

2021/22 FR

Accord Partiel Elargi sur les Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe
Cycle de certification 2021-2022

Itinéraire candidat :

ROUTE DES CAFÉS HISTORIQUES

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 2021-2022**

Rapport d'expert indépendant

Route des cafés historiques

*Informations sur l'auteur :
Professeur Mike Robinson
Université de Nottingham Trent, Royaume-Uni*

**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
2. Introduction
3. Corps de l'Evaluation
 - 3.1 Thème de l'itinéraire culturel
 - 3.1.1 Définition du thème de l'itinéraire
 - 3.1.2 Contexte historique et culturel
 - 3.1.3 Valeurs du Conseil de l'Europe représentées par le thème
 - 3.2 Liste des priorités d'action
 - 3.2.1 Coopération en matière de recherche et de développement
 - 3.2.2 Valorisation de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen
 - 3.2.3 Echanges culturels et éducatifs des jeunes Européens
 - 3.2.4 Pratique contemporaine de la culture et des arts
 - 3.2.5 Tourisme culturel et développement culturel durable
 - 3.3 Réseau de l'itinéraire culturel
 - 3.3.1 Aperçu de la structure institutionnelle/juridique du réseau
 - 3.3.2 Composition actuelle du réseau par pays et type de membre
 - 3.3.3 Extension du réseau dans les trois années à venir
 - 3.4 Outils de communication
 - 3.4.1 Etat des lieux des outils de communication développés par le réseau (charte graphique, supports de communication, logo, canaux de communication, signalétique, cartes, etc.)
4. Conclusions et recommandations
5. Liste des références
6. Annexe 1 : Programme de visite de terrain et/ ou d'entretiens en ligne avec la direction du réseau et les membres du réseau
7. Annexe 2 : Liste de contrôle pour l'évaluation à destination de l'expert

Sommaire exécutif

La Route des Cafés Historiques (RCH) est un itinéraire thématique basé sur le patrimoine matériel et immatériel des cafés historiques et de la culture du café en général dans 15 pays d'Europe. Collectivement, les 63 cafés actuellement membres représentent des valeurs et des expressions culturelles européennes communes, ainsi que des histoires et des identités locales et régionales distinctes. La RCH cherche à préserver les cafés et à rendre visible leur rôle important dans le développement des expressions culturelles européennes et en tant que sites patrimoniaux qui peuvent aider à raconter les histoires des changements sociaux, culturels, économiques et politiques des 200 dernières années. Les principaux membres de la RCH sont les petites entreprises familiales indépendantes qui continuent à offrir des espaces urbains fascinants et attrayants pour le plaisir, l'éducation et le dialogue interculturel des communautés locales et des touristes. Il s'agit d'un thème passionnant et très pertinent pour un itinéraire culturel, avec un potentiel important pour engager plus de membres dans plus de pays. Le thème a été justifié scientifiquement mais des recherches supplémentaires sont nécessaires pour étayer les développements futurs. L'importance des thèmes et son caractère véritablement "européen" doivent être développés et mieux communiqués, en particulier via les outils clés que sont le site web, les réseaux sociaux et les publications. Une stratégie coordonnée de communication du récit de l'itinéraire, de sa vision et de ses avantages, doit cibler les publics internes et externes. L'adhésion à l'itinéraire doit être élargie pour une meilleure représentation géographique et diversifiée, afin d'inclure les autorités municipales et régionales, les organisations touristiques, les musées et autres. Cela permettra d'accroître les possibilités de raconter l'histoire européenne de la culture du café et des cafés historiques et d'améliorer la viabilité financière de la route. Certaines activités ont été menées dans les domaines d'action requis et un potentiel considérable existe, mais il est important que ces activités reflètent un itinéraire culturel cohérent, coordonné et pleinement engagé plutôt que des actions indépendantes des membres. Une stratégie de développement réaliste est en place pour les trois prochaines années, soutenue par une équipe de gestion rémunérée et dévouée.

La conclusion générale de cette évaluation est qu'en se concentrant sur les lacunes identifiées et les recommandations à traiter dans les trois prochaines années, la RCH est conforme à deux des critères de certification. De nouveaux statuts pour la RCH en tant que société civile à but non lucratif ont été rédigés pour refléter le nouveau rôle de la route (par opposition à l'ancienne association) et les conditions et responsabilités de l'adhésion payante, à travers différentes catégories. Les statuts reflètent une gouvernance transparente et démocratique. Cependant, au moment de la rédaction de ce document et malgré les efforts de la RCH, les statuts n'ont pas été légalement enregistrés par les autorités grecques et, par conséquent, une assemblée générale de tous les membres basés sur les nouveaux statuts n'a pas pu être organisée. Le processus d'enregistrement légal doit être entrepris par les autorités compétentes.

| 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. | Oui | |
| 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. | Oui | |
| 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. | | Non |

2. Introduction

La candidature de la Route des Cafés Historiques (ci-après RCH) émerge de son ancienne incarnation en tant qu'Association européenne des cafés historiques (ci-après EHICA, European Historic Cafes Association) formée en 2014 pour assurer la survie des cafés historiques et communiquer leur rôle dans l'histoire et le patrimoine de l'Europe.

La RCH se concentre sur les nombreuses dimensions des cafés historiques d'Europe en tant que sites patrimoniaux importants ancrés dans de nombreuses villes et villages. Il s'agit d'un itinéraire culturel thématique qui reflète une longue et riche tradition de consommation de café en Europe, vieille de plus de deux cents ans. Il reconnaît l'engagement culturel commun avec le café et les pratiques associées d'hospitalité et d'engagement social dans des cafés construits à cet effet qui présentent de nombreuses facettes du patrimoine matériel et immatériel.

L'un des objectifs de l'itinéraire proposé est de préserver les cafés historiques face à l'uniformité croissante des centres urbains et des grandes chaînes de cafés commerciaux. Il s'agit d'une ambition louable, de nombreux cafés étant des entreprises familiales de longue date. D'autres objectifs sont de mettre en valeur l'architecture et le design distinctifs des cafés, leur rôle en tant que lieux de rencontre pour les artistes, les écrivains et les débats politiques, et leur importance dans la représentation des pratiques locales du patrimoine culturel immatériel liées à l'hospitalité et à la préparation et au service des aliments et des boissons.

Les atouts de l'itinéraire proposé résident dans l'importance et la multi-dimensionnalité de son thème et dans sa capacité à rassembler des sites et des membres d'un grand nombre de pays. À l'heure actuelle, l'itinéraire traverse 15 pays, mais il existe un bon potentiel pour que d'autres pays soient impliqués. Bien que l'itinéraire ait des critères de participation fondés sur la valeur historique et l'authenticité, il se présente comme un projet inclusif et très attrayant pour les communautés locales et les touristes.

À l'heure actuelle, la plupart des membres sont des petites et moyennes entreprises du secteur privé, dont beaucoup sont des entreprises familiales indépendantes. C'est une particularité du programme des itinéraires culturels et un atout en termes d'inclusion, de diversité d'expériences et de potentiel touristique. Cependant, cela génère des problèmes potentiels de communication interne, de "cohésion des itinéraires" et soulève sans doute des questions concernant la mise en œuvre de certains champs d'action.

Une nouvelle organisation a été créée pour remplacer l'ancien EHICA et pour gérer et développer l'itinéraire culturel ; il s'agit de la RCH, une société civile à but non lucratif basée dans la municipalité de Chania, en Crète. Au moment de la rédaction du présent document, la RCH n'est pas enregistrée en tant que société commerciale selon la loi grecque. De nouveaux statuts reflétant la fonction et le statut d'un itinéraire culturel par opposition à l'ancienne association ont été élaborés et examinés, mais ils ne sont pas encore opérationnels. Il n'y a pas eu d'occasion de tenir une Assemblée générale pour réunir les membres de l'itinéraire selon les nouveaux termes de référence. Selon les nouveaux statuts, un Comité exécutif est établi pour gérer l'itinéraire, comprenant un gestionnaire de l'itinéraire, un gestionnaire académique assurant le lien entre le Comité scientifique et la gestion de l'itinéraire, un gestionnaire responsable des finances et des ressources humaines et un responsable de la communication. Une stratégie de développement sur trois ans a été élaborée afin de définir les priorités pour le développement de l'itinéraire culturel.

3. Corps de l'Evaluation

3.1.1 Thème de l'itinéraire culturel

Le thème de l'itinéraire est clair et se concentre sur les cafés traditionnels qui ont survécu dans les villes d'Europe en tant qu'entreprises bien établies, indépendantes et souvent familiales. Ces cafés sont des bâtiments patrimoniaux qui reflètent l'histoire de la consommation de café ainsi que les tendances en matière de design, d'architecture et d'art du XVIIIe siècle au XXe siècle. Ils présentent des points communs en termes de conception et de fonction, mais reflètent également des styles et des interprétations au niveau national et local. Ces sites du patrimoine tangible sont de facto accessibles au public et constituent un réseau thématique solide dans 15 pays à l'heure actuelle.

L'itinéraire compte actuellement 63 cafés historiques avec des concentrations particulières en Autriche, en Espagne, au Portugal et en Grèce, mais le thème présente un potentiel considérable d'expansion des membres dans les pays existants et dans de nouveaux territoires, y compris des pays au-delà de l'Europe. Il est particulièrement possible d'adopter une approche urbaine pour étendre l'adhésion à l'itinéraire, étant donné que les cafés historiques sont situés dans de nombreux centres urbains. Il existe des critères clairs pour la sélection des membres de l'itinéraire qui ont été développés par les membres du comité scientifique et qui pourraient être revus au fur et à mesure du développement de l'itinéraire.

Étant donné que l'itinéraire dispose d'un nombre important de sites et qu'il est possible d'en ajouter beaucoup d'autres, il est important de continuer à travailler sur les récits qui permettront de développer des sous-thèmes et des groupes géographiques qui peuvent aider à l'interprétation.

Il est important de noter que le thème de l'itinéraire ne concerne pas seulement le patrimoine matériel des cafés, mais aussi la mémoire collective et le patrimoine immatériel. Les cafés d'Europe ont été des lieux d'événements culturels importants et beaucoup sont associés à des écrivains, des compositeurs, des artistes, des acteurs et des membres de la royauté. Ils ont été des espaces influents dans le développement de la culture européenne et racontent des histoires qui sont pertinentes au niveau local, national et transnational. En outre, le patrimoine immatériel se reflète dans les pratiques des traditions locales/régionales de boulangerie et de pâtisserie qui accompagnent souvent le service du café. La culture du café figure sur les listes du patrimoine culturel immatériel de l'Autriche et de la France et est de plus en plus appréciée dans un certain nombre d'autres pays.

Dans le cadre du programme actuel des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, ce thème est très particulier pour les raisons suivantes :

- Il offre l'expérience du patrimoine matériel et immatériel dans chacun de ses sites ;
- Il est ancré dans la culture quotidienne d'un nombre potentiellement très élevé de centres urbains sur un grand nombre de territoires ;
- Les cafés jouent un rôle important dans l'expérience des touristes dans les villes européennes ;
- La clé de la préservation des cafés historiques est le mécénat régulier qui permet de soutenir les entreprises familiales indépendantes et de maintenir la diversité des villes européennes.

Il existe des liens évidents avec les itinéraires culturels certifiés existants qui peuvent être explorés plus en détail et qui ouvriront de nouvelles possibilités de développement et

d'amélioration des produits culturels et touristiques. Par exemple, un nombre important de cafés ont été construits dans le style Art nouveau et, de même, un certain nombre de cafés ont été installés dans les stations thermales et les villes thermales d'Europe.

S'il est clair que le thème et le nom de l'itinéraire proposé utilisent le terme de cafés "historiques" et, en effet, héritent du nom et de l'adhésion de l'Association européenne des cafés "historiques", comme indiqué ci-dessus, l'ouverture de leur multi-dimensionnalité place effectivement les cafés dans le domaine du patrimoine. Si certains ont des formes et des associations "historiques", le terme "patrimoine" les couvre en tant que sites du patrimoine matériel et immatériel et peut attirer des financements.

3.1.2 Contexte historique et culturel

La délimitation historique de l'itinéraire reflète l'âge d'or de la consommation de café en Europe, la grande majorité des cafés membres datant du milieu du XIXe siècle et des premières décennies du XXe siècle. Le plus ancien café membre remonte à 1763, cinq autres ont été fondés au XVIIIe siècle, 33 au XIXe siècle et 24 principalement dans la première moitié du XXe siècle. L'itinéraire traverse donc une période historique critique dans la construction de l'Europe moderne, reflétant la montée et la chute de grands empires, de longues périodes de guerre et de conflit, l'expansion de l'industrialisme et de l'urbanisme et le développement du modernisme. Les cafés témoignent de ces périodes de changement et chacun d'entre eux a joué son propre rôle dans l'évolution de l'Europe. Il est important de considérer les cafés qui composent l'itinéraire proposé comme un patrimoine vivant reflétant la continuité et le changement. Il ne s'agit pas de musées, mais plutôt de lieux de consommation de café et d'espaces de socialisation. Ils restent importants en tant que marqueurs d'identités locales et régionales dans des paysages urbains de plus en plus mondialisés en Europe.

Il s'agit d'un itinéraire thématique et ses géographies de connexion sont donc définies par les mobilités ouvertes des communautés et des touristes. Il est clair qu'il existe des concentrations de cafés dans les grandes villes d'Europe, mais il devrait être important d'encourager continuellement l'adhésion de certaines des destinations moins connues.

Le thème de l'itinéraire a été développé depuis la création de l'EHICA en 2014. Spécifiquement pour le développement de l'itinéraire culturel, le thème a fait l'objet de recherches par une série d'experts issus de différentes disciplines. Ces experts continueront à former le noyau du comité scientifique mais devront également s'élargir au fur et à mesure du développement géographique et thématique de l'itinéraire. L'expertise sur l'établissement du thème de l'itinéraire provient des disciplines de l'histoire, de l'histoire de l'art, de l'anthropologie, du patrimoine culturel, de l'éducation et de l'archivistique. Toutefois, les experts se sont également appuyés sur un riche bagage scientifique et sur des publications qui se sont considérablement étoffées au cours des vingt dernières années et incluent désormais des connaissances en architecture, en études touristiques, en histoire économique et en sciences politiques. Il existe un consensus clair sur le fait que l'itinéraire reflète un phénomène culturel authentique et omniprésent, fondé sur l'histoire et les cultures de consommation du café en Europe. À l'avenir, il est important que le mandat et la composition du comité scientifique soient élargis, notamment pour prendre en compte les champs disciplinaires des études sur la mémoire, l'urbanisme, le patrimoine architectural, le patrimoine culturel immatériel et les études sur l'hospitalité.

Les experts à l'origine de l'élaboration de l'itinéraire ont travaillé à améliorer leur connaissance des membres qui les composent. Ils ont élaboré un questionnaire pour collecter des données auprès des cafés, qui fera partie du processus formel pour les nouveaux membres souhaitant rejoindre l'itinéraire. Les données seront utilisées pour développer des produits de marque,

des textes documentaires pour le site web de l'itinéraire, des livres et d'autres documents imprimés.

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

Le thème des cafés historiques est représentatif des valeurs européennes et est commun aux 15 pays européens participants. L'introduction du café en Europe au XVIIe siècle s'est répandue dans toute l'Europe au cours des siècles suivants et dans presque toutes les villes, des cafés ont été créés. Bien que le nombre de cafés traditionnels ait diminué, le fait qu'un grand nombre de ces cafés aient survécu à la guerre et aux bouleversements sociaux, économiques et politiques témoigne de l'importance de la culture du café et de la résilience des entreprises familiales qui ont maintenu cette culture en vie.

Les cafés représentent la mémoire à deux niveaux. Premièrement, ils font partie de la mémoire collective de l'Europe, aussi bien dans les bons moments, lorsqu'ils étaient des sites de créativité artistique libérale et d'expression de différentes formes culturelles grâce au mécénat d'artistes et d'écrivains, que dans les mauvais moments, lorsqu'ils étaient souvent des espaces de résistance et d'activisme politique. Deuxièmement, ils font partie de la mémoire quotidienne des familles et des communautés locales, où ils sont le symbole d'événements spéciaux, d'occasions et de "délices" culinaires.

En ce qui concerne le riche patrimoine architectural qu'ils représentent, les principaux styles et tendances de l'art et de la culture européens sont reconnaissables à travers les cafés. De la somptueuse récréation du baroque au milieu du XIXe siècle aux diverses formes d'Art nouveau interprétées à travers l'Europe - Jugendstil, Modernismo, Secession, Stile Floreale, etc. - jusqu'à la période Art déco, ces cafés préservés sont capables de communiquer presque toute l'histoire du design européen.

Conformément à la Convention de Faro, les cafés historiques, en tant que sites du patrimoine vivant, ouverts à tous, sont un excellent exemple de la contribution du patrimoine à la dynamique sociale, culturelle et économique des communautés. Ils incarnent également l'approche "ascendante" exprimée dans la convention, car ils sont ancrés dans leur localité, leur place dans la ville et ils donnent un sens aux communautés qui les utilisent régulièrement.

Depuis leur création, les cafés d'Europe sont avant tout des lieux où les gens se rencontrent en consommant ensemble du café et de la nourriture. Ils sont connus depuis longtemps comme des espaces de libre expression, de radicalisme et de dissidence politique et ont donc été, au cours des différentes phases de l'histoire européenne, des lieux importants pour le développement de la démocratie. Ils restent des espaces de dialogue interculturel convivial et, depuis l'émergence du tourisme moderne, ils sont devenus des sites à visiter, pour se détendre, s'imprégner de la vie locale et partager les traditions et les produits consommables locaux. En tant que tels, on peut dire qu'ils sont l'incarnation d'un sens partagé des valeurs européennes, rassemblées par l'opportunité de profiter de l'expérience simpliste de boire du café et de consommer des gâteaux.

La Route des cafés historiques est très consciente de son rôle, non seulement dans la représentation historique des cafés dans le domaine du dialogue interculturel, mais aussi dans le rôle contemporain que jouent les cafés dans ce domaine.

3.2 Liste des priorités d'action

3.2.1 Coopération en matière de recherche et de développement

Dans les cercles académiques les plus larges, il y a eu des histoires culturelles du café, des études sur le "tourisme du café" et le rôle des cafés européens dans la formation de la sphère publique, du discours politique et comme influences diverses sur les figures et les tendances culturelles. Cependant, il reste de nombreuses lacunes dans les connaissances du public concernant le rôle des cafés historiques, et leur caractère multidimensionnel mérite des recherches beaucoup plus approfondies, notamment dans le contexte du patrimoine matériel et immatériel de l'Europe qu'ils représentent. Sous la forme de l'EHICA, il y a eu une coopération dans la recherche, en termes d'établissement du thème et de la composition de l'itinéraire et en termes de contribution plus large à la compréhension des cafés historiques d'Europe.

Au cours de l'Année européenne du patrimoine culturel (2018), EHICA a été partenaire d'une importante conférence, avec l'Université de Coimbra, et l'Association des cafés historiques du Portugal et le Comité du patrimoine culturel matériel et immatériel du Centre interculturel euro-méditerranéen de l'UNESCO. Le programme de la conférence (<https://www.ehica.eu/wp-content/uploads/2018/04/programme-coimbra.pdf>) indique un éventail intéressant de sujets mais il ne semble pas y avoir de document publié quant aux résultats de l'événement. EHICA a également collaboré avec la municipalité de Santiago et la Fondation Torrente Ballester pour organiser une conférence internationale sur les "Cafés historiques : Le patrimoine culturel à travers le temps" en 2018. Là encore, les résultats publiés diffusés à partir de l'événement ne sont pas évidents. Il est important non seulement de développer les connaissances par le biais d'événements de développement, d'ateliers et de conférences, mais aussi de diffuser les résultats. Il faut s'attendre à ce que la RCH soit le principal communicateur des événements orchestrés par ses bureaux, avec ses partenaires et au nom de ses membres.

Un comité scientifique a été créé dans le cadre d'EHICA et, à ce jour, ses réunions ont été sporadiques et plus informelles, en partie en raison de la pandémie. Actuellement, le comité scientifique est restreint et ne représente que trois pays (Espagne, Grèce et Portugal). En outre, les disciplines représentées sont limitées. Toutefois, il est prévu d'élargir considérablement le comité scientifique afin qu'il soit plus représentatif des pays de l'itinéraire et qu'il comprenne une expertise disciplinaire plus diversifiée et plus étendue. Des efforts ont été faits pour définir les plans et les fonctions du Comité et son rôle dans le développement de l'itinéraire. Ceux-ci semblent solides et réalistes, même si la gestion du Comité scientifique sera primordiale, car par définition, les cafés historiques offrent de multiples possibilités de recherche et de développement dans de nombreuses disciplines. Il sera important de prioriser le travail du Comité et il est suggéré que la diffusion de la recherche pour aider à construire le profil de l'itinéraire culturel soit primordiale. Les plans du Comité reconnaissent les lacunes d'expertise parmi les membres, en particulier dans les domaines du patrimoine culturel, de l'architecture, du tourisme et du patrimoine culturel immatériel. Le Comité a également suggéré de nouveaux noms pour une éventuelle adhésion.

A l'heure actuelle, les universités avec lesquelles la RCH travaille sont également limitées et il faut s'attendre à ce qu'à l'avenir, au fur et à mesure que le Comité scientifique prendra forme, le réseau d'universités engagées avec l'itinéraire représente un nombre beaucoup plus important de pays. Il est recommandé que l'itinéraire travaille également en étroite collaboration avec le réseau universitaire de l'ECRI.

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

Une partie de la raison d'être de l'itinéraire est la protection et la préservation des cafés historiques qui survivent dans les villes d'Europe. En mettant en valeur ces lieux, en les maintenant en activité et en les rendant accessibles à tous les secteurs de la société, l'itinéraire

participe à la préservation du patrimoine immatériel et à la communication de souvenirs liés à des lieux spécifiques et à l'histoire globale de l'Europe et de son développement culturel.

Les cafés historiques sont des microcosmes du patrimoine liés à diverses chartes de conventions de méta-niveau, mais leur valeur et le rôle qu'ils jouent et peuvent jouer sont largement sous-estimés. Cela est dû en partie au fait que les cafés ne sont pas des monuments publics typiques, exclusivement désignés comme patrimoine. Il s'agit plutôt, dans la majorité des cas, de bâtiments privés qui constituent néanmoins un élément patrimonial précieux dans les espaces urbains. Le rôle que les cafés peuvent jouer dans la communication sur la protection, l'interprétation et la durabilité du patrimoine est important pour deux raisons principales. Premièrement, ils sont facilement accessibles, situés dans les espaces et les expériences quotidiennes des villes (et certains dans des lieux plus ruraux) et deuxièmement, ils sont largement et populairement fréquentés par un échantillon représentatif du public.

Il existe de bons liens entre l'itinéraire proposé et les itinéraires culturels certifiés existants, basés non seulement sur des liens historiques mais aussi sur la perspective d'avantages commerciaux mutuels. EHICA a déjà conclu des accords de coopération avec Iter Vitis (<https://itervitis.eu/cooperation-agreement-between-the-cultural-route-historic-cafes-route-and-the-cultural-route-iter-vitis-with-the-aim-of-defending-and-promoting-the-tangible-and-int/>) et avec la Route des Phéniciens.

EHICA a été impliqué avec différents cafés membres dans plusieurs événements qui ont cherché à augmenter le profil des cafés historiques dans différents territoires. Par exemple, en 2018, EHICA a participé à l'inauguration de la Lega italienne pour la protection des cafés littéraires historiques, qui s'est tenue à Trieste avec 14 cafés membres. Ces activités contribuent à faire prendre conscience de l'importance de cet aspect du patrimoine et de la mémoire européens.

3.2.3 Échanges culturels et éducatifs des jeunes Européens

Les jeunes Européens sont de grands consommateurs de café et une grande partie d'entre eux sont susceptibles de fréquenter des cafés de marque transnationale, ignorant la riche histoire de la consommation de café et le rôle des cafés historiques dans le façonnement de la culture. Bien qu'il n'existe pas de données solides, des informations anecdotiques provenant de certains cafés historiques indiquent que leurs principaux marchés sont les publics éduqués de plus de 45 ans. Il existe donc un double besoin d'échanges culturels et éducatifs axés sur les jeunes Européens : sensibiliser au rôle des cafés historiques dans l'histoire et l'identité européennes et à leur rôle dans la société contemporaine en tant que contribution à la diversité culturelle des villes et des villages, et développer le marché des cafés historiques parmi les jeunes clients - la "génération Starbucks".

Dans le cadre d'EHICA, il y a eu des initiatives d'échanges éducatifs entre jeunes (voir : <https://historiccafesroute.com/happiness-in-lifelong-learning/>). Le Café Kipos de Chania, en Crète, ainsi que le Café Santa Cruz de Coimbra, au Portugal, et le Café Casino de Santiago de Compostela, en Espagne, ont été les lieux d'échanges éducatifs entre jeunes Européens. Cette action intitulée "Promouvoir le patrimoine culturel matériel et immatériel des cafés historiques auprès des jeunes Européens" s'est déroulée entre 2016 et 2019 et concernait des échanges éducatifs par le biais du programme Erasmus + KA2. Dans le cadre de ce projet, les cafés ont accueilli les élèves et les enseignants accompagnateurs et ont hébergé certaines de leurs activités. Les élèves ont participé à des visites guidées de la ville et des cafés, aux rituels de préparation du café et à la dégustation de produits traditionnels. Le projet a été interrompu par la pandémie de Covid-19, mais il est prévu de le rétablir après la pandémie.

D'autres cafés membres de l'itinéraire proposent des apprentissages pour les jeunes, mais ils sont principalement destinés à l'entrée dans le café en question.

Un objectif déclaré à moyen terme pour l'itinéraire proposé est de continuer à développer des programmes éducatifs, tant pour l'apprentissage formel que pour l'apprentissage tout au long de la vie, basés sur l'échange culturel et l'organisation de programmes d'accueil pour les jeunes artistes et scientifiques dans le but de créer conjointement des projets artistiques inspirés par les thèmes de l'itinéraire. Cette ambition est louable et peut prendre la forme d'une initiative de l'itinéraire dans son ensemble, mais aussi de projets de cafés individuels et d'initiatives au niveau des villes où se trouvent des concentrations de membres. Il serait important pour l'itinéraire d'établir des projets pilotes / de démonstration que ses membres pourraient ensuite mettre en œuvre. Le rôle des Cafés historiques dans la transmission des pratiques du patrimoine immatériel aux jeunes générations est important et peut contribuer directement à la création d'emplois.

Ce domaine d'action n'a pas été facile à poursuivre pour EHICA et ses membres individuels pendant les restrictions de la pandémie de Covid. Cependant, il est reconnu par l'itinéraire proposé comme une priorité dans ses plans de développement futurs. Il peut apporter des avantages mutuels en termes de renforcement de l'intérêt pour les thèmes centraux de l'itinéraire et de création de nouveaux marchés pour les cafés. Les cafés sont des employeurs potentiels pour les jeunes, avec des possibilités de formation qui vont au-delà du service du café et s'étendent à des compétences plus larges en matière de restauration, de boulangerie et d'hôtellerie, ainsi qu'à des compétences liées au marketing et à la gestion.

La coordination par la gestion de l'itinéraire sera essentielle dans ce domaine d'action, mais la capacité de travailler dans les pays membres impliqués a été démontrée. Il faudrait envisager de travailler avec le secteur du tourisme et de la culture au sens large pour développer des échanges éducatifs, peut-être par le biais des mécanismes de jumelage existants de villes ou d'échanges réciproques nouvellement formulés entre les villes du réseau, afin que les jeunes puissent s'engager dans des projets culturels axés sur les cafés, les visites touristiques et le dialogue interculturel.

3.2.4 Pratique contemporaine de la culture et des arts

Le formulaire de candidature démontre peu d'activité dans les domaines de la pratique culturelle et artistique contemporaine de la part de l'itinéraire proposé. Cependant, un grand nombre de cafés membres sont très activement engagés dans leurs propres programmes d'événements culturels. Qu'il s'agisse des nuits de la gastronomie japonaise au Café Casino de Santiago de Compostela, du patrimoine immatériel du chant fado au Café Guarany de Porto, d'un concours de poésie au Café Calcinha de Loule, des soirées de musique blues au Café Odeon de Zurich ou des soirées littéraires au Café Louvre de Prague, l'activité culturelle est manifestement considérable. Chaque café est un espace de représentation très spécial et, collectivement, cela offre à l'itinéraire proposé de nombreuses possibilités d'entreprendre une vaste gamme d'activités culturelles.

Les membres continueront à organiser leurs propres événements avec des motivations diverses, mais il convient de prendre en considération les événements et les activités qui peuvent être organisés, coordonnés et marqués par la RCH, en travaillant avec ses membres individuellement ou au sein de groupes géographiques.

3.2.5 Tourisme culturel et développement culturel durable

Le thème et le réseau existant de membres représentent des cafés historiques du nord, du sud, de l'est et de l'ouest de l'Europe, avec un potentiel considérable d'expansion, en particulier

dans l'est de l'Europe. Si les cafés reflètent une histoire européenne commune à travers la consommation unifiée de café et de produits alimentaires associés, ils ont également chacun leur propre identité reflétant la culture, les traditions patrimoniales et la gastronomie de leurs localités et régions. La majorité des cafés historiques sont situés dans des centres urbains très fréquentés. Des cafés membres tels que Les Deux Magots à Paris, Pastéis de Belém à Lisbonne ou le café Diglas dans le Wollzeile, à Vienne, sont déjà des destinations bien connues et des sites touristiques établis, réputés pour leurs liens historiques, leur architecture, leurs produits et leur ambiance. Cependant, certains des membres de l'itinéraire sont beaucoup moins connus en dehors de leur région immédiate et, au fur et à mesure que l'itinéraire se développe, il contribuera à améliorer le profil de certaines villes moins visitées dans les régions les plus défavorisées d'Europe.

La majorité des cafés historiques sont situés dans les centres urbains plutôt que dans les zones rurales. Cependant, des liens avec les zones rurales peuvent être établis en promouvant les chaînes d'approvisionnement locales et les produits locaux. Certains cafés le font de manière indépendante dans leur promotion des spécialités locales, mais cela ne fait pas encore partie de la stratégie de l'itinéraire culturel. Il s'agirait d'un projet utile pour la Route des Cafés Historiques, qui pourrait bénéficier d'un financement LEADER pour le Développement Local Communautaire (CLLD, Community-Led Local Development).

Comme nous l'avons mentionné, une partie importante de la raison d'être de la Route des cafés historiques, qui s'appuie sur l'approche adoptée par l'ancien EHICA, est de préserver et de protéger les cafés en tant que sites importants du patrimoine matériel et immatériel dans les villes d'Europe. La plupart des cafés historiques sont protégés en tant que bâtiments patrimoniaux, soit individuellement, soit dans le cadre d'un quartier urbain. Le statut de protection est généralement dû à leur valeur architecturale, mais les cafés sont aussi de petites entreprises indépendantes qui offrent quelque chose de plus que les bâtiments dans lesquels ils se trouvent. Le statut d'itinéraire culturel contribuera certainement à la protection globale de ces cafés en les faisant connaître dans l'histoire culturelle globale de l'Europe et en maintenant leur fonction d'entreprises indépendantes.

Il y a eu un certain engagement entre l'ancien EHICA et divers organismes touristiques, confiné principalement en Grèce, mais aussi par le biais d'associations à base nationale au Portugal et en Espagne pour développer des itinéraires touristiques régionaux. Par exemple, l'Association des cafés historiques du Portugal et l'Asociación Cafés Patrimonio de España ont remporté le "Prix européen du tourisme culturel" du Réseau européen du tourisme culturel en 2020 pour développer un tourisme transfrontalier dans la péninsule ibérique basé sur la promotion des cafés historiques (<https://presentations.thebestinheritage.com/2021/historic-cafes-in-the-iberian-peninsula>).

De nombreux autres cafés historiques à travers l'Europe ont développé des produits touristiques en partenariat avec des organismes touristiques régionaux et nationaux et plusieurs travaillent avec des tour-opérateurs commerciaux. La RCH a également rejoint le Manifeste européen du tourisme, une alliance de plus de 60 organisations européennes publiques et privées.

Il convient d'établir une distinction entre les activités axées sur le tourisme de l'ancien EHICA et celles de ses membres indépendants, dont beaucoup ont des liens bien établis avec le tourisme. Il convient également d'établir une distinction entre les partenariats avec des organisations publiques et privées dans le domaine du tourisme et les associations nationales qui existent indépendamment d'EHICA. Il existe une grande activité touristique au niveau des membres indépendants qui remonte à plusieurs décennies. Il sera important pour la RCH de développer des partenariats publics et privés avec le secteur du tourisme aux plus hauts niveaux et de la manière la plus créative possible afin d'apporter quelque chose de différent et

de significatif à ses membres. Une attention particulière devrait être accordée à l'établissement de relations avec les tour-opérateurs axés sur les villes européennes où les cafés peuvent devenir un thème des itinéraires touristiques.

Un domaine clair pour le développement futur de l'itinéraire est l'exploration de la coopération culturelle et touristique entre l'Europe et les autres continents. Compte tenu de l'introduction du café en Europe à l'époque ottomane via la Turquie, il existe des liens étroits avec ses origines dans le monde arabe. L'essor des plantations de café en Amérique centrale, en Amérique du Sud et dans les Caraïbes grâce aux projets colonialistes des différents pays européens mérite également d'être étudié et développé, étant donné que ces plantations sont aujourd'hui les principaux producteurs de café. La capacité d'adopter une approche européenne pour initier des projets à l'échelle internationale serait quelque chose que la RCH pourrait entreprendre pour le bénéfice de ses membres à long terme.

3.3 Réseau de l'itinéraire culturel

3.3.1 Aperçu de la structure institutionnelle/juridique du réseau

L'itinéraire culturel des cafés historiques proposé s'appuie sur le travail entrepris par l'Association européenne des cafés historiques. Au moment de la rédaction du présent document, la structure juridique de l'itinéraire culturel proposé, telle qu'elle est définie dans ses statuts, n'a pas été légalement enregistrée en Grèce - le lieu prévu pour sa reconnaissance juridique à des fins fiscales et d'audit financier en tant que société civile à but non lucratif. Les promoteurs de la RCH attendent des autorités grecques la ratification légale des statuts qui ont été modifiés par rapport à ceux utilisés précédemment pour la gestion de l'ancienne Association européenne des cafés historiques. Les nouveaux statuts pour l'itinéraire prévu ont été rédigés et cette évaluation est basée sur ceux-ci, avec la réserve qu'ils n'ont pas été légalement enregistrés à ce jour.

Le Réseau/Association de la RCH, en tant que société civile à but non lucratif, compte des membres de 15 pays. Les statuts définissent clairement l'objectif de la société, qui est conforme et reflète ouvertement l'objectif du programme des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe. Trois pays sont statutairement représentés au Conseil d'administration (Grèce, France et Hongrie). Le conseil d'administration actuel est composé de cinq membres, mais il est prévu qu'il en compte sept au total (président, vice-président, secrétaire, trésorier et trois autres membres). Le Conseil est élu par l'Assemblée générale. Les nouveaux statuts n'ayant pas été légalement enregistrés, une assemblée générale de l'itinéraire culturel proposé n'a pas été organisée parmi les membres existants. Le Conseil d'administration tel qu'il est constitué est effectivement le Conseil d'administration d'EHICA et le restera, vraisemblablement jusqu'à ce qu'une assemblée générale puisse être organisée. Compte tenu de l'équilibre des membres parmi les 15 pays membres et de la manière dont cela pourrait évoluer à l'avenir, il devient important d'avoir une représentation géographique efficace pour trois raisons principales. Premièrement, cela reflète le fonctionnement démocratique de l'itinéraire culturel. Deuxièmement, cela fournira un mécanisme de communication efficace pour l'itinéraire et facilitera la cohérence. Troisièmement, cela encouragera l'expansion de l'itinéraire dans de nouvelles directions. Il est observé que l'itinéraire proposé est actuellement dominé par des membres du sud de l'Europe, tout en ayant la possibilité de développer davantage l'itinéraire dans le nord et l'est. Si l'on admet que tout Conseil d'administration doit avoir des limites, une façon d'assurer la représentation est d'accorder à certains membres du Conseil le statut d'observateur. Ce n'est pas un problème à l'heure actuelle, mais cela vaut la peine de prévoir une certaine flexibilité dès le départ, conformément aux ambitions d'expansion de l'itinéraire.

Deux autres observations/questions à examiner concernant le fonctionnement du Conseil des gouverneurs dans le cadre des statuts révisés sont les suivantes : i) Existe-t-il une certaine souplesse pour ajuster le quorum de quatre membres pour les réunions, compte tenu de la croissance potentielle requise dans la représentation du Conseil ? En outre : ii) Une réunion du Conseil d'administration une fois par mois est-elle faisable / nécessaire ?

Les statuts semblent permettre un processus de gouvernance totalement démocratique et transparent pour l'itinéraire proposé, conformément à sa reconnaissance légale prévue par la loi grecque. Seulement, à l'heure actuelle il n'y a pas de vérification de l'enregistrement légal car celui-ci n'a pas encore eu lieu.

La gestion quotidienne de l'itinéraire est assurée par un Comité exécutif comprenant quatre rôles fonctionnels et salariés (plus le Président du Conseil d'administration) et rendant compte à l'Assemblée générale. Il s'agit d'un gestionnaire de l'itinéraire, largement responsable du développement stratégique de l'itinéraire culturel et de son administration ; d'un gestionnaire académique assurant le lien entre la gestion de l'itinéraire et le Comité scientifique ; d'un gestionnaire responsable des opérations, des RH, des finances et de l'administration ; et d'un chargé de communication. Ces rôles indiquent une volonté de faire de l'itinéraire culturel un succès et sont une reconnaissance de ce qui est nécessaire pour développer durablement le réseau de l'itinéraire. Pour l'instant, ces rôles ne sont pas précisément définis et il faudra procéder par tâtonnements pour établir des lignes de démarcation entre eux. Cependant, ces rôles, tels qu'ils sont identifiés, démontrent la capacité à gérer efficacement le réseau/itinéraire.

Une action critique pour l'itinéraire proposé sera celle de la communication interne entre les membres et entre les membres et la direction de l'itinéraire. Alors qu'une Assemblée générale est l'occasion évidente pour tous les membres de se réunir, cela ne s'est pas produit et, dans le cadre de l'ancien EHICA, plusieurs problèmes de communication peuvent être identifiés en ce qui concerne l'étendue géographique des membres et le type de membres. Les observations suivantes ont été faites au cours de cette évaluation :

Certains membres répertoriés ne savaient généralement pas qu'ils faisaient partie d'EHICA. Cela a été démontré par un échantillon d'appels téléphoniques à froid de membres qui ont communiqué qu'ils étaient, par exemple :

"ignorants de cette association"

"pas sûrs d'être membres ou non" (car ils étaient répertoriés dans plusieurs organisations)

"confus" à propos de qui dirigeait une telle Association

"aimeraient en savoir plus".

Certains membres de cafés au Portugal connaissaient l'"Association portugaise des cafés historiques" mais pas EHICA.

Ces réponses s'expliquent en partie par l'impossibilité de contacter la "bonne" personne dans le café qui aurait pu en savoir plus et reflètent les problèmes de communication interne des cafés historiques. Il est apparu clairement que certains cafés étaient effectivement membres d'EHICA, la majorité d'entre eux ayant signé des accords écrits. Cependant, la base de ces accords et ce qu'ils étaient censés signifier au quotidien pour le gérant du café n'étaient pas clairs.

Le problème fondamental de la communication avec certains des cafés historiques et le manque de sensibilisation à une association plus large mettent en évidence certains défis que l'itinéraire culturel devra relever. Les cafés sont avant tout des entreprises et si la propriété peut être relativement stable, la direction et les employés du café peuvent changer très rapidement. Les cafés sont également des lieux de travail très fréquentés et il est difficile de trouver quelqu'un qui ait le temps, les connaissances et une vue d'ensemble d'un réseau plus

large. Les membres d'un itinéraire culturel doivent savoir a) qu'ils sont membres de l'itinéraire, b) pourquoi ils sont membres de l'itinéraire, c) en quoi le fait d'être membre est bénéfique pour leur entreprise et d) qui est la meilleure personne pour être le point de contact avec l'itinéraire. Ces défis sont susceptibles d'augmenter au fur et à mesure que le réseau se développe et cela devrait être intégré dans les stratégies de communication de la direction de l'itinéraire et des membres de l'itinéraire.

Les cafés sont également membres d'autres associations/réseaux qui sont parfois plus immédiats - basés dans leur propre ville, région ou pays par exemple. Deux cafés étaient membres de « Historic Cafes and Restaurants Society » - une organisation internationale à but non lucratif basée à Londres, qui se consacre à la protection et à la préservation des cafés et restaurants historiques (https://www.facebook.com/HistoricCafesandRestaurantsSociety/about/?ref=page_internal) et un café était membre des Établissements Classiques de l'Arc Lémanique (ECAL) qui se concentre sur l'évaluation et la préservation des meilleurs cafés historiques (<https://www.cafeecal.com/>).

EHICA a montré pouvoir travailler avec d'autres organisations fédératrices, ce qui l'aidera à communiquer avec ses membres dans de nombreux pays différents. Il est recommandé d'explorer différents modèles de communication avec l'itinéraire et ses membres. Si l'itinéraire se développe, il se peut qu'une approche fédérée - au moins en termes de communication - puisse être adoptée.

Le budget pour 2021 tel qu'il a été établi fait apparaître des revenus extrêmement limités, reflétant les effets de la pandémie et un très faible niveau d'activité. Il reflète également le fait que dans le cadre actuel d'EHICA, les membres ne paient pas de cotisations. Le revenu de travail indiqué comme étant légèrement supérieur à 11 000 euros est un revenu cumulé de plusieurs années d'EHICA. Les postes de dépenses montrent que l'association doit nécessairement maintenir son profil pendant une période difficile et incertaine grâce à une visibilité continue. La transition majeure de l'association existante vers un itinéraire culturel certifié dépendra fortement de l'introduction de sources de revenus qui permettront à l'itinéraire de fonctionner et de se développer.

La clé de la viabilité de l'itinéraire proposé est d'obtenir des adhésions et de les augmenter tout en respectant le thème de l'itinéraire. À l'heure actuelle, l'association compte exclusivement 63 cafés historiques répartis dans 15 pays, mais aucune cotisation n'est perçue. L'un des points forts de l'itinéraire proposé est l'adhésion héritée d'EHICA (il reste à voir dans quelle mesure tous les membres sont prêts à contribuer, mais tout porte à croire que la majorité d'entre eux le feront). Une autre force majeure est qu'il existe une grande gamme de membres potentiels qui seraient éligibles pour rejoindre l'itinéraire. Une analyse très rapide des pays qui ne participent pas actuellement à l'itinéraire indique un nombre important de membres potentiels (avec des concentrations, par exemple, à Berlin, Dresde, Munich, Hambourg, Cracovie, Wrocław, Belgrade, Stockholm).

Ce groupe de membres doit constituer la "colonne vertébrale" de l'itinéraire, car ce sont eux qui devraient en bénéficier le plus. Cependant, bien qu'il s'agisse d'un groupe potentiellement important de membres, il s'agit principalement de petites entreprises indépendantes dont le seuil de cotisation est relativement bas et qui sont ouvertes aux fluctuations constantes de l'environnement commercial. La cotisation suggérée de 300 euros est réaliste et le budget prévoit de la maintenir pour les trois prochaines années, ce qui est raisonnable. Ce niveau de cotisation inclurait également d'autres petites entreprises apparentées et des ONG.

Un itinéraire culturel dont la majorité des membres sont issus du secteur privé, et en particulier des PME, est original et bienvenu, mais il présente un certain risque pour la stabilité financière de l'itinéraire. Pour compenser ce risque, pour des raisons financières et autres, il est important que l'itinéraire proposé diversifie ses membres pour inclure des organismes du secteur public qui sont susceptibles d'avoir des budgets plus résilients et qui ont tout à gagner de l'adhésion à l'itinéraire culturel. Il s'agirait, par exemple, d'autorités municipales, de municipalités ou d'offices de tourisme urbains qui possèdent des cafés historiques sur leur territoire et qui bénéficieraient d'un conditionnement et d'une promotion efficaces des atouts patrimoniaux et des expériences que les cafés offrent. Le développement de cette catégorie de membres est essentiel au cours des trois prochaines années, car il permettra de consolider des sources de revenus plus résilientes. La cotisation fixée à 1000 euros devra peut-être être ajustée. Pour une ville comme Vienne, qui dispose d'un nombre critique de cafés historiques, la cotisation peut être faible mais ne pas valoir la peine d'être payée si les cafés paient également des cotisations individuelles. D'un autre côté, il se peut qu'une autorité municipale puisse couvrir les frais des cafés historiques situés sur son territoire.

Les revenus projetés des cafés et des petites entreprises supposent une augmentation des membres d'environ 50 % sur une période de trois ans. Cette hypothèse est peut-être prudente mais réaliste. Cependant, il semblerait qu'il y ait un plus grand potentiel de revenus provenant d'un plus petit nombre de villes / autorités régionales ciblées pour les contributions. Actuellement, le tarif d'adhésion est fixé à 1 000 euros, mais il pourrait être échelonné pour refléter les différences de taille de la ville et le nombre de cafés historiques dans une ville - il est clair qu'une cotisation pour une ville comme Barcelone ou Vienne justifierait une cotisation plus élevée pour l'adhésion à l'itinéraire. Il existe une raison supplémentaire pour laquelle il est judicieux d'impliquer les autorités municipales/régionales, qui a un impact sur la solidité financière de l'itinéraire. En ce qui concerne l'accès aux projets financés par des fonds publics, en particulier ceux de l'UE, les cafés historiques membres ne sont pas en mesure de développer eux-mêmes des projets financés en raison de leur statut et de leur manque d'expérience et de ressources. Les autorités locales ou les organisations régionales sont en mesure de répondre aux programmes financés, de créer des partenariats significatifs pour un financement à grande échelle, d'accéder aux fonds structurels, etc. qui peuvent ensuite bénéficier aux cafés historiques et à l'itinéraire dans son ensemble.

Les revenus proviennent de deux projets financés. L'un d'eux est financé à 100% (24 800 euros) par la région de Crète et est destiné à la préparation et à l'amélioration du réseau de la Route des cafés historiques. Un autre fait partie d'un projet multidisciplinaire de 3 ans avec 13 partenaires à travers l'Europe et dirigé par l'Université d'Attique occidentale. L'ensemble des travaux relatifs à l'itinéraire se concentre sur les visiteurs célèbres des cafés européens et représente environ 36 000 euros par an.

La majeure partie des dépenses prévues est affectée aux frais de personnel, à savoir les quatre membres de la direction exécutive. La proportion des coûts reflète l'intention d'assurer le développement de l'itinéraire et donc la croissance nécessaire des revenus. Comme cela devrait être le cas au cours des premières années de mise en place d'un itinéraire culturel, les dépenses devraient être considérées comme un investissement pour assurer la durabilité financière à long terme. Alors qu'un certain nombre d'itinéraires fonctionnent avec des revenus dérivés de projets, la Route des cafés historiques a l'opportunité - clairement liée à la force de son thème - de développer une adhésion très solide qui peut soutenir le succès.

Actuellement, le budget prévoit la maintenance du site web existant (6000 euros/an). Il est recommandé de prévoir une somme substantielle pour un nouveau site web en 2022 (compensée par les coûts de maintenance) - voir section 3.4.1.

3.3.2 Composition actuelle du réseau par pays et par type de membre

Globalement, les critères d'inclusion des cafés historiques dans l'itinéraire culturel proposé sont en place. Il y a sept critères obligatoires et un membre potentiel doit répondre à au moins quatre d'entre eux. En outre, il existe deux autres critères souhaitables. Ces critères répondent à la plupart des éléments de bon sens que le public considère comme un café "historique". En outre, les critères présentent une flexibilité utile pour traiter les exceptions potentielles à la norme en termes de types de membres. Le rôle du Comité Scientifique est important dans le processus de prise de décision pour l'introduction des cafés historiques dans l'itinéraire culturel, cependant il est utile d'adopter une approche inclusive lorsque cela est possible et de prendre en considération les préoccupations stratégiques - par exemple dans la couverture géographique - au fur et à mesure que l'itinéraire se développe.

Actuellement, dans le cadre d'EHICA, le système de candidature des cafés pour devenir membres est réactif. Le site web, principal outil de communication, invite les candidats potentiels à "prendre contact" en envoyant un courriel. Cette approche pose plusieurs problèmes. Premièrement, il n'y a pas d'élément promotionnel pour suggérer pourquoi un café (ou toute catégorie d'organisation) "devrait" adhérer - quelle est l'importance/la valeur/la vision de l'itinéraire ? Il existe d'autres associations au niveau national et transnational qui pourraient inciter les cafés historiques à adhérer, alors pourquoi la RCH ? C'est l'occasion de citer la valeur du programme des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe. Il serait instructif d'examiner les méthodes de travail des autres associations de cafés en ce qui concerne leurs membres. En même temps que la promotion des avantages de l'adhésion, il est nécessaire de notifier clairement les responsabilités des membres qui devraient être liées aux questions d'information et de visibilité du programme des itinéraires du Conseil de l'Europe.

Deuxièmement, bien qu'un formulaire de demande d'adhésion soit disponible sur le site web, il ne peut être que téléchargé et ne peut être rempli et soumis en ligne. La demande est simplement une déclaration d'acceptation des statuts de l'association et des conditions d'adhésion. Le formulaire recueille des données commerciales mais ne recueille pas de données relatives aux cinq présentes conditions d'adhésion. Les statuts de l'association auxquels il est fait référence ne se trouvent pas sur le site web. Le site web n'indique rien sur le processus. Quel est le délai de prise de décision concernant l'adhésion ? Bien que l'on comprenne qu'en l'état actuel des choses, le processus de demande d'adhésion consiste davantage à devenir membre d'une association d'entreprises pour progresser vers la création d'un itinéraire culturel, un processus de demande d'adhésion clair doit être élaboré, avec une cartographie des processus, des délais, des temps de réponse, des responsabilités du personnel, etc. Ceci doit être pris en compte dans un nouveau site web.

Troisièmement, les avantages pour les membres de faire partie d'un itinéraire culturel doivent être davantage développés et clairement articulés. Dans une section du site web - Objectifs et avantages - les avantages ne sont pas mentionnés. Un travail supplémentaire est nécessaire pour rendre les avantages plus visibles et applicables aux différentes catégories de membres. Actuellement, les membres d'EHICA ne paient pas pour être membres, mais il faut se demander pourquoi ils devraient être des membres payants. La clarté concernant les avantages des membres sous-tendra la structure des frais.

Quatrièmement, étant donné que l'itinéraire proposé doit diversifier ses membres, de nouveaux processus doivent être développés pour permettre l'adhésion de membres qui ne sont pas des cafés historiques et, par conséquent, sous-tendus par un processus légèrement différent ; c'est-à-dire que les critères d'adhésion des cafés historiques ne s'appliqueront pas.

Cinquièmement, bien qu'il soit nécessaire de mettre en place un système de réponse, cela ne peut pas être le seul moteur de l'augmentation du nombre d'adhérents. Pour que les cafés puissent demander leur adhésion via le site web, ils doivent d'abord savoir qu'il existe un site web et qu'il y a une association. Une approche proactive pour augmenter le nombre de cafés et diversifier les membres est indiquée dans la stratégie de développement soumise, mais elle devra être amplifiée en termes de typologie de pays/ville/café, etc.

Au cours de l'évaluation, une brève enquête rapide par e-mail a été envoyée à des personnes nommées si possible, ou au "gérant" de 26 des cafés répertoriés comme membres d'EHICA. Les enquêtes rapides sont conçues pour stimuler un contact simple et indiquer les niveaux d'engagement. Un court paragraphe expliquant l'objectif de l'enquête et six questions de base ont été incluses pour évaluer l'engagement envers EHICA - Quels sont les avantages dont vous avez bénéficié en tant que membre d'EHICA ? A quelle fréquence avez-vous eu des contacts avec EHICA ? Êtes-vous au courant des projets de développement d'un itinéraire culturel du Conseil de l'Europe ? Quelles questions souhaiteriez-vous voir abordées par un tel itinéraire ? Où affichez-vous le logo d'EHICA ? D'autres commentaires ? L'enquête a été traduite en espagnol, italien, allemand ainsi qu'en anglais. L'enquête a été envoyée par courriel le 16.10.21 et un courriel de suivi répété le 9.11.21. En outre, les cafés de la République tchèque, de la Slovaquie et de la Hongrie ont été contactés directement. Il n'y a eu aucun retour.

L'absence de réponse met en évidence des problèmes plus vastes qui pourraient nécessiter une attention particulière. Comme pour toute enquête, les taux de réponse peuvent être très faibles et une absence de réponse de la part d'un si petit échantillon n'est pas inhabituelle. Les enquêtes par courriel deviennent de plus en plus problématiques. Comme indiqué précédemment dans ce rapport, cela peut indiquer des problèmes de communication façonnés par un manque d'information, des changements fréquents de responsables et de personnel, ou simplement des entreprises très occupées qui n'ont pas le temps de répondre aux enquêtes. Au cours de la période d'évaluation, il a été constaté que les contrats d'adhésion à EHICA conclus avec une majorité de cafés membres remontaient à trois ans et plus. Sans une communication "en aval" entre les propriétaires de cafés et leur personnel d'accueil et, surtout, leurs clients, l'adhésion ne signifie pas grand-chose.

3.3.3 Extension du réseau dans les trois années à venir

Les promoteurs de la RCH présentent une stratégie de développement sur trois ans qui reconnaît la situation actuelle du réseau et fixe des priorités pour l'itinéraire. Ils reconnaissent la nécessité d'augmenter et de diversifier le nombre de membres en termes de répartition géographique et de catégories de membres. Cette stratégie suggère une expansion au Moyen-Orient, mais il est recommandé que l'itinéraire consolide d'abord sa base dans les États membres du Conseil de l'Europe. La stratégie doit être affinée sur la base de recherches supplémentaires pour se concentrer sur des pays et des villes spécifiques. Il est suggéré que les États de Géorgie, d'Ukraine et de Turquie susciteront un intérêt considérable. Comme l'indique la stratégie, il est également logique de cibler les cafés qui ont joué un rôle déterminant dans le développement de la culture du café et des cafés en Europe, dans des pays tels que le Royaume-Uni, les Pays-Bas, la France et la Turquie.

La stratégie reconnaît également la nécessité d'inclure les municipalités et les autorités municipales dans l'itinéraire pour des raisons de viabilité financière et de levier politique et économique. En outre, elle souligne l'inclusion d'autres institutions qui correspondent au thème, comme les musées et d'autres membres commerciaux. La RCH connaît d'autres associations nationales/régionales de cafés historiques - telles que le Club des propriétaires de cafés viennois et l'Association portugaise des cafés historiques - et cherchera à obtenir leur adhésion à l'itinéraire culturel.

Dans l'ensemble, la stratégie d'extension est raisonnable et réaliste, mais il est recommandé d'effectuer un travail plus approfondi afin de définir les priorités de manière plus détaillée, d'expliquer comment cela influencera les flux de revenus et de dépenses et de préciser comment les plans d'extension et d'inclusion des membres seront réalisés. Comme indiqué précédemment, il est important qu'un plan proactif soit mis en œuvre.

3.4 Outils de communication

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

Comme EHICA, un certain nombre d'outils de communication sont déjà en place, le principal étant le site web. Plusieurs initiatives sont en cours pour améliorer la communication, mais en général, il existe un manque d'approche stratégique sur la façon dont l'itinéraire sera communiqué d'une manière complète et cohérente.

Site web

Il faut savoir que l'évaluation est basée sur deux sites web : le site actuel d'EHICA qui se concentre sur une association et non sur un itinéraire culturel et un nouveau site web qui se concentre sur l'itinéraire des cafés historiques. De manière quelque peu trompeuse, les deux sites sont actifs, bien que leur contenu se chevauche considérablement. Les commentaires portent sur les messages clés des deux sites. Les deux sites présentent des lacunes à plusieurs égards. La nature multiple des cafés - leur rôle en tant que sites du patrimoine matériel, leur fonction en tant qu'espaces du patrimoine culturel immatériel, leur connectivité entre le lieu et le sens du lieu et la vaste toile de l'histoire européenne - n'est pas bien racontée. L'importance et la pertinence contemporaine des cafés pour les communautés locales et la vie urbaine (principalement) ne ressortent pas des deux sites web.

En ce qui concerne tous les outils de communication, il est nécessaire de penser et de présenter l'itinéraire européen proposé de manière holistique. Il est lié par des thèmes communs mais illustre également les différences locales, régionales et nationales. Transmettre un itinéraire culturel de manière globale et cohérente est particulièrement important pour un itinéraire thématique qui n'est pas défini par la géographie ou l'origine et la destination. La cohésion et la compréhension ne se retrouvent pas sur le(s) site(s) web actuel(s).

Le site web est avant tout un lieu d'information sur les cafés historiques et sur les raisons de leur importance au sens large. Il comporte des liens directs vers les 63 membres actuels et chaque fiche de membre comporte un bref résumé, un plan de situation et des coordonnées supplémentaires. Un certain nombre de liens vers les sites web individuels des cafés ne fonctionnent pas, ce qui souligne la difficulté de maintenir les liens et le contenu à jour parmi un nombre important et croissant de membres. Les liens des membres ne semblent pas être dans un ordre ou une séquence particulière et, au fur et à mesure que le nombre de membres augmente, il sera important de fournir une certaine catégorisation et peut-être des moyens de thématiser les listes.

Sous le titre "Route des cafés historiques", on trouve une carte montrant les pays participants et un texte d'accompagnement qui ne dit pas grand-chose sur la raison d'être d'un itinéraire et de ses thèmes, mais se concentre plutôt sur les réunions du président de l'association et quelques informations obsolètes.

Un grand nombre d'informations sur le site Web sont dépassées. On s'attache trop à décrire le développement de l'Association et très peu à sa raison d'être. Une section du site Web intitulée "Histoire et voyages" semblerait être l'endroit idéal pour raconter l'histoire des cafés d'Europe et la façon dont la culture du café a voyagé à travers le continent au cours des 200 dernières années. Au lieu de cela, il s'agit principalement d'un aperçu du voyage du président de l'association lors de la création de l'organisation.

La section Presse du site web de la RCH - que l'on s'attendrait à voir présenter des communiqués de presse ou des articles - est une liste de sites membres en grec. Le site est à la fois en grec et en anglais et, bien que cela soit une bonne chose, il faut également penser aux besoins futurs de traduction dans d'autres langues pertinentes pour les publics que l'itinéraire culturel souhaite attirer.

Le site web reflète celui d'une association commerciale centralisée et est plutôt tourné vers l'intérieur et l'extérieur pour ceux qui souhaitent en savoir plus sur les thèmes que l'itinéraire cherche à communiquer. Bien que les sites des membres soient répertoriés, le site web n'est pas convaincant lorsqu'il s'agit de communiquer les multiples thèmes, histoires et connexions qu'il pourrait sans aucun doute communiquer et les raisons pour lesquelles l'itinéraire devrait être considéré comme une entité transnationale. Ce n'est pas un site convivial, ni pour les membres du réseau, ni pour le grand public. Il n'est pas facile d'y naviguer. Il contient des informations intéressantes mais aussi des informations non pertinentes, obsolètes et des liens non fonctionnels. S'il est vrai qu'un nouveau site web émerge de l'ancien, il est important d'identifier les principaux problèmes.

Le site web est essentiel pour chaque itinéraire culturel et toutes les caractéristiques qui définissent un itinéraire doivent être présentes et facilement accessibles. Les critères pour les itinéraires culturels du Conseil de l'Europe fournissent une structure simple pour un site web - un thème clairement identifié, un contenu historique, des valeurs, des activités liées à chaque domaine d'action, un accent sur les membres, etc. etc. La recommandation principale est de développer un site web efficace qui devienne la principale vitrine de l'itinéraire culturel proposé. Cela nécessitera un investissement important, mais a priori, il doit être fermement fondé sur une vision très claire de l'itinéraire culturel.

Carte

Il existe un plan solide pour créer une base de données pour tous les cafés membres qui aboutira à une carte numérique, thématique et interactive basée sur système SIG. Ce projet sera le bienvenu, mais la priorité est un site web approprié et fonctionnel.

Réseaux sociaux

Un itinéraire culturel de cafés historiques se prête parfaitement à la communication par les réseaux sociaux. Le profil des réseaux sociaux est en cours de développement. Une page Facebook en est à ses débuts mais elle devra refléter le contenu lorsqu'il sera mieux développé sur le site web. Là encore, le site Facebook est un espace destiné à susciter l'intérêt du public pour les thèmes de l'itinéraire et à transmettre le fonctionnement de l'itinéraire dans son ensemble, plutôt qu'un simple tableau d'affichage pour les membres individuels. Cela dit, à l'heure actuelle, les flux Facebook sont principalement auto-générés - ce qui est compréhensible - mais il sera nécessaire d'encourager la publication croisée avec les nombreux sites Facebook individuels gérés par les cafés eux-mêmes. C'est un point qui doit être communiqué aux membres.

De même, le compte Instagram, qui n'en est qu'à ses débuts, comprend de nombreuses photographies - dont beaucoup sont répétées - mais ne comporte ni légende ni espace personnel. Le potentiel d'Instagram est énorme pour cet itinéraire culturel, étant donné l'importance du nombre de membres - qui utiliseront tous des tags - et la variété des thèmes qui peuvent être explorés.

YouTube est également un espace précieux pour raconter l'histoire de l'itinéraire et les histoires que les itinéraires et ses membres peuvent partager. Actuellement, les vidéos téléchargées ne racontent rien sur l'itinéraire ou ses thèmes mais sur l'organisation. Cela présente très peu d'intérêt pour le public.

D'autres formes de réseaux sociaux peuvent être développées, mais elles doivent s'inscrire dans une vision stratégique de la communication de l'itinéraire culturel et de ses thèmes. Actuellement, les thèmes, les valeurs et les histoires susceptibles d'attirer, de défier et d'éduquer un public plus large ne sont pas formulés.

Documents publiés - Brochures, guides de voyage, etc.

En termes de matériel de visibilité dédié, il n'y a rien de publié qui se concentre spécifiquement sur le concept d'un itinéraire culturel basé sur les cafés historiques. Rien qui ne présente l'histoire fascinante et le développement des cafés et de la culture du café à travers l'Europe et qui ne fournisse une justification pour les présenter comme des lieux à préserver, à promouvoir et à fréquenter. Il n'y a pas de brochure simple qui démontre l'étendue et la riche variété de la culture du café en Europe et ses multiples couches d'intérêt. L'itinéraire proposé devrait fournir une abondante littérature destinée à la communauté et aux touristes, pleine de faits et d'anecdotes fascinants. De nombreux cafés qui sont membres individuels disposent d'une telle littérature, en ligne et sur papier, racontant leur propre histoire, mais l'itinéraire devrait raconter la plus grande histoire. Tout ce qui est disponible à l'heure actuelle via le site web et en version papier est une brochure sur les itinéraires culturels traversant la Grèce et des brochures sur EHICA qui contiennent des informations limitées et sont principalement axées sur les réunions qui ont eu lieu. Le développement d'une documentation pertinente et destinée au public le plus large possible devrait être une priorité, afin qu'elle puisse être utilisée pour sensibiliser aux thèmes de l'itinéraire.

En ce qui concerne le logo, un nouveau logo (illustration 1 de gauche) a été introduit pour remplacer l'ancien logo utilisé par l'EHICA (illustration 1 de droite).



Illustration 1. Nouveau et ancien logos

Conformément aux directives de la charte de visibilité du CdE, le logo de l'itinéraire proposé se présenterait comme suit :



Cultural routes
of the Council of Europe

Itinéraire culturel
du Conseil de l'Europe

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Illustration 2. Proposition de logo montrant le logo des itinéraires culturels du CdE

Le logo représenté à l'illustration 2 figurerait sur tous les supports de communication produits par le réseau pour le distinguer. Ce qui sera difficile à réaliser et nécessite une attention particulière, c'est la manière dont les cafés membres peuvent être encouragés, persuadés d'utiliser ce logo sur leurs propres sites web, dans leurs propres établissements et dans le cadre de leurs activités et événements. Étant donné qu'il n'est pas possible d'utiliser ce logo, la visibilité de l'ancien logo EHICA a été suivie à travers les 63 sites web des membres fournis. Sur les 56 sites accessibles, le logo d'EHICA n'était présent que sur deux d'entre eux - le Café De L'Opera à Barcelone (avec un lien vers le Café Kipos par le biais du logo mais pas vers le site d'EHICA) et le Café (restaurant) La Calcina à Venise (avec un lien vers le site d'EHICA). Il existe d'autres preuves de l'affichage physique du logo dans plusieurs autres cafés, comme par exemple l'affichage sur la porte du café Calcinha à Loulé - illustration 3.



Illustration 3. Logo EHICA affiché au café Calcinha, Loule, Portugal

Bien que l'examen des sites web des membres n'ait pas pour but d'être concluant de quelque manière que ce soit, l'observation est que, bien qu'ils soient membres d'EHICA, il peut être problématique d'encourager et d'insister pour que, pour diverses raisons, le logo de l'itinéraire culturel fasse partie des pratiques de communication des membres du café. Il est à espérer qu'en cas de certification par le Conseil de l'Europe, la pratique sera reprise par tous les membres et figurera sur les sites web et les réseaux sociaux.

En termes de signalisation, la suggestion selon laquelle des panneaux d'information "seront placés aux points d'entrée des pays, des régions et des villes, sur leur réseau routier et dans les villes où se trouvent les cafés" n'est ni réaliste ni prioritaire. Toutefois, comme cela a été souligné à juste titre, l'utilisation de codes QR permet de contourner les multiples problèmes liés à la signalisation physique et convient mieux à un itinéraire thématique. De nombreux cafés historiques disposent déjà d'une signalisation locale et de panneaux d'interprétation (voir illustration 4). Il sera nécessaire d'examiner dans certains cas comment l'interprétation et la signalisation de l'itinéraire peuvent compléter l'offre existante.

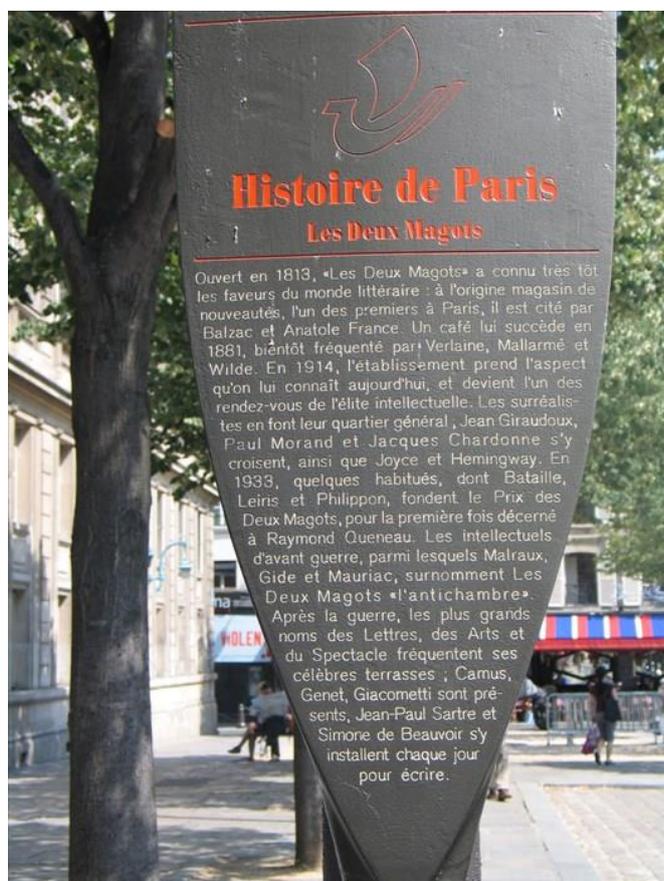


Illustration 4. Panneau d'interprétation du Café Les Deux Magots dans le cadre d'un parcours urbain plus large du Paris historique.

4. Conclusions et recommandations

Sur la base d'un examen du dossier de candidature, des annexes, des fichiers de support, des informations supplémentaires demandées et d'une inspection structurée des sites web des membres et des documents publiés, ainsi que des discussions en ligne avec la direction de l'itinéraire et des observations avec les membres du réseau, il est conclu que la Route des Cafés Historiques est conforme, dans une large mesure, aux critères d'éligibilité pour la certification en tant qu'itinéraire culturel du Conseil de l'Europe. Cependant, certains problèmes doivent être résolus pour une conformité totale. Conformément aux orientations de l'évaluation, des recommandations sont formulées afin d'aider le candidat à remplir les critères de certification. En effet, des recommandations et des suggestions d'amélioration ont été formulées tout au long de ce rapport.

Il est clair que les pressions continues imposées par la pandémie de Covid-19 ont eu un impact sur la demande de certification en tant qu'itinéraire culturel du Conseil de l'Europe, ainsi que sur le processus d'évaluation. Cependant, je suis convaincu que ce rapport est basé sur les meilleures preuves disponibles dans les circonstances et que l'analyse et l'examen ont été effectués de manière indépendante, transparente et avec toute la considération éthique nécessaire, avec l'intention de fournir un résultat utile pour toutes les parties. Mes remerciements vont à l'équipe de gestion de l'itinéraire candidat, au soutien de l'Institut Européen des Itinéraires Culturels et à tous les autres participants au processus d'évaluation.

Critères d'éligibilité pour le thème

Les Cafés historiques et la culture du café qu'ils représentent est un thème très fort et innovant pour un itinéraire culturel et est clairement représentatif des valeurs européennes à plusieurs niveaux. Ce thème est pertinent et démontré par la participation actuelle des membres dans 15 pays européens, mais il a le potentiel d'être partagé par beaucoup d'autres. Les cafés historiques, et ce qu'ils représentent, sont véritablement un phénomène transnational. Ils incarnent et illustrent la mémoire, l'histoire et le patrimoine européens, ainsi que la diversité de l'Europe contemporaine. Les expressions, les significations et les valeurs multiples de ce thème ne sont pas saisies et articulées aussi complètement qu'elles pourraient l'être par ses partisans. Bien que le thème ait été étudié par des experts représentant différentes perspectives disciplinaires, une analyse plus approfondie du patrimoine immatériel de l'itinéraire, de son rôle en tant que patrimoine urbain et de sa capacité à développer le tourisme culturel serait très utile.

Le thème se prête à des échanges culturels et éducatifs pour les jeunes et s'est engagé dans de telles initiatives. Dans un contexte post-pandémique, les mécanismes d'échanges culturels et de jeunes devraient être largement développés sur l'ensemble de l'itinéraire culturel et des programmes de financement devraient être explorés pour les soutenir. En termes de formation des jeunes et d'emploi potentiel dans les domaines de l'hospitalité et du tourisme, le potentiel est important.

Le thème se prête aussi clairement au développement de projets innovants dans le domaine du tourisme culturel et du développement culturel durable, bien qu'à l'heure actuelle, cela ne

soit pas encore bien avancé au niveau d'un itinéraire cohérent. L'établissement de relations avec les agences et les opérateurs touristiques au niveau transnational, en particulier en ce qui concerne le tourisme urbain et le patrimoine, est un aspect qui nécessite davantage de travail.

Priorités d'action

Compte tenu des restrictions de la pandémie, des activités ont été menées dans les domaines d'action, mais une plus grande coordination est nécessaire à l'avenir. Il y a une coopération en matière de recherche et de développement, mais elle est à un stade précoce et le comité scientifique doit refléter un plus grand éventail de disciplines pour refléter le thème à plusieurs niveaux et a également besoin d'une meilleure représentation en termes de pays membres. La recherche doit être à l'origine de sous-thèmes créatifs (par exemple, relier des styles architecturaux, des événements historiques, etc.) à des fins pratiques sur l'ensemble de l'itinéraire et garantir une approche inclusive. Il est important que la recherche soit diffusée par le biais de publications complètes et du site web auprès de différents publics, afin de sensibiliser au thème et aux opportunités qu'il offre. Au minimum, l'itinéraire devrait publier un guide thématique des cafés historiques d'Europe, basé sur la recherche.

La véritable signification des cafés et de la culture du café doit être mise en valeur en répondant à des questions telles que : Pourquoi les cafés historiques d'Europe sont-ils importants ? Pourquoi faut-il les préserver ? Quelle est leur pertinence contemporaine ? Dans ce contexte, le rôle du patrimoine culturel immatériel doit être renforcé. Il est important de souligner le caractère "européen" du thème, son étendue géographique actuelle et son potentiel d'inclusion d'autres pays.

Les échanges culturels et éducatifs ne sont peut-être pas aussi faciles parmi les membres des cafés, car ils fonctionnent avant tout comme des entreprises occupées et sont confrontés à des problèmes en raison de la pandémie et de la concurrence permanente. L'itinéraire devrait être en mesure d'aider les échanges et de souligner les avantages commerciaux à long terme en encourageant l'intérêt des jeunes en Europe à développer des opportunités de carrière dans les cafés. Un rôle similaire doit être entrepris par l'itinéraire au nom de tous ses membres ou entre les groupements géographiques de membres pour encourager les projets créatifs / artistiques. Individuellement, les cafés ont des programmes artistiques bien développés, quelle peut donc être la valeur ajoutée apportée dans ce domaine par un itinéraire culturel ?

Les cafés historiques bénéficient déjà du tourisme culturel et sont eux-mêmes des attractions patrimoniales. L'itinéraire doit développer des itinéraires de tourisme culturel, de nouveaux thèmes et des partenariats au nom de tous les membres. Il doit travailler beaucoup plus étroitement, dans toute l'Europe, avec les tour-opérateurs appropriés, les offices du tourisme régionaux et nationaux et surtout les autorités municipales. L'itinéraire doit être considéré comme quelque chose de bien plus grand qu'une association mère de membres individuels. Sa capacité à agir au niveau transnational sera également considérée comme un avantage pour les membres, offrant des choses qui ne seraient pas entreprises par des membres individuels.

Le réseau

La raison d'être de l'itinéraire, sa vision, son thème à plusieurs niveaux et sa stratégie doivent être mieux communiqués - à ses membres et à la société en général. EHICA n'impliquait pas ou peu de frais pour les membres. L'introduction d'une cotisation indique à la fois les avantages et les responsabilités des membres et ceux-ci doivent être clairement articulés et efficacement communiqués. Il est essentiel de diversifier les adhésions pour inclure les autorités locales, les agences de tourisme, les musées, etc. Sa force future sera de réunir le secteur privé et le secteur public pour faire connaître l'importance des cafés historiques. Ceci est également important pour assurer la durabilité financière de l'itinéraire.

L'un des points forts du thème est que la majorité des pays ont des cafés historiques dans leurs villes, ce qui permet au réseau de s'étendre géographiquement et même d'établir des liens en dehors de l'Europe, reflétant ainsi la mobilité historique de la culture du café. La représentation géographique des membres dans 15 pays semble forte, mais la représentation du réseau comme étant européen doit être plus accentuée, particulièrement sur le site web où la narration est dominée par le travail en Grèce.

Le mélange d'entreprises privées et de soutien du secteur public garantira la viabilité financière de l'itinéraire. En outre, les nombreuses dimensions différentes du thème, associées à un potentiel important d'élargissement des membres, créeront d'énormes opportunités. L'itinéraire disposera ainsi d'une base solide pour se développer, sans dépendre d'une gamme étroite de membres ni de demandes de financement de projets. L'une des priorités doit être de construire et de communiquer le récit à plusieurs niveaux de l'itinéraire aux différents groupes de parties prenantes afin de stimuler le développement des adhésions et donc des revenus. Ceci est pris en compte dans la stratégie de développement triennale de la route. Une attention particulière doit être accordée à une meilleure articulation/communication des critères d'adhésion, des avantages et responsabilités des membres et du processus de demande.

La communication des cafés historiques en tant qu'itinéraire culturel nécessite une orientation stratégique plus poussée, en particulier le site web en tant que vitrine à travers laquelle le monde devrait en apprendre davantage sur les thèmes fédérateurs. Le site web et les réseaux sociaux qui l'accompagnent sont une qualité déterminante pour un itinéraire culturel thématique et nécessitent une structure narrative unificatrice et appropriée.

Les nouveaux statuts de la RCH ont été élaborés en tant que société civile à but non lucratif et reflètent un système de gouvernance ouvert et démocratique avec des dispositions pour l'organisation et la gestion efficaces d'un itinéraire culturel. Cependant, au moment de la rédaction de ce document, les statuts n'ont pas été légalement enregistrés en Grèce et une assemblée générale des membres basée sur les nouveaux statuts, qui remplacent ceux de l'ancienne EHICA, n'a pas été possible.

| CRITERES | | Respect des critères de certification par le réseau candidat |
|---|---|--|
| I. | Thème de l'itinéraire culturel | Ce critère est satisfait par un thème très innovant qui offre de nombreuses possibilités d'interprétation et qui a le potentiel d'être applicable à la majorité des pays. |
| II. Priorités d'action | Coopération en matière de recherche et de développement | Ce critère est respecté et il existe un groupe d'experts et d'autres personnes identifiées. Il existe un comité scientifique et un engagement avec les universités par le biais de la recherche et d'événements. |
| | Valorisation de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen | Ce thème est important pour la compréhension de l'histoire et de la mémoire européennes et vise à protéger, gérer, interpréter et valoriser le patrimoine matériel et immatériel des cafés. |
| | Échanges culturels et éducatifs des jeunes Européens | Des actions ont été menées avant la pandémie de Covid et l'itinéraire se prête à d'autres programmes d'échange. |
| | Pratique contemporaine de la culture et des arts | Cette activité est menée régulièrement par les membres du réseau, bien que les activités aient été considérablement réduites en raison de la pandémie. Il est clair que l'itinéraire se prête à de nouvelles actions en tant qu'itinéraire cohérent. |
| | Tourisme culturel et développement culturel durable | Des actions ont été entreprises et le critère est respecté, mais le potentiel à développer dans un contexte post-covid est bien plus important. |
| III. Réseau de l'itinéraire culturel | Le réseau couvre 15 pays et a le potentiel d'en inclure davantage. L'itinéraire est financièrement viable avec un excellent potentiel de revenus durables grâce à ses membres. Ces revenus doivent être diversifiés pour des raisons économiques et de démocratie inclusive, mais il existe un plan de développement en place et un budget raisonné. Il existe une capacité à gérer et à développer l'itinéraire. L'itinéraire a des statuts démocratiques et appropriés en place, mais ceux-ci n'ont pas été traités par les autorités grecques au moment de l'évaluation. Ce critère n'est que partiellement rempli à l'heure actuelle. | |
| Outils de communication | Ceux-ci sont en place et le critère est donc rempli mais le site web en particulier a besoin d'attention. | |

5. Liste des références

Tous les documents requis pour l'évaluation ont été dûment fournis par l'itinéraire candidat, soit via l'IEIC, soit directement.

Demande de certification - Route des Cafés historiques - Cycle 2021/22
Statuts d'EHICA
Statuts de la RCH (projet)

Tous les documents publiés disponibles sur le site web ont été consultés.

Contexte

Ashby, C., Gronberg, T. and Shaw-Miller, S. Eds. (2013) *The Viennese Café and Fin-de-Siècle Culture*, London: Berghahn Books.

Cleave, P. (2017) Leisurely consumption, the legacy of European cafes, *International Review of Social Research*, Vol. 7 Issue 1, p31-45.

Grafe, C. and Bollerey, F. Eds. (2007) *Cafes and Bars: The Architecture of Public Display*, London: Routledge.

Lemaire, G.G. (2003) *Historic Cafes of Paris*, London: Prion Books

Pallini, C. (2015) Spatial frameworks for an hybrid functionality: coffeehouse architecture in Venice, Padua and Trieste, Paper presented at the *Associazione Italiana di Storia Urbana 7th Congress, Food and the City*, Padua, 3-5.09.15

Rittner, L. and Haine, W.S. (2016) *The Thinking Space: The Café as a Cultural Institution in Paris, Italy and Vienna*, London: Routledge.

Sites web

<https://www.ehica.eu/home-2/>

<https://historiccafesroute.com/home-2/>

56 sites de cafés membres d'EHICA - sept sites n'étaient pas accessibles

www.tourismmanifesto.eu/who-we-are/ - Manifeste européen du tourisme

<https://itervitis.eu/cultural-route-of-the-council-of-europe/>

Établissements Classiques de l'Arc Lémanique (ECAL) <https://www.cafeecal.com/>

<https://globalgrasshopper.com/destinations/europe/15-historic-cafes-europe/>

<https://www.wien.gv.at/english/culture-history/viennese-coffee-culture.html>

<https://www.unesco.at/en/culture/intangible-cultural-heritage/national-inventory/news-1/article/viennese-coffee-house-culture>

<https://ich.unesco.org/en/RL/turkish-coffee-culture-and-tradition-00645>

<http://poieinkaiprattein.org/beyond-images/literature/literary-cafes/>

<https://www.audleytravel.com/austria/things-to-do/coffeehouse-tour-of-vienna>

Vidéos

Association portugaise des cafés historiques : Cafés historiques de la péninsule ibérique - Vitor de Sá Marques - <https://www.youtube.com/watch?v=B0CJ-CmKmi0>

<https://presentations.thebestinheritage.com/2021/historic-cafes-in-the-iberian-peninsula>

Les cafés de Vienne - <https://www.youtube.com/watch?v=3YmAqeS2Ei0>

Club des propriétaires de cafés viennois - <https://events.wien.info/en/260/ball-of-the-viennese-coffee-house-owners-2022>

Sites Facebook

<https://www.facebook.com/HistoricCafesRoute/>

<https://www.facebook.com/CulturalRouteofHistoricCafesandRestaurants/>

<https://www.facebook.com/HistoricCafesandRestaurantsSociety/> - Société des cafés et restaurants historiques

<https://www.facebook.com/The-Literary-Cafe-344265796059465/>

6. Programme de visite de terrain et/ ou d'entretiens en ligne avec la direction du réseau et les membres du réseau

En raison des restrictions imposées par la situation de Covid-19, une visite sur le terrain n'a pas été possible. Cependant, une visite informelle à l'un des cafés membres a été effectuée dans le cadre d'une autre visite d'affaires à Paris - Les Deux Magots. Le propriétaire du café - et également vice-président de la RCH - n'a pas pu être contacté et n'a pas pu être rencontré. Il s'agissait d'une visite d'observation uniquement qui consistait à regarder comment le café se présentait comme un site patrimonial et comment il communiquait son histoire. Une brève "petite" histoire du café est fournie en français au dos de chaque menu. Le café raconte son histoire et partage ses associations littéraires et artistiques bien connues par le biais de photographies bien placées sur le mur et d'indications discrètes sur ses célèbres mécènes. Aucune indication du logo de membre d'EHICA n'était présente. J'ai parlé brièvement avec une dame néerlandaise accompagnée de son ami française. La Néerlandaise m'a dit que c'était son amie qui lui faisait plaisir et qu'elle n'était jamais venue dans ce café auparavant. La Française y est allée plusieurs fois et m'a dit que plus tard dans le mois, elle viendrait au café pour une soirée au cours de laquelle un écrivain français de polars bien connu parlerait de son dernier roman. Apparemment, cela faisait partie d'une série d'événements qui ont lieu le lundi. Elle m'a dit que lorsqu'elle avait des amis en visite, elle les amenait ici, mais qu'à cause de la pandémie, elle n'y était pas allée depuis longtemps. Elle m'a dit que je pouvais acheter un livre sur les écrivains qui fréquentaient le café. J'ai également parlé brièvement avec le serveur qui m'a apporté mon café. Je lui ai demandé s'il avait connaissance d'un réseau de cafés européens. Il a répondu qu'il connaissait d'autres cafés associés à des auteurs célèbres et m'a dit que ce café allait devenir un site du patrimoine mondial (une référence à une campagne visant à mettre l'accent sur le patrimoine culturel immatériel).

Une collègue tchèque, qui vit à Prague, a visité le Café Louvre pour moi au début du mois de novembre. Elle a parlé à un serveur qui avait été un ancien étudiant. Il n'avait pas connaissance d'un quelconque réseau de cafés historiques et se plaignait surtout du manque de touristes pendant la pandémie. Les touristes étrangers lui posaient souvent des questions sur l'histoire du café, mais il les renvoyait au site Web, qui contient un bref historique en anglais. Des discussions informelles par téléphone ont également eu lieu avec les cafés suivants :

Le New York Café à Budapest - il était fermé jusqu'à récemment. Le porte-parole a déclaré qu'il connaissait l'histoire du café et qu'il était connu comme le "plus beau café du monde". L'accent est mis sur la gastronomie et, sur le plan commercial, il dispose de nombreux espaces qu'il cherche à louer pour des événements.

Café Stefanka, Bratislava - fermé jusqu'à très récemment. Le porte-parole a indiqué qu'il ne savait pas grand-chose de l'histoire du café mais qu'un nouveau livre venait d'être publié à ce sujet.

Il n'y a rien de surprenant dans ces visites et ces "appels à froid". Le personnel est généralement occupé et la communication de la dimension historique des cafés n'est pas une priorité. Mes réflexions sur ces visites superficielles sont les suivantes. Un itinéraire culturel peut jouer un rôle dans la communication et l'interprétation du patrimoine des cafés afin de sensibiliser et d'améliorer le profil des établissements qui sont naturellement concentrés sur leur travail quotidien. Un itinéraire culturel devrait être en mesure de fournir à ses membres de la littérature et des ressources qui aideraient à situer un café dans le contexte européen plus large. En outre, un itinéraire pourrait servir d'initiateur et de soutien pour des événements, qu'ils soient créés ou déjà programmés, partager les bonnes pratiques et les idées d'autres cafés et fonctionner comme un réseau de soutien.

Des discussions en ligne et des échanges de courriels détaillés, étendus et réguliers ont eu lieu avec :

Vasilis Stathakis, Président

Maria Mystakidou, chargée de communication

Yannis Karachristos, responsable du dossier d'évaluation et représentant du comité scientifique

Yiorgos Loverdos, Journaliste, Photographe

Michail Varlas, en charge des questions financières et budgétaires

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

| LISTE DE CONTROLE POUR L'EVALUATION A DESTINATION DE L'EXPERT | | | | | | |
|---|---|---|---|--|---|---|
| QUESTIONS | | | Oui | Non | Commentaires (le cas échéant) | |
| 3.1 THEME | 1 | Le thème de l'itinéraire représente-t-il une valeur commune (historique, culturelle ou patrimoniale) à plusieurs pays européens ? | 1 | | En grande partie, mais cela nécessite une plus grande élaboration. | |
| | 2 | Le thème de l'itinéraire offre-t-il une base solide pour les échanges culturels et éducatifs entre jeunes ? | 1 | | | |
| | 3 | Le thème de l'itinéraire offre-t-il une base solide pour des activités innovantes ? | 1 | | | |
| | 4 | Le thème de l'itinéraire offre-t-il une base solide pour le développement de produits touristiques culturels ? | 1 | | | |
| | 5 | Le thème a-t-il été recherché/développé par des universitaires/experts de différentes régions d'Europe ? | 1 | | Nécessité d'un développement plus poussé pour afficher pleinement les éléments du thème | |
| 3.2 CHAMPS D'ACTION PRIORITAIRES | 3.2.1 Coopération en matière de recherche et de développement | 6 | L'itinéraire offre-t-il une plateforme de coopération pour la recherche et le développement de thèmes/valeurs culturels européens ? | 1 | | |
| | | 7 | L'itinéraire joue-t-il un rôle fédérateur autour de grands thèmes européens, permettant de rassembler des connaissances dispersées ? | 1 | | Mais il faut impliquer davantage de pays et de disciplines dans le comité scientifique. |
| | | 8 | L'itinéraire montre-t-il comment ces thèmes sont représentatifs des valeurs européennes partagées par plusieurs pays européens ? | 1 | | Oui, mais cela pourrait être fait beaucoup mieux et de manière plus inclusive. |
| | | 9 | L'itinéraire illustre-t-il le développement de ces valeurs et la variété des formes qu'elles peuvent prendre en Europe ? | | 0 | Pas ouvertement et clairement articulé |
| | | 10 | L'itinéraire dispose-t-il d'un réseau d'universités et de centres de recherche travaillant sur son thème au niveau européen ? | | 0 | |
| | | 11 | L'itinéraire dispose-t-il d'un comité scientifique multidisciplinaire ? | | | |
| | | 12 | Le Comité scientifique travaille-t-il sur son thème au niveau européen ? | | | L'approche pourrait être plus inclusive |
| | | 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 | | plus de résultats sont nécessaires |
| | | 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 ? | | | plus de résultats sont nécessaires |
| | | 3.2.2 Mise en valeur de la mémoire, de l'histoire et du patrimoine européen | 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 permettent-elles de promouvoir le label de certification des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe ? | 1 | | doit être développé davantage |
| | 18 | | L'itinéraire fonctionne-t-il en conformité avec les chartes et conventions internationales sur la préservation du patrimoine culturel ? | | | |
| | 19 | | Les activités de l'itinéraire permettent-elles d'identifier, de préserver et de développer les sites du patrimoine européen dans les destinations rurales ? | | 0 | Aucune preuve |

| | | | | | | |
|--|--|---|--|---|---|--|
| | | 20 | Les activités de l'itinéraire permettent-elles d'identifier, de préserver et de développer les sites du patrimoine européen dans les zones industrielles en cours de restructuration économique ? | | | Non pertinent |
| | | 21 | Les activités de l'itinéraire valorisent-elles le patrimoine des minorités ethniques ou sociales en Europe ? | | | pas de preuve mais pourrait et devrait |
| | | 22 | Les activités de l'itinéraire contribuent-elles à une meilleure compréhension du concept de patrimoine culturel, de l'importance de sa préservation et du développement durable ? | 1 | | Oui, mais il faut le faire de manière beaucoup plus cohérente. |
| | | 23 | Les activités de l'itinéraire valorisent-elles le patrimoine physique et immatériel, expliquent-elles sa signification historique et soulignent-elles ses similitudes dans les différentes régions d'Europe ? | | | |
| | | 24 | Les activités de l'itinéraire prennent-elles en 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, la protection et 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, ...) ? | | | |
| | 3.2.3 Échanges culturels et éducatifs des jeunes Européens | 25 | Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour développer une meilleure compréhension du concept de citoyenneté européenne ? | | | |
| | | 26 | Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour mettre l'accent sur la valeur d'une nouvelle expérience personnelle grâce à la visite de lieux divers ? | | | |
| | | 27 | Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour encourager l'intégration sociale et les échanges de jeunes de différents milieux sociaux et régions d'Europe ? | 1 | | |
| | | 28 | Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour offrir des possibilités de collaboration aux établissements d'enseignement à différents niveaux ? | | | doit être développé davantage |
| | | 29 | Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour mettre l'accent sur les expériences personnelles et réelles grâce à l'utilisation de lieux et de contacts ? | | | Tout à fait |
| | | 30 | Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour mettre en place des projets pilotes avec plusieurs pays participants ? | | | En cours |
| | | 31 | Les échanges de jeunes (culturels et éducatifs) sont-ils prévus pour donner lieu à des activités de coopération impliquant des établissements d'enseignement à différents niveaux ? | 1 | | En cours |
| | | 3.2.4 Pratiques culturelles et artistiques contemporaines | 32 | Les activités culturelles de l'itinéraire favorisent-elles le dialogue interculturel et les échanges multidisciplinaires entre les différentes expressions artistiques des pays européens ? | 1 | |
| | 33 | | Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles des projets artistiques qui établissent des liens entre le patrimoine culturel et la culture contemporaine ? | 1 | | mais surtout par des membres individuels |
| | 34 | | Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles les pratiques culturelles et artistiques contemporaines innovantes* en les reliant à l'histoire du développement des compétences ? | | | mais surtout par des membres individuels |
| | 35 | | Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles la collaboration entre les amateurs et les professionnels de la culture à travers des activités pertinentes et la création de réseaux ? | 1 | | mais surtout par des membres individuels |
| | 36 | | Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles le débat et l'échange - dans une perspective multidisciplinaire et interculturelle - entre les diverses expressions culturelles et artistiques des différents pays d'Europe ? | | | mais surtout par des membres individuels |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|
| 3.2.5 Tourisme culturel et développement culturel durable | 37 | Les activités culturelles de l'itinéraire encouragent-elles des activités et des projets artistiques qui explorent les liens entre le patrimoine et la culture contemporaine ? | | | mais surtout par des membres individuels |
| | 38 | Les activités culturelles de l'itinéraire mettent-elles en valeur les pratiques les plus innovantes et créatives ? | | | mais surtout par des membres individuels |
| | 39 | Les activités culturelles de l'itinéraire relient-elles ces pratiques innovantes et créatives à l'histoire du développement des compétences ? *** | | 0 | |
| | 40 | Les activités de l'itinéraire (en rapport avec le développement du tourisme culturel durable) contribuent-elles à la formation de l'identité locale, régionale, nationale et/ou européenne ? | 1 | | Mais doit être développé davantage Doit être articulé |
| | 41 | Les activités de l'itinéraire (pertinentes pour le développement d'un tourisme culturel durable) impliquent-elles activement 3 moyens majeurs pour faire connaître leurs projets culturels : presse écrite, diffusion et médias sociaux ? | 0 | | |
| | 42 | Les activités de l'itinéraire favorisent-elles le dialogue entre les communautés et les cultures urbaines et rurales ? | | | Aucune preuve |
| | 43 | Les activités de l'itinéraire favorisent-elles le dialogue entre les régions développées et défavorisées ? | | 0 | Aucune preuve |
| | 44 | Les activités de l'itinéraire favorisent-elles le dialogue entre les différentes régions (sud, nord, est, ouest) de l'Europe ? | | | Semble être le cas |
| | 45 | Les activités de l'itinéraire favorisent-elles le dialogue entre les cultures majoritaires et minoritaires (ou natives et immigrantes) ? | | 0 | Aucune preuve |
| | 46 | Les activités de l'itinéraire ouvrent-elles des possibilités de coopération entre l'Europe et les autres continents ? | 1 | | Significativement |
| | 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 culturelles ? | | | |
| | 49 | Les activités de l'itinéraire développent-elles et offrent-elles des produits, services ou activités de tourisme culturel de qualité au niveau transnational ? | 1 | | Par l'intermédiaire des membres individuels |
| | 50 | Les activités de l'itinéraire développent-elles des partenariats avec des organisations publiques et privées actives dans le domaine du tourisme ? | 1 | | |
| 51 | Le réseau a-t-il préparé et utilisé des outils le long de l'itinéraire pour augmenter le nombre de visiteurs et les impacts économiques de l'itinéraire sur les territoires traversés ? | | 0 | | |
| 3.3 RÉSEAU | 52 | L'itinéraire représente-t-il un réseau impliquant au moins trois Etats membres du Conseil de l'Europe ? | | | |
| | 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 était-il fondé sur une base scientifique ? | | | |
| | 55 | Le réseau implique-t-il plusieurs Etats membres du Conseil de l'Europe dans tout ou partie de ses projets ? | | | |
| | 56 | Le réseau est-il financièrement viable ? | 1 | | |
| | 57 | Le réseau a-t-il un statut juridique (association, fédération d'associations, GEIE...) ? | | | |
| | 58 | Le réseau fonctionne-t-il de manière démocratique ? | 1 | | |
| | 59 | Le réseau précise-t-il ses objectifs et ses méthodes de travail ? | 1 | | A besoin d'une meilleure visibilité |
| | 60 | Le réseau précise-t-il les régions concernées par le projet ? | 1 | | |
| | 61 | Le réseau précise-t-il ses partenaires et les pays participants ? | 1 | | |
| | 62 | Le réseau précise-t-il les champs d'action concernés ? | 1 | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------|---|---|--|----|--|--|
| | 63 | Le réseau précise-t-il sa stratégie globale à court et à long terme ? | 1 | | | |
| | 64 | Le réseau identifie-t-il des participants et des partenaires potentiels dans les États membres du Conseil de l'Europe et/ou dans d'autres pays du monde ? | | | | |
| | 65 | Le réseau fournit-il des détails sur son financement (rapports financiers et/ou budgets d'activités) ? | 1 | | | |
| | 66 | Le réseau fournit-il des détails sur son plan opérationnel ? | 1 | | A besoin de plus d'attention | |
| | 67 | Le réseau joint-il le ou les textes de base confirmant son statut juridique ? | 1 | | Le texte est disponible mais n'avait pas été légalement enregistré | |
| 3.4 OUTILS DE COMMUNICATION | Uniquement pour les itinéraires culturels certifiés du Conseil de l'Europe. | 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 ? | | seuls quelques membres utilisent l'ancien logo | |
| | | 70 | L'itinéraire dispose-t-elle d'un site web dédié ? | 1 | | ce point doit être développé davantage |
| | | 71 | Le site Web est-il disponible en anglais et en français ? | | | Il va être traduit en français |
| | | 72 | Le site est-il disponible dans d'autres langues ? | 1 | | Grec |
| | | 73 | Le réseau utilise-t-il efficacement les réseaux sociaux et le web 2.0 ? | 1 | | Partiel |
| | | 74 | Le réseau publie-t-il des brochures sur l'itinéraire ? | | | |
| | | 75 | Si oui, les brochures sont-elles disponibles en anglais ? | | | |
| | | 76 | Si oui, les brochures sont-elles disponibles en français ? | | 0 | |
| | | 77 | Le titre d'"Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe" est-il présent sur tous les supports de communication (y compris les communiqués de presse, les pages web, les publications, etc.) | | | |
| | 78 | Le logo de la certification est-il présent sur tous les supports de communication ? | | | | |
| | 79 | Le logo de certification est-il utilisé conformément aux directives d'utilisation (taille et position) ? | | | | |
| | 80 | Les logos (Itinéraire culturel + logo de certification) sont-ils fournis à tous les membres de l'itinéraire ? | | | | |
| | 81 | Le logo de certification du Conseil de l'Europe figure-t-il sur les panneaux de signalisation indiquant l'itinéraire culturel ? | | | | |
| | SCORE | | | 63 | | |

* Par exemple, arts visuels, arts du spectacle, artisanat créatif, architecture, musique, littérature, poésie ou toute autre forme d'expression culturelle.

**Particulièrement en termes de formation des jeunes Européens dans les domaines concernés.

***Que ces domaines comprennent les arts visuels, les arts du spectacle, les métiers créatifs, l'architecture, la musique, la littérature ou tout autre domaine.