionaux, européens et mondiaux" (FtV 2022-2023, Document 1, p.5). DVA vise explicitement à obtenir une reconnaissance internationale en tant qu'organisme clé du tourisme viking en Europe ; à contribuer à des attractions touristiques et des produits touristiques vikings plus durables et de meilleure qualité ; à contribuer à la reconnaissance de la valeur du tourisme viking par les parties prenantes et les publics clés (FtV 2022-2023, Document 1). En d'autres termes, les expériences touristiques authentiques et de haute qualité sont l'une des raisons d'être de DVA.

Presque tous les membres de DVA sont liés au tourisme culturel d'une manière ou d'une autre, et le thème des Vikings est une forte attraction touristique en soi. Il existe une centaine de sites sur l'Itinéraire, par exemple des forts, des villes, des fermes, des carrières, des navires, des musées, des sites archéologiques et des maisons reconstruites. Il existe également une variété d'événements, tels que les marchés et les festivals vikings, destinés aux touristes nationaux et internationaux. La plupart des membres du réseau coopèrent étroitement avec des organismes touristiques locaux, régionaux ou nationaux. Le projet *Follow the Vikings* a encouragé des partenariats plus larges et le partage d'expérience pour créer de nouveaux produits et développer de nouveaux liens avec les tour-opérateurs (FtV 2022-2023, Document 1). Il existe cependant une grande diversité en termes de taille et d'expérience parmi les membres de DVA. Certains membres sont de grandes destinations touristiques bien établies, tandis que d'autres sont plus petits et moins expérimentés. Par exemple, JORVIK est la destination clé à York, le musée Lofotr en Norvège coopère étroitement avec les compagnies de croisière internationales qui envoient les touristes profiter d'un banquet viking dans la salle

de festin reconstruite, tandis que le village viking d'Asva en Estonie est une attraction relativement nouvelle (FtV 2022-2023, Document 1).

Il existe de nombreux exemples où les membres de DVA coopèrent avec les acteurs locaux du tourisme et les institutions scientifiques pour favoriser le développement du tourisme. Par exemple, Trelleborg, au Danemark, et le Musée national du Danemark, à Copenhague, sont par définition de grandes entités multipartites, importantes pour le tourisme national ; le Conseil de l'île d'Orkney, en Écosse, est lui-même responsable de la planification et du développement touristique de l'île, qui dépend fortement du tourisme ; l'Institut d'études nordiques, de l'Université des Highlands et des Îles, travaille avec diverses organisations pour développer et promouvoir le tourisme lié au patrimoine viking et nordique en Écosse ; Le musée d'archéologie de Stavanger participe à "Barnas Rogaland" (une initiative qui rassemble des musées, des parcs d'attractions et des hôtels en un seul forfait touristique) et coopère avec Destination "Region Stavanger" et Visit Haugesund ; la municipalité de Catoira en Espagne travaille en étroite collaboration avec l'agence de tourisme galicienne, tandis que Romaría Vikinga est un événement touristique important, reconnu à deux reprises comme festival d'intérêt touristique national ; Lejre Land of Legends au Danemark attire environ 50 000 visiteurs par an, etc.

D'autres membres de DVA sont eux-mêmes des entreprises touristiques, par exemple le Musée Viking de Stockholm est une organisation commerciale qui s'adresse principalement aux touristes internationaux ; Gunnes Gård s'adresse principalement aux touristes nationaux ; Lionheart Tours est un petit tour opérateur qui travaille sur le tourisme lié au patrimoine viking en Normandie ; The Viking Events aux Îles Féroé est une entreprise qui a été créée spécifiquement pour promouvoir le patrimoine viking dans le cadre du développement du tourisme de croisière. En bref, quelle que soit la diversité des activités, le tourisme culturel fait partie intégrante des opérations des membres de DVA, d'une manière ou d'une autre (FtV 2022-2023, Informations complémentaires).

Le projet *Follow the Vikings* (Suivez les Vikings) s'est concentré sur la promotion du tourisme durable. L'un des principaux objectifs du projet était de contribuer au maintien et au développement de l'Europe en tant que première destination mondiale de tourisme patrimonial. Dans le cadre du projet *Vendre les Vikings*, les opportunités commerciales pour les sites et les centres du patrimoine viking ont été étudiées et présentées. Un séminaire a été organisé pour identifier les besoins de l'industrie du voyage, les produits de consolidation d'équipe (team building), les produits éducatifs, les méthodes d'identification et de séparation des différents groupes cibles et l'adaptation des produits. Un guide de bonnes pratiques pour le développement commercial et un guide du manuel de vente au détail ont été produits (FtV 2022-2023, informations complémentaires). Ce projet a rassemblé l'ensemble du réseau et a donné naissance à de nouvelles coopérations entre ses membres, également dans l'optique d'un développement touristique durable. Tous les membres interrogés ont confirmé que le renforcement des partenariats, les nouveaux contacts et la mise en réseau étaient les principaux résultats du projet. Par exemple, Lofotr en Norvège a établi une coopération étroite avec deux autres partenaires DVA, l'un d'Écosse et l'autre d'Islande. L'objectif du réseau est le tourisme durable et la gestion durable de nos sites vikings. Dans le monde pré-COVID19, le "surtourisme" est devenu un problème sérieux en Islande, en Norvège et dans d'autres destinations. Des lignes directrices sur les bonnes pratiques ont été commandées et un atelier a été organisé sur la gestion des risques en Norvège, dans le but d'améliorer la qualité des produits touristiques culturels ; les résultats ont été partagés entre les membres de DVA (FtV 2022-2023, Document 1).

Certains aspects de la durabilité et du tourisme culturel durable sont particulièrement visibles dans l'itinéraire "*Follow the Vikings*". Tout d'abord, offrir des expériences éducatives aux

touristes d'une manière attrayante et divertissante est un élément important du tourisme culturel durable. Cela ne se fait pas seulement par des moyens didactiques conventionnels, tels que la fourniture unidirectionnelle d'informations via les réseaux sociaux, les brochures, les panneaux dans les musées et les sites archéologiques. Ce qui rend le thème des Vikings particulièrement intéressant dans le contexte du tourisme culturel, c'est que de nombreux membres du réseau proposent une éducation interactive et holistique. De nombreux membres du réseau recréent des fermes vikings, élèvent des animaux de ferme, organisent des reconstitutions, des ateliers d'art et d'artisanat, etc. pendant l'été. Ces activités invitent également les visiteurs à prêter attention au paysage et à imaginer le lien que les Vikings entretenaient avec la nature qui les entourait. Par exemple, Avaldnes, en Norvège, propose une école viking de quatre jours pour les enfants dans sa ferme viking, à laquelle participent environ 5 000 écoliers chaque année. De même, Gunnes Gård, en Suède, exploite une ferme viking pendant l'été, où les visiteurs peuvent interagir avec les animaux de la ferme et découvrir la vie à la ferme à l'époque des Vikings. Les maisons de la ferme sont reconstruites sous la supervision ou avec la participation directe d'experts (comm. pers.). En outre, une attention particulière est accordée à l'approvisionnement durable des matériaux utilisés sur les sites vikings, tels que le bois, la laine, la viande, le miel, etc. Le thème des Vikings lui-même encourage déjà les membres du réseau à utiliser des matières premières locales pour offrir des expériences touristiques aussi authentiques que possible.

L'accessibilité et l'inclusion, qui sont des éléments importants de la durabilité sociale, sont également visibles dans le travail de certains membres de DVA. Le centre JORVIK Viking au Royaume-Uni, par exemple, explore activement les thèmes de l'accès, de l'inclusion numérique et de la participation des adultes aux activités d'apprentissage dans le but de partager les bonnes pratiques et les compétences. Gunnes Gård en Suède travaille avec des réfugiés et des demandeurs d'asile, utilisant l'expérience de la ferme viking, l'art et l'artisanat comme outil d'intégration et d'inclusion. Le musée des Vikings de Stockholm ouvre gratuitement ses portes aux réfugiés. Le parc à thème historique Archaeon, aux Pays-Bas, travaille avec des personnes ayant des besoins particuliers. JORVIK s'est concentré sur l'amélioration de l'accessibilité pour les personnes atteintes d'autisme et de démence.

Une grande partie du tourisme lié aux Vikings pourrait être qualifiée de "tourisme lent" ou d'"aventure lente". Les piliers fondamentaux de l'"aventure lente" comprennent des éléments tels que les voyages lents à propulsion humaine, la connexion inspirante avec la nature, l'observation et l'interprétation de la nature, la nourriture locale, sauvage ou lente ainsi que la narration d'histoires, et l'amélioration des compétences en matière de plein air (Laven et al., 2019 ; Varley & Semple, 2015). Ce type de tourisme fait partie intégrante de la culture nordique, en particulier dans ses périphéries (également lié au mode nordique de loisirs en plein air - *friluftsliv*), et le thème viking s'inscrit naturellement dans ce cadre. Sur les sites du patrimoine viking, en particulier dans les fermes et les zones rurales, les visiteurs sont invités à ralentir, à se promener en explorant les environs, à passer du temps à se connecter au paysage qui les entoure, à essayer l'art et l'artisanat de l'âge viking, à goûter la nourriture locale, à écouter des contes, etc. Tous ces aspects contribuent au développement d'expériences touristiques lentes, à faible impact mais significatives, qui sont en accord avec les principes de durabilité.

3.3 Réseau de l'itinéraire culturel

3.3.1 Aperçu de la structure institutionnelle/juridique du réseau

Le réseau constituant la Route des Vikings est Destination Viking Association (DVA), créée en 2007 et enregistrée dans le registre officiel suédois des associations en vertu de la loi suédoise (FtV 2022-2023, Document a). Les statuts de DVA ont été approuvés en 2022 et sont juridiquement contraignants (la traduction des statuts suédois se trouve dans FtV 2022-2023, Document a). La langue officielle de DVA est l'anglais. L'objectif de DVA est de "présenter l'héritage historique et culturel des Vikings et de l'ère viking dans un contexte européen et son impact sur la société scandinave et européenne dans son ensemble. Cette présentation se fait principalement dans un cadre éducatif, ludo-éducatif et touristique et se fonde sur des recherches universitaires et des principes pédagogiques, en mettant l'accent sur l'authenticité et l'exactitude" (FtV 2022-2023, Document a, p1). DVA utilise le nom commercial *Follow the Vikings* pour la Route des Vikings. En partie à cause du COVID-19 en 2021, le Shetland Amenity Trust a retiré son soutien au secrétariat de DVA. Celui-ci a été repris par l'Université de Stavanger, où se trouve la nouvelle chaire.

DVA dispose d'un conseil d'administration actif et bien structuré, composé d'un président, d'un vice-président et d'un maximum de huit membres votants. Le conseil d'administration est l'organe exécutif de l'association et est élu lors de l'assemblée générale annuelle. Il élit parmi ses membres le trésorier, le secrétaire et le secrétaire aux adhésions, ainsi que d'autres responsables fonctionnels, conformément au règlement intérieur. Le conseil d'administration est responsable de la gestion de l'association, mais il peut déléguer des pouvoirs aux membres du bureau conformément à un schéma de délégation formel. Le quorum pour les réunions du conseil d'administration est d'au moins cinq membres, dont le président ou l'un des vice-présidents (FtV 2022-2023, document a).

Le conseil d'administration a le pouvoir de prendre ou de déléguer toute décision au nom de DVA, à l'exception des questions qui sont exclusivement réservées à l'assemblée générale annuelle et qui sont spécifiquement mentionnées dans les statuts. Les réunions du conseil d'administration ne doivent pas nécessairement se tenir en personne et peuvent être organisées par voie numérique (ce qui s'est particulièrement normalisé après la pandémie de COVID-19). Les réunions font l'objet d'un compte rendu officiel. Le président et les vice-présidents ont le pouvoir délégué d'agir au nom du conseil d'administration et de l'association et d'exécuter les décisions du conseil d'administration. Toute décision prise par le président et le vice-président est communiquée au conseil d'administration et ratifiée par celui-ci. Les membres du conseil d'administration sont élus pour une période de deux ans et peuvent être réélus. Le comité de sélection élit les membres du conseil d'administration lors de l'assemblée générale annuelle. Avant l'assemblée générale annuelle, le comité de sélection demande aux membres de proposer des candidatures pour le conseil d'administration et les auditeurs. Lors de l'assemblée générale annuelle, les membres du conseil d'administration sont élus et les auditeurs sont nommés. Les activités du conseil d'administration et les comptes de DVA sont examinés par les auditeurs, élus lors des assemblées générales annuelles ordinaires. DVA convoque l'Assemblée générale annuelle avant le mois de juin de chaque année (en 2022, l'Assemblée générale annuelle s'est tenue le 17 juin). L'assemblée générale annuelle peut être ordinaire ou extraordinaire (FtV 2022-2023, document a).

3.3.1 Aperçu de la situation financière du réseau

La situation financière du réseau a été fortement influencée par le projet à grande échelle *Follow the Vikings* cofinancé par Creative Europe. Après la finalisation du projet, le réseau est redevenu dépendant des cotisations de ses membres. Le budget pour 2022 (approuvé lors de la dernière réunion) est le suivant (FtV 2022-2023, Document d) : (i) Réseaux sociaux, Hugin & Munin, et suivi des activités du Conseil de l'Europe (€8.000) ; (ii) Maintenance du site web et petites mises à jour (€4.000) ; (iii) Secrétariat DVA (€2.000). Actuellement, DVA cherche à

assurer une plus grande stabilité financière, éventuellement en trouvant des synergies avec d'autres projets et programmes (par exemple, la Route touristique nationale en Norvège).

3.3.2 Composition actuelle du réseau par pays et type de membre

DVA fait état de 63 membres dans 13 pays de l'UE/EEE, ainsi que le Royaume-Uni (FtV 2022-2023, Document a). Il s'agit de la Norvège (16), de la Suède (12), du Royaume-Uni (10), du Danemark (7), de l'Irlande (4), des Pays-Bas (4), de l'Espagne (2), de la France (2), de la Finlande (1), de la Pologne (1), de la Lettonie (1), de l'Estonie (1), de l'Islande (1) et de l'Italie (1). Selon le site Internet de Follow the Vikings, l'association compte également des membres, des membres associés et des partenaires en dehors de l'Europe, soit un total de 16 pays (www.followthevikings.com). Outre les pays nordiques d'origine des Vikings, l'association compte des membres et des partenaires du reste de l'Europe, notamment du Royaume-Uni, de l'île de Man, de l'Irlande, de l'Allemagne, de l'Espagne et de l'Italie (qui a adhéré en 2022) ; de l'Atlantique Nord (Féroé, Islande, Groenland et Terre-Neuve) ; et de la région de la mer Baltique, notamment de la Finlande, de la Lettonie, de la Pologne, de l'Estonie et de la Russie (www.followthevikings.com). DVA n'a pas pris de décision concernant le partenaire russe suite à la cessation de l'adhésion de la Fédération de Russie au Conseil de l'Europe.



Figure 1 Nuage de mots des types d'organisation des membres de DVA

Follow the Vikings est un itinéraire très diversifié et DVA est également un réseau diversifié. Il comprend des musées, des sites patrimoniaux, des autorités locales et régionales, des organisations non gouvernementales et à but non lucratif, des entreprises touristiques, des universités et des instituts de recherche (figure 1). La plupart des membres combinent simultanément plusieurs des profils susmentionnés. Tous les membres sont très pertinents par rapport au thème et à la mission de Follow the Vikings.

L'adhésion à DVA est ouverte aux personnes morales telles que les autorités publiques, les institutions académiques et de recherche, les musées, les entreprises et les organisations à but non lucratif dont les activités correspondent à l'objectif de DVA, dans les pays de la zone géographique d'intérêt. Les demandes d'adhésion sont envoyées au Conseil d'administration pour approbation à la majorité simple. Les candidats non retenus sont informés de la raison de leur refus et peuvent présenter une nouvelle demande s'ils peuvent prouver par la suite qu'ils répondent aux critères d'adhésion de DVA. Les membres sont tenus de respecter les statuts de DVA et le code de conduite des membres. Les membres ont les responsabilités suivantes : respecter les statuts et le règlement intérieur de l'organisation ; partager et promouvoir la déclaration d'intention ; payer les cotisations et autres frais convenus par l'organisation en temps voulu ; utiliser les logos, marques et identifications de l'organisation et

de ses partenaires de manière appropriée et conformément aux lignes directrices ; maintenir les normes les plus élevées en matière d'activité, d'interprétation et de prestation de services ; s'abstenir de toute activité susceptible de jeter le discrédit sur l'organisation (www.followthevikings.com). Les membres qui travaillent à l'encontre des objectifs de DVA peuvent être exclus. DVA est également ouverte aux partenariats avec des entreprises qui fournissent des biens et des services et tirent des revenus du secteur de l'expérience et des attractions touristiques. Les entreprises qualifiées doivent soumettre une manifestation d'intérêt pour devenir partenaire de DVA. Le statut de partenaire se fait uniquement sur invitation du conseil d'administration (FtV 2022-2023, Document a).

Les membres de DVA sont tenus de payer une cotisation annuelle proportionnelle à leur chiffre d'affaires (100 € pour les membres individuels ; 125 € pour les organisations dont le chiffre d'affaires est inférieur à 500 000 € ; 350 € pour les organisations dont le chiffre d'affaires est compris entre 500 000 et 999 000 € ; 1 250 € pour les organisations dont le chiffre d'affaires est supérieur à 1 million d'euros) ; le non-paiement de la cotisation entraîne la perte du statut de membre (FtV 2022-2023, Document a). Suite au COVID-19, DVA a suspendu les cotisations des membres pendant un an. Pour 2023, les taux d'adhésion suivants ont été suggérés : 100 € pour les membres dont le chiffre d'affaires est inférieur à 500 000 € ; 250 € pour ceux dont le chiffre d'affaires est compris entre 500 000 et 1 000 000 € ; 500 € pour ceux dont le chiffre d'affaires est supérieur à 1 000 000 €. Toutefois, le modèle de cotisation est susceptible d'être révisé (FtV 2022-2023, Document c).

3.3.3 Extension du réseau depuis la dernière évaluation

Le réseau s'est développé assez rapidement, en particulier pendant et après le projet *Follow the Vikings Creative Europe* jusqu'à la pandémie de COVID-19. Depuis 2018, 19 nouveaux membres ont rejoint le réseau. Il s'agit de Vikingvalley/Gudvangen Utvikling, Oseberg Viking Heritage, Vestfold & Telemark County Council, Kaupang Project, Midgard Center, Viking House, Viking Ship Tyra (Norvège) ; Birka The Viking City, Gotlands Museum, Gotland Archaeological Field School (Suède) ; Viking Events (îles Féroé/Danemark) ; Kyle & Lochalsh Community Trust, Adventure Shetland, Vikings of Man (Royaume-Uni) ; Irish National Heritage Park (Irlande) ; Asva Viking Village (Estonie) ; Lionheart Tours (France) ; Tourism Club OGA (Lettonie) ; Sepino nel Cuore ApS (Italie). Il s'agit principalement de musées et de sites patrimoniaux, mais aussi d'ONG et d'entreprises touristiques.

Les nouveaux membres sont d'une grande valeur pour le réseau. Par exemple, Birka la ville Viking (Birka Vikingastaden) est située dans le site du patrimoine de l'UNESCO sur l'île de Björkö dans le lac Mälaren. Le site est basé sur la situation historique de Birka, considérée comme la plus ancienne ville de Suède et l'un des plus importants centres commerciaux vikings de l'époque, actif pendant 200 ans. Birka a été la source de découvertes archéologiques majeures, qui ont parfois révolutionné notre imaginaire de la société viking dans son ensemble, comme dans le cas de la tombe de la femme guerrière (Price et al., 2019). De même, les navires de l'ère pré-viking découverts sur l'île de Saaremaa en Estonie, où se trouve le village viking d'Asva, sont considérés comme les découvertes archéologiques récentes les plus importantes de l'histoire viking. Certains affirment qu'elles ont permis de réécrire l'histoire des Vikings et d'apporter de nouvelles informations sur les pillages vikings (www.visitsaaremaa.ee). En outre, avec ses nouveaux membres, DVA a élargi sa géographie, incluant désormais l'Estonie, la Lettonie et l'Italie.

3.3.4 Extension du réseau dans les trois années à venir

L'augmentation du nombre de membres, l'élargissement de l'échelle et de la portée de l'adhésion, ainsi que l'augmentation de la valeur du réseau pour les membres et les membres associés sont quelques-unes des priorités clés de DVA (FtV 2022-2023, Document c ; Document e). Pour 2023, DVA a fixé des indicateurs de performance clés liés à l'adhésion, qui sont (i) gagner 20 nouveaux membres dont 5 devraient payer le niveau supérieur de cotisation ; (ii) avoir au moins 4 communications avec les membres par an ; (iii) avoir au moins deux opportunités physiques de mise en réseau ou d'étude par an ; (iv) avoir un nouveau partenariat ou une nouvelle initiative par an (FtV 2022-2023, Document c ; Document e).

Dans le plan d'action pour 2023, DVA vise à continuer à attirer de nouveaux membres, principalement en améliorant la communication numérique par le biais du site web et des réseaux sociaux, en renforçant le statut de l'itinéraire culturel et en le développant davantage avec des partenariats clés (FtV 2022-2023, Document c ; Document e). Il est indiqué que la chose la plus importante pour DVA est de développer la Route des Vikings en collaboration avec les membres, en attirant plus de visiteurs et en améliorant la communication numérique avec le public (FtV 2022-2023, Document c ; Document e). Récemment, grâce au projet *Follow the Vikings* de Creative Europe, la visibilité de l'itinéraire culturel viking s'est accrue, de même que l'utilisation de l'identité officielle. Le projet a également servi de catalyseur pour la collaboration entre les membres et les contacts transnationaux, et a créé davantage d'opportunités pour promouvoir l'itinéraire et attirer de nouveaux membres.

3.4 Outils de communication

3.4.1 Etat actuel des outils de communication développés par le réseau (charte graphique, supports de communication, logo, canaux de communication, signalétique, cartes, etc.)

DVA a déployé des efforts considérables pour améliorer sa communication au cours des dernières années. La communication et la visibilité ont été galvanisées par le projet *Follow the Vikings*, non seulement pour le réseau mais aussi pour les membres individuels. La plupart des membres du réseau utilisent activement les réseaux sociaux, les sites web et d'autres outils en ligne. La pandémie de COVID-19 a poussé de nombreux membres de DVA à redoubler d'efforts pour assurer leur présence numérique et développer des expériences numériques pour leurs visiteurs. Parmi les exemples particulièrement actifs et réussis, citons le JORVIK Viking Center (qui a touché plus de 3,6 millions de visiteurs en ligne grâce à son festival numérique), Waterford Treasures et Dublinia en Irlande, Concello de Catoira en Espagne, pour n'en citer que quelques-uns. Paradoxalement, certains membres du réseau interrogés ont même mentionné que le COVID-19 et la normalisation de la communication en ligne avaient en fait rapproché les membres de DVA plus que jamais.

DVA a accordé une attention particulière à l'accroissement de la visibilité de la Route des Vikings du CdE et du logo "Follow the Vikings". Cela a été fait de trois manières principales : (i) en utilisant l'identité dans les nombreux et divers produits livrés par le projet *Follow the Vikings* ; (ii) en encourageant les membres à utiliser l'identité formelle dans leur activité domestique et individuelle ; (iii) en intégrant cette utilisation formellement dans un code de pratique pour les membres, ce qui a constitué une partie essentielle du nouveau règlement intérieur pour les membres adopté lors de l'assemblée générale annuelle à Stockholm en 2018 (FtV 2022-23 Information de soutien pour la Certification). Le conseil d'administration de DVA

a également décidé de capitaliser sur le succès du projet Follow the Vikings et de changer le titre de la route en *Follow the Vikings - European Viking Route*.

Dans le cadre d'un projet "Follow the Vikings" intitulé "*Discover the Vikings*", l'objectif principal était de faire connaître les Vikings et de rendre le monde viking accessible à un large public. Une nouvelle identité visuelle a été développée pour le projet et utilisée pour ses résultats. Cette identité a été mise à la disposition des membres et a connu un certain succès. La Route Follow the Vikings dispose d'un nouveau logo (voir figure 2). Selon le code de conduite des membres de DVA, chaque membre doit utiliser les logos, marques et identifications de l'organisation et de ses partenaires de manière appropriée et conformément aux directives. Comme Follow the Vikings n'est pas vraiment une route physique, mais plutôt un réseau de sites et d'organisations liés aux Vikings, des questions telles que la signalisation ou d'autres infrastructures liées à la route ne s'appliquent pas.



Figure 2 Logo Follow the Vikings. Source www.followthevikings.com



Figure 3 Logo DVA sur les publications. Source : *Hugin & Munin* magazine www.followthevikings.com

Follow the Vikings Route possède son propre site web www.followthevikings.com, disponible en anglais. Il s'agit d'un nouveau site web qui a fusionné les sites web du DVA et du projet qui étaient auparavant séparés. Le site web, qui est très élégant, convivial et actualisé, contient une grande variété d'informations complètes pour le grand public, notamment des informations sur l'itinéraire culturel viking avec une carte interactive détaillée des sites vikings et leurs descriptions historiques ; des informations détaillées sur l'histoire viking, y compris la culture, la vie quotidienne, les navires, les pillages, etc., des informations sur les principales régions géographiques des sites vikings ; des informations sur DVA, ses membres et des informations pour les membres potentiels ; une bibliothèque avec des liens vers divers médias ; des informations sur les contacts. Depuis 2017, le réseau DVA produit son propre magazine, *Hugin & Munin*, dans le cadre du projet Follow the Vikings. Les numéros sont disponibles en ligne et couvrent une grande variété d'histoires et d'articles sur le thème des Vikings du monde entier, allant des découvertes archéologiques récentes aux émissions télévisées et à d'autres éléments de la pop-culture. Le magazine est également disponible sur le site web. En d'autres termes, le site web combine avec succès un certain nombre de fonctions différentes, telles

que l'éducation de la population générale sur l'histoire des Vikings, la mise à jour des passionnés de Vikings sur les nouvelles du "monde viking", la promotion des itinéraires culturels du CdE, la consolidation de l'héritage du projet "*Follow the Vikings*", etc.

DVA a également commencé à travailler plus activement avec les réseaux sociaux, en particulier Facebook et Instagram. La page Facebook Follow the Vikings compte, au 08.12.2022, 9 371 abonnés. La page est régulièrement mise à jour et est utilisée pour promouvoir les membres de DVA, informer les abonnés des événements à venir, promouvoir le magazine *Hugin & Munin*, etc. Le projet Follow the Vikings a créé une page Instagram qui est inactive depuis 2019, mais qui compte toujours environ 25,5 milliers de followers, où il se concentre sur la publication de photos sur le thème des Vikings et des pays nordiques. DVA prévoit également de créer un compte Twitter. Les résultats du projet *Follow the Vikings* comprennent une vaste bibliothèque d'images basée sur les sites et les activités des membres, ainsi que du matériel promotionnel local pour promouvoir DVA et l'itinéraire culturel viking. La bibliothèque d'images est accessible sur le site web. Dans le cadre de ce projet, DVA a également publié un roman graphique intitulé *Lore of the Hávamál* (Mihos et al., 2019). Les dépenses liées aux réseaux sociaux et à la maintenance du site web, ainsi qu'au magazine *Hugin & Munin*, sont bien reflétées dans le budget de DVA.

3.4.2 Respect des Directives liées à l'utilisation du logo "Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe"

L'utilisation du logo par DVA est conforme aux Directives liées à l'utilisation du logo des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe (CdE, 2016). Le logo est mis en évidence sur le site web de DVA à côté du logo des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe. Il figure également sur tout le matériel d'information produit, conformément aux exigences générales relatives à l'utilisation du logo du Conseil de l'Europe. Des versions couleur et noir et blanc sont également utilisées. L'utilisation du logo est également prescrite dans le code de conduite des membres de DVA.

En préparation de l'évaluation, DVA a envoyé une enquête à ses membres, dont l'une des questions était : "Comment avez-vous utilisé les logos du Conseil de l'Europe sur vos produits ?" Certains des répondants (Lofotr Viking Museum, Concello de Catoira ; JORVIK Viking Centre) déclarent explicitement qu'ils utilisent le logo dans leurs produits, tandis que d'autres n'ont pas donné de réponse claire. La visite des sites web des membres de DVA suggère que l'utilisation du logo est visible mais n'est pas omniprésente. Bien qu'il ait été impossible de vérifier si, quand et comment tous les membres de DVA utilisent les logos du CdE et *Follow the Vikings*, on peut affirmer que l'adoption a été réussie dans une certaine mesure. DVA explique que les Vikings sont déjà une "marque" existante et que de nombreux membres des réseaux DVA sont des destinations bien établies avec leurs propres marques et identités fortes, ce qui pourrait expliquer les difficultés rencontrées pour ajouter le logo du CdE et de *Follow the Vikings*. Les communications personnelles avec les membres de DVA interrogés, engagés dans le tourisme, suggèrent également qu'ils considèrent comme une question de prestige le fait d'être associé au CdE, mais ils ont du mal à estimer si l'utilisation du logo a eu ou aurait pu avoir un impact sur le nombre de visiteurs. Néanmoins, après le projet "Follow the Vikings", le logo a gagné en popularité.

4. Conclusions et recommandations

Sur la base des conclusions de ce rapport, il est recommandé que *Follow the Vikings - la Route des Vikings* maintienne sa certification en tant qu'itinéraire culturel du Conseil de l'Europe. Il s'agit de l'un des itinéraires culturels les plus anciens, les plus importants, les plus diversifiés, les plus actifs et, dans l'ensemble, les plus réussis. L'ambitieux projet *Follow the Vikings*, cofinancé par Creative Europe et géré par DVA, a profondément transformé le réseau, le catapultant à un autre niveau de coopération, de professionnalisation, de partenariat et de pollinisation croisée créative.

Le **thème de l'itinéraire culturel** des Vikings répond parfaitement aux exigences du CdE en matière de cohérence, de clarté, d'exhaustivité, de délimitation géographique, de présence d'un patrimoine matériel et immatériel, de narration et de récit, de pertinence et d'attrait pour les jeunes. Les Vikings jouissent d'une popularité, d'un intérêt et d'un enthousiasme que très peu d'autres personnages historiques et cultures connaissent. La majorité de la population, jeune et moins jeune, en Europe et au-delà, a au moins entendu parler d'eux. Les Vikings sont omniprésents dans la culture populaire et un contenu culturel varié, sous forme de livres, d'animations, de films, de jeux, de théâtre, etc. est généré chaque année. C'est d'autant plus remarquable que les Vikings n'ont été actifs que pendant trois siècles environ, il y a plus d'un millénaire, mais qu'ils ont réussi à transformer le monde nordique d'une manière qui se fait encore sentir aujourd'hui. Au-delà des clichés d'attaques et de pillages (qui ont bien sûr eu lieu), les Vikings ont également exporté de nouvelles idées, technologies et pratiques sociales et culturelles aux peuples qu'ils ont rencontrés, y compris la forme proto-démocratique de gouvernance. Ce faisant, ils se sont eux-mêmes transformés. D'une certaine manière, ils continuent à le faire jusqu'à aujourd'hui, en changeant selon les besoins et les exigences du monde moderne.

L'itinéraire *Follow the Vikings* répond à toutes les exigences clés des **priorités d'action**, qui seront examinées plus en détail ci-dessous. Tout d'abord, l'itinéraire démontre un engagement fort en faveur de la **coopération en matière de recherche et de développement**. Le patrimoine viking en général est très soutenu par la recherche scientifique active, en particulier dans les pays nordiques. Le réseau DVA est très au fait des "actualités" concernant la recherche sur l'histoire des Vikings, tandis que ses membres mettent à jour leurs expositions en conséquence. Le réseau DVA lui-même contribue également à la sensibilisation par le biais de la science populaire en publiant le magazine *Hugin & Munin* et en créant une page Facebook. DVA compte parmi ses membres des établissements d'enseignement et de recherche et/ou coopère activement avec des établissements de recherche et d'enseignement. De nombreux employés des organisations membres de DVA sont titulaires de diplômes universitaires dans des domaines scientifiques pertinents. Comme en témoignent les membres de DVA, la représentation des Vikings dans les sites patrimoniaux devient plus précise sur le plan historique, plus diversifiée et plus informée sur le plan scientifique. L'itinéraire ne dispose pas encore d'un comité scientifique formel, mais des mesures sont déjà prises en vue de sa création. Il est donc recommandé que DVA poursuive ses efforts dans ce sens.

Follow the Vikings est bien adapté à la **mise en valeur de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen**, à laquelle les membres de DVA contribuent "par défaut" de par la nature même de leurs organisations membres et de leurs activités quotidiennes, à savoir les musées, les sites patrimoniaux (y compris les sites patrimoniaux de l'UNESCO), les institutions de recherche, les voyagistes qui se concentrent sur la narration et les visites pédagogiques, etc. Grâce à des liens étroits avec des institutions scientifiques, les membres de DVA s'efforcent d'être objectifs et authentiques lorsqu'il s'agit de préserver et de présenter le

patrimoine viking, tant matériel qu'immatériel. De nombreuses destinations liées aux Vikings se trouvent dans des zones rurales, ce qui contribue à la promotion du tourisme et à la préservation du patrimoine dans des destinations moins développées. Avec leurs épées, les Vikings se sont taillé une place importante dans l'histoire, qui mérite d'être préservée, notamment pour mieux comprendre l'évolution des sociétés européennes, de leur culture, de leur histoire, de leurs valeurs et de leur mode de gouvernance.

Le thème des Vikings est très attrayant pour les enfants et les jeunes, ce qui le rend très pertinent pour les **échanges culturels et éducatifs des jeunes Européens**. De nombreux membres de DVA organisent des activités impliquant des jeunes participants et des bénévoles. Presque tous les musées ayant pour thème les Vikings disposent également d'informations, d'activités, de jeux, d'animations, etc. destinés aux enfants et aux jeunes. Le projet Follow the Vikings a fourni de nombreuses occasions d'échanges entre jeunes, en mettant l'accent sur le théâtre et l'art. Comme dans presque tous les autres aspects des opérations du réseau DVA, la pandémie de COVID-19 a interrompu tous les échanges physiques, y compris les échanges culturels et éducatifs de jeunes, au cours de la période d'évaluation. Avec la réactivation des voyages et du tourisme, il est recommandé aux membres du réseau DVA d'explorer davantage de possibilités d'échanges de jeunes par le biais d'Erasmus+, de North2North et d'autres programmes similaires. Il est également recommandé d'offrir des possibilités de stages aux étudiants et de développer des liens plus étroits avec les programmes universitaires axés sur l'histoire, le tourisme, la culture et d'autres domaines pertinents. Il est également nécessaire d'assurer un meilleur suivi de ces activités en vue de l'établissement de rapports ultérieurs.

Follow the Vikings est en phase avec la **pratique contemporaine de la culture et des arts**, notamment en raison de la popularité générale de ce thème. Les technologies numériques et les expériences multimédias sont largement adoptées par les membres de DVA. Le projet *Follow the Vikings*, avec sa tournée de présentation, s'est également largement concentré sur le théâtre contemporain et les spectacles de rue avec une toile de fond numérique. DVA a également publié une bande dessinée dans laquelle le dieu nordique Odin est transporté dans le monde moderne. De nombreux membres de DVA s'efforcent de maintenir l'héritage viking vivant grâce à des animateurs, des jeux, de l'art et de l'artisanat, et proposent des expériences participatives où les visiteurs peuvent s'initier à diverses pratiques et les essayer par eux-mêmes.

Le tourisme culturel et le développement culturel durable font partie intégrante de DVA et de ses membres. Presque tous les membres de DVA sont liés au tourisme culturel d'une manière ou d'une autre, et le thème viking est une attraction touristique importante en soi. La plupart des membres du réseau coopèrent étroitement avec des organismes touristiques locaux, régionaux ou nationaux. Certains membres sont eux-mêmes des autorités locales responsables de la planification et du développement du tourisme. Il existe cependant une grande diversité en termes de taille et d'expérience parmi les membres de DVA. Certains membres sont de grandes destinations touristiques bien établies, tandis que d'autres sont plus petits et moins expérimentés. Il est donc important que tous les membres de DVA aient la possibilité de bénéficier des compétences et de l'expertise en matière de tourisme accumulées dans le réseau. En outre, s'il est clair que la durabilité est intrinsèquement présente dans les opérations des membres de DVA, il est recommandé de mieux suivre les aspects du tourisme durable tels que les bénéfices pour les communautés locales, l'éducation et l'incitation des touristes à des choix de consommation durables, la conservation des sites patrimoniaux, le travail avec les groupes vulnérables, etc.

Le **réseau de l'itinéraire culturel**, c'est-à-dire DVA, est en grande partie responsable du succès de l'itinéraire culturel des Vikings, depuis qu'il a repris la gestion de l'itinéraire en 2011.

Le projet *Follow the Vikings*, financé par Creative Europe, a été une réalisation massive pour le réseau, l'élevant à un niveau sans précédent d'ambition, de coopération et de créativité, et a apporté plus de visibilité à la route des Vikings. Au cours de la période du projet (2015-2019), le réseau s'est rapidement développé, acquérant davantage de membres et étendant sa géographie. Cependant, le projet a également eu ses défis à relever. Il a, par exemple, introduit une certaine inégalité entre les membres, entre les 15 qui ont participé au projet et ceux qui n'ont pas participé. Il a également été difficile de gérer le projet avec des ressources limitées, certains membres de DVA ne comprenant pas comment travailler avec des projets de l'UE et n'ayant pas pu obtenir de cofinancement. Enfin, le projet a d'une certaine manière drainé les efforts des membres dirigeants, et le COVID-19 a été d'une certaine manière une occasion bienvenue de se reposer. Il est donc recommandé de : s'assurer que tous les membres de DVA se sentent également impliqués dans les activités de DVA ; rechercher de nouvelles opportunités de projets, y compris celles qui pourraient bénéficier aux membres plus petits ; s'assurer qu'il y a une information correcte concernant le nombre et la géographie de tous les membres/partenaires/membres associés de DVA sur tous les sites web.

DVA a déployé des efforts considérables pour améliorer sa communication et ses **outils de communication** au cours des dernières années. La communication et la visibilité ont été particulièrement actives pendant le projet *Follow the Vikings*, non seulement pour le réseau mais aussi pour les membres individuels. La plupart des membres du réseau utilisent activement les réseaux sociaux, les sites web et d'autres outils en ligne. La pandémie de COVID-19 a poussé les membres de DVA à investir davantage dans leur présence numérique. DVA a rebaptisé l'itinéraire "*Follow the Vikings*" et a redessiné son logo après le succès du projet "*Follow the Vikings* Creative Europe". DVA a accordé une attention particulière à l'amélioration de la visibilité de la Route des Vikings du CdE et du logo *Follow the Vikings*, et a également exigé son utilisation dans le code de pratique pour les membres. L'utilisation du logo est conforme aux lignes directrices liées à l'utilisation du logo "Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe". DVA a mis à jour son site web et utilise les réseaux sociaux (Facebook). Il est prévu de réactiver Instagram et de lancer Twitter. L'amélioration de la communication numérique par le biais du site web et des réseaux sociaux figure parmi les principales priorités pour le développement futur de DVA. Il est recommandé de poursuivre les efforts dans ce sens. En outre, il est difficile de savoir dans quelle mesure les membres de DVA utilisent le logo et de quelle manière. Il serait également intéressant de mieux comprendre si l'utilisation du logo a un impact sur la visibilité et l'attractivité des destinations touristiques.

Dans l'ensemble, *Follow the Vikings*, géré par DVA, est un exemple impressionnant de réseau dynamique, actif et en constante évolution, alimenté par des passionnés de Vikings de tous horizons. Tous les membres interrogés apprécient grandement de faire partie du réseau et soulignent que la coopération internationale, la mise en réseau et l'échange d'idées en sont les principaux avantages. C'est donc un grand atout de les avoir à bord en tant qu'itinéraire culturel européen.

CRITÈRES	Recommandation s Evaluation Précédente 2018-2019	L'itinéraire a-t-il répondu à la recommandatio n depuis la dernière évaluation ?		Recommandation s Evaluation en cours 2022-2023
		OUI	NON	
I. <i>Thème de l'itinéraire culturel</i>		☐	☐	

II. Priorités d'action	Coopération en matière de recherche et de développement	Mettre en place un comité scientifique	☐	☒	DVA a déjà des projets concrets pour mettre en place un comité scientifique. Il est recommandé de poursuivre ces efforts.
		Dresser une liste d'experts en recherche que les entreprises nouvelles et plus petites peuvent utiliser. Les membres ayant des liens moins étroits avec le monde universitaire pourraient trouver ces éléments particulièrement utiles	☐	☒	DVA a déjà des projets concrets pour mettre en place un comité scientifique. Il est recommandé de poursuivre ces efforts.
	Valorisation de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen		☐	☐	
	Échanges culturels et éducatifs des jeunes Européens		☐	☐	Exploiter l'intérêt des jeunes pour les Vikings et devenir plus actif en attirant des étudiants internationaux, des stagiaires, etc.
	Pratique contemporain e de la culture et des arts		☐	☐	
	Tourisme culturel et développement t culturel durable		☐	☐	Mieux suivre les activités et les efforts des membres de DVA par rapport aux principes de durabilité
III. Réseau de l'itinéraire culturel			☐	☐	Veiller à ce que tous les membres de DVA se sentent traités de la même

				manière, quelle que soit leur taille
		☐	☐	Développer davantage de projets auxquels plus de membres peuvent contribuer, indépendamment de leur taille et des ressources disponibles.
		☐	☐	Mieux suivre tous les membres et leurs activités dans le cadre de l'itinéraire culturel et au-delà.
Outils de communication		☐	☐	Poursuivre les efforts en vue d'une plus grande présence numérique
		☐	☐	Mieux suivre l'utilisation du logo par les membres

5. Liste des références

Documents soumis par l'itinéraire culturel "*Follow the Vikings*" (selon les exigences)

- a) Formulaire de certification complété (Document 1) ;
- b) Grille d'auto-évaluation complétée (Document 2) ;
- c) Mise à jour des statuts juridiques du réseau ;
- d) Liste actualisée des membres du réseau (en format Excel ; suivant le modèle fourni au point 2.2 "Gouvernance du réseau") ;
- e) Les rapports des réunions ordinaires et extraordinaires de l'Assemblée générale des trois dernières années ;
- f) Informations financières (budget opérationnel actuel, informations financières des trois dernières années, prévisions budgétaires sur trois ans, financement extrabudgétaire) ;
- g) Programme d'activités triennal prévisionnel.

Autres sources

- Birkett, T., & Dale, R. (Eds.). (2019). *The Vikings Reimagined : Reception, Recovery, Engagement*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Curry, A. (2020). 'Viking' was a job description, not a matter of heredity, massive ancient DNA study shows. *Science*. <https://www.science.org/content/article/viking-was-job-description-not-matter-heredity-massive-ancient-dna-study-shows>
- CdE (2016). *Lignes directrices de visibilité liées à l'utilisation du logo "Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe"*.
- Dale, R. (2021). From Barbarian to Brand: The Vikings as a Marketing Tool In T. Birkett & R. Dale, (Eds.). *The Vikings Reimagined: Reception, Recovery, Engagement*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Dougherty, M. J. (2014). *Vikings: A History of the Norse People*. Amber Books Ltd.
- Friðriksdóttir, J. (2020). *Valkyrie: The Women of the Viking World*. Bloomsbury
- Gardela, L. (2021). *Women and weapons in the Viking world: Amazons of the north*. Casemate Publishers.
- Hoad, C. (2021). *Heavy Metal Music, Texts, and Nationhood:(Re) sounding Whiteness*. Springer Nature.
- Karpińska, K. (2019). Women in Viking reenactments. In T. Birkett & R. Dale, (Eds.). *The Vikings Reimagined: Reception, Recovery, Engagement*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- Laven, D., Chekalina, T., Fuchs, M., Margaryan, L., Varley, P., & Taylor, S. (2019). Building the slow adventure brand in the northern periphery. In *The Nordic wave in place branding* (pp. 76-90). Edward Elgar Publishing.
- Mihos, C., Koponen, J., McQuerrey, E., Z2 Comics, Hoseley, R., Cunniffe, D. (2021). *Lore of the Hávamál*. Z2 Comics.
- OED (2022). Viking. <https://www.oed.com/view/Entry/223373>
- Price, N. (2020). *The Children of Ash and Elm: A History of the Vikings*. Penguin UK.
- Price, N., Hedenstierna-Jonson, C., Zachrisson, T., Kjellström, A., Storå, J., Krzewińska, M., ... & Götherström, A. (2019). Viking warrior women? Reassessing Birka chamber grave Bj. 581. *Antiquity*, 93(367), 181-198.
- Sigurdsson, J. V. (2022). *Scandinavia in the Age of Vikings*. Cornell University Press.
- Somerville, A. A., & McDonald, R. A. (2013). *The Vikings and their age (Vol. 1)*. University of Toronto Press.
- Varley, P., & Semple, T. (2015). Nordic slow adventure: Explorations in time and nature. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1-2), 73-90.

6. Annexe 1 : Programme de visite de terrain et d'entretiens avec la direction du réseau et les membres du réseau

Interviews

Nom	Rôle, organisation	Pays	Date
Geir Sør-Reime	Secrétaire de DVA	Norvège	15.11.2022
Edmund Southworth	Ancien président de DVA	Île de Man, Royaume-Uni	21.11.2022
Eskil Vagn Olsen	Membre du conseil d'administration, Museum Vestsjælland	Danemark	17.11.2022
Anna-Liisa Öispuu	Village viking d'Asva	Estonie	15.11.2022
Ben Baillie	Membre du conseil d'administration de Lionheart Tours	France	15.11.2022
Jack Veldman	Membre du conseil d'administration, Archaeon	Pays-Bas	14.11.2022
Alberto García	Maire, Concello de Catoira	Espagne	23.11.2022
Anne Charlotte Ytter	Directeur, Musée Viking	Suède	29.11.2022
Anna Töräng, Anders Klintholm Lilliehöök et collaborateurs	Directeur, managers, Gunnes Gård	Suède	28.11.2022
Sarah Maltby	Membre du conseil d'administration du centre JORVIK Viking	ROYAUME-UNI	21.11.2022

Visites sur le terrain

Organisation	Localisation	Date
Gunnes Gård	Upplands Väsby, Suède	28.11.2022
Le musée des Vikings	Stockholm, Suède	29.11.2022

7. Annexe 2 : Liste de contrôle pour l'évaluation à destination de l'expert

LISTE DE CONTRÔLE POUR L'EVALUATION À DESTINATION DE L'EXPERT				Oui	Non
QUESTIONS					
3.1.1 THEME	1	Le thème de l'itinéraire culturel représente-t-il une valeur commune - historique, culturelle ou patrimoniale - dans plusieurs pays européens ?		1	
	2	Le thème de l'itinéraire culturel offre-t-il une base solide pour des échanges culturels et éducatifs pour les jeunes ?		1	
	3	Le thème de l'itinéraire culturel offre-t-il une base solide pour des activités innovantes ?		1	
	4	Le thème de l'itinéraire culturel, offre-t-il une base solide pour le développement de produits de tourisme culturel ?		1	
	5	Le thème a-t-il été étudié / développé par des universitaires / experts de différentes régions d'Europe ?		1	
3.1 CHAMPS D'ACTION PRIORITAIRES	6	L'itinéraire offre-t-il une plate-forme de coopération pour la recherche et le développement de valeurs / thèmes culturels européens ?		1	
	7	L'itinéraire joue-t-il un rôle fédérateur autour de grands thèmes européens, permettant de réunir des savoirs dispersés ?		1	
	8	L'itinéraire montre-t-il en quoi ces thèmes sont représentatifs des valeurs européennes partagées par plusieurs pays européens ?		1	
	9	L'itinéraire illustre-t-il le développement de ces valeurs et la variété des formes qu'elles peuvent prendre en Europe ?		1	
	10	L'itinéraire dispose-t-il d'un réseau d'universités et d'un centre de recherche travaillant sur son thème au niveau européen ?		1	
	11	L'itinéraire a-t-il un comité scientifique multidisciplinaire ?		1	
	12	Le comité scientifique travaille-t-il sur son thème au niveau européen ?		1	
	13	Le comité scientifique effectue-t-il des recherches et des analyses sur les questions relatives à son thème et / ou à ses activités au niveau théorique ?		1	
	14	Le comité scientifique effectue-t-il des recherches et des analyses sur les questions relatives à son thème et / ou à ses activités au niveau pratique ?		1	
	15	Les activités de l'itinéraire prennent-elles en compte et expliquent-elles la signification historique du patrimoine européen matériel et immatériel ?		1	
	16	Les activités de l'itinéraire promeuvent-elles les valeurs du Conseil de l'Europe ?		1	
	17	Les activités de l'itinéraire promeuvent-elles le label des Itinéraires Culturels du Conseil de l'Europe ?		1	
	18	Les activités de l'itinéraire fonctionnent-elles conformément aux chartes et conventions internationales sur la préservation du patrimoine culturel ?		1	
	19	Les activités de l'itinéraire identifient-elles, préservent-elles et développent-elles les sites du patrimoine européen dans des destinations rurales ?		1	
	20	Les activités de l'itinéraire identifient-elles, préservent-elles et développent-elles les sites du patrimoine européen dans les zones industrielles en cours de restructuration économique ?		1	
	21	Les activités de l'itinéraire valorisent-elles le patrimoine des minorités ethniques ou sociales en Europe ?		1	
	22	Les activités de l'itinéraire contribuent-elles à une meilleure compréhension du concept de patrimoine culturel, de l'importance de sa préservation et de son développement durable ?		1	
	23	Les activités de l'itinéraire mettent-elles en valeur le patrimoine physique et immatériel, expliquent-elles son importance historique et mettent-elles en évidence ses similitudes dans les différentes régions d'Europe ?		1	
	24	Les activités de l'itinéraire tiennent-elles compte et promeuvent-elles les chartes, conventions, recommandations et travaux du Conseil de l'Europe, de l'UNESCO et de l'ICOMOS relatifs à la restauration, à la protection et à la valorisation du patrimoine, au paysage et à l'aménagement du territoire (Convention Culturelle Européenne, Convention de Faro, Convention Européenne du Paysage, Convention du Patrimoine Mondial,...) ?		1	
	25	Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour développer une meilleure compréhension du concept de citoyenneté européenne ?		1	
	26	Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour mettre l'accent sur la valeur d'une nouvelle expérience personnelle en visitant des lieux divers ?		1	
	27	Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour encourager l'intégration sociale et les échanges des jeunes de différentes origines sociales et régions d'Europe ?		1	
	28	Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour offrir des possibilités de collaboration pour les institutions scolaires à différents niveaux ?		1	
	29	Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour mettre l'accent sur des expériences personnelles et réelles à travers l'utilisation de lieux et de contacts ?		1	
	30	Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour mettre en place des projets pilotes avec plusieurs pays participants ?		1	
	31	Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour donner lieu à des activités de coopération associant des institutions scolaires à différents niveaux ?		1	
	32	Les activités culturelles de l'itinéraire (liées aux pratiques culturelles et artistiques contemporaines) favorisent-elles le dialogue interculturel et les échanges multidisciplinaires entre diverses expressions artistiques dans les pays européens ?		1	
	33	Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles des projets artistiques établissant des liens entre le patrimoine culturel et la culture contemporaine ?		1	
	34	Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles des pratiques artistiques culturelles et contemporaines innovantes* en les reliant à l'histoire du développement des compétences ?		1	
	35	Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles la collaboration entre les amateurs de culture et les professionnels à travers des activités pertinentes et la création de réseaux ?**		1	
	36	Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles le débat et l'échange - dans une perspective multidisciplinaire et interculturelle - entre diverses expressions culturelles et artistiques dans différents pays d'Europe ?		1	
	37	Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles des activités et des projets artistiques explorant les liens entre patrimoine et culture contemporaine ?		1	
	38	Les activités culturelles de l'itinéraire mettent-elles en évidence les pratiques les plus innovantes et créatives ?		1	
	39	Les activités culturelles de l'itinéraire lient-elles ces pratiques innovantes et créatives à l'histoire du développement des compétences ?***		1	
	40	Les activités de l'itinéraire (pertinentes pour le développement du tourisme culturel durable) facilitent-elles la formation de l'identité locale, régionale, nationale et / ou européenne ?		1	
	41	Les activités de l'itinéraire impliquent-elles activement 3 moyens principaux de sensibilisation à leurs projets culturels : la presse écrite, la radio/diffusion et les réseaux sociaux ?		1	
	42	Les activités de l'itinéraire promeuvent-elles le dialogue entre communautés et cultures urbaines et rurales ?		1	
	43	Les activités de l'itinéraire promeuvent-elles le dialogue entre régions développées et défavorisées ?		1	
	44	Les activités de l'itinéraire promeuvent-elles le dialogue entre différentes régions (sud, nord, est, ouest) de l'Europe ?		1	
	45	Les activités de l'itinéraire promeuvent-elles le dialogue entre cultures majoritaires et minoritaires (ou autochtones et immigrées) ?		1	
	46	Les activités de l'itinéraire ouvrent-elles des possibilités de coopération entre l'Europe et les autres continents ?		1	
	47	Les activités de l'itinéraire attirent-elles l'attention des décideurs sur la nécessité de protéger le patrimoine dans le cadre du développement durable du territoire ?		1	
	48	Les activités de l'itinéraire visent-elles à diversifier les offres de produits, services et activités culturels ?		1	
	49	Les activités de l'itinéraire développent-elles et offrent-elles des produits, des services ou des activités de tourisme culturel de qualité au niveau transnational ?		1	
	50	Les activités de l'itinéraire développent-elles des partenariats avec des organisations publiques et privées actives dans le secteur du tourisme ?		1	
	51	Le réseau a-t-il préparé et utilisé des outils tout au long de l'itinéraire pour augmenter le nombre de visiteurs et l'impact économique de l'itinéraire sur les territoires traversés ?		1	
	52	L'itinéraire représente-t-il un réseau impliquant au moins trois Etats membres du Conseil de l'Europe ?		1	
	53	Le thème de l'itinéraire a-t-il été choisi et accepté par les membres du réseau ?		1	
	54	Le cadre conceptuel de l'itinéraire a-t-il été fondé sur des bases scientifiques ?		1	
	55	Le réseau implique-t-il plusieurs Etats membres du Conseil de l'Europe dans l'ensemble ou dans une partie de son / ses projet(s) ?		1	
	56	Le réseau est-il financièrement viable ?		1	
	57	Le réseau a-t-il un statut juridique (association, fédération d'associations, GEIE, ...) ?		1	
	58	Le réseau fonctionne-t-il démocratiquement ?		1	
	59	Est-ce que le réseau précise ses objectifs et ses méthodes de travail ?		1	
	60	Est-ce que le réseau précise les régions concernées par le projet ?		1	
	61	Est-ce que le réseau précise ses partenaires et les pays participants ?		1	
	62	Est-ce que le réseau précise les champs d'action impliqués ?		1	
	63	Est-ce que le réseau précise la stratégie globale du réseau à court et à long terme ?		1	
	64	Est-ce que le réseau identifie les participants et partenaires potentiels dans les Etats membres du Conseil de l'Europe et / ou dans d'autres pays du monde ?		1	
	65	Est-ce que le réseau fournit des détails sur son financement (rapports financiers et / ou budgets d'activités) ?		1	
	66	Est-ce que le réseau fournit des détails sur son plan opérationnel ?		1	
	67	Est-ce que le réseau joint le(s) texte(s) de base confirmant son statut juridique ?		1	
	68	L'itinéraire a-t-il son propre logo ?		1	
	69	Tous les partenaires du réseau utilisent-ils le logo sur leurs outils de communication ?		1	
	70	L'itinéraire a-t-il son propre site web dédié ?		1	
	71	Le site Web est-il disponible en anglais et en français ?		1	
	72	Le site Web est-il disponible dans d'autres langues ?		1	
	73	Le réseau utilise-t-il efficacement les réseaux sociaux et le Web 2.0 ?		1	
	74	Le réseau publie-t-il des brochures sur l'itinéraire ?		1	
	75	Si oui, les brochures sont-elles disponibles en anglais ?		1	
	76	Si oui, les brochures sont-elles disponibles en français ?		1	
3.4 OUTILS DE COMMUNICATION	77	Le titre «Itinéraire Culturel du Conseil de l'Europe» est-il présent sur tous les supports de communication (y compris les communiqués de presse, les sites Web, les publications, etc.) ?		1	
	78	Le logo de certification est-il présent sur tous les supports de communication ?		1	
	79	Le logo de certification est-il utilisé conformément aux directives d'utilisation (taille et emplacement,...) ?		1	
	80	Les logos (Itinéraire culturel + certification) sont-ils fournis à tous les membres de l'itinéraire ?		1	
	81	Le logo de certification apparaît-il sur les panneaux indiquant l'itinéraire culturel ?		1	
SCORE				66	15

8. Annexe 3 : Liste des acronymes, figures et tableaux

Liste des figures

Figure 1. Nuage de mots des types d'organisation des membres de DVA

Figure 2. Logo "Follow the Vikings". Source : www.followthevikings.com

Figure 3. Logo DVA sur les publications. Source : Hugin & Munin magazine
www.followthevikings.com

Liste des acronymes

DVA Destination Viking Association

CdE Conseil de l'Europe

Documentation photographique des visites sur le terrain



Le musée des Vikings à Stockholm, Suède



Des animateurs accueillent les visiteurs au musée Viking de Stockholm, en Suède.



Maisons vikings reconstruites à Gunnes Gård, Upplands Väsby, Suède



Gestion du musée en plein air Gunnes Gård Viking



Livres pour enfants et adultes au musée Viking de Stockholm



Souvenirs sur le thème des Vikings au musée des Vikings de Stockholm



Atelier d'artisanat à Gunnes Gård



Animateur assis sur une réplique d'un bateau viking au musée Viking de Stockholm



Employée du musée des Vikings de Stockholm montrant un collier fabriqué à partir de répliques d'authentiques bijoux vikings.



Animateur au musée Viking de Stockholm pendant la narration pour les visiteurs