

LES CAHIERS DE LA SECTION FRANÇAISE
DE
L'ICOMOS

TOURISME URBAIN ET PATRIMOINE



Prix : 100 F

AIX-EN-PROVENCE
7-8 mars 1991

LES CAHIERS DE LA SECTION FRANÇAISE
DE
L'ICOMOS

TOURISME URBAIN
ET PATRIMOINE

Directeur de la Publication

Michel JANTZEN, Inspecteur Général et Architecte en Chef des Monuments Historiques,
Président de la Section Française de l'ICOMOS.

Comité de rédaction

Nancy BOUCHÉ, Sous-Directeur chargée de Mission au Ministère de l'Équipement, du
Logement et des Transports

S. CAHEN SALVADOR, Présidente d'Honneur de la FNASSEM

P. CHATAURET, Architecte des Bâtiments de France

D. DROCOURT, Directeur de l'Atelier du Patrimoine de la Ville de Marseille

J. FOSSEYEUX, Inspecteur Général de l'Administration

Ph. GEFFRÉ, Sous-Directeur de l'Administration et de l'Action culturelle, Ministère de la
Culture

G. LEMOINE, Député-Maire de Chartres

G. MESTER de PARAJD, Architecte en Chef des Monuments Historiques

R. POUJADE, Député-Maire de Dijon

J.-M. VINCENT, Conservateur Général du Patrimoine chargé de la Sous-Direction de
l'Inventaire, Ministère de la Culture

Secrétariat de rédaction et de l'organisation du colloque

L. DECAZES

F. PITRAS

Section Française de l'ICOMOS (Conseil International des Monuments et des Sites)
Secrétariat Administratif - 62, rue Saint-Antoine 75004 Paris - Tél. : 42-78-56-42

Illustration de couverture : Aix-en-Provence. Fontaine de la Rotonde et Cours Mirabeau.
Photo Ville d'Aix-en-Provence, Service Communication

AIX-EN-PROVENCE
7-8 mars 1991

Sommaire

Introduction	
J.-M. Vincent	5
G. Pivasset	9
Exposé introductif : synthèse des réponses au questionnaire, V. Patin	11
ATELIER 1 : Quel patrimoine urbain ?	
Présentateur et animateur : S. Kancel	13
Le cas de Dijon, M. Visteaux	14
Le cas de Ferrare, C. Cesari	16
Patrimoine industriel et tourisme urbain, ébauche d'une réflexion à partir de l'exemple de Noisiel, V. Eblé	19
L'acte de foi des « Petites Cités de Caractère de Bretagne » (P.C.C.), J.-B. Vighetti	23
Tourisme et patrimoine rural, Ch. Kovacsazy	28
Le cas de Rochefort, J.-L. Frot	29
Le cas de la ville de Bath, S. Bird	30
Vers un patrimoine déculturé, J.-P. Dufoix	32
Débats	34
ATELIER 2 : Quelle politique touristique ?	
Présentateur et animateur : P. Culand	35
Le cas de Perugia, P. Brutti	36
Qu'est-ce qu'un produit touristique dans le milieu urbain, O. Henry	38
Exeter, une interprétation de la ville, J. Clark	40
Le cas de Figeac, M. Malvy	42
Débats	45
Le cas de Gargillesse, V. Berberian	46
Débats	48
Le cas de Prague, D. Libal	49
Arles ville de culture, ville de tourisme, J.-P. Frankum	51
L'exemple des Villes et Pays d'Art et d'Histoire, M.-J. Carroy-Bourlet	53
Quel est l'intérêt réel des regroupements en routes de l'histoire tant pour favoriser la fréquentation qu'une motivation du public à découvrir ce type de patrimoine, L. Mc Garvie-Munn	55
Les relations internationales dans un processus de développement du tourisme urbain, J.-C. Voisin	58
A propos d'études urbaines, compte rendu d'une expérience à Montbéliard, C. Calmettes	60

ATELIER 3 : Quelle politique urbaine ?	
Présentateur et animateur : N. Bouché.....	63
Non ! Le patrimoine urbain n'est pas que de marbre..., ou de pierre !, S. Viau.....	65
Aix-en-Provence, N. Dautier.....	69
Le cas de Dijon, M. Visteaux.....	73
Laon, ville d'art et d'histoire. L'exemple d'une politique urbaine et d'une politique touristique compatibles, T. Kouloumbri.....	75
Carcassonne, Beaucaire, Aigues-Mortes, B. Donzet.....	79
Quel est le rôle des outils de gestion (plan de sauvegarde et de mise en valeur, ZPPAU) et des autres politiques contractuelles entre l'Etat et les collectivités locales ?, S. Kancel.....	81
<i>Débats</i>	83
 ATELIER 4 : L'économie touristique profite-t-elle au patrimoine urbain ?	
Présentateur et animateur : C. Assanté.....	85
Statistique et connaissance des flux touristiques, M. Christine.....	86
Fréquentation touristique des monuments : motivations et attitudes des publics, J.-M. Agnus.....	89
L'entreprise privée au service du patrimoine. Un projet : le Château de Pierrefonds. E. Boulte.....	92
Le Viking Center de York (U.K.). Le vrai et le faux, V. Patin.....	95
<i>Débats</i>	97
Le cas de Marseille, J. Laffitte.....	99
Le cas de Rochefort, J.-L. Frot.....	101
 TABLE RONDE DE CONCLUSION	 103

« Tourisme et patrimoine », est-ce un thème original de réflexion au lendemain de l'Année du Tourisme et qui cela peut-il bien intéresser ? Les responsables de la section française de l'ICOMOS ont été bien sûr les premiers à se poser ces questions avant de vous inviter à venir à Aix-en-Provence avec le soutien actif du maire de cette belle cité, Monsieur Jean-François Picheral, de son adjointe chargée du tourisme, Madame Germaine Pivasset et de Madame Nerte Dautier, conseillère municipale responsable chargée avec passion du centre historique (depuis adjointe au Maire). C'est grâce à leur accueil que cette rencontre peut avoir lieu, qu'ils en soient vivement remerciés. Aix-en-Provence est une ville où l'on sait ce que patrimoine et tourisme veulent dire ; si les responsables de la ville d'Aix ont soutenu le projet d'ICOMOS, c'est que celui-ci n'est sans doute pas aussi redondant qu'il aurait pu sembler.

Et si près de 120 participants se sont annoncés en dépit d'une conjoncture particulièrement défavorable, c'est assurément que le sujet proposé à notre réflexion correspond à une vraie interrogation d'actualité. Il est intéressant d'ailleurs de se pencher sur la liste annoncée des participants : notons d'abord, sans préjuger des variations inhérentes à ce genre de manifestations, que l'on décompte parmi eux plus d'un tiers d'élus, maires, adjoints-au-maire ou représentants de services municipaux ou d'offices de tourisme mandatés explicitement par le maire. C'est d'abord avec eux que nous voulions dialoguer sur ces thèmes et ils ont largement annoncé leur présence.

– Nous relevons également un quart de fonctionnaires issus, pour beaucoup des services responsables du patrimoine architectural et urbain mais, et c'est relativement original dans nos rencontres d'ICOMOS, de nombreux fonctionnaires qui ont également en charge la promotion du tourisme. Le thème les concernait, mais il est tout à fait intéressant qu'ils aient répondu si nombreux. Je tiens à ce propos à souligner la très active et très féconde participation de nos collègues du Ministère du Tourisme à la préparation de cette rencontre. Celle-ci leur devra beaucoup et je tiens à les en remercier.

– Relevons près de 20 % d'architectes urbanistes, spécialistes des centres historiques, et de professionnels de la prospective touristique. Ils nous apporteront de part et d'autre la technicité et la rigueur dont nous avons besoin dans de tels débats.

– Les associations, environ 15 %, sont aussi présentes, minoritaires mais actives comme elles savent l'être.

– Enfin huit amis étrangers ont répondu favorablement à notre invitation et à celle du maire d'Aix et sont venus témoigner de leurs expériences et partager nos réflexions. Je les cite par ordre alphabétique :

- Monsieur Stephen Bird, représentant de la ville de Bath, en Grande-Bretagne
- Madame Patricia Brutti, représentant de la ville de Perugia, en Italie
- Monsieur Carlo Cesari, architecte représentant de la ville de Ferrare, en Italie
- Monsieur John Clark, du département de planification urbaine de la ville d'Exeter, en Grande-Bretagne
- Monsieur Enrique Fernandes Lopes, représentant de la ville de Coimbra, au Portugal

- Monsieur Dobroslav Libal, président du comité tchécoslovaque d'ICOMOS et nous sommes très touchés de la participation d'un président d'un autre comité national à nos débats ;
- Monsieur Serge Viau, directeur du service de l'urbanisme de la ville de Québec.

Nous attendons beaucoup de ces amis étrangers, de leurs expériences, mais aussi du regard que nous leur demandons de porter sans indulgence sur nos débats franco-français.

Ceux-ci porteront donc pendant deux jours sur la confrontation entre tourisme urbain et patrimoine urbain.

Si nous avons délibérément choisi parmi les autres champs patrimoniaux concernés par le tourisme celui des ensembles bâtis historiques, et comprenons par là aussi bien les cœurs historiques de nos villes – celui d'Aix nous servira de référence – nos villages, nous serons amenés à élargir le débat sans limite chronologique au patrimoine très proche et au patrimoine industriel – en particulier le cas très intéressant de Noisiel en Seine-et-Marne nous sera présenté.

Si donc, nous avons choisi ce thème c'est d'abord parce que les précédentes réflexions sur les rapports entre tourisme et patrimoine n'ont que superficiellement abordé cet aspect des choses. Il y a là matière à un vrai débat tant nous sentons entre ces deux termes d'attraction et de réticence. D'une part, la richesse et la diversité de ce patrimoine urbain sont trop souvent ignorées de ses propres habitants et on peut donc espérer que l'atout touristique potentiel qu'il représente peut servir d'argument pour une prise de conscience collective de son intérêt spécifique, et sera un levier pour sa mise en valeur. Mais, en contrepartie, les effets pervers de l'appropriation touristique excessive que nous constatons dans certains de ces lieux, villages ou centres anciens, sont tels qu'il apparaît clairement que, passé une certaine dose, le tourisme déstabilise l'usage urbain quotidien et à terme nuit au patrimoine lui-même.

Toute la problématique de notre colloque tiendra donc dans la recherche d'un équilibre entre ces deux dangers qui menacent notre patrimoine urbain, la mort lente par indifférence, déshérence, ou son étouffement, sa dénaturation, son artificialisation par un tourisme mal maîtrisé.

D'où nos interrogations successives au cours de ces deux journées, dont l'enchaînement servira de trame aux quatre ateliers qui se succéderont :

D'abord, quel patrimoine urbain voulons-nous promouvoir ? Serge Kancel, Sous-directeur des Espaces protégés à la Direction de l'Architecture et de l'Urbanisme, animera ce thème ce matin.

Autour de Pierre Culand, Chargé de mission auprès de la Direction de la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites, nous nous demanderons quelle politique touristique adopter et adapter à ce patrimoine très spécifique.

Demain matin, Nancy Bouché, Sous-directeur, Chargée de mission auprès du Ministre de l'Équipement et Secrétaire générale de la section française de l'ICOMOS, élargira le débat à la politique urbaine globale qui doit sous-tendre le développement touristique.

Enfin, Christian Assante, Chef du département urbain et culturel du Ministère du Tourisme, nous aidera à définir les conditions à remplir pour que l'économie touristique profite vraiment au patrimoine urbain.

Ces questions nous les avons explicitées au sein d'un groupe de travail qui a préparé ce colloque et qui nous a déjà permis de largement dialoguer entre spécialistes du patrimoine et spécialistes du tourisme. Nous n'avons pas anticipé sur les réponses de ce colloque, mais nous nous sommes largement inspirés des réactions très intéressantes que près de 150 maires de villes et villages de grande qualité patrimoniale ont bien voulu faire au questionnaire que nous avons envoyé à plus de 400 d'entre eux, ce qui représente un taux de réponse non négligeable.

Le nombre et la qualité de ces réponses méritent donc que nous prenions le temps d'en écouter la synthèse. Celle-ci sera présentée par Valéry Patin, responsable pour l'Europe du comité « Tourisme culturel » d'ICOMOS. Qu'il me permette de le remercier tout particulièrement du travail très lourd qu'il a fourni pour préparer le lancement de ce questionnaire, pour nous aider à exploiter cette enquête avec l'aide de nos amis de la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites, du Tourisme et avec le secrétariat permanent de la section française de l'ICOMOS : Louis Decazes, Françoise Laurent et Françoise Pitras.

C'est grâce à eux tous ainsi qu'aux responsables de cette belle ville d'Aix-en-Provence que nous pouvons maintenant nous consacrer aux travaux de ces deux journées dans les meilleures conditions possibles.

Jean-Marie VINCENT
Vice-président de la section française de l'ICOMOS
Conservateur général du patrimoine
chargé de la Sous-direction de l'Inventaire

Monsieur le Président,
Mesdames, Messieurs,
Chers Amis,

Au nom de Monsieur le Maire d'Aix-en-Provence et de toute notre Ville, permettez-moi de vous remercier d'avoir choisi Aix pour tenir votre colloque.

Vous êtes venus de toute la France, d'Europe et de plus loin encore. Nous nous efforcerons de répondre à votre double attente : être bien accueillis comme des touristes bienvenus par les Aixois, ainsi que par nos rues, nos musées, notre patrimoine.

Mais vous comprendrez aisément à quel point nous sommes intéressés et concernés par vos journées de réflexion, par le travail que vous allez faire.

Le tourisme d'aujourd'hui est une source de richesse économique pour toute notre ville.

Comment imaginer Aix sans les nuitées d'hôtel, les repas de restaurant, les consommations, les achats dans les boutiques ?

Comment imaginer Aix sans les congrès, le tourisme thermal, le flux des étrangers, sans les séjours des amoureux de la culture et du patrimoine ?

Nous n'osons pas continuer cette terrifiante histoire de science-fiction, car la suite pour Aix serait d'oser envisager sa chute !

Aix, au contraire, est aujourd'hui une ville qui attire de façon caractéristique ce qu'on nomme depuis peu le tourisme urbain : ce mélange de loisirs, d'affaires, de culture et de curiosité, lié à la montée culturelle ambiante.

Et certes, Aix offre bien des attraits : ville moyenne à visage humain, située au soleil et à la campagne mais un peu à l'écart de la grande agitation côtière.

Mais surtout, Aix rayonne par son patrimoine : Oppidum celto ligure, ville romaine, capitale de la Provence, ville thermale, ville universitaire, Archevêché et cour de justice depuis des siècles, ville de Cézanne et d'art lyrique.

Aix exploite le minerai de son patrimoine :

- *naguère* sans toujours le vouloir,
- *aujourd'hui*, comme tout le monde, de plus en plus *systématiquement*.

Ici naissent les risques :

- *naguère*, on pouvait dégrader le patrimoine faute de connaissances, bien que tous possédaient sans trop le savoir : on abattait allègrement un vieux mur, une vieille porte, un vieil hôtel, un vieux palais pour construire plus neuf, plus beau.

Les exemples abondent à Aix, comme ailleurs... : au nom de la sécurité, on construit un rempart sur les villas romaines, au nom du progrès on tire des fils électriques sur les beaux hôtels du quartier Mazarin, etc...

- *aujourd'hui* on sait, on croit savoir : on ne commet plus trop ces « erreurs », mais le risque que nous voyons, que nous craignons – nous qui sommes amoureux de notre ville comme vous de la vôtre – c'est de faire de notre patrimoine urbain un musée pour les touristes, bien propre, bien « joli », bien immobilisé.

Nous ne voudrions pas qu'au nom du tourisme et de la science, Aix cesse d'évoluer à son rythme propre.

Le patrimoine d'Aix c'est le cœur battant de notre ville, le sang neuf qui court dans les veines d'hier, un jeu amoureux de lignes, de couleurs, d'équilibre de l'espace, pour notre plaisir de vivre *chez nous*, au quotidien, et *avec* les touristes, *avec nos hôtes*.

Mesdames, Messieurs, j'ai parlé au nom d'Aix. Ne me croyez pas chauvine. Aix est l'exemple que je connais le mieux et que j'aime : chacun de vous porte en son cœur sa ville de préférence.

Mais vous voyez que nous attendons *beaucoup* de vous et de vos journées de travail et de réflexion. Je suis sûre que notre demande vous est un encouragement et une stimulation et je vous souhaite deux journées très pleines et, je l'espère, très agréables à Aix-en-Provence.

Germaine PIVASSET
Adjoint délégué à la Promotion nationale
et internationale d'Aix-en-Provence

Exposé introductif Synthèse des réponses au questionnaire

A la suite des colloques récemment organisés à Blois et Canterbury sur le thème du rapport entre tourisme et patrimoine culturel et comme le soulignait tout à l'heure M. Jean-Marie Vincent, la section française de l'ICOMOS a souhaité enrichir la réflexion en s'intéressant plus spécifiquement aux aspects urbains de cette problématique.

Dans cette perspective, nous avons réalisé une enquête par questionnaire auprès de 400 villes françaises de toutes tailles. Nous avons élaboré ce questionnaire en concertation avec la Direction du Tourisme et la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites.

A. L'exploitation des 140 questionnaires reçus en réponse à notre envoi, nombre important si l'on se réfère aux résultats habituels de ce genre d'enquête, a permis de définir quatre grandes catégories de situations.

1) Les grandes villes qui ont déjà, parfois de longue date, mis en place un système complexe d'accueil, de promotion, d'animation, d'aménagement touristique du patrimoine culturel.

Pour ces villes, le tourisme représente une activité économique non négligeable, en particulier le tourisme d'affaires. Dans la majorité des cas, leurs responsables ont consenti des efforts importants non seulement en matière d'entretien, de restauration et de mise en valeur du patrimoine (musées, monuments, sites) mais également en matière de promotion et d'accueil. En contrepartie de ces efforts, ils attendent un accroissement notable de la fréquentation touristique qui corresponde à la création de richesses économiques.

2) Les grandes villes qui prennent conscience de l'importance économique du tourisme.

Leur effort porte actuellement sur une mise en valeur « touristique » du patrimoine culturel que traduit la création de postes de guides-conférenciers, le renforcement du rôle culturel des offices de tourisme, la réalisation d'éditions spécifiques, la mise en œuvre de campagnes d'image et de promotion basées très largement sur le patrimoine, la prise en compte des contraintes du tourisme (hébergement, circulation, stationnement, signalisation) dans les procédures usuelles d'urbanisme (OPAH : Opérations Programmées d'Amélioration de l'Habitat).

3) Les villes moyennes qui bénéficient déjà d'une fréquentation touristique importante.

Elles se trouvent confrontées à des problèmes de sur-fréquentation qui entraînent des nuisances pour le patrimoine culturel et créent des charges supplémentaires. Si on se réfère aux réponses faites par des villes comme Sarlat ou Saint-Tropez, il ne semble pas que les actes de vandalisme à l'encontre des monuments soient très importants en nombre. En contrepartie, l'accueil sur les sites, le stationnement à proximité des monuments et la présentation des édifices au public (personnel d'accueil, édition de documents, muséographie, signalisation) engendrent des charges financières importantes, sans contreparties directes conséquentes.

4) Les petits villages dont l'économie dépend pour l'essentiel du tourisme.

Il s'agit en particulier de bourgs ruraux. Ils ne disposent pas toujours d'un patrimoine de grande notoriété ou de grande qualité. Leurs moyens financiers et techniques sont limités. De plus en plus souvent, ils sont amenés à se regrouper dans le cadre d'entités administratives (districts, pays d'accueil, syndicats intercommunaux) ou thématiques comme les « Plus Beaux Villages de France », « les Petites Cités de Caractère ». Ces associations assurent une mission de représentation et de promotion pour l'ensemble de leurs membres. Elles favorisent également un renforcement de l'image culturelle de chacun d'entre eux.

B. L'exploitation du questionnaire nous a également permis d'identifier les principaux moyens d'actions mis en œuvre par les collectivités pour organiser et gérer la relation entre tourisme et patrimoine.

1) L'accueil

Les collectivités cherchent à améliorer très sensiblement l'accueil :

- en augmentant le recrutement des guides-conférenciers,
- en assurant autant que faire se peut, un accueil permanent dans les édifices religieux,
- en organisant des visites guidées à heures fixes des sites fermés habituellement au public.

2) L'information et les éditions

Dans la majorité des cas, les villes disposent d'un matériel promotionnel classique – dépliants, affiches, audio-visuels, guides, monographies, brochures de prestige -. On trouve de plus en plus souvent associées dans un même document, et de manière équilibrée, des informations touristiques et des informations culturelles.

3) Les aménagements

Ils portent de plus en plus souvent sur l'accès (signalisation directionnelle et informative), le stationnement – en particulier pour les cars –, le traitement des abords des monuments. Ces opérations s'intègrent souvent dans des procédures générales d'urbanisme (OPAH).

4) Promotion

Au-delà des actions individuelles habituelles (mailings, salons), les collectivités participent à des opérations de promotion collectives organisées par les instances nationales ou régionales des affaires culturelles et du tourisme (Comités Régionaux et Départementaux de Tourisme, Club monuments et musées de la Maison de la France qui organise des opérations de promotion groupées sur les marchés étrangers, « Monuments en Musique » de la CNMHS, Villes d'Art et d'Histoire).

On observe également une tendance marquée à la création d'événements culturels qui utilisent les monuments comme « toile de fond ». Il peut s'agir de spectacles historiques ou technologiques et d'expositions.

5) La formation

Les guides-conférenciers constituent la cheville ouvrière de la relation entre le visiteur touristique et le patrimoine. Leur formation, dispensée par la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites, évolue vers une prise en compte de connaissances économiques, sociologiques et ethnologiques, de manière à pouvoir répondre aux interrogations des visiteurs, interrogations qui excèdent de plus en plus souvent le strict domaine de l'histoire de l'art.

En conclusion, cette enquête révèle qu'une majorité de villes considère aujourd'hui la mise en valeur touristique de leur patrimoine comme un enjeu à la fois culturel et économique. Les actions mises en œuvre diffèrent par leur contenu et leur importance, selon qu'il faut se faire connaître, accroître sa fréquentation ou gérer une sur-fréquentation. Mais quelles que soient les caractéristiques de la situation urbaine, les responsables sont confrontés aux mêmes types de problèmes, sans toujours pouvoir trouver des solutions efficaces :

- comment concilier, en un même lieu patrimonial, des fonctions parfois incompatibles, par exemple touristiques et culturelles dans les édifices religieux ?
- comment gérer des objectifs à la fois économiques et culturels, sans risque majeur pour le patrimoine lui-même ?
- comment « vendre » ce patrimoine culturel aux visiteurs sans le dénaturer tout en s'adaptant aux habitudes de consommation d'un grand public qui souhaite à la fois s'instruire et se détendre ?
- comment concilier la qualité de vie des populations résidentes, en large partie dépendante du cadre patrimonial et la fréquentation touristique, parfois perturbatrice ?

Enfin, nous avons pu constater que l'attraction touristique du patrimoine s'exerce avec efficacité lorsque l'offre culturelle s'enrichit d'une offre touristique complémentaire d'animation, d'hébergement, de restauration. L'erreur majeure consisterait à croire qu'un édifice civil ou religieux, un musée ou un site, considérés isolément, peuvent jouer un véritable rôle d'attraction touristique auprès du grand public.

Valéry PATIN
Docteur en sociologie
Responsable pour l'Europe du Comité Tourisme Culturel de l'ICOMOS
Directeur d'Empreinte Communication (IPL SA)

Atelier I : Quel patrimoine urbain ?

Présentateur et animateur :

Serge Kancel, Sous-directeur des Espaces Protégés,
Ministère de l'Équipement, du Logement et des Transports

Le thème de cette table ronde est donc : quel patrimoine urbain ? Cela pose une double question : où commence et où finit le patrimoine urbain en tant que phénomène d'accroche d'une mise en valeur touristique. Et d'autre part comment ce patrimoine s'offre-t-il, comment peut-il se lire, être lu par le touriste ? Quand on parle de patrimoine urbain, bien entendu on est tout de suite dans le cadre de l'élargissement de la notion un peu traditionnelle du patrimoine : on est passé au cours de ces dernières années d'une notion de patrimoine qui était assez archéologique à l'origine, à une notion de patrimoine qui aujourd'hui est de plus en plus souvent de type urbain. Cela n'est pas vraiment nouveau. Il faut rappeler que la loi Malraux approche de ses trente ans – c'est en 1992 que nous en fêterons j'espère dignement les 30 ans – le relais a été pris ensuite par les ZPPAU. La notion de patrimoine urbain est donc une notion qui déjà a été mise en lumière non seulement par les municipalités mais aussi par les associations au premier rang desquelles bien entendu ICOMOS.

A Dijon, on est dans le cas d'un patrimoine qui est avant tout urbain, c'est-à-dire qui ne se limite pas à quelques monuments particulièrement majeurs. Est-ce que cela signifie pour la ville de Dijon, une politique de mise en valeur, de défense du patrimoine différente ?

Liste des principales villes ayant servi de référence pour la présentation des résultats de cette enquête :

Amiens, Moustiers Sainte Marie, Metz, Lourmarin, Mers les Bains, Treignac, Clermont-Ferrand, Annecy, Besançon, Dieppe, Strasbourg, Rochefort, Dole, Beaume les Messieurs, Le Mans, Château Gontier, Provins, Sarlat, Riquewihr, Saint Tropez, Montbéliard, Poitiers, Douai, Noyon, Montluçon, Tours, Combourg, Avignon, Soissons, Auray, Sauveterre de Rouergue.

Le cas de Dijon

Si l'on fait référence au guide vert Michelin, la Bourgogne compte trois sites assortis du cadre vert et de la triple étoile signifiant « Vaut le voyage » : il s'agit de la Basilique de Vézelay, de l'Abbaye de Fontenay et du centre de Dijon.

Les deux premiers sont des monuments exceptionnels, uniques sur leur site, et classés patrimoine mondial de l'UNESCO. Le troisième, c'est le centre ancien de la capitale bourguignonne. Pourtant, Dijon ne possède pas de monument « phare » ou « star » qui à lui seul drainerait des centaines de milliers de visiteurs. C'est donc l'ensemble de son patrimoine (monuments, espaces publics, musées, environnement bâti, histoire, culture et gastronomie...) qui lui vaut cette distinction en raison de sa densité et sa richesse. Il n'est donc pas étonnant que la Municipalité dijonnaise dirigée par Robert Poujade porte, depuis le début des années 70, une attention particulière sur ce patrimoine et qu'elle entend le gérer comme un ensemble cohérent.



Dijon. Hôtel de Vogüé.
Photo Agence intercommunale d'urbanisme, District de l'agglomération dijonnaise.

A ce titre, les responsables dijonnais considèrent qu'ils sont les gestionnaires d'un espace existant depuis de nombreux siècles et qui subsistera longtemps encore après eux. Ils entendent donc certes adapter ce centre aux besoins du moment, mais surtout le transmettre sans dégradation irréversible aux générations futures.

La quasi-totalité du centre ancien (97 ha) est d'ailleurs, depuis 1966, classé secteur sauvegardé. Centre de gravité d'une agglomération de 230 000 habitants, il présente la particularité d'accueillir aujourd'hui encore la plupart des fonctions qui caractérisent le cœur d'une agglomération : habitat, bureaux, commerces, administrations, culture, etc. C'est donc une politique globale de mise en valeur qui est appliquée à cet espace, la fonction « tourisme urbain » trouvant sa place dans ce contexte au même titre que les autres activités urbaines.

C'est bien là que réside la difficulté majeure et constante qui consiste à animer et à rendre attractif un cadre exceptionnel – Dijon est sans doute l'une des plus belles villes de France – mais conçu et dimensionné pour répondre aux besoins d'une époque révolue.

L'exercice est particulièrement difficile et délicat puisqu'il faut résoudre ce dilemme continu : *comment entrer dans la modernité sans altérer, sans mettre en danger l'héritage du passé ?* C'est particulièrement important car c'est la ville dans son ensemble qui suscite un attachement affectif, qui parle au cœur, à l'esprit, à la mémoire, à la sensibilité... et qui fait qu'on lui porte un regard attentif.

Ainsi, des formulations du type « mieux vivre en ville », « se sentir bien dans sa ville », « être valorisé par l'espace dans lequel on évolue », expriment parfaitement l'objectif recherché pour atteindre cette harmonie entre individu et cadre de vie, autrement dit patrimoine urbain.

Mais les réponses aux besoins contemporains ou la projection dans la modernité ne sont pas toujours possibles à assumer entièrement sur les sites anciens. C'est la raison pour laquelle la Ville de Dijon a réalisé récemment, au nord de son territoire, en complémentarité avec le centre ancien, un complexe important intégrant d'une manière originale commerces, services et loisirs : *le parc de la Toison d'Or*.

Ce centre, encore unique en Europe et d'une très grande qualité, associe étroitement le fonctionnel et le ludique. Par ailleurs, il puise précisément ses racines dans l'image du centre ancien de la ville. En effet, l'ordre de la « Toison d'Or », institué par les grands Ducs de Bourgogne au XV^e siècle, à l'époque où l'Europe basculait du Moyen-Age à la Renaissance, reflète le rayonnement culturel de la cité dont tout le centre ancien est encore imprégné. Ce thème « porteur » qui, lui-même, puise sa source dans la mythologie grecque, constitue le trait d'union indispensable entre deux espaces géographiques proches l'un de l'autre (environ 3 000 mètres) mais que plus de cinq siècles séparent.

Avec cette réalisation moderne, les Dijonnais ont redécouvert indirectement l'histoire prestigieuse de leur région, de leur cité et du centre ancien qui en constitue le cœur. Ils perçoivent mieux l'évolution progressive de cet espace auquel ils sont particulièrement attachés et soucieux de conserver son intégralité.

Ainsi, ces deux « morceaux de ville », l'ancien et le nouveau, qui pouvaient a priori apparaître comme des

entités opposées, sont en fait des éléments complémentaires. Ils participent chacun à leur manière en apportant une forme de réponse très différente à la fonction du tourisme urbain dans ses différentes composantes : culturelle et ludique.

Par ailleurs, en jouant sur la complémentarité de ces deux espaces urbains qui expriment d'un côté le mouvement de la modernité et de l'autre celui de la tradition, les responsables dijonnais ont relancé l'intérêt porté au patrimoine de la ville ancienne tant par les habitants que les visiteurs. Ils démontrent enfin d'une manière pertinente les possibilités d'interaction, de mise en valeur réciproque et d'animation de deux patrimoines extrêmement différents.

Michel VISTEAUX
Directeur de l'Agence intercommunale
d'urbanisme de l'agglomération dijonnaise



Dijon. Parc de la Toison d'Or.
Photo Agence intercommunale d'urbanisme, District de l'agglomération dijonnaise.

Le cas de Ferrare

Avant d'exposer le cas de la ville de Ferrare, ville moyenne de l'Italie du Nord, près de la mer Adriatique, je voudrais donner quelques précisions.

Qu'est-ce que le centre historique, le patrimoine architectural historique ?

Il y a une différence entre le patrimoine du centre historique et la peinture ou la sculpture, qu'on peut conserver dans les musées, mais l'architecture de la ville historique reste au centre de la ville contemporaine. Donc les centres historiques ne sont pas « historiques » mais quelque chose de très moderne qui doit être considéré comme contemporain. Le problème est donc de conserver ce patrimoine tout en permettant à la vie d'être possible. Il faut conserver sa vitalité au centre historique, éviter donc, la muséification des centres historiques que l'on vend ensuite aux touristes, éviter aussi la rénovation du patrimoine ancien que l'on vend ensuite à la spéculation. Nous devons conserver ce patrimoine pour les habitants de la ville et avons appliqué le principe du Conseil de l'Europe sur la conservation intégrée, garantie de maintien du patrimoine ancien en permettant aux habitants d'y vivre à la manière moderne. Il s'agit d'une intégration.

Pour cela le centre historique ne peut pas être vu comme un monument à protéger, mais on peut penser une planification de cette conservation, et nous avons conçu un Plan directeur impliquant que les responsables de la conservation sont les propriétaires eux-mêmes.

Je peux parler, non du tourisme, mais du tourisme culturel à Ferrare, ville d'art. Nous avons dit que la chose à proposer au tourisme n'est pas le patrimoine monumental, la ville historique mais la vitalité de cette ville, l'exemple de ce mélange entre la stratification des fonctions différentes de la ville et les patrimoines anciens que nous avons conservés, que nous conservons et que nous voulons conserver pour le futur.

Le tourisme n'est pas une ressource fondamentale, mais cette question nous a naturellement appris qu'il fallait conserver la vitalité, c'est-à-dire la ville pour les citoyens, et l'apport des citoyens et de la ville au tourisme. C'est pour cela que je pense très intéressant de faire la distinction entre tourisme culturel, tourisme d'affaires, tourisme d'études.

Dans un centre historique, une politique de grandes expositions, de grands festivals, peut changer complètement l'économie d'une ville et monopoliser toutes les possibilités et ressources du patrimoine ancien.

Le centre historique de Ferrare est aujourd'hui la partie principale de la ville, avec 60 ha, 9 km de remparts.

Une partie date du Moyen Age et tout le reste de la Renaissance. Ferrare est connue comme le premier exemple d'urbanisme moderne en Europe.

Les plans de la première planification de la ville datent du XVI^e siècle. Ils la montrent bâtie pour être une capitale, capitale de la culture de la Renaissance, et son attrait principal est moins dans ses monuments intéressants, que dans un tissu urbain intégrant le tissu nouveau de la Renaissance.

Lors de l'unification de l'Italie, Ferrare, contrairement à beaucoup d'autres villes italiennes, a seulement détruit la forteresse, non les remparts, et a donc pratiquement conservé un tissu ancien intégral, avec un aspect typique des capitales des siècles passés.

LE PLAN DIRECTEUR GÉNÉRAL

Le Plan directeur général inclut un plan détaillé du centre historique. Ceci est très important pour l'équilibre du centre historique qui en a été transformé. Nous devons prendre beaucoup de décisions stratégiques, contrôle du trafic, protection de l'émigration, des expulsions et aussi garantir à la ville historique un contact avec la campagne, et nous avons ainsi créé deux grands parcs urbains, pratiquement le double de la surface du centre historique. En effet nous voulons donner pour le futur un témoignage de protection non seulement des monuments du centre historique mais de l'équilibre passé entre la ville et la campagne.

Le Plan donne des indications en relation avec le contexte, édifice par édifice, sur les interventions possibles par rapport à la typologie, à l'utilisation, à l'état de conservation, aux besoins éventuels d'usage public.

Pour ces raisons, le Plan applique et a ratifié les principes de la conservation intégrée tels qu'ils sont formulés dans la Déclaration d'Amsterdam du Conseil de l'Europe en 1975. Le Plan a pour finalité autant la conservation physique que celle socio-économique du patrimoine architectural du centre historique et de tout le patrimoine historique du territoire de la commune.

Les objectifs du Plan sont mis en pratique au moyen d'un « programme de la conservation physique » et d'un « programme des équipements ».

Le programme de la conservation physique comprend une carte sur laquelle sont indiquées les caractéristiques typologiques des édifices historiques et des espaces verts, et une autre carte sur laquelle sont précisés

les types d'intervention prévus en relation avec l'état de conservation et la compatibilité par rapport au tissu historique environnant ainsi que des normes techniques précisant les modalités d'intervention.

Le programme des équipements utilise la carte des caractéristiques typologiques, étant donné qu'il existe une relation entre édifice et compatibilité d'utilisation, ainsi qu'une autre carte indiquant les normes d'urbanisme et les services publics prévus pour maintenir la vitalité du centre historique, en même temps que les réglementations illustrant les utilisations autorisées et les fonctions proposées aussi bien dans le cadre du centre historique que dans l'ensemble de la ville.

C'est ainsi que depuis 1975 on ne peut procéder, dans le centre historique de Ferrare, à aucune démolition même partielle d'édifice historique, c'est-à-dire en sauvant seulement la façade ; on ne peut également faire de nouvelles constructions sur des espaces libres et seule la substitution d'édifices récents et de médiocre qualité architectonique est admise.

Pour chaque édifice, historique ou non, une limitation des affectations est imposée par rapport à la typologie, pour empêcher les événements et les modifications internes, étant donné que le respect conservatoire doit se référer à toute la structure et non seulement aux éléments artistiques extérieurs.

Dans le cas des substitutions, l'imitation de l'ancien n'est pas acceptée ; seul le respect des caractéristiques foncières et de l'insertion dans le contexte urbain et dans celui des rues est admis.

L'autre problème est la conservation sociale du centre historique. Nous avons indiqué tous les bâtiments qui peuvent accueillir les services sociaux. Nous avons distingué les typologies, créé des lignes de communication pour les services publics et cherché à donner aux habitants du centre historique les mêmes services qu'à ceux du reste de la ville contemporaine. Finalement, nous avons projeté l'inter-dépendance existante entre les interventions, les nécessités collectives et les sections urbaines, c'est-à-dire que nous avons proposé la manière praxiste, ancienne de faire la ville : toutes les interventions intérieures à la ville doivent être contrôlées dans une réflexion sur la collectivité et l'espace.

Toute intervention dans le centre historique se fait soit par un instrument avec projet direct soit par un instrument urbanistique préventif (plan particulier).

Une carte spéciale du plan indique les zones où il est possible d'intervenir respectivement avec les instruments mentionnés plus haut. Les zones sujettes à l'instrument urbanistique préventif sont soit des zones destinées à une réhabilitation pour résidence, soit des zones sujettes à une restructuration urbanistique, soit des ensembles historiques actuellement démembrés et qui doivent être récupérés dans le cadre d'un projet unique.

Les zones de réhabilitation pour résidence comprennent un tissu historique dégradé à réanimer et à revaloriser ; les zones de restructuration sont des zones qui ont perdu leur caractère historique et qui doivent être recomposées en récupérant surtout les normes d'urbanisme.

Dans le cas d'intervention avec un instrument urbanistique préventif, les modalités consistent dans l'élaboration d'un plan de récupération public ou privé pour les

zones à réhabiliter et dans celle d'un plan particulier public pour les zones à restructurer et les ensembles architecturaux.

Afin d'accélérer les interventions dans ces zones, il est toutefois possible d'intervenir directement, en l'absence d'un instrument, au moyen de conventions ad hoc à condition que l'intervention concerne une partie homogène et qu'elle soit compatible avec les orientations du Plan.

Dans le cas d'une intervention directe il est nécessaire de demander la concession, l'autorisation ou l'attestation à la mairie dans le respect des lois nationales et régionales.

Le projet d'intervention doit comprendre :

- une recherche historique sur l'édifice,
 - une analyse typologique,
 - un relevé avec documentation photographique,
 - un relevé critique en cas de besoin,
- et le projet doit donc se conformer à :
- la typologie de l'édifice telle qu'elle a été définie sur la carte du plan,
 - à la catégorie d'interventions possibles admises et définie également sur la carte,
 - à la norme technique d'application, autant comme possibilité d'utilisation que comme type de travail.

La Mairie a créé, pour l'application du Plan du centre historique, un service technique auprès de l'Assessorat à l'urbanisme. Ce service travaille dans deux secteurs :

1) Il contrôle toute les demandes d'intervention publique ou privée dans le centre historique ; il donne les informations sur les normes en vigueur sur le sujet ; il fournit des consultations aux techniciens et aux commissionnaires pour des éclaircissements concernant le Plan et les méthodologies appropriées.

2) Il prédispose les plans publics de récupération, les plans particuliers et ceux de réhabilitation afin d'encadrer et de promouvoir les initiatives ; il contrôle et collabore avec les plans privés de récupération ; il vérifie et adapte le Plan en vue de son application et par rapport aux lois ; il élabore et contrôle le mobilier urbain et les équipements techniques du réseau routier ; il élabore et contrôle les interventions sur les espaces verts publics.

En considération de l'importance du patrimoine monumental de propriété communale, l'Administration a créé auprès de l'Assessorat aux travaux publics, un service technique chargé des réalisations nécessaires à la conservation et à la mise en valeur du dit patrimoine.

Le Plan directeur général et du centre historique a été adopté en 1975 et approuvé en 1977 ; il a été mis à jour en 1985 et une révision générale est actuellement en cours.

Le nouvel instrument urbanistique prend de toutes façons pour acquises les règles actuelles pour le centre historique, ceci en vertu aussi de la loi régionale pour laquelle le Plan de Ferrare a été une référence. Dans ce même contexte, le projet de restauration des murs de Ferrare a servi aussi de référence étant donné qu'il a été considéré comme un élément indispensable de revalorisation autant pour le centre historique que pour la périphérie.

ZONES PIÉTONNIÈRES ET JARDINS

Les zones piétonnières représentent 40 ha. Elles sont cyclables et Ferrare est la capitale italienne de la bicyclette.

Nous avons cherché à contrôler et à sélectionner le trafic automobile pour restituer à la rue le mélange de fonctions qui était à l'origine le sien.

Les parkings doivent permettre l'utilisation piétonnière du centre historique. Autre chose très importante : toutes les rues du centre historique ne peuvent pas avoir la même valeur pour le trafic. Nous avons vu par exemple qu'il y a des différences entre les rues du Moyen Âge, celles de la Renaissance et les rues modernes, marquées aussi par une différenciation des pavés.

Et nous avons aussi découvert qu'à la Renaissance surtout, la ville avait mis en connexion certaines structures entre elles. Nous avons découvert qu'il existait un système de communication entre les différents locaux et les différents palais.

Nous avons recréé par un projet, pilote en Italie, cette connexion, car aujourd'hui ces palais sont des monuments proposés au public, mais de façon isolée. Pour aller d'un musée à l'autre il n'y a pas de connexion.

Nous avons créé un projet pour la restauration et la récupération des remparts et cherché à donner une nouvelle organisation de l'utilisation urbaine, parce que nous avons découvert que les grands tourisimes sont pour la reconnaissance de l'aspect urbain de la ville, pas seulement pour les monuments ou les musées.

Au nord de la ville, nous avons découvert qu'il existait un grand parc que nous avons recréé aujourd'hui mais en donnant certaines lignes pour garantir une continuité. Cette partie de la campagne, va être conservée et récupérée et les grands bâtiments qui se trouvent en dehors des remparts vont recevoir certaines fonctions. Mais pour les grandes fonctions qui ne sont pas compatibles avec le centre historique il faut trouver de nouveaux espaces dans les industries abandonnées de la première banlieue.

L'autre problème est l'aspect humain, la vie. La chose très importante à Ferrare, dans le centre historique, est que nous pourrions écouter à nouveau la rumeur des gens pas celle du trafic automobile, mais des gens qui parlent.

Carlo CESARI
Architecte de la Ville de Ferrare

Serge KANCEL

Quel patrimoine urbain ! Tout ce qui a été dit renvoie aussi au plein sens du terme à une politique urbaine qui est en même temps une politique d'habitat, d'occupation des logements, de prescription architecturale etc. Ce qui m'a aussi frappé dans ce que vous nous avez montré est cet espace vert extraordinaire dont la taille fait le double de la ville ancienne elle-même et cela renvoie à un autre élargissement de la notion de patrimoine, au-delà de l'architecture de l'urbain. Ce qui est aussi patrimoine urbain et a valeur touristique en soi, c'est bien entendu les parcs, les jardins, les reliefs, les rivières, les berges.

PATRIMOINE INDUSTRIEL ET TOURISME URBAIN

Ebauche d'une réflexion à partir de l'exemple de Noisiel

Noisiel est une ville moyenne de 16 500 habitants, intégrée à l'agglomération nouvelle de Marne-la-Vallée. Située en Seine-et-Marne, à 18 km à l'est de Paris et à 10 km à l'ouest d'Eurodisneyland, limitée au nord par la Marne, la commune est largement composée de parcs urbains et d'espaces boisés protégés entourant des quartiers d'urbanisation récente. La ville ancienne est elle-même constituée de la célèbre usine du chocolat Menier et d'une vaste cité ouvrière.

La localisation de Noisiel, ainsi que la qualité exceptionnelle de ses dessertes (Autoroute de l'Est, Francilienne, ligne A du R.E.R.) constituent des atouts considérables du point de vue d'un développement touristique qui n'est encore que faiblement exploité.

Menier

Le tourisme à dominante culturelle qu'il est possible de promouvoir à Noisiel est largement fondé sur la découverte d'un patrimoine très riche et profondément original, celui des anciens établissements Menier, l'un des exemples français les mieux conservés de l'architecture industrielle au XIX^e siècle.

Il s'agit là d'un ensemble patrimonial complexe constitué de quatre éléments tout à la fois distincts et indissociables : l'espace usinier proprement dit, la cité de logements ouvriers y compris ses bâtiments publics, le domaine agricole autour de la ferme du Buisson et les propriétés résidentielles privées des industriels Menier. L'ensemble est entièrement conservé (à l'exception de l'une des deux résidences familiales) et présente un intérêt absolument exceptionnel justifiant une action volontariste de valorisation culturelle et touristique.

Dès 1986, des mesures d'inscription à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques ont été prises concernant 13 édifices noisiéliens ; lesquelles ont été complétées en 1992 par le classement du moulin Saulnier. Ce dernier, immeuble-pont enjambant un bras de la Marne et véritable cœur de la chocolaterie, est ainsi dénommé en référence à Jules Saulnier, l'architecte qui l'a conçu. Il constitue le premier exemple mondial de bâtiment à structure métallique porteuse. Le caractère apparent des pans de fer verticaux ou obliques, l'usage de briques émaillées et de céramiques décoratives, l'étonnante dentelle du faîtage, confèrent à la construction toute son originalité.

Parmi les autres bâtiments du site usinier, il convient de mentionner la halle des refroidissoirs, dont l'attribution à un architecte n'a toujours pas pu être effectuée. Quant à la « nouvelle chocolaterie » et à sa passerelle de

béton armé, édifiées l'une et l'autre durant la première décennie de notre siècle, elles sont malheureusement laissées dans un complet état d'abandon, ce qui rend jour après jour plus délicate une opération de sauvegarde que leur qualité justifierait cependant pleinement. Construites sur les plans de l'architecte, Stéphane Sauvestre, à qui l'on doit le dessin de la Tour Eiffel, elles utilisent la technique, très nouvelle à l'époque, du béton armé selon les brevets de l'ingénieur français Armand Considère.

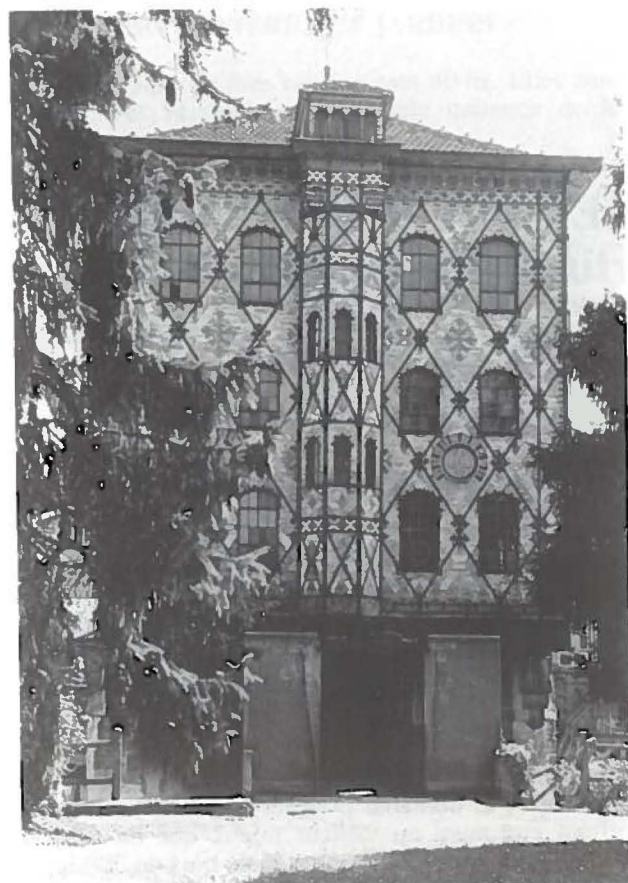
Compléments inséparables de la chocolaterie, la cité ouvrière et le domaine privé et agricole des Menier offrent eux aussi au visiteur mieux que de simples vestiges. La première, composée de plus de 300 logements ouvriers, abrite de nombreux édifices publics d'accompagnement : école, réfectoires, magasins d'approvisionnement, mairie, etc. Le second se compose, d'une part de la ferme du Buisson qui héberge désormais le Centre d'art et de culture de Marne-la-Vallée, d'autre part du parc de Noisiel et des bâtiments qui s'y trouvent : grille et pavillon d'honneur, petit château, écuries et orangeries.

Noisiel, Ville d'Histoire

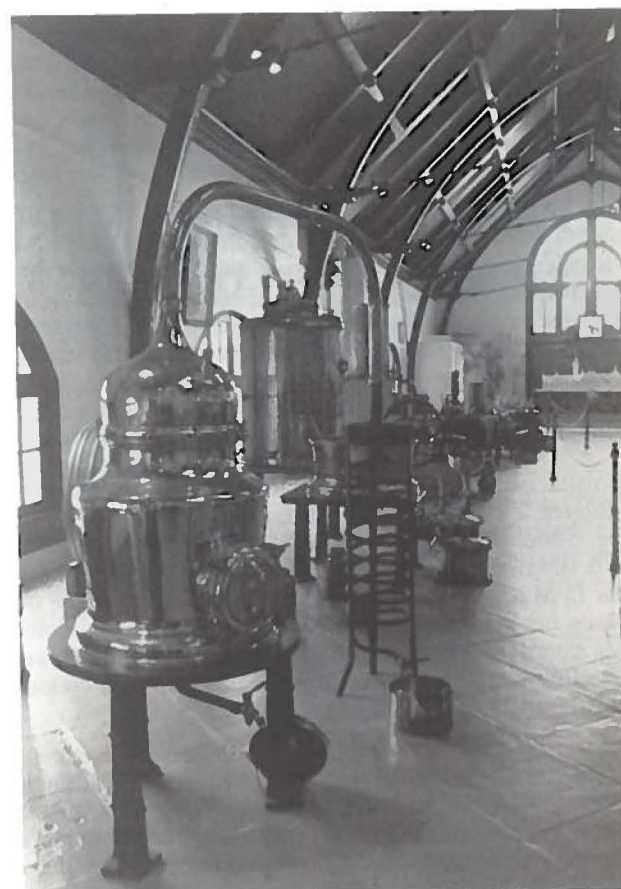
L'intérêt du site de Noisiel apparaît aujourd'hui dans sa véritable dimension. Objet d'études dans de multiples disciplines : architecture, histoire de l'art, histoire économique, industrielle, sociale et technique, il est également un formidable atout pour le développement du tourisme à Marne-la-Vallée et dans le Nord-Ouest seine-et-marnais.

Un long et patient travail de valorisation a été engagé dès le milieu des années 1980 par la municipalité et quelques spécialistes ou amateurs bénévoles regroupés au sein d'une association loi 1901 : « Noisiel Ville d'Histoire ». Afin de donner à celle-ci une efficacité maximum a été mis en place un conseil d'administration qui regroupe les différents acteurs de la mise en valeur du site : élus communaux, membres associés choisis en raison de leurs compétences scientifiques et représentants élus par les adhérents.

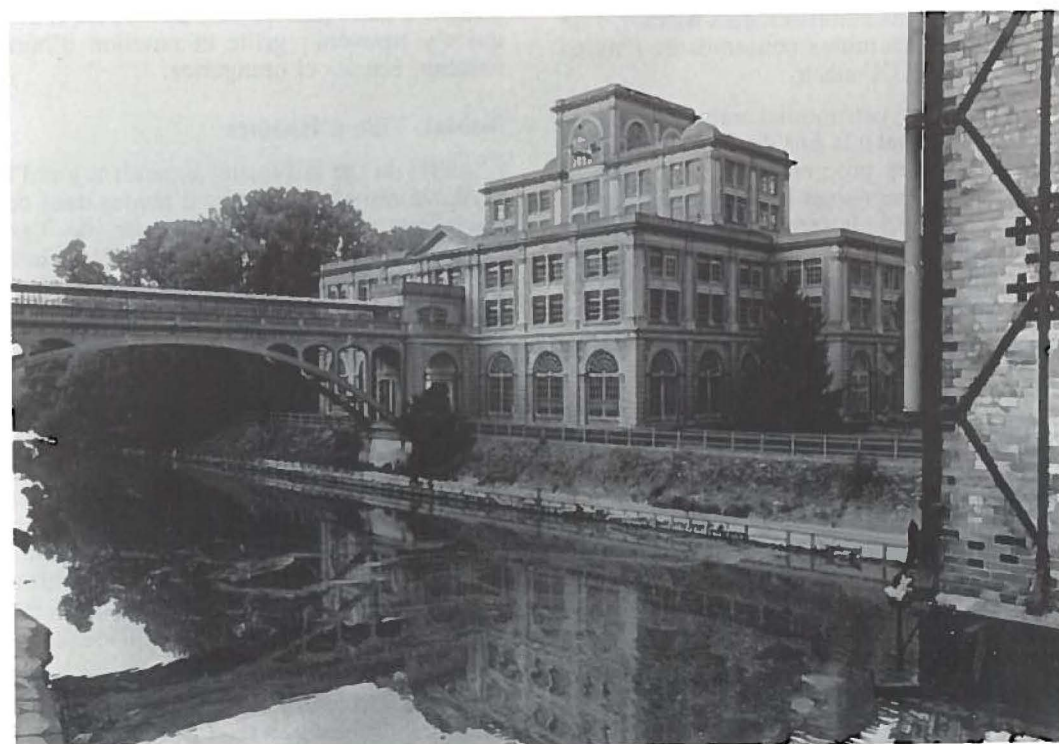
Comme c'est fréquemment le cas sur de nombreux sites, cette structure a réalisé un travail préalable de sensibilisation du public et des partenaires locaux. En particulier elle accompagne sur le site des visiteurs constitués en groupe pour des visites-conférences, la journée du patrimoine 1992 a été ainsi l'occasion de faire découvrir Noisiel à plus de 4 500 personnes. Elle accueille des chercheurs et étudiants, collecte des



Noisiel. Usine Menier.
Pignon nord du Moulin Saulnier (MH).
Photo Collection Noisiel Ville d'Histoire.



Fécamp. Musée de la Bénédictine.
Photo Collection Noisiel Ville d'Histoire.



Noisiel. Usine Menier. Bâtiment de la nouvelle chocolaterie (ISMH).
Photo Collection Noisiel Ville d'Histoire.

objets, documents et ouvrages utiles à la connaissance et à la compréhension de l'histoire du lieu. Elle assure enfin par la présence à diverses manifestations nationales, voire internationales (colloques, expositions, publications, etc.), une reconnaissance du site au-delà de la stricte dimension locale. Néanmoins, une étape supplémentaire est désormais reconnue indispensable par tous. Elle devrait conduire, notamment en raison de l'annonce par la société Nestlé-Rowntree de son intention de quitter définitivement le site ouvrier de Noisiel au milieu de l'année 1993, à une réflexion approfondie sur la valorisation culturelle et touristique du site. Celle-ci n'est envisageable qu'étroitement associée à une valorisation économique afin de compenser les pertes d'emplois et les manques à gagner fiscaux pour les collectivités locales. Une telle problématique, si elle s'inscrit dans le cadre spécifique d'une ville nouvelle en région parisienne, n'est pas sans ressembler par certains de ses aspects à celles que connaissent les acteurs économiques et culturels des régions de profonde reconversion industrielle.

Patrimoine industriel

Les progrès à accomplir en France dans le domaine de la valorisation culturelle du patrimoine industriel et technique sont encore considérables. Après les travaux de Maurice Daumas, l'intérêt des milieux universitaires pour la nouvelle discipline que constitue l'archéologie industrielle est désormais solidement acquis. Les services et administrations de l'Etat produisent également un effort conséquent, depuis quelques années, pour intégrer à leurs préoccupations les nouveaux objets patrimoniaux que constituent mines, moulins, usines, logements ouvriers, machines et ouvrages techniques, ceux-là même qu'au sein du Comité international pour la protection du patrimoine industriel on dénomme par une locution angliciste : l'héritage industriel. Néanmoins, la connaissance scientifique de ce nouveau champ patrimonial est vraisemblablement encore insuffisante pour entraîner une reconnaissance, au sens plein du terme, et une mise en valeur active par les acteurs quotidiens de la vie culturelle et touristique des villes.

Un rapide parcours du territoire national ne permet de recenser qu'un nombre assez limité d'expériences de valorisation touristique de sites industriels ou techniques. Parmi les réalisations les plus remarquables et concernant des sites exceptionnels, on peut mentionner les salines royales d'Arc-et-Senans dans le Doubs, l'écomusée de la Verrerie au Creusot, les forges de Buffon en Côte-d'Or et la corderie royale de Rochefort en Charente-Maritime. Encore n'est-il pas inutile de relever que sur ces quatre sites, deux ne se situent pas en milieu urbain et trois sont totalement antérieurs au XIX^e siècle. Tout se passe en effet comme si nos villes ignoraient la valeur de leur patrimoine industriel le plus récent. Sans doute la « concurrence » de monuments plus anciens et appartenant à des types plus prestigieux (châteaux, fortifications, édifices culturels) handicape-t-elle encore la mise en valeur des témoins de notre passé industriel.

Valorisation touristique

L'intérêt très vif que manifeste le public, lorsque des conditions convenables de visite lui sont offertes, prouve cependant que le patrimoine industriel constitue un gisement considérable pour le développement

touristique des villes. Une action très volontaire des différents partenaires concernés est donc indispensable à l'émergence d'un tourisme de la découverte industrielle et technique.

L'exemple noisiélien, comme ceux mentionnés ci-dessus, s'appuie sur des éléments patrimoniaux exceptionnels : édifices monumentaux et abondamment ornés, s'inscrivant à des moments clés de l'évolution de l'architecture et des techniques constructives, disposant d'une histoire économique et sociale particulièrement riche et, de plus, illustrés par un personnage ou une famille célèbre (Buffon, Ledoux, Menier, Schneider). Un tel concours d'éléments favorables ne se rencontre évidemment pas sur tous les sites dont la plupart n'ont pas de caractère spectaculaire. C'est la raison pour laquelle un commentaire explicatif est indispensable, soit qu'il soit proposé dans le cadre de visites conférences, soit qu'il se trouve sur des mobiliers urbains adaptés, comme Rochefort nous en fournit un excellent exemple parfaitement intégré.

Ce type de mobilier didactique accompagné de « documents-parcours » distribués à l'office de tourisme et en divers points de la ville devrait également tendre à favoriser la circulation du public touristique vers les quartiers, souvent excentrés, où se trouvent les éléments majeurs du patrimoine industriel en milieu urbain. L'exemple des entrepôts de la parfumerie Chiris à Grasse dans les Alpes-Maritimes est à cet égard intéressant à relever. L'édifice de style néomauresque est situé à quelques centaines de mètres à l'extérieur du périmètre du centre ancien. Bien que propriété de la ville de Grasse qui en a assuré la rénovation, il ne figure pas sur les dépliants et plans touristiques distribués aux innombrables visiteurs de la capitale mondiale du parfum.

D'une difficulté, l'éloignement du centre, il convient de tirer parti et de contribuer ainsi à l'élimination et à la revitalisation de quartiers périphériques trop souvent délaissés.

Dans certains cas, il peut apparaître que la poursuite d'activités économiques dans les édifices anciens est un handicap à la promotion touristique du patrimoine industriel. Ainsi, par exemple, la manufacture des tabacs de Morlaix dans le Finistère, édifiée par Blondel au XVIII^e siècle, est-elle presque totalement ignorée des touristes malgré une très grande qualité architecturale et une situation proche du centre ville? Il ne faudrait cependant pas en conclure que la conjugaison heureuse d'une activité de production et de l'accueil permanent du public est impossible. Le contre exemple de la société Bénédictine à Fécamp en Seine-Maritime, démontre assez bien que dans les établissements de fabrication de produits destinés au grand public et à forte valeur ajoutée l'intérêt économique peut conduire à la mise en place de circuits de visites techniques associés à une boutique d'entreprise. De telles pratiques sont courantes et anciennes dans le domaine des exploitations viticoles et par extension au sein des sociétés de production d'alcools ainsi par exemple que dans les faïenceries et cristalleries.

L'intérêt économique de l'entreprise est dans ce cas le facteur déterminant, mais par extension il semble possible d'envisager, à l'initiative des pouvoirs publics locaux, des pratiques analogues, lorsque l'intérêt de l'entreprise de production n'est pas suffisant pour qu'elle agisse seule. Dans un tel cas de figure, c'est

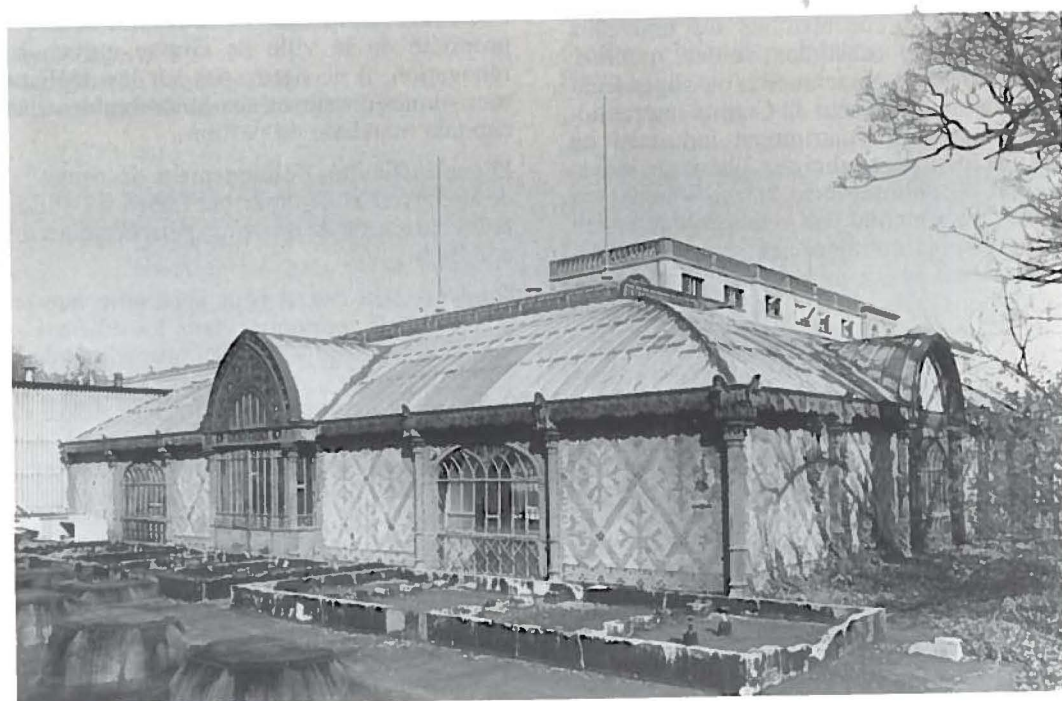
l'intérêt touristique qui est déterminant et la mise en place d'une boutique peut permettre d'amortir en tout ou partie les coûts de fonctionnement générés par l'accueil du public. Comment ne pas se souvenir ici des statistiques du Ministère de la Culture qui indiquent avec force les réelles capacités d'autofinancement que les musées de produits peuvent tirer de leurs stands de vente. Il en est ainsi par exemple pour la maison des couteliers, à Thiers dans le Puy-de-Dôme.

Dans tous les cas, les relations souhaitables entre les organismes d'accueil touristique et les établissements industriels en fonctionnement doivent s'appuyer sur des accords conventionnels régissant les droits et les obligations mutuelles de chacune des parties. Eux seuls peuvent assurer des bases solides et durables à une politique conjointe de valorisation patrimoniale. L'opération « les arts du feu », menée en Franche-Comté par le musée des techniques et cultures comtoises, est significative d'une orientation nouvelle, basée sur la prise en compte de l'actualité technique et économique régionale et non plus seulement de son

histoire. Y sont associés des entreprises de secteurs où l'ouverture au public est traditionnelle telles la faïencerie de Salins-les-Bains dans le Jura ou la verrerie de Passavant-la-Rochère en Haute-Saône, et les forges de Syam dans le Jura, véritable conservatoire d'une culture industrielle traditionnelle et en même temps entreprise performante.

Il apparaît ainsi que les actions de valorisation du patrimoine industriel et technique en milieu urbain sont une valeur sûre du développement touristique qu'il convient de ne pas négliger. La conséquence bénéfique que l'on peut en attendre est double : prolongation de la durée du séjour (la restauration et l'hôtellerie locale y trouveront bien entendu leur compte) et diversification des publics ciblés.

Vincent EBLÉ
Chargé de mission pour le patrimoine
de la ville de Noisiel



Noisiel. Usine Menier. Bâtiment des refroidisseurs (ISMH).
Photo Collection Noisiel Ville d'Histoire.

L'acte de foi des « Petites Cités de Caractère de Bretagne » (P.C.C.)

17 communes se sont réunies autour d'une charte pour relancer le tourisme actuel en Bretagne, notamment dans le secteur rural. Ainsi est née l'Association des Petites Cités de Caractère. De moins de 3 000 habitants, celles-ci font montre d'une volonté de ressusciter leur patrimoine architectural par l'intermédiaire d'une politique active de mise en valeur, malheureusement peu suivie par l'administration. Espérons que bientôt, dans une logique de développement du tourisme national, ces communes puissent bénéficier enfin de l'allocation allouée habituellement aux seules communes dotées d'une capacité d'hébergement suffisante. Cela correspondrait d'ailleurs aux nouvelles orientations ratifiées par le X^e Plan, qui veut encourager la promotion de pôles touristiques porteurs sur l'ensemble du territoire.

Favoriser l'émergence d'un tourisme à l'année en Bretagne, par le biais d'une politique active de promotion et de mise en valeur du patrimoine architectural, tel est le but que s'étaient fixées les Petites Cités de Caractère de Bretagne en fondant, en 1977, leur association.

A travers cet acte de foi, elles entendaient proposer, à la Bretagne, une politique nouvelle, fondée sur un tourisme actif et de découvertes : un authentique tourisme culturel exploitant toutes les ressources léguées par une histoire particulièrement riche.

Ces villes, « députant » pour la plupart au Parlement de Bretagne sous l'ancien régime, devenues communes rurales après la révolution industrielle, voulaient ainsi retrouver un rôle de commandement dans la région.

De leur passé prestigieux, elles avaient conservé, en effet, de telles fonctions urbaines et une telle qualité de bâti et de monuments qu'elles pouvaient raisonnablement espérer devenir les phares, les pôles d'un tourisme rural en plein essor. Un peu plus de 10 ans après, on peut dire que les Petites Cités de Caractère de Bretagne ont pratiquement gagné leur pari et qu'elles font désormais référence dans les différentes régions de France. Le PRITOUR de bronze obtenu en mai dernier en témoigne.

GENÈSE DE L'ASSOCIATION

L'idée de réunir les Petites Cités de Caractère de Bretagne, en association m'est venue, en 1975, à l'occasion de l'année européenne de l'architecture. Il s'agissait pour moi – alors adjoint au Délégué Régional du Tourisme, chargé du Tourisme rural – de présenter

sur le plan européen le patrimoine architectural de la Bretagne d'une autre façon que sous l'angle de la sempiternelle trilogie : chapelle, calvaire, manoir ; de révéler donc au grand public qu'à côté de monuments diffus, il existait un habitat de qualité dans les bourgs bretons, susceptibles de générer des flux touristiques spécifiques.

Il s'agissait aussi de proposer aux communes concernées un plan de développement touristique qui soit adapté à leur spécificité. Pour ce faire, j'élaborai un projet de charte de qualité, détaillant les différentes facettes de la politique de tourisme culturel que pouvait raisonnablement conduire une petite collectivité, tant dans le domaine de l'accueil, que dans celui de l'animation. Le projet fut accepté par plusieurs communes, un bureau provisoire constitué, présidé par M. Guillou, maire de Saint-Thegonnec et assisté des élus de Loc Ronan, Rochefort-en-Terre, Moncontour-de-Bretagne, Quintin, Guerlesquin, Jugon-les-Lacs. Un débat s'instaura alors pour savoir si dans les conditions préalables à l'adhésion à l'association, les communes postulantes (de moins de 3 000 habitants agglomérés) devaient avoir au minimum un monument classé ou inscrit et/ou un ensemble de constructions homogènes de qualité. Après avoir retenu un moment la seconde hypothèse, les élus décidèrent, à l'issue d'une visite des cités potentielles, de revenir à la première : le quartier ancien l'emportait sur le monument isolé. Ne restaient en lice que les bourgs qui, de par leur histoire, avaient généré un habitat de belle facture et de par l'action de leur municipalité avaient su le préserver. Du même coup, les agglomérations ne disposant que d'une belle église, d'un enclos paroissial ou d'un château se trouvaient irrémédiablement écartées.

Une commission composée d'experts du tourisme et de l'animation culturelle conforta ce choix en homologuant les premières cités : Locronan, Rochefort-en-Terre, Guerlesquin, Quintin, Moncontour de Bretagne, et en sélectionnant quelques communes homologables. Ces collectivités bretonnes se constituèrent officiellement en association, à Glomel, en 1977, portant à la présidence M. de la Brosse, maire de Moncontour de Bretagne.

TRAITS GÉNÉRAUX DES PETITES CITÉS DE CARACTÈRE

Au vu de la genèse et de l'évolution du concept de petite cité de caractère, il est possible aujourd'hui de

définir clairement cette notion, et d'en donner les principales caractéristiques.

Définition

Ce sont des communes rurales au patrimoine architectural, dont le bourg regroupe un ensemble de constructions anciennes intéressantes et homogènes, où existe une volonté manifeste d'entretenir, de mettre en valeur et d'animer ce patrimoine.

Origine historique

Les Petites Cités de Caractère sont généralement d'anciennes villes, dont les activités commerciales, administratives ou artisanales ont disparu ou périclité avec la révolution industrielle. Implantées dans des sites pittoresques, souvent défensifs, elles n'ont pu répondre, au XIX^e siècle, aux exigences des nouvelles conditions de transport, de production et d'échange et ont connu, de ce fait, une grave récession économique et démographique. Ainsi, la plupart des Petites Cités de Caractère de Bretagne (dont certaines aujourd'hui de moins de 1 000 habitants) ont été choisies à la Révolution comme chefs-lieux de district de département, alors que ce dernier n'en comptait que neuf !

Spécificités

Une histoire riche et ancienne, dont l'intérêt dépasse largement le cadre local ; un ensemble architectural de qualité, pas nécessairement monumental, mais dont les composantes, regroupées en bourg, équivalent à un grand monument classé (château, cathédrale), ou à un quartier ancien de ville ; un patrimoine architectural imposant hors de proportion avec la taille et les capacités financières actuelles de la commune ; une agglomération suffisamment dense pour avoir l'aspect d'une cité et exercer certaines fonctions urbaines (commerces et services de première nécessité) ; une conscience collective de l'intérêt majeur du patrimoine local et de sa conservation.

ACTIONS DE L'ASSOCIATION BRETONNE

Forte de 17 membres, l'association regroupe aujourd'hui 12 communes homologuées et 5 pouvant l'être. Ces dernières, admises depuis l'origine de la structure, répondent aux critères préalables de la charte (moins de 3 000 habitants agglomérés ; ensemble de constructions homogènes intéressantes) et bénéficient, comme les communes homologuées, des subventions de la Région. Elles ne peuvent toutefois arborer le panonceau « Petite Cité de Caractère », et leurs élus ne peuvent prétendre être membres du bureau de l'association, ni faire partie de la commission d'homologation.

Avant de dresser le bilan de l'association, il n'est pas inintéressant d'en rappeler les buts d'origine :

- regrouper les communes rurales au riche patrimoine architectural de Bretagne à des fins promotionnelles et y assurer, ainsi, des retombées économiques ;
- faire reconnaître la spécificité et l'intérêt majeur des P.C.C., tant sur le plan touristique que culturel, aux différents échelons territoriaux, et obtenir les aides nécessaires à leur mise en valeur ;
- proposer aux adhérents un programme de dévelop-

pement et d'aménagement touristique et culturel cohérent avec leurs potentialités artistiques ;

- garantir aux moyens d'une appellation et d'une charte, aux adeptes du tourisme culturel, un environnement architectural et des prestations de qualité. Après douze ans, l'association a obtenu des résultats tangibles. En Bretagne, tout d'abord, où l'adhésion à sa structure est particulièrement recherchée. Le Conseil Régional, il est vrai, consacre depuis 1978, un crédit d'investissement annuel relativement important, aux Petites Cités de Caractère. En 11 ans, il a permis de réaliser près de 50 millions (en francs constants) de travaux (soit 16,6 millions de subvention au taux de 30 %), visant à améliorer l'environnement architectural et l'accueil dans les différentes communes membres : effacement de réseaux, pavage de rues et places, création de parkings de dissuasion hors agglomération, illumination, création de centres d'expositions permanents, restauration de bâtiments, accroissement des hébergements non privatifs...

Depuis 1989, l'aide régionale s'étend même aux particuliers pour la rénovation et les ravalements de façades (20 % de subvention). Elle devrait jouer un rôle considérable dans la transformation de l'aspect des centres bourgs, et donner ainsi un second souffle à l'association, surtout si elle est complétée par une diversification de l'hébergement (hôtellerie éclatée...). Parallèlement, une action de promotion est engagée pour valoriser au mieux les investissements :

- création et diffusion de deux affiches originales ;
- mise au point de circuits destinés aux autocaristes ;
- réalisation d'un panonceau, placé aux entrées de chaque commune homologuée, et d'un guide du patrimoine permettant aux visiteurs de découvrir les principales caractéristiques architecturales des cités ;
- édition, par le Conseil Régional, en mars 1989, et en liaison avec les Villes d'Art et d'Histoire de Bretagne, d'une brochure de prestige adressée à tous les autocaristes de France, ainsi qu'aux cabinets médicaux et dentaires. A ces actions seront ajoutées, dans le courant de l'année, l'organisation d'un workshop, et l'impression d'un manuel de vente à l'intention des autocaristes. Mais, c'est peut-être plus encore l'émulation, créée par l'association entre les cités, qui constitue le meilleur bilan de l'entreprise. Les Maires, aujourd'hui, ont compris l'intérêt touristique et culturel du patrimoine, et n'hésitent pas à engager des opérations expérimentales : premières Z.P.P.A.U. de France (Zone de Protection du Patrimoine Architectural et Urbain), antennes collectives de télévision, parkings payants pour les stationnements ne dépassant pas 60 mn, hôtellerie éclatée...

Diverses récompenses nationales sont déjà venues consacrer ce dynamisme individuel, sans pour autant que les élus oublient l'intérêt général de l'association. Les réunions plénières sont des lieux d'échanges exceptionnels, où l'on s'informe mutuellement, et même s'autoforme. Telle est, sans nul doute, la raison de la participation active à ces réunions des Maires et de leurs Adjoints. Sur le plan national, l'action de l'association a mis davantage de temps à aboutir. Cela est lié à la volonté des élus de ne pas faire de centralisme à la bretonne, et donc de préférer à la création d'une association nationale dominée par les Bretons, une fédération nationale d'associations régionales. Il a alors fallu multiplier les contacts pour susciter des initiatives.

Si certaines d'entre elles ont malencontreusement abouti à la création d'une association parallèle, « Les Plus Beaux Villages de France », d'autres ont débouché sur l'émergence d'associations sœurs, en particulier en Provence.

Il n'est pas exclu que se mette en place, dans les meilleurs délais, cette fédération. L'organisation du Premier Colloque National des Petites Cités de Caractère, en mars 1987 à Josselin, n'est pas étrangère à cette évolution. La création d'une fédération nationale permettrait incontestablement d'obtenir une reconnaissance officielle des Petites Cités de Caractère par les pouvoirs publics. Celle-ci est importante, les Petites Cités de Caractère ont l'aspect de la ville, mais sans la population, la richesse du patrimoine sans les moyens de l'entretenir. Or, si elles jouent le rôle de station touristique en espace rural, les Petites Cités de Caractère n'en ont pas le statut, et ne bénéficient pas, ou très rarement, de la dotation globale aux communes touristiques.

Si elles offrent un ensemble architectural de qualité équivalent à un grand monument, celui-ci n'est pas, ou rarement classé. Communes au patrimoine architectural d'intérêt régional, voire national, communes à forte vocation touristique, les Petites Cités de Caractère ne sont reconnues comme telles, ni par le Ministère des Affaires Culturelles, ni par le Ministère du Tourisme et sont écartées, de ce fait, des aides correspondantes. Néanmoins, des évolutions favorables se dessinent. A la suite du colloque national, M. de Rohan, sénateur-maire de Josselin, a pu obtenir l'intégration partielle du patrimoine (monuments protégés ouverts au public) dans le calcul de la dotation particulière aux communes touristiques à forte fréquentation diurne. Mais il reste encore beaucoup à obtenir :

- prise en compte, à côté des bâtiments inscrits ou classés, des ensembles architecturaux, tant sur le plan législatif que sur le plan financier ;

- intégration du patrimoine dans le calcul de la dotation spécifique aux communes touristiques ;

- réforme plus poussée encore des critères d'attribution de la dotation particulière aux communes à forte fréquentation diurne ;

- étude des procédures permettant de mieux aider l'initiative privée à améliorer le patrimoine bâti individuel.

En cette fin de XX^e siècle, la France dispose dans les Petites Cités de Caractère, d'un gisement touristique de première importance, pratiquement inexploité.

A une époque où les parcs d'attraction se multiplient, où l'on reconstitue à coup de dizaines de millions de francs des villages à l'ancienne, on peut légitimement se demander s'il ne serait pas économiquement plus rentable, touristiquement et culturellement plus souhaitable, d'aider ces communes, parties intégrantes du patrimoine européen, à gérer au mieux leurs potentialités.

Le tourisme culturel, qui semble appelé à un bel avenir en France, aurait tout à y gagner, à la fois en dignité et en authenticité.

Jean-Bernard VIGHETTI
Directeur de l'Office du Tourisme
et Syndicat d'Initiative de Rennes
Secrétaire administratif
des Petites Cités de Caractère de Bretagne

FICHE TECHNIQUE

Association des Petites Cités de Caractère de Bretagne

Champs d'Initiative

Nouveaux produits touristiques

Organisme présentant la réalisation

Association des Petites Cités de Caractère (Rennes). Partenaires : 17 communes rurales de Bretagne.

Objet de la réalisation

- relancer et promouvoir le tourisme culturel en Bretagne par la restauration et la mise en valeur des petites cités de caractère,
- proposer, grâce à une charte, un plan cohérent de développement,
- organiser et exploiter les formes de tourisme inhérentes à ce patrimoine (tourisme de passage, tourisme culturel).

Appréciation de la réalisation

Originalité :

Créée en 1975, l'association bretonne a été la première à concevoir une politique de sauvegarde des vieux quartiers en espace rural. Pour qu'une commune puisse adhérer à l'association, elle doit remplir les conditions d'une charte : cité de moins de 3 000 habitants, ensemble architectural de qualité homogène, un ou deux monuments (inscrits ou classés). Puis homologation de la cité par une commission. L'association mène des actions auprès du Ministère du Tourisme pour modifier les conditions d'attribution de l'allocation touristique. Les petites cités de caractère ne bénéficient pas de cette allocation faute d'une capacité d'hébergement suffisante.

- on peut reconnaître à l'association son rôle innovateur et pionnier,
- mise en œuvre de plans de restauration d'équipement, d'animation et de promotion des cités homologuées.

Rapport Qualité/Prix :

- Disproportion entre les moyens financiers des petites cités de caractère et l'importance du patrimoine à gérer.
- La réhabilitation et l'entretien du patrimoine pèsent lourdement sur les finances du village.
- Les cités sont des lieux ouverts que l'on peut visiter gratuitement, alors que ce n'est pas toujours le cas pour certains monuments classés, qui sont aidés à raison de 50 % par l'Etat.

Impacts

* économique

- permet de réduire les obstacles à une meilleure conception du tourisme (cherté du service hôtelier, de la restauration, du marché des souvenirs).
- permet de revitaliser ces petites cités délaissées.
- ces cités constituent les compléments indispensables au tourisme littoral ou aux grandes agglomérations.
- réinsertion des commerces et de l'artisanat.

* social

- volonté de la commune d'entretenir l'ensemble architectural.
- qualification accentuée des artisans du bâtiment travaillant sur la rénovation du patrimoine.
- emplois liés à la rénovation et à l'exploitation du patrimoine.
- image de marque de la cité intéressante pour l'entreprise qui s'y installe.

* culturel

- prise en compte de la qualité de l'environnement traditionnel rural.
- mise en valeur d'un patrimoine architectural de grande qualité.
- organisation de festivals, expositions, écomusée.

Observations

L'intérêt de la démarche bretonne est d'essayer de donner une reconnaissance officielle à ces petites cités de caractère, en les considérant comme station touristique ou classée. L'association tente également de les faire bénéficier de la dotation touristique du fond d'action locale. En fait, pour l'instant, elles ne disposent d'aucun statut en rapport avec leur spécificité touristique. Or, un village breton du XVI^e siècle mérite d'être classé officiellement pour l'ensemble de son cadre bâti au même titre qu'un grand monument.

Reproductibilité

L'exemple breton est repris dans les Alpes-de-Haute-Provence, où 8 communes ont créé en 1987 une association similaire. Mouvement analogue dans le Sud-Ouest. A terme, pourquoi pas un regroupement au sein d'une fédération nationale ?

CHARTE DES PETITES CITÉS DE CARACTÈRE DE BRETAGNE

Conditions préalables d'admission

- Commune de moins de 3 000 habitants agglomérés au chef-lieu de la commune à la date de la demande d'adhésion ;
- Existence d'un patrimoine architectural de qualité (au minimum un monument inscrit ou classé et un ensemble de constructions anciennes intéressantes et homogènes).

Engagement des communes agréées

Entretien et amélioration permanente du patrimoine, garantis s'il y a lieu, par un programme pluriannuel de réhabilitation et de mise en valeur, permettant à la commune de répondre aux normes de la charte, en fonction d'un échéancier dûment établi.

Charte

Patrimoine :

- Effort manifeste de réhabilitation et d'entretien du patrimoine à l'intérieur de l'agglomération et, plus particulièrement, dans la Zone de Protection du Patrimoine Architectural et Urbain ou dans l'aire de protection des monuments inscrits ou classés ;
- Obligation pour les communes de maintenir en bon état leurs bâtiments ;
- Incitation, auprès des particuliers, au ravalement de façade, ainsi qu'à l'élimination des verrues (bâtiments et couvertures) à l'intérieur du site protégé ;
- Effacement impératif des réseaux aériens et recherche d'une élimination des antennes de télévision ;
- Contrôle efficace des enseignes, dont la conception et la pose doivent être soumises à un accord préalable des Maires, voire des Architectes en Chef des Bâtiments de France ;
- Réglementation, en agglomération, des panneaux (de signalisation et publicitaires) ;
- Valorisation de la circulation piétonne, notamment par la suppression des parkings à l'intérieur de l'agglomération, au profit de parkings de dissuasion, et par l'aménagement des voies et de l'environnement en fonction de cet objectif ;
- Recherche de revêtement de voirie de qualité, bien intégré au site ;
- Volonté d'utiliser le patrimoine pour l'accueil des visiteurs (O.T.-S.I., restaurants, hôtels, musées, centres d'interprétation, expositions...) ;
- Réglementation de la vente sur la place publique en dehors des jours de marché.

Accueil et animation :

- Un bureau de renseignements touristiques ;
- Une politique efficace de communication, sur place, en faveur du patrimoine (plan d'interprétation), comprenant notamment une signalisation du patrimoine, des possibilités de visites guidées pour des groupes constitués, l'édition d'un plan de la cité avec description des bâtiments dignes d'intérêt ou des principales caractéristiques architecturales ;
- Un ou plusieurs restaurants ou auberges rurales servant des spécialités locales ou régionales (y compris les boissons) ;
- Un hôtel de tourisme, éventuellement un hôtel de préfecture, sous réserve de son adhésion à une charte de qualité, du type Logis de France et Auberges Rurales (1) ;
- Présence d'un ou deux artisans ou créateurs, véritables témoins de l'artisanat local ou régional ;
- Un commerce ou point de vente proposant des objets de qualité, de production locale ;
- Organisation de spectacles culturels, classiques ou traditionnels (musique, théâtre, danses, son et lumière, son et image...) ;
- Un lieu permettant des expositions à caractère artistique ou artisanal ;
- Illumination des principaux monuments à encourager ;
- Fleurissement, s'il y a lieu, des édifices publics et des maisons en évitant l'utilisation de supports artificiels.

(1) Pour les communes de moins de 1 000 habitants, l'existence de 5 à 6 chambres d'hôtes affiliées à la Fédération des Gîtes de France, pourrait suffire à l'homologation.

Tourisme et Patrimoine rural

L'espace rural représente 90 % de notre territoire national ; il est situé au centre géographique de l'Europe des 12 et en marge de la concentration urbaine et économique allant du sud de l'Angleterre au nord de l'Italie.

Le centre et la marge : deux données avec lesquelles il nous faut jouer, car un certain nombre de personnes vont rechercher nos espaces naturels variés, peu densifiés, à des fins de résidences temporaires ou permanentes, nous devons donc, et pourrions donc, les valoriser.

Au sein de cet ensemble si vaste, 40 % de ces espaces connaissent des difficultés marquées par un développement économique insuffisant, un pourcentage d'actifs agricoles trop important, un PIB par habitant trop faible. Géographiquement ces espaces en difficultés se situent non pas en totalité mais en majorité dans la diagonale dépressive qui traverse l'Europe du sud du Portugal au nord de la Pologne (qui traverse donc la France, du sud-ouest au nord-est), où l'agriculture est en déclin, et où il est donc nécessaire de développer un certain nombre d'autres activités, appropriées et possibles, en raison de la valeur écologique de ces espaces et de leur richesse patrimoniale.

Le tourisme peut être dans ces zones une activité déterminante. Il s'appuie sur la protection et la valorisation du patrimoine naturel, et la reconnaissance, la restauration et la valorisation du patrimoine bâti.

D'ores et déjà le tourisme rural représente une forte part du tourisme en France. Il peut encore progresser à la condition expresse que cette progression soit maîtrisée car l'on voit d'ores et déjà les excès qu'elle peut produire en certains lieux : Saint Cirq la Popie, Gavarrie... le laisser se développer sans contrôle c'est tuer à la fois notre patrimoine et « la poule aux œufs d'or ».

La France compte 480 mini-régions qui représentent grossièrement autant de types d'habitat rural, d'entités patrimoniales, de territoires, dont la présence économique se traduit par des SIVOM, des districts, des comités de pays, des bassins d'emploi et demain peut-être par des communautés de communes.

On y trouve des monuments prestigieux relevant de l'architecture majeure et des monuments liés à la géologie, à la géographie, liés aux modes d'agriculture, de sylviculture, marqués par le passé agricole, mais également l'histoire, la religion, la vie civile et militaire.

Calvaires et châteaux, les monuments sont inséparables de leur environnement ; les protéger c'est aussi protéger leurs environnements. C'est ce qui engage à travailler sur des ensembles géographiques et à prévoir des formes de tourisms associés à des thèmes ou à des circuits thématiques.

Mais c'est bien là qu'est la difficulté car si l'on peut imaginer la protection et la valorisation parfaites d'un monument, voire d'une zone, d'un espace, il est plus difficile d'imaginer la protection et la valorisation de l'ensemble des espaces ruraux qui forment pourtant le cadre de monuments et de sites de plus grande qualité, le substrat de ces sites et ces monuments et dont la variété et la qualité ont une valeur intrinsèque (songeons pour citer un exemple rapide au fait que les Alpes-Maritimes seules ont autant de variétés végétales que l'Angleterre).

L'approche de cette situation, « idéale », se fera en associant à cette protection, à cette valorisation et aux bénéfices tirés du tourisme les premiers gestionnaires des espaces naturels français : les agriculteurs.

On ne saurait confondre tourisme à la ferme et tourisme rural. 2 % seulement des agriculteurs français pratiquent ce type d'hébergement contre 8 % à 15 % en Suisse, en Suède ou en Autriche.

Or si l'on veut tirer parti et profit du capital que représentent les patrimoines naturels et bâtis de l'ensemble de notre territoire rural et plus encore des 40 % du territoire en difficultés (parce qu'ils ont été mieux protégés et parce qu'ils ont plus besoin de revenus complémentaires), il faut engager les agriculteurs – qui sont bien ceux qui directement ou indirectement gèrent en premier le patrimoine naturel – à développer ce type d'activités et à professionnaliser au mieux les services qu'ils sont susceptibles d'offrir, mais également à gérer au mieux les territoires qu'ils exploitent et enfin à entretenir éventuellement ceux qui appartiennent aux collectivités territoriales.

Dans ces espaces, c'est l'alliance d'agriculteurs gestionnaires de l'espace et de formes professionnelles d'accueil des touristes qui permettra de conserver au tourisme rural sa raison d'être, c'est-à-dire leurs identités et donc sa pérennité.

Christine KOVACSHAZY
Chargée de Mission
au Commissariat Général au Plan

Le cas de Rochefort

Il ne s'agissait pas pour nous de protéger ou de sauvegarder mais de reconquérir. Rochefort, construite d'un seul jet au XVII^e siècle avait perdu sa raison d'être au moment de la fermeture de l'Arsenal en 1926. Une partie de la ville brûle à la fin de la guerre, mais la reconquête s'amorce à partir de 1975. Il a fallu d'abord sensibiliser les habitants (pourquoi reconquérir ?), les élus, et « apprendre » notre patrimoine. Cette action d'éducation a été porteuse de tout, et nous nous sommes appuyés pour cela sur des compétences, celles de gens de l'extérieur qui ont fait des diagnostics, puis celles du service d'urbanisme que nous avons créé.

Apprendre le patrimoine pour retrouver la ville et lui rendre une âme. A Rochefort, la tâche était colossale tant les abandons avaient été nombreux et aggravés par les destructions de 1944.

Le Contrat « Ville Moyenne » exécuté de 1975 à 1979 avait une orientation dominante : le développement économique, et cet objectif, selon nous, ne pouvait être atteint que dans la mesure où l'on procéderait à de vastes actions de réhabilitation :

– la Corderie Royale pour le tiers sud fut l'action phare, presque provocante tant elle parut pleine de risques : les ruines étaient telles !

– l'ancienne Caserne Latouche-Tréville, l'Hôtel de l'Amiral Latouche-Tréville, de nombreux édifices publics et privés en quelques années révélèrent leur charme, leur intérêt et retrouvèrent un usage : Bureau d'Aide Sociale, Conservatoire de Musique, logements

HLM. La grande poudrière de l'Arsenal est ainsi devenue le lieu de la musique Rock. Le vieux bassin de commerce vient de ressurgir après quarante-deux ans d'envasement.

Depuis, dans le même esprit, la reconquête se poursuit, les initiatives privées accompagnent les initiatives publiques. En 1987, Rochefort devenait Ville d'Art et d'Histoire ; c'était impensable dix ans plus tôt. Hormis la Corderie, Rochefort ne compte pas d'édifices exceptionnels mais un ensemble harmonieux de 1.300 immeubles du XVIII^e et XIX^e siècles pour la plupart, sur un espace de 60 hectares à l'urbanisme bien organisé et ordonnancé. Avec le temps et le concours de propriétaires de plus en plus motivés, le travail se poursuit : 12 puits-fontaines remis à neuf en sont un exemple intéressant.

Ce patrimoine, richesse des Rochefortais, est devenu source d'intérêt pour le tourisme : la ville est devenue séduisante dans son ensemble et d'une séduction originale. Seul Pierre Loti et sa maison avaient un pouvoir d'attraction au début des années 70. Aujourd'hui, cette célèbre maison d'écrivain garde tout son charme mais la ville avec l'animation du patrimoine, les ballades contées par exemple, est devenue intéressante dans son ensemble. Le travail est loin d'être achevé mais nous savons que notre patrimoine porte désormais un véritable tourisme urbain.

Jean-Louis FROT,
Maire de Rochefort

Le cas de la ville de Bath

La question « Quel tourisme pour quel patrimoine urbain ? » implique que je définisse le patrimoine urbain de la ville de Bath.

L'existence de Bath résulte d'un phénomène naturel. Au cœur même de l'Angleterre, ses seules sources chaudes jaillissent à 46,5 °C à raison de 1.700.000 litres par jour. C'est autour de cette source que Bath s'est développée sur une période de 2.000 ans. Les fouilles ont montré que bien avant les Romains, des chasseurs migrants de l'âge de pierre se réunissaient autour des sources chaudes. Nous ne pouvons pas les nommer touristes, ils ne venaient pas en car ! Aujourd'hui les visiteurs sont certainement migrants, bien qu'ils reviennent chaque été.

La première cité, construite par les Romains, comprenait un magnifique ensemble classique, avec thermes et temple, formant un centre thermal et religieux autour des sources chaudes. Les eaux chaudes étaient considérées saintes, un lieu de contact avec les dieux et de guérison pour les malades.

Après que les Romains aient quitté la Grande-Bretagne un monastère chrétien fut construit, avec les pierres des bâtiments romains. L'eau chaude n'était plus une force païenne, mais ses propriétés curatives étaient encore appréciées et un bain, le Bain du Roi, fut construit sur la source chaude. Un petit hôpital fut construit à côté et, proche, la première abbaye. Les bâtiments romains furent enterrés. Le monastère fut dissous en 1539 et les bains se développèrent en tant que centre thermal séculier. La popularité de Bath alla croissante pendant le XVII^e siècle et lorsque la famille royale commença à patronner le centre, celui-ci devint rapidement une villégiature de la Cour et des gens riches, influents, à la mode qui l'y suivaient. Ceci conduisit à l'apogée de Bath, le XVIII^e siècle.

La salle de la Pompe fut construite à côté du Bain du Roi, pour se réunir et se divertir. Pour la première fois la ville éclata hors de ses murs, et une ville nouvelle, planifiée, voulue comme une nouvelle Rome, s'étendit sur les champs alentours.

Il s'agissait d'une ville d'espaces nouveaux, où se promener, parler, d'où admirer les nouveaux bâtiments classiques, qui la composaient. Alors : la clé du patrimoine urbain de Bath est la continuité. On est toujours venu à Bath. Ce qui tient tout cela ensemble ce sont les sources chaudes. Elles sont la raison d'être de Bath, et ce pourquoi on y est toujours venu. Aujourd'hui on vient encore, non pour les eaux mais pour les lieux où

d'autres les utilisaient, et pour pratiquer la ville et les bâtiments créés pour eux.

Ce patrimoine urbain prend deux formes. Il y a le paysage urbain du XVIII^e siècle créé par l'homme, le plan horizontal des bâtiments, espaces, et points de vues, planifiés avec attention. Ceci est facile à explorer et comprendre par les touristes. C'est un exercice physique et un plaisir pour les yeux. Mais dans le centre il y a aussi autre chose. Un rapport vertical des siècles autour des sources chaudes, où des éléments de chaque ère sont visibles avec des composantes romaine, médiévale, des XVIII^e, XIX^e et XX^e siècles. Dans le Bain du Roi même il y a des traits d'architecture de beaucoup de périodes différentes. Le comprendre correctement relève moins d'un processus physique que d'un exercice intellectuel. Même ceux d'entre nous qui y ont travaillé depuis de nombreuses années ne comprennent pas complètement cette série unique de bâtiments. Il doit être presque impossible au touriste de les comprendre.

Alors *quel genre de patrimoine urbain ?* Il y a la relation verticale unique des monuments et bâtiments historiques du centre, et au-delà, le paysage urbain planifié du XVIII^e siècle. Ils forment ensemble un environnement créé par l'homme, une des trois seules villes au monde classées au patrimoine mondial par l'UNESCO.

Maintenant, *quel genre de tourisme pour le patrimoine urbain ?* J'ai une formation d'archéologue et je m'efforce donc de voir l'histoire de Bath dans une perspective à long terme. Un fait important ressort : on est toujours venu à Bath. Le tourisme n'est pas un fait nouveau. Site du patrimoine mondial nous pensons que la ville historique est un des chefs-d'œuvre de l'humanité, et, comme tel, qu'il appartient à tous avec un devoir pour nous de le leur rendre accessible. Cependant nous avons le devoir de le protéger, sinon les monuments mêmes que les gens viennent voir seront détruits. En conséquence le tourisme doit être adapté à la nature du lieu visité.

Pendant les années 80 le nombre des visiteurs aux Thermes Romains a crû dramatiquement de 500.000 en 1980 à environ 1 million en 1990. Malheureusement les Romains n'avaient pas prévu ce grand accroissement de popularité et le monument ne peut s'agrandir. Quand le nombre des visiteurs d'un monument ancien augmente, deux choses se produisent. L'une est l'augmentation de l'usure du lieu, l'autre la détérioration de la qualité de la visite. Je peux vous dire que nous avons

maintenant atteint à Bath le point où nous avons cessé d'essayer d'augmenter le nombre des visiteurs. Nous essayons maintenant de persuader les touristes de rester plus longtemps.

La grande majorité des touristes ne passe pas la nuit à Bath. Beaucoup ne restent pas plus de deux heures. Ceci n'est pas satisfaisant pour plusieurs raisons. Le visiteur ne voit pas assez de Bath pour l'apprécier complètement. Les restaurants, hôtels, magasins, attractions en profitent peu. Il y a des embouteillages dans les rues à cause des cars qui entrent et sortent, et bien sûr, ce trafic augmente la pollution.

Comme dans beaucoup de villes le trafic est un problème. La ville du XVIII^e siècle fut construite pour s'y promener à pied, permettant aux piétons d'admirer leur environnement classique, de comprendre les espaces créés pour eux et d'en profiter, de découvrir des perspectives se développant lentement.

Visiter une ville d'un véhicule détruit la relation qu'un piéton établit avec le paysage urbain pour le comprendre. Par conséquent le tourisme piétonnier est plus approprié. Les zones piétonnières offrent un tableau plus complet de leurs origines, sans le bruit, les odeurs, le danger et le mouvement des véhicules. En coordination avec les autorités routières, nous essayons de réduire le trafic en ville, aussi bien celui des touristes que des locaux.

Le plan « Parking et Transport », avec des parkings aux limites de la cité et des bus pour aller au centre, est un des moyens de s'attaquer au problème.

Il y a une autre considération, touchant la population locale. Bath continue à être une ville vivante, où l'on travaille, et les besoins de la population doivent être pris en compte.

Il y aura toujours ceux qui préféreraient que les touristes envoient leur argent au lieu de l'apporter. Mais si on habite un lieu exceptionnellement beau, il faut s'attendre à ce que les autres viennent le regarder. Le

tourisme doit s'intégrer à la vie de la ville. Cela fait partie de la continuité d'usage que j'ai déjà décrite. Nous ne pouvons pas mettre à part le centre historique de la cité, comme une chose précieuse, un rare objet de musée dans un écrin. Les sources chaudes continuent à jaillir, les bâtiments autour à être utilisés. Les touristes ne viennent pas à Bath comme à une exposition, ils y viennent pour faire l'expérience de la ville, et participer à sa vie. Ils font partie du processus de continuité.

Donc pour conclure sur quel tourisme pour quel patrimoine, je dirai que le patrimoine urbain de Bath est authentique, représentant 2.000 ans d'utilisation des seules sources chaudes d'Angleterre, et le produit du génie de l'homme du XVIII^e siècle. Ce n'est pas un monument dont le temps de vie active est terminé, mais une cité vivante, en développement.

Et quel genre de tourisme ? Il faut qu'il soit adapté. Le nombre des visiteurs devient maintenant secondaire par rapport à la durée de la qualité du séjour. Cela ne peut pas être un tourisme usant, par lequel on détruit lentement cela même qu'on est venu voir. Il doit être visionnaire, légataire du patrimoine urbain aux générations futures. Notre politique touristique doit aussi être perçue comme protégeant et conservant le patrimoine historique. Les visiteurs comprennent et apprécient cela. Nous pensons aussi à Bath que le tourisme réclame un temps approprié, une chose de plus en plus rare dans ce monde si affairé. Notre stratégie actuelle est d'encourager de plus longs séjours dans la ville, ce qui bénéficiera au commerce local, réduira le nombre des entrées et sorties de la ville, et la pollution qui va avec, et permettra d'améliorer la qualité des visites. A Bath les visiteurs ne viennent pas observer les habitants dans leur habitat naturel. De façon croissante nous les encourageons à participer à la vie de la ville.

Stephen BIRD
Ville de Bath

Vers un patrimoine déculturé ?

Le patrimoine est aujourd'hui un objet de consommation ou de non-consommation. Quel patrimoine ? Pour quel attrait touristique ?

La dynamique touristique-économique a besoin d'éléments-phares. Si le monument peut se suffire à lui-même, à El Djem comme à la Grande Muraille, la Place d'Albertas à Aix-en-Provence le peut aussi, mais ne sous-estimons pas le supplément d'enrichissement intellectuel, d'intérêt historique et d'émotion qu'il y a lorsque l'on chemine de façon familière du Cours Mirabeau à la Cathédrale Saint-Sauveur, dans l'enchaînement si naturel des hôtels XVII^e, des églises et des couvents disparus qui constituent la cohérence d'une mémoire aixoise.



Aix-en-Provence. Cœur de la ville hier.
Photo J.-P. Dufoix.

Notre époque réclame d'abord pour le touriste, l'exploitation rationnelle d'un quartier ancien. Elle doit être appliquée à une économie de marché. Site archéologique, quartier ancien ou monument, sont aujourd'hui des produits de consommation dans le domaine de la culture. Ils sont générateurs de retombées pour l'industrie du tourisme. Ils génèrent à ce titre, une exploitation. Il faut souhaiter et veiller à ce qu'elle passe par une pédagogie adaptée tout autant que par une présentation attractive. La mise en valeur d'un ensemble, mais aussi les conditions de confort de la visite, sont des moyens mis en œuvre en cette fin du XX^e siècle, pour répondre à une notion de concurrence. Le quartier doit avoir une valeur d'incitation et d'appel.



... et aujourd'hui.
Photo J.-P. Dufoix.

Sur le Cours Mirabeau, aux Pyramides, à l'île de Pâques comme à Pompéi ou au Mont Saint-Michel, notre société consomme du tour-operator, et c'est bien pour cette raison qu'il appartient aux responsables concernés par la gestion de patrimoine d'apporter une assistance culturelle, et en particulier de fournir une information claire, rapidement assimilable par le visiteur, et – en un mot : intelligente. Il convient que les quartiers anciens de Sarlat, de Saint-Jean de Lyon, les ruelles autour de la Place Saint-Marc à Venise, ne deviennent pas des supermarchés d'un élément culturel au rabais.

Témoin sinon vitrine d'un monde qui nous a précédé, mémoire collective, l'empreinte de la ville ancienne reste le vecteur d'une authenticité, d'un souvenir, d'une spiritualité et d'un message. Pour les cœurs de



Annecy. Convivialité du centre ville rajeuni.
Photo J.-P. Dufoix.

ville chargés d'histoire, comme pour leurs monuments, à l'époque du Jet-patrimoine, les responsables de toute origine et de toute nature doivent veiller à ce que l'héritage qui constitue nos racines ne devienne dangereusement, au vingt-et-unième siècle, le patrimoine déculturé d'un quelconque Mont-Saint-Michel.

J.-P. DUFOIX
Architecte en chef et Inspecteur général
des monuments historiques

Alain Monferrand, Chargé d'Inspection Générale, Ministère du Tourisme

Le problème en France est qu'on ne « vend » bien que Paris, Carcassonne et le Mont Saint-Michel, et qu'il faudrait « vendre au détail » et non « en vrac » si l'on voulait doubler, comme cela serait possible, les chiffres de 50 millions de touristes étrangers et 40 millions de touristes français par an.

L'étude de M. Patin montre que l'inattendu représente 40 % et l'histoire 60 % de ce que l'on cherche. Considérons maintenant deux patrimoines spécifiques :

– Le patrimoine fortifié : on trouve en France, chose unique en Europe, quatre siècles de fortification ininterrompue depuis Vauban. Il faut faire valoir cela, aller au-delà de l'intérêt porté par un faible nombre de spécialistes et rechercher les clientèles dix fois plus nombreuses des touristes français et étrangers.

– Les bastides : voilà une réponse que l'on peut ranger dans les 40 % d'espérance d'inattendu, au repérage d'un certain « vide » du sillon garonnais. Ce patrimoine doit se faire connaître davantage (dépliants, etc.) et doit aussi faire connaître les efforts faits pour restaurer et embellir les places à couvert, les halles. Beaucoup de bastides en ont fait d'énormes dont on ne parle pas assez, alors qu'il y a chez elles des possibilités de découverte d'un art de vivre convivial, capable d'attirer et de retenir une clientèle française et étrangère.

Serge Kancel, Sous-directeur des Espaces Protégés, Ministère de l'Équipement, du Logement et des Transports

Ceci nous amène à la cohérence de ce que l'on propose au touriste, sensible aussi dans le cas des villages qui peuvent chercher cette cohérence à travers la constitution d'un réseau, et les petites cités de caractère de Bretagne en sont un exemple.

Jean-Marie Vincent, vice-président de la Section Française de l'ICOMOS, Conservateur général du patrimoine chargé de la sous-direction de l'Inventaire

En partant de l'exemple de Noisiel et du nouveau patrimoine je voudrais signaler qu'on trouve le même problème par exemple en Lorraine et dans le nord de la France pour le patrimoine minier : toute une population identifie une série d'éléments comme authentiquement patrimoniaux, car illustrant leurs origines, celles de leur culture. Ils nous interpellent non pour se réapproprier ce patrimoine – ils le vivent comme tel – mais pour nous demander comment le protéger, lui conserver sa signification, qui fonde le sens de notre société, et permet en même temps de poser les bases de la société de demain. Le problème est de

savoir comment garder un sens, une signification, des usages appropriés à ces lieux, comment ne pas les dénaturer. On pense spontanément au tourisme, mais ce n'est qu'une des réponses. En tout cas il ne faut pas que la population soit « désappropriée », ait l'impression de jouer un rôle, de « faire semblant de », mais qu'elle transmette la fierté d'être dans ces lieux qui ont été identifiés par des activités économiques, humaines importantes, et qui sont vraiment à ce titre des éléments patrimoniaux.

Paul-Marie Durand, chargé de mission pour le développement économique à partir des patrimoines – DATAR/DRAF Montpellier

distingue les villes qui ont un patrimoine, avec du tourisme, mais aussi d'autres activités économiques, de celles, généralement petites, qui n'ont de ressource que leur patrimoine. Il rappelle qu'il faut 20 000 visiteurs pour autofinancer un emploi et en induire deux et que pour créer un emploi dans le tourisme il faut 2 millions (assimilable à l'industrie lourde). Il faut donc être très prudent dans les débats pour que les agglomérations importantes n'imposent pas leur loi à des communes rurales ne pouvant compter que sur leur patrimoine. Et il faudra travailler sur deux niveaux c'est-à-dire également sur l'environnement économique.

Marie-José Carroy Bourlet, chef du secteur des actions décentralisées, CNMHS

rappelle les conventions permettant de développer un tourisme culturel de qualité dans les villages et espaces ruraux, notamment le travail avec St-Valéry/Somme, le syndicat intercommunal du Montmorillonais (40 communes), le travail avec les structures scolaires existantes, notamment par les classes du patrimoine, les conférences et animations par les guides conférenciers et animateurs du patrimoine. On peut s'appuyer sur des monuments très connus, par exemple un circuit « vallée des fresques » a été créé à partir de St-Savin.

Serge Kancel

rappelle qu'au cours de la matinée on a abordé le problème de l'extension de la notion de patrimoine urbain, élargi aux rues et quartiers, avec les précautions à prendre, éducation, sensibilisation – un autre risque est celui de l'artificialisation.

Un quatrième point est celui de la cohabitation entre le touriste et l'habitant, sensible en ce que celui-ci peut ressentir celui-là comme dérangeant et vouloir lui « refuser » son patrimoine.

Atelier II : Quelle politique touristique ?

Présentateur et animateur :

Pierre Culand, Chargé de mission auprès du Directeur de la Caisse nationale des monuments historiques et des sites

Ce matin nous avons tenté de cerner le patrimoine urbain. Certains ont posé la question : « quelle ville ? », et je poserais la question « quel patrimoine ? ». Dans une ville, et M. Bird le rappelait, il y a aussi autre chose que le patrimoine. La notion de sédimentation de l'histoire, qui donne une dimension au patrimoine, signale une sédimentation en cours, qui continue donc, sans qu'il soit question de l'arrêter.

Il est important aussi de rappeler que le tourisme témoigne d'une liberté de circulation des biens et des personnes, ce qui nous renvoie à de grands textes comme celui des droits de l'homme. Le tourisme a pu jouer un rôle important d'ouverture, de fenêtre sur d'autres civilisations, de réunion. Le touriste est aussi un hôte auquel des services sont dus : accueil, compréhension (en termes de connaissance), et l'on doit se « mettre à sa place » pour pouvoir lui restituer ou lui apporter un message.

Activité subie ou choisie ? Cette question se pose également. Dans la charte des quartiers anciens rien n'était dit sur le tourisme. Dans celle de l'ICOMOS sur le tourisme culturel rien n'était dit sur le patrimoine urbain. Il y a là un champ à ouvrir.

Il faut distinguer ce qui est réellement du tourisme urbain et ce qui est du tourisme dans la ville. Par exemple à St Tropez s'agit-il de tourisme urbain ou d'une forme d'invasion touristique dans la ville ?

Il faut essayer aussi de définir en termes de politique quels sont les instruments qui constituent ce tourisme urbain, si l'on choisit cette activité, comment doit-on la considérer, quelles sont les activités de marketing, d'information, permettant d'accueillir des hôtes et non de subir des hordes de touristes. La parole est maintenant à Madame Patricia Brutti, représentant la ville de Pérouse, qui est à la frontière de ce choix.

Le cas de Perugia

L'importance et la richesse de son patrimoine culturel font de Pérouse une des villes historiques les plus intéressantes d'Italie. Les traces du passé – vestiges étrusques, romains, médiévaux, Renaissance ainsi que les signes de la domination papale qui suivit – jusqu'aux interventions urbaines actuelles, permettent d'esquisser l'image d'une ville à vocation touristique certaine.

Bien que Pérouse soit située entre Florence et Rome, des liaisons ferrovières et routières difficiles ainsi que l'absence de liaisons aériennes ont longtemps exclu la ville des grands flux touristiques dirigés vers les grandes villes. Pérouse est ainsi devenue la cible d'un tourisme non occasionnel.

La situation a beaucoup changé ces dernières années et cela pour deux raisons. D'une part, l'amélioration du réseau de communication et d'autre part, le développement d'un tourisme de masse qui a découvert quand bien même tardivement le charme des villes historiques.

Enrichie des expériences négatives de certaines grandes villes d'art comme Venise ou Florence, l'administration municipale de Pérouse a choisi d'orienter le développement et la promotion du potentiel touristique en relation étroite avec les exigences des habitants, dans le souci surtout d'améliorer leurs conditions de vie.

En tenant compte des caractéristiques de Pérouse comme « ville d'art et de culture », nous avons visé essentiellement un tourisme axé sur un potentiel culturel large et articulé. Ainsi, nous pouvons obtenir et garantir la tendance à la croissance des flux touristiques mais aussi orienter ces flux pour contenir les déséquilibres saisonniers que connaissent le patrimoine artistique et architectural, les musées, les manifestations culturelles et les grands festivals.

Le projet « Pérouse ville musée » qui a été élaboré récemment s'inscrit dans le cadre de l'orientation politique dont il a été question plus haut. Je souhaiterais maintenant présenter les caractéristiques de ce projet.

Le projet s'oriente suivant deux lignes directrices. La première part du constat qu'il est presque impossible de visiter les musées de la ville à l'heure actuelle. Tous les musées, à l'exception du musée archéologique, sont inaccessibles à cause de différents problèmes.

Par ailleurs, il existe un patrimoine artistique considé-

nable aussi bien public que privé dont on ne peut profiter.

Il est nécessaire d'identifier parmi les musées existants mais non opérationnels ceux qu'on pourra réactiver et dont on pourra profiter. Cette nécessité nous a conduit à tracer un itinéraire des musées de la ville auquel a été associée la visite de quelques lieux historiques. Cet itinéraire prévoit l'accès à d'importantes collections restées inaccessibles jusque-là. Dans cette première phase de la réalisation du projet, le choix des étapes de l'itinéraire n'a pas été dicté par un critère historique et artistique mais plutôt par la seule nécessité de rendre de nouveau disponibles des structures et des collections qui n'étaient pas ouvertes au public depuis des années.

Le musée d'Histoire naturelle, le musée des plâtres et la Galerie de l'Académie des Beaux-Arts, le Pozzo Etrusco, la Chapelle San Severo avec les fresques de Raphaël constituent les étapes de ce premier itinéraire.

Une coopérative de jeunes opérateurs en muséologie, formés récemment dans des cours régionaux, sera chargée de la gestion de l'itinéraire. Cette coopérative s'appliquera à assurer l'ouverture des lieux suivant les horaires et les fonctions fixées.

Pour réaliser la deuxième phase du projet, nous sommes partis de la constatation simple et évidente qu'une ville aussi riche en monuments historiques splendides et importants que Pérouse est elle-même un musée.

Par conséquent, il est nécessaire d'aménager un espace qui fonctionne comme service d'accès à la ville-musée. Il sera conçu exactement comme le Book Shop d'un grand musée pour la réception des visiteurs. Il devra fournir des informations sur la ville-musée et sur ce qui mérite d'être vu, sa localisation, comment on peut y accéder et les éventuels horaires et modalités de visite. Cet espace est aussi prévu pour la présentation et la vente d'itinéraires historiques et artistiques, la distribution de publications et de matériel documentaire et iconographique.

Tous ces services et d'autres encore devront être assurés aux visiteurs dans un espace accueillant, aménagé avec beaucoup de soin. On pourra s'y arrêter avec plaisir, dans la certitude de la gentillesse et de la compétence des opérateurs.

Il faut qu'un service si particulier et si important soit situé en un point central de la ville par lequel les touristes mais aussi les habitants pourront passer ou se rendre intentionnellement.

La Rocca Paolina répond parfaitement aux exigences rappelées ci-dessus. Il s'agit dans sa structure interne d'un espace particulier, un des plus grands mais en même temps un des moins importants du point de vue historique et architectural.

La réalisation de ce projet devra être confiée à des architectes qui se sont déjà affirmés dans les grands musées, en France aussi, comme Renzo Piano, Gae Aulenti ou Aldo Rossi. Il faudra assurer la gestion du projet en suivant l'exemple des Book Shops des musées les plus importants du monde.

La question des financements qui dans un premier

temps semblait insurmontable, a été résolue grâce à un élément extérieur à l'Administration municipale qui s'est déclaré disposé à assumer tous les coûts de réalisation et de gestion.

Il s'agit d'une des plus importantes maisons d'édition d'Ombrie qui associe les éditeurs les plus représentatifs de notre région mais qui a également une dimension internationale comme Einaudi, Mondadori et Gallimard.

Patrizia BRUTTI
Ville de Perugia

Qu'est-ce qu'un produit touristique dans le milieu urbain ?

Je ne vais pas vous proposer directement une définition du produit touristique car cela prendrait trop de temps, je vais essayer d'abord de cadrer un peu les choses.

La communication remuante, turbulente, dynamique domine les relations et focalise les énergies. Manifestations culturelles, festivals, spectacles, concerts, expositions se multiplient. Affiches, émissions télévisées, films, articles de presse, romans, monuments, œuvres d'arts, constituent notre environnement médiatique habituel.

Chacun d'entre nous a la capacité de s'approprier le patrimoine collectif, de vivre son identité culturelle. A la culture des historiens, des artistes et des esthètes confirmés, des enseignants et des livres s'ajoute peu à peu une culture popularisée par les médias et la consommation dont l'accès ne nécessite aucune étude préalable.

L'évolution du goût est liée à la manière dont est représenté et appréhendé le patrimoine. Deux verbes liés au patrimoine me semblent intéressants : mettre en valeur, ce qui est plutôt tourné vers l'objet ; valoriser, plutôt tourné vers les visiteurs. J'utiliserai pour ma part le second. Le développement d'un pays, d'un territoire, d'une zone s'appuie sur trois vecteurs : l'espace, la société, la culture.

Le patrimoine constitue un élément essentiel de l'offre touristique, qu'il s'agisse de la valorisation du patrimoine, de la valorisation par le patrimoine, de la valorisation avec le patrimoine.

S'il s'agit de la valorisation du patrimoine, le monument ou les ensembles architecturaux sont situés dans un espace touristique, attractif aussi pour son environnement naturel, les possibilités de loisirs actifs, qu'il s'agisse de canoë-kayak, de sports aériens, de randonnées etc. Dans ce cas, la communication se fera essentiellement sur les activités proposées, le patrimoine apportant une valeur ajoutée. Ce n'est pas la même chose de faire des randonnées à cheval sur le chemin cathare ou au pied du Mont St Michel. Il s'agit bien ici de considérer le développement du tourisme comme une activité choisie. On cible dans ce cas, pour ce qui concerne le patrimoine, les visiteurs occasionnels, disponibles pour la consommation culturelle mais pour lesquels l'existence des monuments ou des sites ne représente qu'une motivation marginale lorsqu'ils ont choisi leur lieu de séjour de vacances.

La valorisation par le patrimoine. Le Val de Loire illustre parfaitement cette stratégie avec certains de ses

châteaux. L'image, la notoriété d'un site constituent une destination, ainsi on lancera une campagne de communication sur Chambord ou Chenonceaux ou ailleurs sur le Mont St Michel, le Languedoc roman ou les grottes de la Vézère. La motivation du visiteur c'est d'abord la notoriété du site. Il faut l'avoir vu, il faut l'avoir visité, éventuellement en rapporter un souvenir. C'est le lieu privilégié des cars de touristes avec un seuil de saturation dépassé, un site fragilisé, parfois même dénaturé.

C'est là où se situe la problématique d'une simple visite de deux heures, d'une demi-journée ou d'un séjour au moins de deux jours, c'est-à-dire avec une nuitée dans la zone touristique. L'information sur les activités et autres éléments du patrimoine joue alors un rôle essentiel. Que cette information soit donnée par les offices de tourisme ou les syndicats d'initiative, dans des guides, par des centrales d'information, par des panneaux. Et c'est là où la situation peut être positive ou négative. C'est là où la synergie entre le site, qui est connu, qui a une notoriété, et les autres sites intéressants moins connus, peut jouer mais ne joue pas toujours, y compris dans le Val de Loire. Je choisis volontairement cet exemple, parce que il y a des sites très connus, mais il y a aussi des châteaux dans le Val de Loire qui sont très peu fréquentés. La pire des situations c'est quand le monument est peu, ou pas du tout, inséré dans son environnement, c'est le superbe isolement, il s'agit dans ce cas bien évidemment d'une activité subie par une population locale qui ne se sent pas du tout concernée.

La valorisation avec le patrimoine. Le monument ou l'ensemble architectural est alors parfaitement intégré à son environnement, nature, habitat, activités, manifestations. Le patrimoine n'est alors ni un musée, au sens immobile du terme, ni un parc à thèmes. On peut rencontrer là des visiteurs passionnés, pour lesquels la consommation culturelle domine dans le choix de la destination, on peut rencontrer aussi des visiteurs réguliers, la présence du patrimoine constitue un élément de motivations important, mais qui n'est pas exclusif des autres, enfin les visiteurs occasionnels que j'évoquais tout à l'heure.

L'identité culturelle est là, à fleur de peau. Il s'agit bien alors d'une activité choisie, maîtrisée, où tous les acteurs locaux sont impliqués. J'y inclus la population, soit directement s'ils gèrent et animent le patrimoine, soit indirectement s'il s'agit de prestataires de services, hôteliers, restaurateurs, commerçants, artisans et les habitants.

Valorisation de, valorisation par, valorisation avec, il n'y a pas une seule recette, il devrait n'y en avoir que de bonnes si on veut réussir son objectif. Mais il est important pour les gestionnaires du patrimoine et les collectivités territoriales de savoir dans quelles logiques ils se situent par rapport à la clientèle ciblée et aux retombées économiques souhaitées afin de mettre en place la signalisation des équipements, des hébergements, des animations correspondantes.

Dans tous les cas, quelle que soit la stratégie retenue, le visiteur doit pouvoir s'approprier le produit symbolique et le patrimoine.

La disponibilité des touristes, quelles que soient leurs autres activités par ailleurs, se traduit, en outre, par le désir de visiter des lieux chargés d'histoire et d'imaginaire. Le souhait de retrouver la vie d'un pays à une époque donnée, la recherche d'un moment de plaisir et d'émotion, cela me paraît fondamental et très important. Ces attentes diverses ne doivent pas être déçues, la culture est multiforme et génératrice d'émotions, de surprises, de curiosités, même si chacun a un niveau de connaissance différent. Mais elle a besoin d'être communiquée. Le grand public est demandeur de « clés de compréhension » pour accéder au savoir et se laisser aller à une autre forme d'émotion. Il faut animer l'histoire, raconter les pierres, les paysages, les traditions.

Les produits touristiques dits culturels recouvrent donc une réalité très diversifiée. Et l'expression : produits touristiques culturels est souvent source de confusion mais surtout de déception. Pour le producteur qui ne comprend pas pourquoi le bon produit qu'il a élaboré avec beaucoup de soin, parfois même avec beaucoup de passion en se faisant tout à fait plaisir, qu'il a mis dans un beau catalogue, ou dans un beau dépliant en papier glacé, ne se vend pas. Il se demande bien pourquoi et se dit « ces touristes, mais je ne comprends pas, ils sont complètement nuls ».

L'élaboration d'un produit touristique, quel qu'il soit, avec un élément de patrimoine ou pas, suppose en amont une analyse des marchés que l'on veut cibler. Cela a l'air d'être redondant, d'être du non sens, mais cela mérite d'être dit, surtout dans ce type de produits lié au patrimoine. Il demande une qualité de prestation, donc de formation, une politique de prix, une commercialisation efficace avec un réseau de distribution performant et un service après vente. Cela fait très « Darty » mais quand je dis service après vente cela veut dire qu'une fois le client sur le lieu de séjour, on l'aide à trouver ce qu'il cherche et on lui apporte des informations.

J'insisterai sur la notion de qualité. Il s'agit, comme le disait Pierre Culand, de qualité d'accueil, de prestations, c'est-à-dire de vendre l'hébergement que l'on a décrit sur le catalogue ou dans la centrale de réservations. Il s'agit de qualité des restaurations, mais il s'agit surtout d'un rapport qualité-prix, il faut vendre ce que l'on a promis. Il s'agit aussi de qualité – je reviens au patrimoine – en ce qui concerne l'offre aux visiteurs, aux touristes.

Le touriste vient là occasionnellement, mais c'est peut-être une chance pour nous qu'il rentre dans ce patrimoine, dans ce monument. S'il n'y comprend rien ou s'il y a une animation qui l'ennuie, je pense qu'il n'y reviendra plus, et c'est tout de même dommage,

peut-être était-ce le seul moyen de l'atteindre pendant qu'il est en vacances. Je crois que la qualité de l'animation du patrimoine, de la valorisation du patrimoine ne signifie pas l'hermétisme, bien au contraire. La médiocrité, ne peut-on la laisser aux riches, excusez ma brutalité, mais eux peuvent se débrouiller autrement ? Par contre, des visiteurs ou des touristes en vacances, qu'on dit « non cultivés », ont bien le droit de s'émouvoir et d'avoir du plaisir ou de s'interroger devant un monument ou une animation, un concert. On n'a pas le droit de leur offrir quelque chose de médiocre sous prétexte que ce sont des touristes et que nous n'avons pas affaire à une élite qui a accès à la culture.

Je crois qu'au contraire, à l'occasion du tourisme, on peut leur permettre d'avoir un autre regard, d'avoir des émotions, d'aller à la rencontre de choses ou d'événements qu'ils n'auraient pas vus autrement.

Je me permets de revenir à la qualité des sites de substitution. Je ne suis pas tout à fait contre ce qui peut « ne pas être authentique ». Qu'est-ce qui est vraiment authentique ? Je crois que ce qui est fondamental, quand le touriste arrive sur un site qui n'est pas vraiment vrai, c'est qu'on le lui dise. Il faut lui dire : « vous allez visiter quelque chose qui n'est pas vraiment de l'ancien mais que l'on a reconstitué avec une rigueur scientifique », sinon, plus personne ne visiterait Lascaux, personne ne saurait ce que c'est. L'archéodrome de Beaune, ce n'est pas une mauvaise chose. Les gens qui visitent l'archéodrome de Beaune quand ils passent sur l'autoroute et prennent le temps de s'y arrêter, ne verraient jamais cela sinon. Je crois que l'important est que l'on ne trompe pas le client. Excusez-moi de dire le mot client mais c'est de cela qu'il s'agit.

Le patrimoine est indissociable de la pratique touristique. Il constitue l'élément essentiel de l'offre, il est un élément parmi d'autres ou alors il constitue l'environnement d'un séjour touristique. De toute façon, il est là, si possible vivant et animé, prêt à la rencontre. Et j'insisterai là sur l'articulation quasiment incontournable de la ville et de la campagne. Personnellement, je travaille beaucoup sur le développement touristique au niveau local. Que ce soit une ville moyenne ou la campagne profonde – si j'ose employer cet adjectif – les uns ont besoin des autres. Si vous êtes en séjour dans une ville moyenne, vous ne passerez pas 24h/24, même 8 jours/8 dans la ville, vous irez faire un tour ou même plusieurs sur l'espace environnant, surtout si l'information est bien faite. De la même manière, si vous avez choisi un hébergement dans la campagne, vous aurez envie d'aller acheter un journal, d'aller chez le pharmacien ou au cinéma. Cette articulation donc me semble indispensable.

Je pense que le tourisme du patrimoine, je préfère cela à « tourisme culturel », peut s'identifier aux trois « S » : sensibilité, sentimentalité, sensualité.

Odile HENRY
Chargée de mission à la Délégation
aux investissements et aux produits
Ministère du Tourisme

Exeter, une interprétation de la ville

Exeter, qui est une ville historique avec une cathédrale et une université est le centre administratif et commercial du sud-ouest de l'Angleterre et la porte du Devon et du Cornwall.

Le sud-ouest est la première destination touristique en Grande-Bretagne et on y vient profiter des plages et des côtes. Au milieu d'un paysage de collines très belles, Exeter est aussi un centre commercial pour 400 000 personnes. La ville d'Exeter reconnaît cette importance du commerce ainsi que les bénéfices du tourisme, mais Exeter ne dépend pas de ces profits touristiques uniquement.

Avant de démarrer un plan d'interprétation pour l'information des touristes, il est important de comprendre l'histoire de la ville et c'est pour cela que j'aimerais vous raconter un peu celle d'Exeter. Les Romains construisirent donc une forteresse pour les légions, au-dessus de la rivière d'Exe et plus tard une ville romaine a été fondée qui fut la capitale régionale du sud-ouest, des murs massifs furent construits dont les 2/3 subsistent encore aujourd'hui, bien que restaurés évidemment au cours des siècles.

A la veille de la conquête normande, Exeter était une des plus grandes villes d'Angleterre. Guillaume le Conquérant dut faire le siège d'Exeter durant 18 jours et il construisit un château sur la colline pour contrôler la ville. C'est à ce moment-là que des murs massifs et un portail en pierre et briques furent construits qui sont parmi les exemples les plus importants de l'art militaire normand en Angleterre.

La cathédrale Saxonne fut reconstruite au XII^e siècle et le fut à nouveau dans le style gothique entre 1270 et 1369. Cependant les deux tours normandes subsistent. Le clergé de la cathédrale construisit les premières adductions d'eau souterraines pour amener l'eau dans l'enceinte de la cathédrale.

Les Normands construisirent aussi le grand pont avec 17 arches sur la rivière d'Exe dont la moitié subsiste encore sur des terres gagnées sur la rivière.

Le pont donc conduisait sur la rive gauche et vers les bâtiments à pans de bois.

Exeter continua à prospérer et au XVI^e siècle elle était encore une des plus grandes villes d'Angleterre. Donc cette prospérité était basée sur le commerce de la laine et celle-ci se voit dans ce portique richement décoré du Palais du commerce qui date de 1593. Au début du XVII^e siècle, les maisons des riches marchands subsistent toujours dans High Street. En 1566, un nouveau

quai fut construit et son développement continua au XVII^e siècle. La laine pour l'exportation était apportée dans la nouvelle Maison des Douanes construite en 1680, un des plus beaux bâtiments de briques de la ville dont l'élégance reflète la richesse de la cité. Les aléas du commerce de la laine furent variables au XVIII^e siècle. Le rôle d'Exeter comme centre industriel majeur et comme port se termine, à ce moment-là, au XVIII^e siècle.

En 1942, Exeter fut bombardée et le centre de la ville ravagé. La reconstruction fut basée sur les nouvelles conceptions de la planification urbaine. Exeter fut la première ville à avoir une zone pédestre. Le tourisme fait partie de cette stratégie pour la ville et les liens entre tourisme et planification urbaine sont très forts à Exeter. On peut citer donc les principales préoccupations suivantes : circulation, parkings, zones piétonnes, repavement des rues, utilisation de matériaux de récupération ou naturels, conservation et aussi l'éclairage de ces quartiers et de ces monuments.

Donc, au cours des quatre dernières années, le conseil municipal a ajouté à ces différentes facilités un centre d'interprétation pour les touristes et celui-ci est centré sur le bâtiment du port. Juste à côté de High Street, un autre centre d'interprétation explique l'importance des adductions souterraines d'eau et avant que les visiteurs ne partent pour les voir, ils peuvent donc bénéficier de ce centre.

Il y a aussi des appareils auditifs qui permettent des descriptions des costumes que les visiteurs voient dans les salles. Les visiteurs qui vont dans le centre commercial peuvent avoir l'impression qu'Exeter est une ville moderne et peuvent ne pas percevoir son patrimoine riche et divers. A une courte distance du centre commercial moderne, se trouvent des ruelles moyenâgeuses, la cathédrale et son enceinte que la plupart des visiteurs trouvent.

Mais il y a d'autres lieux d'intérêt qui ne sont pas découverts aussi facilement. Par exemple les quais anciens et le musée maritime qui sont à quelque distance du centre ville, au pied de la colline. Donc les quais avaient été abandonnés mais des améliorations ont été apportées depuis quelques années. C'est un bon exemple de ce que l'on peut faire quand les autorités collaborent avec les privés.

Les 2 000 ans d'histoire de la cité se reflètent dans les rues et les bâtiments mais les visiteurs doivent être informés de ce que la ville peut leur offrir et doivent être aidés. C'est pour cela que la ville d'Exeter a adopté

la stratégie d'un centre d'interprétation pour les touristes. Le projet mis en place pour les touristes comprend cinq principaux éléments : une signalisation touristique pour les voitures, des panneaux d'information aux points d'arrivées, des panneaux pour les piétons et des panneaux d'interprétation aux endroits intéressants, et aussi des circuits piétons et guidés.

Il y a un circuit important pour les piétons et les signalisations pour les piétons ont été conçues pour être facilement reconnaissables. On a passé beaucoup de temps pour décider de cette signalisation de manière à ce qu'elle soit claire et facile à comprendre. Ces panneaux sont aussi fixés à des poteaux et contre des murs. Le troisième élément est une série de 18 panneaux d'interprétations. Chacun a été dessiné spécialement avec des illustrations et des descriptions de façon à donner aux visiteurs le maximum d'informations sur les zones en question et l'histoire de la ville. Il est important d'avoir un minimum de texte et au contraire un maximum d'images pour que les panneaux soient immédiatement perçus par les visiteurs. Le panneau concernant la zone de la cathédrale décrit la cathédrale et l'architecture de cette zone. Il y a aussi des panneaux qui concernent l'histoire d'Exeter depuis

les temps romains, les temps normands et jusqu'à la reconstruction de la ville, après la guerre. Les panneaux sont conçus dans un matériau spécial qui utilise six encres spécifiques et ont été mis en place en avril 87. Après quatre ans d'utilisation, ils sont encore frais. Les matériaux dans lesquels ils sont conçus, sont étudiés pour s'harmoniser avec l'environnement. Le coût total a été de 75 000 livres.

Il y a aussi des promenades guidées. Ce sont des volontaires qui accompagnent ces tours, ils sont reconnaissables car ils sont habillés en rouge. Ces promenades sont gratuites, et en 1990 environ 17 000 personnes les suivirent avec une augmentation de 5 000 personnes entre 1989 et 1990. En plus il y a des prospectus d'information pour ceux qui le désirent. En 90, Exeter reçut le premier prix d'interprétation pour la Grande-Bretagne et également un prix spécial aussi pour l'interprétation. Exeter fut félicitée pour cette signalisation qui est considérée comme précise, bien implantée et harmonisée avec l'environnement.

John CLARK
Département de l'urbanisme, Exeter

Pierre Culand

La notion de produit culturel ne saurait être un alibi d'élitisme, un alibi de médiocrité caché sous de la phraséologie, et ne saurait être non plus un produit laissé comme cela parce que la culture n'a pas besoin de professionnels pour la dispenser, elle se dispense d'elle-même. Il y a là deux écueils, entre lesquels il faut tenter de naviguer au plus près. Un produit culturel peut se définir en tout cas par le partage qu'il permet de faire avec l'autre, si ce partage n'existe pas il n'y a pas culture, et c'est peut-être ce que nous rappellent les Anglais et les Anglo-saxons au travers de ce qu'ils appellent l'interprétation qui tient compte des niveaux de lisibilité et de compréhension des publics en essayant de les diversifier pour que les messages puissent être passés aux niveaux où ils peuvent l'être et attirer vers le haut le public qui les lit. Cette question d'une politique touristique se pose évidemment aux municipalités.

Le cas de Figeac

Les points d'interrogation sont nombreux. A Figeac, je n'ai ni eau chaude, ni pape. Cahors en a eu un, mais Figeac n'en a pas eu (encore fut-il éphémère, il était âgé, mais il a régné longtemps, c'était Jean XXII), et les rois sont passés, mais les rois itinérants, ceux qui ont séjourné partout et qui n'ont pas laissé de grands souvenirs !



Figeac.
Photo I. Courteix.

Mon expérience est donc tout à fait différente. Elle est celle d'une ville qui, dans un département que vous connaissez, le Lot, département touristique, s'éveille au tourisme, qu'elle a pratiqué depuis longtemps, à travers un patrimoine architectural et un souvenir qui est celui d'un homme assez remarquable dans notre histoire, dont nous venons de fêter le bicentenaire de naissance, Jean-François Champollion.

Je dis qui s'éveille, car comme beaucoup, cette ville ne s'est pas rendue compte qu'elle disposait d'un patrimoine architectural assez considérable, sans monument exceptionnel mais avec les vestiges pratiquement intacts d'une époque de commerce très actif entre le XIV^e et le XVIII^e siècle avec l'épisode guerre de cent ans qui n'a pas détruit. Comme c'est une ville qui est dans les contreforts du Massif Central, assez loin des moyens de communications, mais préservée du développement, il y eut peu de massacres, peu de démolitions à l'exception des traditionnelles démolitions qui ont été réalisées ici pour faire un parking. On a supprimé les canaux, car comme c'était une ville de tanneurs, il y avait dans les petites rues, des maisons construites comme à Venise, des deux côtés des canaux, avec des ponts. Dans la région on l'appelait la Venise du pauvre, cela sentait

mauvais. A la Libération, on a comblé les fossés et démolit les petits ponts. Quelques démolitions, pas grand chose, mais point de mise en valeur du site. Quant au souvenir de Champollion, il était essentiellement ramené au nom du lycée, de la place et d'un restaurant qui avait trouvé que cela faisait bien.

Les temps, les mentalités ont changé, et la volonté de rénover la ville est née il y a quinze à vingt ans, à travers les contraintes émises par un architecte des Bâtiments de France, que beaucoup d'entre vous connaissent, Etienne Cuquel, qui a commencé à ennuyer les commerçants, il y a une vingtaine d'années, en les obligeant, quand ils voulaient refaire les vitrines, à les faire comme il fallait. On a refait les rez-de-



Figeac. Hôtel de Crussol.
Photo TDR.

chaussée, mais on a laissé les étages, et on s'est rendu compte que derrière la poutre en béton, la poutre métallique, il y avait une belle ogive et on a commencé à s'interroger.

Quant à Champollion, sa maison natale continuait de s'écrouler et le conseil municipal avait pratiquement délibéré dans les années 1972-74 en décidant qu'il fallait démolir la maison et qu'en mettant une plaque à l'entrée de rue, qui est très sordide, le souvenir serait suffisamment ancré dans la mémoire des peuples.

Sont arrivées des facilités mises en place par les pouvoirs publics et notamment le fonds d'aménagement urbain. Nous avons saisi l'occasion. On avait une mairie qui était vétuste. Mais on avait un ancien couvent des carmes que la municipalité précédente voulait démolir, dont on s'est dit qu'il pouvait faire une remarquable cité administrative ; bref, avec le fonds d'aménagement urbain on a restauré des bâtiments communaux publics. Le vieux château de la ville, où toute l'histoire de la cité s'est passée, est devenu une salle polyvalente. Tout cela a donné beaucoup de goût aux habitants de la ville, qui, à travers deux OPAH successives ont restauré 650 appartements privés. Figeac est une petite ville de 10 000 habitants, de 4 000 logements. 650 appartements du centre représentent donc une partie importante du patrimoine. On avait dénombré 1 500 logements anciens, pratiquement la moitié a été restaurée et 400 étaient vacants.

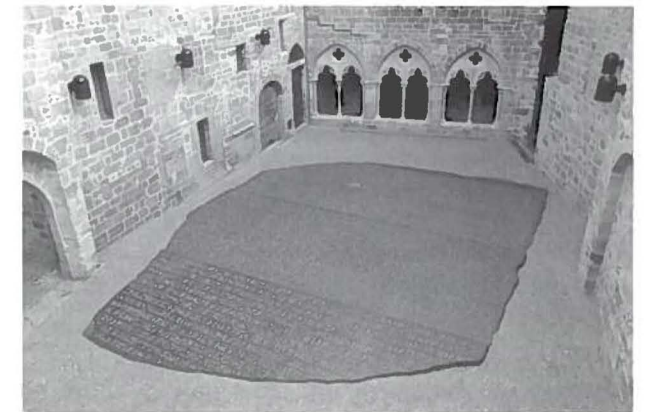
Mais comme il n'y a pas de pression foncière, l'immobilier y était relativement bon marché, et on est arrivé à monter des opérations intéressantes, y compris avec l'Office public HLM, la commune aidant pour les surcoûts architecturaux. Nous avons transformé le centre ancien sans chasser la population, en créant du logement social, à 90 % conventionné, et en restaurant 4,5 km de façades en dix ans.

La ville a changé totalement. Pendant ce temps, on se demandait ce que l'on pouvait bien faire de la maison qui s'écroulait. On a donc décidé de transformer la maison natale de Champollion en musée.

Nous sommes arrivés à la restaurer et le musée a été inauguré par le président de la République. Nous avons développé autour de Champollion une politique culturelle avec, cette année – difficile, car on est en province et pas une grande ville – une très belle exposition dans le cadre du bicentenaire, à laquelle beaucoup de musées ont participé. Mais quand la presse a été informée de l'exposition à Figeac, – considéré comme un trou perdu – on a parlé de Paris. Et à Grenoble qui revendique l'acte de naissance de Champollion, on n'a pas parlé de Figeac, ce qui prouve qu'il est difficile de développer un produit culturel et touristique à partir d'une petite ville.

Heureusement, cette politique de restauration, d'animation et de création autour du musée Champollion a provoqué un mouvement. Le premier des mouvements a été l'acceptation par l'Etat d'une commande publique que nous inaugurons d'ailleurs lundi prochain, confiée à l'un des artistes les plus conceptuels ! – je le dis à l'architecte-conseil, j'ai passé quelques nuits blanches à l'annonce de la qualité, du nom et des références de l'artiste conceptuel –. Un conceptuel dans une ville médiévale ! Il a réalisé quelque chose d'exceptionnel, d'une très grande qualité, qui sera l'un des monuments les plus visités de la région dans les années qui

viennent, qui est dû à la restauration précédente. Il a imaginé, sur une place qui jouxte la maison natale de Champollion, d'aménager au sol, puisque c'est là que Champollion avait appris la découverte de la pierre de Rosette pendant la campagne d'Egypte, de rebâtir une immense pierre de Rosette qui constitue le sol de la place. Elle fait pratiquement 100 m², pèse 50 tonnes de granit et est surmontée de jardins à l'égyptienne avec des papyrus qu'il faudra rentrer l'hiver en raison du gel. Un grand espace, très beau, cela complète le musée, le pôle autour de Champollion avec en perspective deux salles nouvelles. Autrement dit, le mouvement est créé.



Figeac. Pierre de Rosette, Place des Ecritures.
Photo TDR.

Dans le même temps, des particuliers se sont dits qu'ils pouvaient aussi créer des pôles d'animation. Deux immeubles sont là de grande qualité, on discute pour savoir si c'était des templiers ou pas, sur quarante ans d'histoire cela repose la question du produit exact ou inexact. L'un a été transformé en appartements, l'autre en lieu d'animations par un privé qui prend en quelque sorte le relais de la puissance publique dans cette affaire.



Figeac. Maison dite des Templiers, Place Champollion.
Photo TDR.

Nous assistons à une contagion de l'Office du tourisme qui, il y a quelques jours, a décidé que sa structure ne correspondait plus aux besoins de la ville aujourd'hui et qui a donc décidé de se réformer en s'associant à la ville et aux communes voisines. Nous avons donc créé

une station de séjour. Figeac et dix communes aux alentours, ont créé un Office de Tourisme dont le maire de Figeac est président de droit, mais qui délègue à deux vices-présidents tous ses pouvoirs, un vice-président émanant du collège des élus, l'autre du collège associatif, de manière à développer une politique de tourisme plus cohérente. Il se trouve que le vice-président associatif est en même temps le président du centre culturel.

De fil en aiguille, la restauration nous a amené à définir un secteur sauvegardé, qui est actuellement en voie d'élaboration, l'un des 76 secteurs sauvegardés. Une convention ville d'art et d'histoire a été passée avec la caisse des monuments historiques. Nous recherchons actuellement un animateur du patrimoine pour la ville d'art et d'histoire, mais nous avons décidé pour que le produit soit complet et relativement économique que le conservateur du musée devait être en même temps l'animateur du patrimoine ou plutôt que l'animateur du patrimoine devait être conservateur du musée, c'est-à-dire que nous concevons aussi la ville comme un musée (nous n'avons pas les moyens de nous offrir les deux...).

Nous cherchons également un directeur de station de séjour.

Je veux constater l'effort qui a été fait aussi dans le département. Autrement dit, alors qu'il y a dix ou quinze ans, la ville était assez grise et fort peu touristique, aujourd'hui elle se développe dans un environnement qui est le fait de personnages qui ont marqué cette région. Il n'y avait pratiquement pas de musée il y a dix ans. Il s'est créé un très bel éco-musée dans la vallée du Célé qui est d'une grande qualité. La ville de Cahors a réaménagé ses très belles collections d'Henri Martin. Ceci a, probablement, inspiré Madame Lurçat, qui en parlait depuis longtemps, et qui a fait don au département des tours de St Laurent où Lurçat vécut de nombreuses années. Nous avons, avec le Conseil

général, réalisé un musée Lurçat. Jack Lang avait acheté une très belle collection d'automates qui est installée en musée à Souillac.

Aujourd'hui nous avons six musées classés dans le département et nous élaborons un produit touristique autour des musées du département.

De même, nous avons trois châteaux qui sont gérés par la Caisse des Monuments Historiques avec laquelle nous essayons aujourd'hui d'élaborer une convention pour les animer.

J'ai resitué au FAU le démarrage de cette politique. Aujourd'hui, les collectivités locales qui ont fait de gros efforts dans ce domaine, commencent à s'interroger. Ont-elles encore les moyens, ce qui n'est pas évident, de mener une telle politique patrimoniale ? Malheureusement, on peut se demander si les contraintes de l'Etat ne sont pas devenues trop importantes. Le budget alloué aux secteurs sauvegardés est bien faible : 5 M de F pour 76 secteurs sauvegardés en France. La politique de l'ANAH qui est essentielle si l'on veut restaurer le patrimoine immobilier ancien, pourra-t-elle se perpétuer ? Or nous avons constaté, nous, que lorsque les aides disparaissaient, non par mauvaise volonté, mais faute de moyens, les restaurations s'arrêtaient aussi.

Voilà, j'ai voulu vous dire ce que nous essayons de faire, je le répète sans source d'eau chaude et sans pape, sans avoir aujourd'hui la crainte d'être débordés par le nombre de cars et de touristes, mais avec la volonté de développer une politique touristique dans des zones de petite ville. Une petite ville qui a une histoire mais qui n'avait pas eu l'imagination de s'en servir précédemment, parce que l'époque était différente.

Martin MALVY
Député-Maire de Figeac

DÉBAT

Pierre Culand, Chargé de mission auprès du Directeur de la Caisse nationale des monuments historiques et des sites
Je vous remercie beaucoup d'avoir évoqué à travers Champollion l'expérience de Figeac. Je crois que l'on peut en retenir deux choses essentielles, d'une part le patrimoine est avant tout l'affaire de la population, une fois que les quartiers anciens sont restés vivants et attractifs. D'autre part, cette attraction est une autre dimension du patrimoine qui peut et doit être dans la création contemporaine. Sinon nous risquons à terme de stériliser ce que nous appelons la sédimentation en arrêtant la vie de certaines villes au travers d'une coupe tout à fait artificielle ou pseudo-artificielle (car en fait on ne l'arrête pas). Nous avons employé un terme qu'il serait toutefois bon de préciser, je vais demander à ma voisine ce qu'est la notion de station de séjour.

Odile Henry, Chargée de mission à la Délégation aux investissements et aux produits, Ministère du Tourisme
Je veux juste ajouter un mot après l'exposé de Monsieur Malvy. Administrativement si j'ose dire, on n'utilise pas le terme de station de séjour, mais la stratégie, mise en place à Figeac et dans quelques autres endroits de Midi-Pyrénées, est le nouveau concept de stations touristiques à la campagne. Non la station de campagne qui était invoquée dans le rapport Trigano, je ne porte aucun jugement là-dessus, mais le concept de station touristique à la campagne qui est tout à fait nouveau et qui enchante quelques uns. Ce n'est pas empiler des touristes. Sur une commune locomotive, si j'ose employer le terme, avec quelques communes autour, c'est-à-dire une structure intercommunale, c'est pouvoir offrir aux touristes tous les services dont ils ont besoin. Parce qu'à la campagne les services ne se trouvent pas partout et à une distance du lieu d'hébergement raisonnable. C'est intéressant, car à l'heure actuelle, il y a un certain nombre de ces stations qui se mettent en place. C'est plus ou moins avancé, cela n'est pas très facile, mais cela me paraît très positif.

Deuxième chose, il y a quelques crédits, mais pas beaucoup, dans le cadre des départements et de la région. Il peut y avoir d'autres aides quand on met en place certaines choses avec des fonds que je ne nommerai pas dans le détail sur des actions de formation, de diagnostic, etc.

Je voulais aborder aussi le point du patrimoine bâti. Quand on souhaite réhabiliter du patrimoine bâti à des fins d'hébergements touristiques, il existe une fédération qui est la Fédération nationale de l'habitat rural qui a signé une convention avec le ministère du Tourisme et qui peut quelquefois aider aussi à mettre en place des actions.

Martin Malvy, Député-maire de Figeac

La notion de rural et d'urbain est bien difficile à définir surtout dans un colloque qui se situe dans le cadre de l'année européenne du tourisme. Car il faut savoir que, dans les douze pays de la Communauté, la référence urbain-rural n'est pas la même. En France on est rural jusqu'à 2 000 habitants, on est urbain au-delà. Dans certains pays de la Communauté, on est rural jusqu'à 20 000 habitants. La station, j'insiste sur ce point, me paraît être une très bonne chose. Dans ce tissu, semi-rural, semi-urbain, j'ai créé et j'anime une association au plan national qui est l'association des petites villes de France qui regroupe aujourd'hui 400 villes qui ont entre 3 000 et 20 000 habitants. Ces villes-là n'ont pas les moyens financiers de mener une politique culturelle et une politique de tourisme. Comparons le budget de la ville d'Aix avec celui de la ville de Figeac. Chacun a ses problèmes, mais quand l'un lève un point d'impôt il a 200 000 F, l'autre obtient 1 ou 2 millions. La station est une bonne idée dans la mesure où elle regroupe des collectivités locales qui généralement ont des affinités architecturales. Quand on est quelque part au centre d'une région, les communes autour ont souvent des affinités et des similitudes ; il y va de l'Etat et du ministère du Tourisme mais il y va aussi de

l'engagement des collectivités territoriales que sont les régions et les départements.

Je le dis car je crois que c'est là une politique importante en faveur du tourisme. Le budget est fixé en Midi-Pyrénées, pour prendre cet exemple, à 800 000 F par an, au titre du fonctionnement, dont à peu près la moitié est apportée par l'Etat, la région et le département, et 800 000 F aussi par an au titre d'investissement, subventions, mais là apportés totalement par les régions et les départements. Autrement dit, il appartient aussi aux collectivités locales de se prendre en main.

Un intervenant

Je voudrais poser une question à Monsieur Martin Malvy à la suite de son exposé très intéressant : quelles sont les retombées économiques sur sa ville ? Car si j'ai bien compris, l'aspect général de la ville a changé, elle est devenue plus touristique. Mais sur le plan de la démographie par exemple, — on peut s'en rendre compte puisque l'on sort du recensement — qu'en est-il ? Est-ce que sur le plan de la création d'emplois, il y a une incidence ? Est-ce que sur le plan de l'activité en général il y a des retombées à ces efforts ? Retombées qui seraient intéressantes pour pouvoir continuer précisément dans cette voie-là, parce que si cette rénovation du patrimoine a engendré des ressources nouvelles pour la commune, cela peut l'encourager à continuer à renouveler ce patrimoine.

Pierre Culand

Nous anticipons un tout petit peu sur l'un des objets de débat de demain qui sera l'économie. De toute façon, un débat évident !

Martin Malvy

Je suis tenté de vous dire oui. Retombées il y a. Incontestablement, si j'écoute les commerçants, ils me disent non (pas tous). L'inauguration a eu lieu un lundi, le lundi ils sont fermés, mais là, ils ont décidé d'ouvrir, ils ont bien compris qu'il se passait quelque chose. En tout cas, sans cet effort, je ne sais pas ce que la ville serait devenue. L'évolution de la population est-elle difficile ? Nous sommes dans une région qui a été gravement sinistrée par la crise économique. C'est le bassin d'emploi dit de Figeac-Decazeville. Toute la partie aveyronnaise-decazevilloise a malheureusement perdu entre les deux recensements 10 % de sa population. Figeac s'est stabilisée. Il n'y a pas d'érosion de population. Il y a donc eu un retour et les 400 logements vacants du centre ville sont occupés par une population un peu plus jeune d'ailleurs. Il y a eu beaucoup de cohabitation mais il y a eu un retour. Socialement, l'intérêt est manifeste car on a amélioré grandement la qualité de l'habitat. Sur le plan du tourisme proprement dit, c'est difficile à quantifier. Ce que je peux vous dire c'est qu'entre 86 (et je n'ai pas les chiffres) et 90, le nombre de personnes identifiées au syndicat d'initiative a triplé, sans que nous ayons jusqu'à maintenant mis en place une politique de promotion.

On va maintenant commencer cette promotion avec la station. J'ai la faiblesse de croire que sur le plan économique un des effets induits a été celui-ci : nous vivons sur une usine d'aéronautique, une usine historique de l'aéronautique, Ratier-Figeac, fabriquant des hélices à pas variables. Cette usine, qui avait un peu fondu dans les années 75, a un projet d'extension et se développe de manière assez forte, car elle reconstruit actuellement 1,5 ha d'ateliers de bâtiments et crée 200 emplois plus les emplois induits. Je suis à peu près convaincu que s'il n'y avait pas eu depuis dix ans une évolution de la ville, l'extension se serait faite dans la région de Toulouse. C'est d'ailleurs ce que m'a laissé entendre la direction générale de l'entreprise. Autrement dit, je pense qu'il y a eu des incidences sociales, des incidences économiques sur le commerce local et des incidences sur le comportement industriel des partenaires de la ville. C'est difficile à estimer. Conséquences aussi sur les recettes communales puisque la fiscalité locale évolue avec l'évolution de la qualité du bâti. La taxe d'habitation et le foncier bâti sont plus chers aujourd'hui pour ceux qui occupent ou sont propriétaires d'immeubles qui ont été restaurés.

Le cas de Gargillesse

Gargillesse se trouve dans le département de l'Indre. Pour ceux dont la mémoire géographique est lointaine, c'est la région Centre. Si je vous dis Chateauroux, cela vous dit quelque chose.

A Gargillesse, nous avons l'eau chaude, mais c'est en tournant le robinet. Nous n'avons pas eu de pape non plus, nous n'avons pas Champollion, mais nous avons eu George Sand qui s'excuse de ne pas être là cet après-midi, je crois qu'elle a rendez-vous avec Champollion...

George Sand, à propos de Gargillesse, dit : « Le chemin fit encore un coude et le village, le vrai village cherché, se présenta magnifiquement éclairé sous nos pieds. Il faut arriver là au soleil couchant, chaque chose a son heure pour être belle ».

Les difficultés sont multiples car on se trouve dans une région qui est dite défavorisée avec une agriculture qui a du mal à survivre. A la question de savoir si le tourisme est pour nous une activité subie ou choisie, je crois que c'était le terme qui était utilisé dans la présentation, je dirai que pour nous, l'activité touristique est une activité choisie par obligation.

Choisie, parce qu'effectivement il y a une tradition de passage à Gargillesse, dans le sens où George Sand a drainé avec elle des peintres, des artistes de l'époque, qui se sont établis et qui ont travaillé souvent. Par la suite, des habitudes se sont créées, et le village a commencé à voir passer du monde. Donc on y trouve une tradition d'accueil, qui est effectivement le point de départ de toute forme de tourisme.

Il y a aussi le fait que nous nous trouvons à une proximité relative de Paris, puisque que nous sommes à 300 km. Ce qui veut dire que dès lors qu'il y a un week-end un peu long, les gens viennent le passer dans la maison de famille et y amènent des amis. Donc, cette tradition d'accueil, de découvertes, est une activité importante pour la vie économique locale.

Je disais le tourisme choisi par obligation compte tenu des difficultés que le monde rural rencontre. Tout à la l'heure Odile Henry parlait de « rural profond », vous savez que chez nous, on entend un petit peu mal ce rural profond, parce que parfois on fait un glissement avec débile profond et cela nous gêne un peu ! Des difficultés économiques font qu'on a bien compris qu'il n'y a pas d'autre alternative que de développer l'activité touristique. Je dirais qu'à Gargillesse nous avons la chance, par rapport aux communes qui nous entourent, d'avoir un patrimoine. Vous avez vu une

photo d'une église du XII^e siècle avec plus de 120 chapiteaux sculptés d'une grande beauté, une crypte, des fresques, donc un patrimoine bâti intéressant. Le village est membre de l'association « Les plus beaux villages de France ». Puis une petite maison a appartenu à George Sand, elle y a travaillé et écrit quelques romans. Cette maison est maintenant ouverte au public. Et puis surtout, nous avons un cadre, vous l'avez vu, c'est effectivement notre atout premier.

Les difficultés sont nombreuses. La première d'entre elles est un problème de formation. Formation des habitants déjà, parce que lorsqu'on parle de patrimoine, cela veut dire que l'on a conscience que ce que l'on possède est important. Cette prise de conscience n'est pas toujours réelle dans la population locale. On vit dans un contexte, avec un paysage devant ses yeux. Il est là depuis toujours et l'on n'a pas forcément la conscience de quelque chose d'important. On se dit que cela doit en valoir la peine, puisqu'il y a des gens qui se déplacent et viennent voir. Mais de là, à décider le conseil municipal ou les habitants d'engager des dépenses pour le maintien de ce patrimoine, les choses ne sont pas toujours simples. Donc, il est nécessaire de former la population locale.

Je parlerai aussi de formation des élus. C'est vrai, nous ne sommes pas toujours formés à appréhender la complexité des circuits administratifs. Quand on évolue dans une filière, parfois on a du mal. Mais le maire qui a affaire aux diversités des filières, vous imaginez que ce n'est pas toujours une sinécure. Des délais qui sont différents, des rythmes de traitements de dossiers différents, des procédures d'une complexité telle que, bien souvent, beaucoup d'élus préfèrent par la force des choses arrêter, car cela devient vite très complexe. Tout un travail de formation est nécessaire, pour faire prendre conscience qu'effectivement le patrimoine est intéressant et mérite d'être développé. Notre préoccupation ne se limite pas à l'entretien des chemins, à curer les fossés.

Mes propos sont terre à terre, car mon quotidien l'est. On n'a pas toujours conscience de ce que cela représente.

On a parlé ce matin du problème de l'authenticité. C'est quelque chose qui, à notre échelle, nous préoccupe aussi. Je me posais la question de savoir ce que je venais faire dans un colloque comme celui-là, car l'échelle de mes préoccupations n'est pas la même, mais j'ai retrouvé dans ce qui a été dit ce matin, des préoccupations communes, notamment la nécessité de

proposer quelque chose de cohérent donc d'authentique. C'est tout le problème des activités que l'on peut greffer sur un lieu quand il n'y a pas de relations entre l'activité que l'on met en place et le lieu.

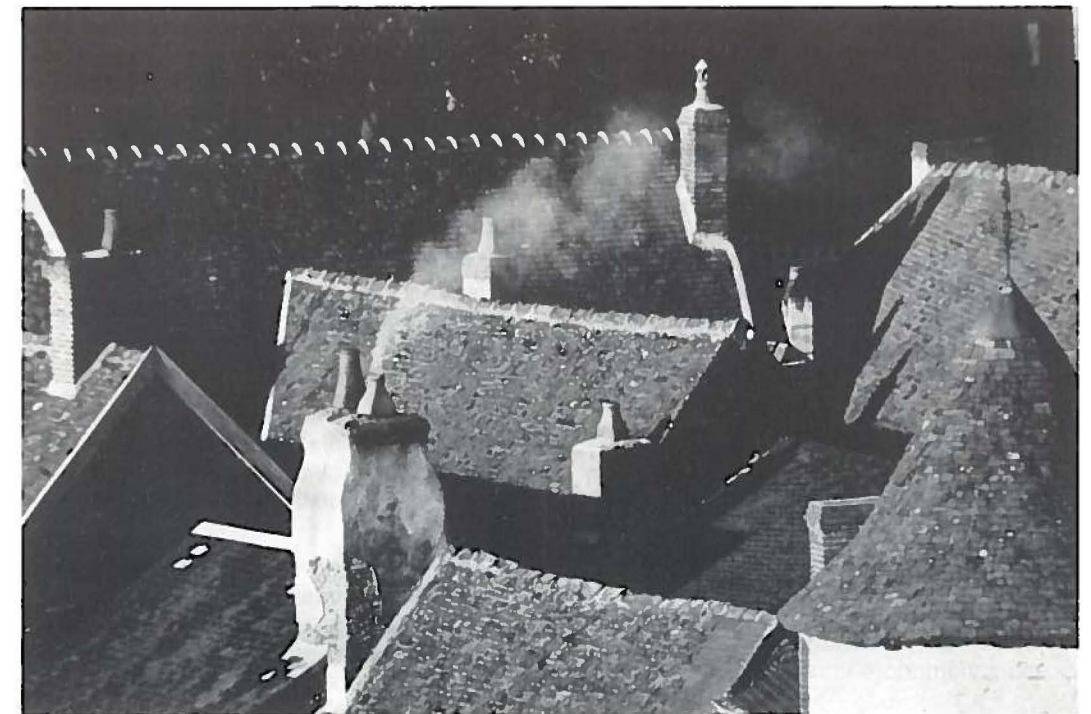
Vous avez vu tout à l'heure, pour illustrer de façon contraire, des harpes. A Gargillesse, nous avons un festival de harpes qui en est à sa 23^e édition et le quotidien y rejoint la tradition, car après une telle durée de vie, cela s'inscrit véritablement dans la vie de la commune. Le festival de harpes est le résultat de la présence d'un homme, Pierre Jamet, un harpiste, qui a créé l'école internationale de harpe et qui, tous les ans, organise une académie d'été. Depuis cette époque à Gargillesse, au mois d'août, les harpistes viennent en nombre, vivent dans le village, sont logés chez l'habitant, travaillent toute la journée. L'aboutissement de ce travail, c'est ce festival qui se déroule dans l'église et qui accueille beaucoup de monde. Ce type de réalisation est intéressante car elle correspond à l'histoire du village.

On a parlé aussi d'activités artistiques et culturelles, avec là aussi, le problème de la manière dont les habitants les appréhendent. Souvent ils considèrent que cela ne les concerne pas, que ce n'est pas pour eux quand c'est « pour les touristes ». Ils n'osent pas venir. Alors la politique du conseil municipal est d'inverser un peu les choses, et de mettre en place des éléments qui les concernent. Je vous ai dit tout à l'heure que Gargillesse a une tradition de peinture. Il se trouve que dans toutes les fermes il y a des tableaux. Ils ont été peints par les impressionnistes qui étaient logés chez

l'habitant à l'époque et qui, en échange de l'accueil aux frais de la famille, donnaient une toile. L'année dernière nous avons saisi l'occasion de regrouper l'ensemble de ces toiles qui se trouvaient éparpillées dans les fermes, pour en faire une présentation dans le cadre d'une exposition. C'est la première fois où pratiquement la totalité du village est venue à une exposition. En règle générale, les expositions sont fréquentées par les habitants du département mais pas par la population locale.

Ce sont de petites choses comme cela qu'il faut donc mettre en place progressivement. Un autre exemple : pendant ce festival d'été où la harpe est reine, rares sont les habitants de la commune qui viennent assister aux concerts. A part quelques personnes intéressées par l'instrument, très souvent, les habitants n'osent pas venir. Cela concerne un groupe de personnes très marginal. Eh bien nous avons mis en place, il y a quatre ans, un ensemble vocal où les gens de la commune viennent chanter. Le jour du concert annuel, c'est tous les environs qui viennent écouter dans l'église les œuvres présentées par les habitants. Je crois que c'est une approche possible pour faire prendre conscience aux gens qu'effectivement cela peut être aussi pour eux. Il ne s'agit pas qu'ils viennent chaque fois à tout, — si cela ne les intéresse pas, c'est leur droit — mais qu'ils ne se sentent pas éloignés de ce qui se met en place, et qu'ils puissent venir s'ils en ont envie.

Vanik BERBERIAN
Maire de Gargillesse



Gargillesse-Dampierre (Indre). Les toits. TDR.

Pierre Culand, Chargé de mission auprès du Directeur de la Caisse nationale des monuments historiques et des sites
Par rapport à notre dernière conversation, j'aurais souhaité poser cette question : vous évoquiez la contradiction qu'il pouvait y avoir entre la demande artistique du tourisme et la vie d'artistes et leur travail à l'intérieur d'un village, quelle est-elle ?

Vanik Berberian, Maire de Gargilesse

Effectivement, il y a là deux démarches parallèles qui ne sont pas forcément convergentes. Le dépliant touristique a pour titre « Gargilesse, village des artistes », c'est l'image de marque traditionnelle du village, car il est habité par des artisans d'art, des artistes peintres et musiciens. Cependant, les artistes ont une démarche de création qui leur est propre et ils n'ont pas forcément envie d'être perturbés par des dizaines, des centaines de gens qui passent, qui entrent dans les ateliers sans y être invités, qui posent parfois des questions qui ne sont pas toujours très intelligentes et qui n'ont pas forcément le tact nécessaire. Il n'est pas rare de voir entrer des gens dans les cours ou les jardins privés. On a vu des gens entrer dans la cuisine chez l'habitant et soulever le couvercle de la casserole pour voir ce qu'il y avait dedans ! Cela arrive. Je caricature un peu, mais ce n'est pas loin. Donc, parfois difficulté de relation entre la population qui vit là en permanence et celle qui passe.

Pour revenir précisément à la question de la dynamique touristique et de la dynamique artistique, effectivement elles ne vont pas forcément toujours dans le même sens, et quelquefois cela pose problème. Les visiteurs imaginent trouver des artisans potiers sur le tour ou les peintres devant le chevalet, et en fait ce n'est pas le cas. Les artistes sont là, mais isolés dans leurs ateliers. Comment peut-on résoudre ce problème d'autant que la demande des visiteurs est réelle ?

En organisant des concerts ou des expositions permanentes qui permettent aux gens de passage de rencontrer malgré tout des formes d'expression artistique. Et si le visiteur est vraiment intéressé, il peut rencontrer l'artiste, mais il s'agit d'une rencontre informelle, qui d'ailleurs est souvent une relation plus subtile et donc plus forte.

En filigrane, la question posée est celle du danger permanent que représente une organisation touristique trop élaborée qui risquerait de dénaturer et donc à terme de dévitaliser une identité forte.

Développer sans dénaturer, c'est ce que nous nous efforçons de faire. Le pari est difficile. Le village factice, le village décor, le village enrubanné pour touristes n'est pas notre objectif. C'est la recherche permanente de l'équilibre entre le cadre patrimonial trop soigné et la vie de village avec ses imperfections qui en font le charme. Les choses se mesurent toujours dans les détails

d'où la difficulté. La vieille charrue, la charrette et le pressoir fleuris au beau milieu de la place « pour faire joli » sont à mes yeux plus gênants que les torchons de cuisine qui séchent au vent.

Certains ont évoqué ce matin le problème que pose la venue en nombre des visiteurs et ce que cela peut occasionner comme gêne ou difficulté dans la gestion des parkings et de la circulation ou au niveau de l'assainissement. Et bien si cela est vrai en ville, c'est encore plus délicat à l'échelle d'une commune rurale. Nous souhaitons développer l'activité touristique pour des raisons économiques évidentes et aussi parce que nous sommes fiers de notre village et que nous aimons le faire découvrir et le partager mais nous ne sommes absolument pas jaloux du Mont Saint Michel et des centaines de cars avec les touristes pressés entre deux visites restant quelques minutes, histoire de faire la photo du siècle (papy-mamy en premier plan, la moitié de la cousine parce que l'image est mal cadrée avec en fond LE Mont Saint Michel et entre les deux, les eaux usées non traitées qui se déversent dans la mer). Bon d'accord, je caricature un peu ! Quoique...

Il y a aussi le danger de la récupération. Un exemple. Le romantisme est à la mode. George Sand aussi. Arrivé hier soir et me promenant dans Aix, je suis passé devant une boutique dont la marque est très connue mais dont je tairai le nom et qui propose des vêtements de mariage. Et bien en vitrine entre les mannequins, il y a un portrait de George Sand et des pages de la Mare au Diable. Je crois que Georges Sand serait très amusé de savoir qu'elle sert de pub dans les boutiques de voile blanc ! Pour en revenir à Gargilesse, vous sentez la problématique qui est la nôtre. Développer sans trahir, maintenir le patrimoine vivant, associer la population à la démarche. Ce dernier point est peut-être le plus délicat. Parce qu'il touche directement aux hommes et à leurs habitudes. C'est un travail particulièrement difficile car dans un monde rural très inquiet quant à l'avenir, les priorités n'ont pas la même valeur pour tous.

Pierre Culand

L'exemple de Gargilesse me fait penser à des problèmes spécifiques de patrimoine sur lequel on ne peut pas faire de tourisme, parce que quelquefois ce sont des patrimoines tellement vivants qu'ils en deviennent très sensibles, par exemple dans la région du Berry, ce qui pourrait être un très bon produit touristique : la sorcellerie, est un impossible produit touristique. C'est un produit qui a été tenté, qui est séduisant, vivant, mais un patrimoine dont on ne parle pas. C'est un forclos du patrimoine. Prenons maintenant un autre exemple à une échelle tout à fait autre, sortons du contexte français pour demander à Monsieur Dobroslav Libal de nous parler de Prague et du problème posé par le tourisme et la politique touristique de Prague.

Le cas de Prague



Prague. Le Pont Charles (XIV^e siècle).
A l'arrière-plan, une partie de la Vieille Ville.
Photo Vladimir Uher.

Les 1100 ans écoulés de l'évolution artistique ont transformé la ville de Prague en un pilier fondamental de la culture de la chrétienté occidentale. L'organisme urbain et architectural de Prague à toutes les époques historiques se manifeste par des œuvres attrayantes et intéressantes. Aux époques gothique et baroque de même qu'avant et après la première guerre mondiale, l'architecture pragoise a atteint le sommet de l'évolution européenne.

La liquidation du rideau de fer, l'ouverture des frontières et l'abolition des ennuis relatifs à l'échange de la monnaie ont créé une chance unique pour Prague de devenir réellement un des centres du tourisme culturel.

Au fait, le nombre de visiteurs – à peu près 3 millions en 1989 – a augmenté 7 fois pour atteindre 21 millions en 1990. On compte en moyenne à Prague 60 000 visiteurs par jour. Il va de soi que tout le monde ne s'intéresse pas aux monuments historiques. Sans doute, l'intérêt de voir une ville affranchie du communisme y a joué également un rôle notable.

Les visiteurs peuvent profiter des tours de ville en autocars pour voir le Château de Prague, le Petit Côté

et partiellement aussi la Vieille Ville. On peut visiter aussi individuellement des bâtiments publics, des musées, etc. Malheureusement, de nombreuses églises ne sont accessibles au public que pendant les heures des offices, pour faire face aux voleurs. C'est le Château de Prague qui offre la plus grande diversité de visites. En effet, on peut y visiter la cathédrale Saint-Guy, le vieux Palais, l'église Saint-Georges, la galerie du Château et aussi la Galerie nationale, la Ruelle d'or, le bastion nommé « Daliborka », le trésor de la cathédrale.

Prochainement, on pourra visiter aussi les salles du château fort roman et gothique et le Belvédère en style Renaissance dans l'ancien jardin royal.

La présentation au Château de Prague est relativement riche. A l'avenir, il faudra approfondir et spécialiser les connaissances des guides et leurs commentaires pendant la visite des divers monuments, des salles, etc.

Je suis persuadé que les besoins de la culture augmenteront en Europe et que le cliché de la présentation habituelle ne suffira plus. A Prague, on devra préparer des excursions spécialisées, par exemple la visite des

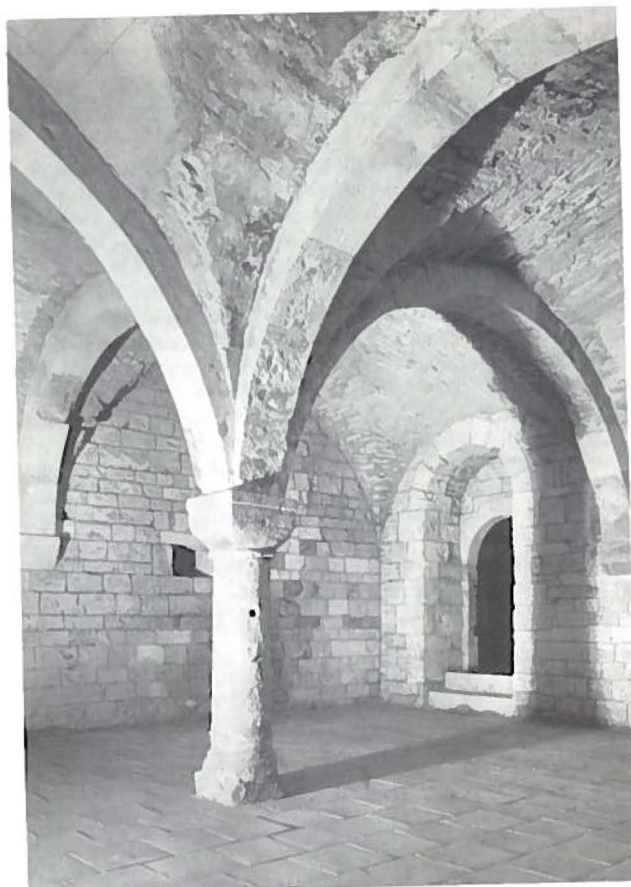


Prague. Nouvelle Ville (XIV^e siècle). Eglise Notre-Dame, façade occidentale et abbaye des Bénédictins. Nouveau pignon en béton armé construit après la destruction partielle de l'église pendant la seconde guerre mondiale. Au premier plan, bureaux des années vingt. Photo Vladimir Uher.



Prague. Les tours du Pont Charles, romane et gothique (XII^e et XV^e siècles). A l'arrière-plan l'église baroque de Saint-Nicolas de Malá Strana (Petit Côté). Photo Vladimir Uher.

maisons romanes de la Vieille Ville, des maisons gothiques, d'autres monuments de l'urbanisme historique de Prague, et aussi faire visiter Prague Renaissance, Prague baroque, Prague classique et Prague avant la première guerre, etc. On devra également se spécialiser selon les nationalités diverses des visiteurs – ainsi montrer des monuments d'architecture et le milieu qui intéressent particulière-



Prague. Vieille Ville, Intérieur d'une maison romane du XII^e siècle. Photo Vladimir Uher.

ment les français (les sites liés aux noms de Chateaubriand, Charles X, l'abbaye où fut partiellement créé le célèbre évangéliste de Reims, et plusieurs autres choses). Il en est de même pour les Italiens, les Juifs, les Allemands, les Espagnols, etc. En même temps, on pourra offrir des promenades à travers Prague littéraire, technique, musicale, Prague militaire.

J'espère qu'une telle présentation spécialisée sera bientôt reconnue comme nécessaire et attrayante pour la majeure partie des visiteurs de la ville de Prague.

Dobroslav LIBAL
Président du Comité Tchécoslovaque
de l'ICOMOS

ARLES Ville de culture – Ville de tourisme

Dernière ville sur le Rhône, là où le fleuve se divise en delta, Arles occupe une position privilégiée d'un point de vue géographique : résolument tournée vers le sud et la Méditerranée, elle est à égale distance de l'Espagne et de l'Italie. Commune la plus étendue de France (75 000 ha), elle est à la fois une vieille cité et une zone rurale ayant l'originalité de comprendre deux écosystèmes, la Crau et la Camargue et un littoral d'une quarantaine de kilomètres.

Si Arles est une des villes de France des plus connues, et des plus visitées, c'est principalement à cause de la richesse de son histoire et de son patrimoine, aussi bien populaire et ethnologique qu'architectural et artistique qui lui donnent une image tout autant de tradition et de maintenance que d'art et de culture au sens le plus universel de ces termes.

Arles peut donc être perçue aussi bien comme « conservatoire » de cette Provence populaire qu'a si souverainement chantée Mistral, Provence bucolique, sorte de paradis perdu nostalgique dont témoignent les fêtes traditionnelles, telles que la Pégoulade, la Fête du Costume ou la Cocarde d'Or, qui perpétuent aujourd'hui ce que l'on trouve en référence au Museon Arlaten ou encore au Musée Camarguais.

C'est le costume des Arlésiennes, la Camargue, la bouvine, les taureaux, les gardians, dont la fête annuelle remonte à bientôt 500 ans.

Mais Arles, c'est aussi une illustre Cité plus que deux fois millénaire, une ville où l'art et la culture sont omniprésents. Elle a eu la chance de conserver la plupart de ses prestigieux monuments, et tout particulièrement ses monuments romains et romans, que l'UNESCO a inscrit à l'inventaire du patrimoine mondial : l'Amphithéâtre, le Théâtre Antique, les Thermes de Constantin, les Alyscamps, la Primatale et le Cloître de St-Trophime...

Ces deux caractéristiques de notre ville lui confèrent une spécificité qu'il est impossible de ne pas prendre en compte et que les responsables municipaux ont été amenés à inscrire dans leurs projets de développement.

Ils ont fait de la culture une priorité, d'une part pour un mieux-vivre des Arlésiens mais aussi parce qu'elle constitue une richesse économique génératrice d'emplois et facteur de développement notamment au travers du tourisme.

Les raisons de ce choix méritent d'être précisés : Les 2000 ans d'histoire d'Arles, riches de ces prestigieux sédiments culturels, témoins des temps forts de

la ville, ont été jalonnés de périodes moins fastes, voire difficiles.

Très près de nous, le marasme économique culminait au cours des années 80, entraînant la perte de 2 000 emplois ; le demi-échec du bassin de Fos en fut partiellement la cause.

Parallèlement, le cœur de la ville se dépeuplait de manière chronique (exode de 2 300 habitants entre 1968 et 1982), entraînant la détérioration rapide de son cadre de vie (538 logements vacants, 1 200 logements sans confort, 900 façades dégradées).

Face à ce dépeuplement, qu'ont connu par ailleurs de nombreuses villes moyennes françaises, la municipalité d'Arles se devait de réagir en mettant en place une stratégie globale de réinvestissement de son centre ancien, en utilisant au mieux les aides ou stimulations de l'Etat.

Au-delà des actions de requalification du centre ancien, Arles a résolument voulu, au travers d'une politique volontariste créer de nouvelles structures et instituer des manifestations culturelles délibérément échelonnées tout au long de l'année, notamment en période « creuse » sur le plan touristique qui mettent en place une synergie dont profite le tourisme culturel et enfin le tourisme tout court.

Ainsi, l'Espace Van-Gogh, installé dans l'ancien Hôtel Dieu où fut soigné Vincent, constitue aujourd'hui un vaste espace culturel qui accueille des structures permanentes : une médiathèque, les archives communales, un centre universitaire, le collège des traducteurs littéraires, les salles des grandes expositions temporaires, des commerces. Ce nouveau pôle culturel a eu pour effet de modifier le fonctionnement du centre urbain, de revitaliser tout un secteur du cœur de la ville.

L'existence de ces structures permanentes et leurs actions temporaires illustrent bien l'interaction entre l'urbanisme, la culture et le tourisme culturel : ainsi les manifestations de la médiathèque, les assises annuelles de la traduction littéraire, les grandes expositions de peinture ou de sculpture : Van-Gogh, Goya, Picasso, Zadkine.

Chaque été, les Rencontres Internationales de la Photographie (R.I.P.) constituent la première et la plus importante manifestation d'Art photographique du monde entier. Cette manifestation attire dans notre ville un vaste public très « ciblé » composé d'artistes, de professionnels, de responsables de grandes firmes, de critiques, de galeristes, de stagiaires ou de simples

amateurs. Le dynamisme et le rayonnement de cette manifestation ont permis la création de la première école nationale de la photographie en France.

C'est dans cette même dynamique que la politique culturelle municipale a favorisé l'implantation sur la Commune d'entreprises telles qu'Actes Sud ou Harmonia Mundi qui s'imposent dans le monde de l'édition de livres et de disques ainsi que du C.I.C.L. (Centre Interrégional de Conservation du Livre) dont certains travaux s'exportent à l'étranger : en Iran, au monastère St-Jean de Patmos, en Espagne et à Quito en Equateur.

Enfin aura lieu en 1994 l'inauguration de l'I.R.P.A. (Institut de Recherche sur la Provence Antique). Implanté sur la presqu'île où ont été mis à jour et fouillés les vestiges du cirque romain, immense hippodrome de 400 m de long sur 100 m de large, l'I.R.P.A. jouera un

rôle d'articulation entre la ville et les nouveaux quartiers. Ce bâtiment de 15 000 m², œuvre de l'architecte Ciriani, monument du XX^e siècle, assure trois fonctions principales : accueil et formation, muséographie, restauration de mosaïques, bronzes et verres.

Réhabilitation du patrimoine architectural, restauration des monuments historiques, reconstitution des pôles urbains drainant les flux des piétons, manifestations culturelles se conjuguent donc en centre ville et se servent mutuellement. Ces manifestations puisent dans le patrimoine régénéré leurs raisons d'être, leurs lieux et aussi leur capacité de développement.

Jean-Paul FRANKUM
Maire-Adjoint d'Arles

L'exemple des Villes et Pays d'Art et d'Histoire

L'appellation « Villes et Pays d'Art et d'Histoire » correspond à un label déposé à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle). Les villes ou pays détenteurs de ce label se sont engagés par une convention avec la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites à développer une politique d'animation de leur patrimoine.

Chaque convention élaborée en étroite concertation avec les communes établit un programme d'actions guidé par plusieurs principes :

- une conception enrichie de la notion de patrimoine ;
- la volonté d'un tourisme actif ;
- l'engagement de sensibiliser les habitants à leur cadre de vie ;
- le souci de communiquer au public jeune le goût de la découverte et la connaissance de son environnement ;
- l'obligation de recourir à un personnel qualifié, aux connaissances réactualisées en permanence.

La mise en œuvre des actions est coordonnée par un animateur du patrimoine qui travaille en relation suivie avec des guides-conférenciers agréés et les acteurs touristiques et culturels locaux.

Fédérés par la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites, soumis à une qualité surveillée, les Villes et Pays d'Art et d'Histoire constituent un réseau d'échanges, d'expériences et de savoir-faire. Ce réseau s'étend sur tout le territoire national et permet aux visiteurs français et étrangers d'identifier plus aisément les villes qui ont la volonté de valoriser leur patrimoine. Il recouvre également de nombreuses villes qui ont un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur ou une Zone de Protection du Patrimoine Architectural et Urbain.

Ces Villes et Pays d'Art et d'Histoire sont bien sûr les plus à même de développer le tourisme urbain. Leur patrimoine attire naturellement les touristes. Pourtant il ne suffit pas de posséder des richesses architecturales pour générer un tourisme culturel. Un exemple : les villes qui possèdent un monument majeur, une cathédrale, un château attirent de nombreux touristes qui restent en moyenne trente minutes dans le monument et quittent la ville aussitôt. Ceux-ci n'auront pas découvert la ville et n'auront pas contribué à développer l'économie locale. Devant ce constat, la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites demande aux Villes et Pays d'Art et d'Histoire de respecter un plan visant dans le moyen terme à

développer un tourisme urbain. Celui-ci prend obligatoirement en compte :

- la qualité de présentation du patrimoine architectural et urbain et par voie de conséquence la formation des personnels,
- la prise de conscience par les habitants de leurs richesses artistiques,
- la sensibilisation du jeune public,
- la formation des médiateurs sociaux et touristiques : les élus, les hôteliers-restaurateurs, les taxis...

Développer le tourisme urbain dans les Villes et Pays d'Art et d'Histoire, c'est prendre en compte la présentation du patrimoine dans sa notion la plus large. C'est dépasser la seule présentation architecturale et anecdotique des monuments, des sites prestigieux ou des quartiers anciens. C'est s'attacher à tous les témoignages qui font l'histoire et donnent à un lieu son visage. C'est prendre en considération les vestiges visibles et enfouis, la maison toute simple et l'hôtel particulier, l'environnement de la cathédrale et du château, la restauration de l'ancien et la création contemporaine. Rares sont les visiteurs capables d'emblée de saisir dans sa globalité l'histoire d'une ville. Leur premier sentiment est de la trouver, belle ou moche, chaleureuse ou froide, dynamique ou passive, etc., sans qu'ils sachent expliquer le pourquoi de leurs impressions. Pousseront-ils plus loin leurs investigations s'ils ne possèdent pas les clés pour mieux saisir la ville ? La plupart ne s'attarderont pas, ne feront que passer sans la regarder.

Au même titre que le tourisme des sports d'hiver ou de nature, le tourisme urbain exige d'avoir un minimum de connaissances, de repères. Découvrir la ville, c'est par exemple être apte à décrypter son organisation spatiale et volumétrique, c'est être sensible à ses rythmes, à sa palette de couleurs, à ses textures et à ses articulations.

Force est de constater qu'actuellement en France le tourisme urbain en est à ses prémices, faute de gens aptes à pratiquer et faute de personnel compétent pour contribuer à son développement. Celui-ci suppose de recourir à un personnel capable d'intéresser les visiteurs au patrimoine architectural et urbain.

Pour parvenir à cet objectif dans les Villes et Pays d'Art et d'Histoire, la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites a créé des stages de formation à l'intention des personnes désirant conduire des visites. Ces stages ont pour but d'enseigner des méthodes d'approche de l'urbanisme, de l'architecture

et du mobilier. Ils apprennent aux guides-conférenciers à instaurer un dialogue avec leurs visiteurs, à éveiller leur sensibilité, à regarder la belle architecture comme le patrimoine le plus ordinaire, à leur montrer l'actualité du patrimoine : la restauration réussie comme les « erreurs », pour l'architecture contemporaine, l'environnement, le mobilier urbain, les enseignes doivent être abordées, tous ces éléments forment la ville.

Dans les Villes et Pays d'Art et d'Histoire, des circuits pédestres d'environ deux heures sont proposés aux touristes toute l'année sur RV, et à heures fixes en période estivale pour les individuels. Ces circuits permettent de découvrir l'évolution urbaine et ses particularités architecturales. Des visites thématiques sont également proposées en toute saison. Les sujets sont aussi bien traditionnels (les maisons à pans de bois, l'architecture religieuse) que novateurs (les jardins et les espaces verts, l'architecture industrielle, les cimetières...).

Pour information en 1990, les 110 Villes et Pays d'Art et d'Histoire ont reçu 1.500.000 visiteurs. Bon nombre de ces visiteurs sont en groupe constitué, le pourcentage des visiteurs individuels faisant la démarche de suivre une visite restant encore faible.

Certaines Villes d'Art et d'Histoire pour favoriser la découverte de leur ville ont créé des manifestations originales alliant séduction et rigueur scientifique :

– à **Vienne**, « les harmoniques de pierre » proposent de visiter les principaux monuments en compagnie de jeunes orchestres et de guides-conférenciers ;

– à **Rochefort**, des balades contées organisées avec le Centre International de la Mer sont orchestrées par un conteur professionnel, faisant appel aux légendes, mythes et chansons maritimes pour mieux appréhender la ville. Les guides-conférenciers présentent l'architecture, et de vieux Rochefortais racontent les lieux à une certaine époque. Des échanges, des dialogues s'instaurent ;

– à **Chambéry**, des « soirées Rousseau » invitent les visiteurs à cheminer dans la ville et à se plonger dans l'atmosphère du XVIII^e siècle, recrée par les textes et les situations inspirées des Confessions ;

– à **Langres**, « la ronde des hallebardiers » occupe les remparts et met en scène l'histoire de la cité entre 1548 et 1577. Les visiteurs costumés choisissent leur camp (Langrois, Ligueurs ou Protestants) et vivent les événements à un rythme soutenu.

Dans cet exemple, tout comme celui des balades contées, l'implication de la population locale a été déterminante pour favoriser le tourisme urbain.

Ceci nous amène à parler des habitants. Ne sont-ils pas les premiers acteurs du développement du tourisme urbain ? Ne sont-ils pas la première source de renseignements des touristes ? Une ville qui génère un tourisme urbain (et non un nombre de visiteurs) est une ville dont le patrimoine est reconnu et respecté par ses habitants. C'est pourquoi des actions de sensibilisation régulières spécialement organisées à l'intention de la population locale doivent être programmées pour développer à terme un tourisme intelligent :

– à **Saint-Quentin**, grâce aux guides-conférenciers qui ont fait un inventaire des entreprises industrielles intéressantes du point de vue de l'architecture, du

mobilier et de l'histoire des techniques, des visites ont été proposées sur le thème du patrimoine industriel. Les habitants passionnés par ce type de patrimoine ont favorisé la création de visites à l'intention des touristes ;

– à **Poitiers**, le « rallye de la cocarde » a permis à de nombreux Poitevins dans le cadre du Bicentenaire de la Révolution française de découvrir l'architecture et l'histoire de leur ville d'une manière attrayante.

Ces deux exemples ont pour objectif de familiariser les habitants à l'histoire de leur ville et de peu à peu les transformer en véritables ambassadeurs auprès des touristes. Ils doivent être considérés comme partenaires à part entière de la valorisation de leur patrimoine.

Dans d'autres villes comme **Rennes** ou **Nancy**, les chauffeurs de taxis, les agents de la police municipale ont suivi une formation sur les richesses de leur ville. Ils sont maintenant à même de renseigner les visiteurs.

Les jeunes sont aussi des acteurs du développement du tourisme urbain, ils seront les touristes de demain. Si on leur apprend à lire la ville, à comprendre leur environnement, à saisir l'intégration des bâtiments dans le tissu urbain, à percevoir l'agencement des rues et des places, à différencier les logiques d'aménagement, ils deviendront des touristes avertis :

– à **Rochefort**, un groupe de travail réunissant l'animateur du patrimoine et de jeunes lycéens a pour objectif de réfléchir à des propositions de découverte du patrimoine adaptées à des jeunes. Un jeu appelé « Au fil de la Charente » est maintenant proposé aux classes du primaire pour les sorties de fin d'année. Ces lycéens ou plutôt lycéennes ont déterminé l'itinéraire, préparé des questions, réparti les animations tout au long du parcours.

Enfin on ne saurait parler de tourisme urbain sans prendre en compte l'accueil du visiteur pour qu'il puisse s'informer et se documenter.

Un personnel formé doit pouvoir lui fournir tous les renseignements dont il a besoin. La présentation d'une exposition permanente sur l'histoire urbaine doit lui permettre de mieux appréhender la ville. Une politique éditoriale doit lui permettre de choisir la brochure ou le guide qui lui convient.

Des manifestations temporaires en relation avec la spécificité et l'actualité du patrimoine doivent être proposées.

Enfin une signalétique cohérente est l'élément indispensable pour mieux accueillir le visiteur.

En conclusion la réussite d'une politique touristique active et innovante doit être fondée sur la qualité des structures d'accueil mis à la disposition des touristes. La restauration et la réhabilitation du patrimoine ne peuvent suffire à elles seules à favoriser un tourisme urbain.

Susciter le tourisme urbain, c'est amener les visiteurs à apprécier un environnement, une ambiance, à s'intégrer à la population locale.

Marie-José CARROY BOURLET
Responsable du Secteur des
Villes et Pays d'Art et d'Histoire

Quel est l'intérêt réel des regroupements en routes de l'histoire tant pour favoriser la fréquentation qu'une motivation du public à découvrir ce type de patrimoine

A travers une expérience personnelle, je vais vous présenter le cheminement qui nous a mené, mon épouse et moi-même, à créer, en 1983, la Route Historique des Hauts Lieux de Provence.

Je tiens tout d'abord à souligner que nous ne sommes pas des précurseurs dans ce domaine, car la « Route Jacques Cœur » existe déjà depuis plus de vingt ans.

Aujourd'hui, ce sont près de 70 Routes de l'Histoire qui regroupent, à travers la France, des centaines de Monuments Historiques ouverts au public préselectionnés. La sélection s'effectue à partir de critères bien définis concernant leur architecture et la qualité de leur accueil. Leur coordination est assurée conjointement par l'Association « La Demeure Historique » et « La Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites ».

Pour bien comprendre le processus qui nous a amené à créer notre circuit, je me permets de vous parler de notre maison, le Château d'Entrecasteaux, acheté par mon père en janvier 1974.

LE CHÂTEAU D'ENTRECASTEAUX

Cette demeure, laissée à l'abandon depuis de nombreuses années, était pratiquement à l'état de ruine. Pour la sauver, nous avons dû reconstruire 70 % des planchers, la toiture et la quasi totalité des 120 fenêtres.

Dès le début des travaux de restauration, un grand nombre de personnes nous a exprimé leur souhait de pouvoir visiter le château.

Ainsi avons-nous accueilli, la première année, près de 1 000 visiteurs, mais, compte tenu du chantier en cours, nous n'avions pas le temps de faire une véritable promotion touristique.

Mon père, décédé en janvier 1981, me légua un château à moitié restauré et un compte en banque déficitaire.

Pour faire face à cet héritage et aux droits de succession qui s'y attachaient, mon épouse Andrea et moi-même, décidés à poursuivre la restauration, avons fait tout notre possible pour accroître le nombre de nos visiteurs.

NOS PREMIERS EFFORTS EN MATIÈRE DE PROMOTION TOURISTIQUE

Nous avons la chance que le château d'Entrecasteaux soit à seulement 15 km d'un des monuments histo-

riques les plus visités en Provence : l'Abbaye du Thoronet.

Pour attirer ce public, nous avons conçu un prospectus concernant le château d'Entrecasteaux, que nous avons distribué personnellement sur le parking de l'Abbaye. Les résultats ont été immédiats, et le nombre de nos visiteurs a dépassé 10 000.

Mais, très rapidement, nous avons réalisé qu'il nous serait très difficile de promouvoir efficacement un monument isolé, loin des grands axes routiers.

Notre adhésion à l'association de la Demeure Historique nous a permis de rencontrer des gens, qui confrontés à des situations semblables, avaient organisé des circuits de Monuments Historiques appelés à l'époque « Routes de Beauté ».

Cette solution paraissait la meilleure, car il était indispensable de faire une campagne de grande envergure afin de sensibiliser le public, et surtout la population locale, qui jusqu'alors semblait ignorer les richesses architecturales qu'il possédait.

Il est certain, qu'avec une attitude comme celle que je peux citer à Entrecasteaux où les deux bistrotts du village ferment le même jour, pour que l'un ne puisse pas profiter de la clientèle de l'autre, ce but risquait d'être difficile à atteindre.

LE TOURISME DANS LE VAR

Le Var, habitué à de nombreuses années de tourisme facile, a mis longtemps à comprendre que cela ne pouvait pas durer éternellement. Ce n'est que lorsque, il y a quelques années, boudée par sa clientèle habituelle, le département a connu une nette régression du taux de fréquentation, qu'il a commencé à se rendre compte que les choses étaient en train de changer.

En effet, la qualité de l'accueil laissait à désirer, et les prix étaient trop élevés par rapport à ceux des autres régions de France.

Les dépliants touristiques du département montraient invariablement des filles en maillot de bain, des plages de sable blanc, et le ciel bleu de Provence. Tout était axé exclusivement sur le littoral.

Les responsables du tourisme ont enfin compris qu'il fallait non seulement améliorer l'accueil, mais aussi promouvoir l'arrière-pays jusqu'alors inexploité.

Néanmoins, le contenu des dépliants touristiques a peu changé.

Nous avons assisté à de nombreuses réunions sur le tourisme, mais à aucun moment il n'a été question d'utiliser les monuments que possède notre région comme pôle d'attraction touristique majeur.

LA ROUTE HISTORIQUE DES HAUTS LIEUX DE PROVENCE

Avec l'aide de la Direction Régionale des Affaires Culturelles, nous avons choisi une quinzaine de monuments susceptibles de participer à notre Route.

Pour leur faire part de notre projet, nous avons invité les responsables des monuments choisis à un déjeuner de travail à Entrecasteaux.

Cette réunion eut lieu en décembre 1982. Notre premier dépliant, tiré à 50 000 exemplaires, fut distribué trois mois plus tard.

La Route actuelle, remarquable par sa diversité, réunit les monuments suivants :

La Basilique de Saint-Maximin,
Le Palais des Comtes de Provence à Brignoles,
Le château de Vins,
L'Abbaye de Thoronet,
Le château d'Entrecasteaux,
La collégiale Saint-Martin de Lorgues,
La chapelle Sainte-Roseline et le parage, partie médiévale du village des Arcs sur Argens,
Les Arènes de Fréjus,
La Cité épiscopale de Fréjus,
Le château de Grimaud,
La citadelle de Saint-Tropez,
La Tour Royale de Toulon,
Le Fort Balaguier à La Seyne et
La collégiale Saint-Pierre de Six-Fours.

Nous avons mis à votre disposition des dépliants de la Route Historique des Hauts Lieux de Provence, qui vous donneront des indications sur l'histoire de ces monuments.

Constituer une association réunissant des monuments si divers est d'une réelle complexité. En effet, de ces bâtiments, 8 sont la propriété de la Commune, parmi lesquels 4 sont représentés par le Syndicat d'Initiative, 2 par des associations loi 1901 et 2 par des Conseillers Municipaux. A titre d'exemple également, la citadelle de Saint-Tropez appartient au Service des Domaines, est entretenue par la Commune, sauf pour l'intérieur qui dépend du Musée de la Marine. Elle est représentée par son conservateur. Les deux châteaux sont privés. La Tour Royale appartient à la Marine mais est représentée par l'Office de Tourisme. Les deux derniers monuments appartiennent à la C.N.M.H.S., et sont en général représentés par la D.R.A.C.

Il va sans dire que la gestion d'une telle association n'est pas toujours simple et que, compte tenu des mélanges de personnes qui s'y trouvent, on rencontre quelquefois des difficultés inattendues ; ainsi le responsable d'un monument qui s'est retiré récemment de notre route, me dit un jour :

« Pourquoi, alors que nous payons tous la même participation financière, nous donnez-vous moins de dépliants qu'aux autres membres de notre association ? »...

Je n'ai jamais réussi à le convaincre que nous ne pouvions pas donner autant de dépliants à un monument qui reçoit moins de 5 000 visiteurs par an qu'à celui qui en reçoit plus de 100 000.

Il n'a jamais compris que c'étaient justement ces monuments à grande affluence qui faisaient par la diffusion de notre dépliant la publicité des petits.

LE DÉVELOPPEMENT DE LA ROUTE HISTORIQUE

Après cette première étape, nous avons continué à développer notre route sur la base de nos propres expériences.

Depuis plusieurs années déjà, nous avons pris l'habitude de planifier nos courtes périodes de vacances en fonction des monuments historiques que nous désirions visiter. Nous avons constaté que, même pour des gens particulièrement motivés comme nous, deux ou trois visites de monuments dans la journée suffisaient amplement. Le reste du temps, mis à part nos promenades en ville, nous avons recherché de bons vins et des auberges sympathiques pour l'hébergement.

C'est pour cette raison qu'en 1986, nous avons jumelé notre route avec celle des Vins des Côtes de Provence. Cette collaboration nous permet de profiter chacun du public de l'autre.

Notre dépliant connaît un succès croissant et a reçu un accueil très favorable de la part du public. Le tirage actuel est de 150 000 exemplaires, avec des traductions en anglais, allemand et italien.

Il est distribué par tous les Syndicats d'Initiative et Offices de Tourisme du Var ainsi que par les Offices de Tourisme des grandes villes limitrophes à notre département. Il est également distribué par le Comité Départemental du Tourisme et le Syndicat des vins Côtes de Provence aux différents salons du Tourisme et foires agricoles auxquels ils participent tant en France qu'à l'étranger.

En 1992, notre dépliant sera complété par des circuits créés autour de chaque monument. Chaque circuit comprendra la visite d'au moins une cave viticole dont les responsables se sont engagés à assurer un accueil chaleureux à leurs visiteurs, ainsi que des auberges et restaurants offrant des plats régionaux.

Pour profiter pleinement de cette structure, nous étudions actuellement, en collaboration avec le Comité Départemental du Tourisme, des circuits chiffrés qui pourront être proposés aux caristes.

LE BILAN APRÈS 7 ANS

A ce jour, nous avons constaté une nette amélioration de la fréquentation des monuments faisant partie de notre circuit. La citadelle de Saint-Tropez par exemple, a vu le nombre de ses visiteurs annuels augmenter de 40 % et nous-mêmes recevons actuellement au château d'Entrecasteaux plus de 20 000 visiteurs par an.

Aujourd'hui, l'ensemble des monuments de notre route reçoit près de 500 000 visiteurs par an, et les retombées financières pour le département ne sont pas négligeables.

Une étude récente faite pour le compte du Conseil Général du Var a établi que mis à part les activités balnéaires, le patrimoine architectural arrivait en tête de liste des attractions touristiques.

Malgré cela, notre association n'a jamais été invitée à participer aux comités qui déterminent les actions de promotion touristiques de notre département. Cela est regrettable, car je suis certain que l'expérience de nos adhérents en matière d'accueil et de tourisme serait un atout indispensable à l'élaboration de structures touristiques cohérentes.

A ce sujet, je me permets de citer le directeur d'une entreprise spécialisée en tourisme culturel, chargé récemment de faire un audit sur les possibilités de développement de notre département dans ce domaine, qui, quand je lui ai demandé son avis sur notre région,

a commencé sa réponse par : « Ça me rappelle le Brésil, quand j'y étais il y a 20 ans... »

Nous avons en effet un long chemin à parcourir avant d'atteindre les taux de fréquentation des monuments historiques en Angleterre, qui reçoivent chaque année trois fois plus de visiteurs que les monuments français. Mais je suis certain que nous rattraperons ce retard, et qu'un des moyens les plus efficaces est le regroupement de nos monuments Historiques en Routes de l'Histoire.

Lachlan Mc GARVIE-MUNN
Président de la Route Historique
des Hauts Lieux de Provence
Délégué de la Demeure Historique

Les relations internationales dans un processus de développement du tourisme urbain

Cité de 30 000 habitants, au cœur d'une agglomération de 120 000 habitants, à 15 minutes de la Suisse et à 45 minutes du Bade-Wurtemberg, Montbéliard, ancienne principauté du même nom, rattachée à la France en 1793, cherche à se refaire une image valorisante.

UNE IMAGE QUI PÈSE : CELLE D'UNE VILLE INDUSTRIELLE

Connue de nos jours pour son caractère industriel, avec sur son sol le Centre de production des automobiles Peugeot, première concentration industrielle de France avec 23 000 salariés, la Ville de Montbéliard qui vit essentiellement de l'automobile, en tire des avantages certains (emplois, taxe professionnelle) ; quoique dynamisant la première région économique de Franche-Comté, la ville s'est posée la question au début des années 1980, au cœur de la crise de l'énergie qui frappait de plein fouet l'industrie automobile, de savoir comment elle allait assurer son avenir économique.

La possibilité d'un tourisme urbain, axé sur un centre historique potentiel, pouvait offrir une planche de salut.

De plus, la morosité frappant les habitants fit ressortir davantage la laideur du cadre urbain, triste et gris, qui n'avait fait l'objet, tant de la part des pouvoirs locaux que des propriétaires, d'aucune mesure conservatrice ou de mise en valeur.

Une vérité courait sur toutes les lèvres : la ville est triste ; l'automobile l'a saccagée.

Les habitants avaient honte de leur ville et de son image.

UN DIAGNOSTIC, UNE ÉTUDE URBAINE : LES PRÉMICES DE LA RÉVOLUTION CULTURELLE URBAINE

Engagée en 1984, une étude urbaine, conduite par l'architecte-conseil du Maire, allait engager bon nombre de partenaires dans une recherche des atouts potentiels, de leur état, de leur qualité.

Service historique des Archives de la Ville, services de la D.R.A.C. de Franche-Comté (inventaire général, monuments historiques), architecte des bâtiments de France, architecte en chef des monuments historiques, architectes libéraux ou locaux, propriétaires érudits, scolaires, fonctionnaires et élus allaient être associés à cette quête et à ce processus.

Le constat montrait que la morphologie urbaine avait subi des agressions (couverture des rivières qui irriguaient le cœur historique, occupation exagérée des espaces historiques par les parkings, etc.).

Cependant, grâce aux travaux de l'inventaire général, un bilan qualitatif était dressé. L'originalité du patrimoine bâti montbéliardais était mis en exergue ; l'architecte-conseil mettait de son côté l'accent sur la qualité de l'urbanisme ancien (rues courbes du premier quartier sous le château, bourg des Halles, bourg Saint-Martin).

MONTBÉLIARD, DANS UN ENVIRONNEMENT CULTUREL EUROPÉEN

Parallèlement, les recherches menées dans l'histoire générale de la ville mettaient en exergue des personnages clés.

Des voyages volontaristes conduisaient tous ces partenaires dans l'environnement culturel historique commun à celui de l'ancienne principauté (Suisse alémanique, Land du Bade-Wurtemberg en Allemagne).

La principauté, liée pendant 500 ans au Duché de Wurtemberg, avait certainement subi des influences dans de nombreux domaines.

Des notions d'aménagement urbain en centres anciens, de politique de la couleur dans la ville, étaient échangées avec nos hôtes étrangers.

Outre les actions de sensibilisation sur place (publication d'un numéro spécial de « Images du patrimoine », Atlas Urbain et pochette diapositives pour les écoles, classes « Lecture du paysage urbain », maquette, association des clubs de prévention de la délinquance aux chantiers d'archéologie urbaine, mise au point de plaques de rues à caractère historique, formation des hôtes de l'Office de Tourisme et participation des guides bénévoles, expositions sur les recherches mises en scène par le Centre d'Action Culturelle), autant d'actions qui visaient à associer la population à cette entreprise, afin de recréer un milieu urbain non rejeté.

Mais, forts des recherches historiques et des moyens d'étude dans les pays limitrophes, il apparut vite que des concepts communs à cette ère alémanique permettaient d'engager un dialogue culturel avec nos voisins ; que si ceux-ci montraient un certain intérêt, c'était une reconnaissance pour le patrimoine montbéliardais, le développement d'un sentiment de fierté chez les habi-

tants, les prémices d'une politique économique axée sur le tourisme urbain culturel.

Un sentier urbain de 2,8 km fut élaboré à travers la ville ; guider le visiteur, le montbéliardais sur les traces d'un architecte wurtembergeois de la Renaissance devenait vite l'enjeu de la démarche. Montbéliard présentait dans son malheur la chance de posséder les plus beaux et la plus grande concentration d'édifices dus à ce personnage : Heinrich Schickhardt.

SCHICKHARDT : UN LIEN CULTUREL AVEC LE WÜRTEMBERG

Devant le succès du sentier urbain présenté aux Wurtembergeois, le Conseil de l'Europe et sa Direction des Itinéraires Culturels proposaient l'élaboration d'une route européenne Heinrich Schickhardt.

Conduite de septembre 1989 à décembre 1990, une enquête auprès des villes allemandes et alsaciennes concernées par le phénomène Schickhardt aboutissait à réunir quinze villes autour de Montbéliard.

Ce fédéralisme permettait de réaliser un document quadrichrome bilingue (français et allemand) de 24 pages, diffusé dans les 16 villes.

Non officiellement annoncé, cet itinéraire suscite déjà des initiatives.

Les techniciens supérieurs du Lycée Viette de Montbéliard (section audio-visuel) préparent un film vidéo Beta Cam de 14 minutes sur la route européenne Schickhardt (versions française et allemande).

Les tours operators se renseignent sur le contenu de cet itinéraire et examinent les produits touristiques possibles, en association avec le service historique de la Ville.

Un rallye de voitures anciennes est à l'étude, etc.

Les bus de plus en plus nombreux de Wurtembergeois qui débarquent dans la ville sont remarqués par les Montbéliardais.

La venue de ces « touristes », la reconnaissance par le Conseil de l'Europe de la qualité d'un patrimoine dénommé depuis lors exceptionnel, a éliminé tout doute de l'esprit des Montbéliardais sur la possibilité ou non d'un développement de tourisme urbain.

L'Office de Tourisme entame sa saison 1991 sous le label « Patrimoine urbain et évasion ». Les visites guidées se sont multipliées de manière très encourageante.

Les premières conclusions peuvent être dégagées après 7 ans de travail opiniâtre, pas toujours facile, souvent conduit dans un milieu hostile ou réfractaire à ces notions de tourisme de qualité.

Mais aujourd'hui, la partie semble gagnée.

Les grandes leçons qu'il en reste sont :

1. compter avec le facteur « temps ». La durée est une nécessité dans ce type d'action ;
2. l'expérience des autres et l'étude d'un environnement semblable, mais traitées dans une sensibilité différente, est un apport inestimable ;
3. nul n'est prophète en son pays. Une caution extérieure (ici, l'action engagée avec le Bade-Wurtemberg) est souvent déterminante pour l'opinion publique ;
4. enfin, dans un milieu à l'origine hostile, une méthode rigoureuse, une recherche scientifique de qualité, sont des gages de nécessité dans la durée.

Jean-Claude VOISIN
Directeur du Service Historique
de la Ville de Montbéliard

A propos d'études urbaines Compte rendu d'une expérience à Montbéliard

Rien ne peut se faire sans la connaissance préalable de ce qui fait problème et les villes sont des entités complexes où la matière urbaine se confond presque avec la matière humaine qui s'y est incrustée. Pour connaître la ville, il faut que ceux qui l'habitent, qui la fréquentent ou qui en usent participent à la découverte journalière qui s'offre à chacun dans le cadre d'une étude urbaine menée convenablement.

Il faut, dès le commencement que la population soit là, présente, curieuse, active et conviviale. Cela ne se produit pas à la demande.

La rencontre, le partage et la passion doivent être au rendez-vous.

Ainsi, parfois, comme à Montbéliard, le courant passe et tout se met en place.

Un architecte venu d'ailleurs conduit une étude sur la ville et son centre selon des règles et une expérience établies.

Un responsable du service historique des archives de la ville en relation permanente avec les chercheurs isolés et la société savante locale se prend au jeu de la démarche urbaine et apporte la caution de la population.

Un groupe de réflexion se forme, nourri de sa connaissance éclatée et des analyses techniques et graphiques menées au fur et à mesure.

La ville devient peu à peu un interlocuteur à part entière, car sa silhouette apparaît, son visage se fait deviner, ses façons, ses manières se révèlent au fil des jours et des mois. Sa personnalité prend du corps, sa structure physique et mentale semble exister, se proposer, s'imposer.

Ce groupe de réflexion a une importance primordiale dans la mesure où chacun se révèle à l'autre, venus les uns et les autres d'horizons socio-professionnels différents et porteurs naturellement d'une connaissance et d'un message trop longtemps refoulés. La passion est au rendez-vous et c'est elle le moteur de l'étude. On connaît peu sa ville et le moyen est là pour la découvrir réellement, pour marcher dans la ville et redonner aux archives tout le sens de la ville dans l'histoire, l'archéologie, le terrain même dont il est question.

Commencée en 1984, cette étude de Montbéliard porte aujourd'hui ses fruits grâce aux partenaires qui ont accompagné le premier groupe de réflexion, attirés par cette façon de vivre les choses.

Les services de la D.R.A.C. de Franche-Comté, l'Inventaire et les Monuments Historiques, sont venus apporter leur méthode et leurs techniques. Ils ont aussi

découvert à leur tour que le travail en équipe, avec la population, était beaucoup plus payant pour la connaissance et la mise en valeur de ce patrimoine. Chaque jour, chaque semaine, chaque mois, chaque fois selon les disponibilités de chacun, la question côtoyait sa réponse et reposait à nouveau la question pour une autre réponse. De tout cela, de toutes ces portes qui se sont ouvertes devant eux, pour eux, les inventeurs que nous étions devenus ont accouché d'un Inventaire sous forme d'un cahier du patrimoine dont les textes, les images fixaient, pour toujours et dans l'esprit de tous, la réalité tangible d'un patrimoine montbéliardais.

Bien mieux encore, devant la richesse inattendue parce qu'inexplorée de la matière urbaine, les services des Monuments Historiques ont obtenu qu'en deux séances officielles la commission régionale du patrimoine historique architectural et de l'environnement soit saisie aux fins de classement d'une trentaine de dossiers concernant des immeubles du XVIII^e et du XIX^e siècles.

Sous la croûte et la poussière, il y avait une ville aux ressources inconnues, et, par l'analyse, la volonté et la passion, leur valeur apparaissait à tous.

Après la recherche, l'échange et la spéculation intellectuelle, l'heure venait de monter des actions de sensibilisation pour élargir l'audience encore trop confinée.

Ces actions, tout le monde en parle, mais l'efficacité en communication dépend de trop de choses pour que les techniciens de la ville sachent faire.

Ce sont les acteurs de la vie culturelle locale qui ont pris à leur compte le message de l'équipe et les documents de l'architecte. Cela n'a pas été sans mal car ce genre d'activité n'était pas inscrite dans le droit fil de leur savoir-faire. On s'est aperçu qu'ils étaient déboullonnés, déboussolés, destabilisés par ce qu'ils avaient à faire passer comme message. La ville c'était trop vaste, c'était tellement d'actions possibles individualisées.

Et puis aujourd'hui, on se souvient à Montbéliard de l'exposition sur la ville. Elle était vivante, elle était bruisante, elle était prenante. Pourtant, on y parlait d'urbanisme, il y avait des plans, des photos, des chiffres.

Toute la population ou presque y est venue. Si l'architecte avait juxtaposé ses plans, ses photos, ses analyses, qui serait venu à l'exposition d'urbanisme organisée par la municipalité ?

Ainsi les choses avançaient.

Après le lancement des actions de sensibilisation, après leur succès et les retombées inattendues dans la population, l'ambition s'installait et l'esprit d'aventure aussi. Ce patrimoine découvert, la ville devenue partenaire, nous avions besoin d'en découvrir les racines.

Le groupe de réflexion joua pleinement son rôle, créant le besoin, organisant les moyens, définissant les objectifs.

Montbéliard, c'était le Wurtemberg, c'était ailleurs, c'était l'obligation de sortir de l'enfermement de la recherche.

Alors ce furent les week-ends, à 15 ou 20 dans un car, en Suisse à Soleure, Porrentruy, Morath et puis en Wurtemberg à Freudenstadt, Ehrenberg, Tübingen, Bamberg.

Des moissons de diapositives ont été récoltées durant une année complète qui ont permis de revoir, de comprendre et de retrouver à Montbéliard des formes, des détails ou des silhouettes qui passaient auparavant pour typiques de la Suisse ou du Wurtemberg, tout au moins pour ceux qui s'aventuraient par là.

Il s'avérait petit à petit que la ville trouvait sa filiation, que le passé existait bel et bien ailleurs que dans les livres, les vieux plans ou les ruines.

Alors on a refait des expositions, des projections et puis on a décidé de faire comme les autres puisqu'on était comme les autres, on avait vraiment un patrimoine à montrer.

Ce fut donc un colloque tout simple, mais soutenu tout de même par le Conseil de l'Europe, la Direction de l'Architecture et cela s'est appelé : « Quelle politique pour les centres anciens dans le bassin alémanique ? ». C'était un peu spécial, c'était pourtant convivial, et nos voisins suisses sont venus de Neuchâtel, Porrentruy, Soleure et même Genève.

Ensuite la pression est un peu retombée au sein du groupe de réflexion.

Pendant deux ans, ça avait été un peu le Far West dans l'équipe. Les découvertes étaient consignées sur des plans, la ville devenait lisible et on commençait à en parler.

Montbéliard n'était plus un centre mono-industriel et rien que ça, Montbéliard était devenu le centre d'un pays de culture spécifique et son rayonnement qui avait existé ne demandait peut-être qu'à renaître.

L'étude urbaine avait porté ses fruits auprès des responsables élus et cela était fondamental également.

La démarche avait engagé le processus de réflexion sur le centre et ses capacités. Les problèmes étaient toujours les mêmes mais des solutions existaient.

Coup sur coup, la protection du patrimoine et sa mise en valeur étaient décidées et la réhabilitation du centre était étudiée. Une zone de protection du patrimoine architectural et urbain était lancée en même temps qu'une Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat.

Tout ceci mettait à contribution d'autres partenaires et d'autres groupements de population.

Le groupe de réflexion se disloquait quelque peu n'étant plus directement en prise avec l'étude et n'étant plus encadré par un programme qui paraissait sans fin. Une certaine reconversion devait se faire.

Et puis, pendant que les études conduisaient aux réalisations, l'expérience montbéliardaise s'inscrivait parmi d'autres dans les colloques concernant le patrimoine ou le tourisme.

Cette expérience s'enrichissait des relations humaines menées à travers la réhabilitation, les méthodes et les règles pour réutiliser la matière urbaine.

Cette expérience se renouvelait au contact de nouveaux partenaires.

Il s'avérait que toutes ces analyses nécessitaient de faire le point sur le plan économique autant que culturel.

Le projet Acropole voyait le jour, polarisant les réflexions sur la ville et tentant de définir les grands axes d'une politique culturelle du Pays de Montbéliard.

L'Acropole c'est le site idéal de la création urbaine. C'est là que la ville a trouvé son origine, c'est l'image de la ville hier comme aujourd'hui. Ce sera donc aussi l'image de demain.

Le Château des Ducs de Wurtemberg a traversé l'histoire avec bien des vicissitudes. Si l'armée l'a quitté à la fin de la dernière guerre, c'est l'administration qui a pris la relève et le site est bien déprimant.

Le musée est à reprendre de A à Z. Un programme est en cours pour faire des musées de Montbéliard une entité opposable aux tiers car Suisses et Allemands sont à la pointe de la muséographie.

Les services du District s'étiolaient sur le rocher et encombraient de leurs voitures.

Ils devront trouver asile ailleurs et pourquoi pas au centre ville dans un quartier en mutation. Il faudra de la décision, des finances et de l'enthousiasme.

Le conservatoire de musique existe mais ne sait plus comment utiliser des locaux historiques conçus pour la cour des ducs et non pour l'apprentissage de la viole ou du luth. Les dégâts sont déjà considérables, il est temps de trouver ailleurs les locaux nécessaires à la culture musicale du XXI^e siècle. La découverte récente d'un musicien wurtembourgeois de Montbéliard va servir de vecteur de décision pour les responsables de la ville. Froberger a permis de resserrer les liens avec nos voisins comme il a servi à retrouver l'identité locale et l'ambition d'exister pour toute une génération. Le conservatoire de musique doit trouver sa place au centre ville au milieu des autres activités, et pour cela il faudra aussi de la volonté, des fonds et de l'enthousiasme.

Peu à peu, le projet se précise. Le créneau culturel est à prendre dans la région nord Franche-Comté, dans cette marche du pays alémanique.

L'Acropole doit devenir un lieu identitaire, approprié par la population et visité par les touristes. L'histoire, l'archéologie, l'architecture, la peinture et la sculpture au même titre que la gastronomie et l'accueil de grande qualité doivent être comme une vitrine de tous les savoir-faire du Pays.

Le projet se veut ambitieux et porteur.

De nouvelles rencontres se sont organisées au Wurtemberg avec les plus hauts responsables du patrimoine et la notion du patrimoine commun s'est fait jour.

Participer à la remise en valeur de ce qui a été la cour des Ducs de Wurtemberg va devenir une nécessité qui touchera la ville de Montbéliard bien évidemment mais aussi l'Etat de Bade Wurtemberg et puis aussi la famille du Duc qui vit encore et milite pour le patrimoine européen.

Les atouts de Montbéliard sont donc nombreux et il apparaît évident ici aussi que c'est l'accueil qui doit

être privilégié. Ville d'accueil grâce au savoir de chacun, grâce à la connaissance de ce qui peut être utile et agréable pour les gens d'ici comme pour les gens d'ailleurs.

Le tourisme ne sera pas au rendez-vous de Montbéliard si d'abord Montbéliard ne se mobilise pas pour recevoir, pour accueillir, pour partager.
Il s'est créé un atelier du patrimoine pour ressouder

autour d'un thème fédérateur tous ceux qui ont œuvré à la découverte des richesses cachées de la ville. Maintenant, il s'agit de continuer le travail entrepris et la liste est longue des tâches à mener ensemble.

Claude CALMETTES
Architecte D.P.L.G.

Atelier III : Quelle politique urbaine ?

Présentateur et animateur :

Nancy Bouché, Secrétaire générale de la Section française de l'ICOMOS,
Sous-directeur, Chargée de mission au Ministère de l'Équipement, du Logement et des Transports

Les réflexions qui seront les nôtres dans ce troisième atelier concernent les relations entre le tourisme urbain et la politique urbaine, relations axées sur le thème, peut-être pas si évident qu'il n'y paraît, de la compatibilité absolue entre le développement touristique et l'équilibre de la ville et de son centre historique. Est-il si sûr que la vie urbaine se satisfasse du tout touristique ? La ville, dans ses quartiers historiques est-elle vraiment ouverte 24 heures sur 24, et si elle l'est à quel prix et pour qui, et au détriment de qui ? Savons-nous si le développement touristique, c'est-à-dire la nécessité de répondre aux besoins de celui-ci, n'engendre pas des charges et des équipements que la municipalité supporte, finalement à des coûts supérieurs aux bénéfices attendus et retirés ? Sait-on comptabiliser ces coûts et ces flux ? Savons-nous si les habitants de ces quartiers historiques sont capables de supporter tous les effets et les inconvénients de cet afflux touristique ? Et si non, savons-nous observer et gérer les mutations des résidents, des commerces, des habitudes ?

Sur le plan patrimonial, nous avons pu observer que les opérations de restauration et de mise en valeur des monuments et du bâti ancien attiraient le tourisme et étaient, de ce fait, un facteur de développement ; mais a-t-on analysé quels types de travaux « d'embellissement » pouvaient, aussi, être générés par ce regard touristique, mise en valeur dans le respect de l'authenticité du patrimoine ou décor artificiel, factice, trompe-l'œil, faisant passer un pseudo pittoresque pour de l'authentique ? Que de pans de bois repeints ou de pierres apparentes, embellis de cascades de géranium, de bancs, bacs à fleur de béton ou de poteries, de réverbères et de pavés à l'ancienne, laissent croire aux visiteurs qu'ils visitent un site du XV^e siècle dont pas un réalisateur de téléfilm historique ne voudrait ?

Pour revenir au thème du tourisme et de la vie urbaine, je voudrais que nous le traitions avec Nerte Dautier, adjointe au Maire d'Aix-en-Provence, pour le centre ville et le patrimoine, ce matin. J'ai évoqué la question de l'ouverture de la ville 24 heures sur 24 et je souhaiterais citer un exemple, qui ne l'a pas encore été, celui de la visite des cours intérieures des hôtels particuliers et des maisons dans de nombreuses villes : pouvons-nous avec les représentants de Laon, de Valognes en particulier, évoquer les limites et les conditions de réussite de cette ouverture ?

Nous avons évoqué, plusieurs fois, la question du tourisme subi et du tourisme choisi et les approches selon les villes et leurs problèmes, sont fort différentes. Nous avons écouté certains d'entre vous pour qui le tourisme est une condition de vie, de survie économique. Il peut être, pour certaines villes un

facteur « déclenchant » de politique urbaine, de dynamisme municipal entraînant découverte de la ville, mise en valeur, pour ses habitants et ses élus, comme suite à une découverte par les touristes.

Il y a une dialectique entre politique urbaine et politique touristique et il nous faut l'analyser. M. Donzet en s'appuyant sur ses travaux sur les petites villes pourrait nous éclairer.

Pour certaines villes, il y a un « coût urbain » du tourisme, comme elles l'ont clairement décrit dans leurs réponses à notre questionnaire : pour certaines de celles-ci, le tourisme est subi – c'est-à-dire que son coût est trop important pour la ville et ses habitants et que les seuils de tolérance sont dépassés.

C'est aussi la réussite d'une ville que de savoir être accueillante. Nous avons évoqué la question de la participation des habitants et la qualité de leur accueil qui font partie d'une « réussite touristique ».

Pouvons-nous ensemble analyser cette capacité d'accueil mais aussi ses limites, là où les habitants ne supportent plus le tourisme ?

Parlant de politique urbaine, nous savons, en France, que les collectivités publiques disposent d'outils de gestion de la ville et de son patrimoine urbain : Serge Kancel nous en parlera. Les collectivités locales exercent des responsabilités propres dans le domaine de la police municipale – bruit, propreté, nuisances – et disposent de possibilités dans le domaine de l'animation : nous évoquerons ces points rapidement.

Auparavant, il appartient à M. Serge Viau, directeur de la planification de la ville de Québec, de nous parler du vieux Québec, de son patrimoine redécouvert et des hiérarchies dans les fonctions urbaines du centre historique - la place du tourisme, par rapport aux autres fonctions - l'habitat, la culture, le tertiaire, etc... M. Viau pourrait notamment évoquer la politique menée pour revitaliser le quartier du vieux Québec et la question du tourisme, aujourd'hui dans cette ville.

Non ! Le patrimoine urbain n'est pas que de marbre..., ou de pierre !

A bon escient, ces journées de réflexion s'attardent à mettre en relation « patrimoine et tourisme ». On a souvent dit que le tourisme était en quelque sorte le sauveur du patrimoine, puisqu'il a permis qu'on le découvre, qu'on l'utilise et je dirais même, qu'on l'élargisse. Mais, attention ! N'allons pas trop loin. Le tourisme n'est pas fondamental au patrimoine.

Après avoir consacré beaucoup d'efforts et de ressources aux grands monuments, à contempler ou à visiter, on s'est attardé aux ensembles urbains surtout dans les villes où ces grands monuments se faisaient rares. C'était la ville elle-même qui devenait monument. On a alors refait les décors anciens, éliminé les intrusions aberrantes ou anachroniques, recréé une harmonie formelle, une harmonie parfois factice qui projetait plus une image qu'une réalité. Quelquefois on ajoutait artificiellement une patine comme au théâtre ou au cinéma et on rejouait la vie ancienne. Williamsburg, Louisbourg, Upper Canada Village et même Disneyworld ont utilisé cette carte du patrimoine touristique artificiel.

Mais le patrimoine n'est pas que de marbre... ou de pierre, et surtout pas de carton-pâte ou de fibre de verre. Il est beaucoup plus que le contenant. C'est le contenu qui l'anime. C'est la vie urbaine dans sa totalité, dans sa complexité qui le fait vivre et évoluer. Réduire cette vie urbaine à des fonctions simples au seul tourisme par exemple, serait réduire en même temps la richesse de ce patrimoine. En ce sens, le contenu peut modifier le contenant et toute politique de mise en valeur ne peut dissocier l'un de l'autre.

Il doit d'abord continuer de vivre et d'évoluer comme il l'a fait jusqu'à aujourd'hui. Au fil des ans, il s'est transformé, adapté à la vie urbaine qui se transformait elle-même. Même si dans certains cas, cette transformation est allée beaucoup trop loin, comme par exemple une adaptation inconsidérée à l'automobile, ou une fonction touristique débridée, on ne doit pas par effet de réaction le scléroser, comme si on avait arrêté le temps à un moment défini, ce moment ne devant être ni hier, ni aujourd'hui.

Mais jusqu'où devons-nous nous permettre d'être flexibles, ouverts à ces transformations ? Le dynamisme économique s'oppose-t-il à la conservation ? N'y aurait-il plus qu'un tourisme superficiel pour la promouvoir ? A l'opposé, la conservation intégrale et intégriste sera-t-elle à terme aussi l'instrument de destruction de ce même patrimoine ? Les exemples ne manquent pas où à cause d'une volonté puriste trop

intraitable, les bâtiments et les ensembles ont déperissé en attendant d'une utilisation ou faute de fonds suffisants. On peut aussi citer plusieurs exemples où un usage touristique incontrôlé a provoqué une dénaturation du patrimoine.

C'est pourquoi nous disons que le tourisme n'est pas fondamental à la mise en valeur du patrimoine, même s'il lui a été utile. Il est un moyen parmi d'autres. L'habitation, l'administration, les services, le commerce, les institutions ont nécessairement leur part à jouer. Lorsqu'on parle de mise en valeur du patrimoine urbain, on doit d'abord parler de mise en valeur de la vie urbaine. Et cette vie urbaine exigera nécessairement qu'on adapte son cadre physique, même s'il s'agit de patrimoine à conserver.

Cette mise en situation va maintenant nous aider à préciser de quel patrimoine il s'agit, tant le contenant que le contenu. Notre prétention n'est pas de le définir dans son intégralité, mais d'en montrer quatre caractères essentiels, caractères que nous souhaitons le plus dynamiques possible, puisqu'ils visent l'atteinte d'objectifs vitaux de vitalité, de compatibilité, d'identité et d'équilibre.

QUATRE CARACTÈRES ESSENTIELS DU PATRIMOINE URBAIN

Ainsi, il sera vivant plutôt que figé ; en intégration avec les fonctions nouvelles de la Ville plutôt qu'en confrontation ; nous le voudrions authentique plutôt que fabriqué et il devra s'enrichir plutôt que se réduire. On s'aidera d'exemples venant majoritairement de Québec.

A la recherche d'une vitalité

Le premier caractère est fondamental. Le patrimoine est vivant et non figé dans une fonction ou dans le temps. La fonction qui l'anime devient elle-même patrimoine : fonction isolée quand il s'agit de bâtiments, vie urbaine quand il s'agit d'ensembles. Ces fonctions changent et le cadre physique doit aussi évoluer. C'est cette capacité d'adaptation qui rendra au patrimoine sa vitalité parfois perdue.

A cause de son étendue, à cause du fait que la notion de patrimoine s'est maintenant tellement élargie, on ne peut plus l'enfermer dans un purisme formel. Le patrimoine n'est plus une simple juxtaposition de monuments statiques, mais bien un ensemble fonction-

nel complexe où l'enveloppe et sa fonction ne doivent plus faire qu'un. Il faut reconnaître aux fonctions modernes le droit d'être logées dans des ensembles patrimoniaux, et donc reconnaître que l'enveloppe de pierre ou de marbre puisse elle-même se modifier, à l'intérieur comme à l'extérieur. Il y a évidemment des limites que nous verrons plus loin.

Pour illustrer concrètement ce caractère, on regardera deux petits secteurs de Québec, inscrits dans le noyau initial de Québec : la Place Royale et son voisin le Petit Champlain. Deux secteurs d'une très grande valeur historique et symbolique qui, à la fin des années soixante, étaient passablement délabrés ; deux interventions différentes, l'une gouvernementale, l'autre privée, axées sur des principes totalement différents, avec des résultats évidemment différents.

En 1970, le ministère des Affaires culturelles se lance dans l'opération Place Royale en achetant la plupart des bâtiments, dans le but de recréer un ensemble homogène illustratif de l'origine de la colonie, puisque c'est là que Champlain s'y établissait en 1608. Le plan de mise en valeur de 1970 prévoit de restaurer et parfois de reconstruire les bâtiments tels qu'ils étaient à la fin du XVII^e siècle, selon des principes d'intervention très rigoristes. De fait, on recrée une sorte de décor figé dans le temps, à grands frais puisque plusieurs bâtiments sont reconstruits de façon intégrale.

En 1978, les ressources s'épuisent, et les pressions des spécialistes aidant, on réoriente l'opération en libéralisant quelque peu les principes d'intervention, surtout sur le plan du formalisme architectural, en spécifiant que dorénavant, les interventions ne devaient plus viser à créer un décor passéiste, mais à intégrer l'ensemble des marques du temps. Les restaurations se sont poursuivies selon ces nouvelles lignes directrices, mais douze ans plus tard, il reste encore une dizaine de bâtiments dont la mise en valeur est à peine amorcée.

Tout au cours de ces années, les interventions ont été guidées par des principes de restauration des bâtiments sans qu'un véritable plan de mise en valeur fonctionnel ne soit établi. Encore aujourd'hui, on réfléchit sur les usages que ce secteur devrait loger, sur le type d'animation, sur le caractère de vie urbaine qu'il devrait recevoir. Il en résulte donc qu'en dehors des périodes touristiques plus achalandées, ce secteur est plutôt morne et on y perçoit difficilement sa vitalité, le caractère de musée astiqué dominant sur celle-ci.

De plus, compte tenu de l'absence d'orientations fonctionnelles claires, les services aux touristes (restaurants, bars, boutiques de souvenirs et de tee-shirts) tendent à prendre le pas sur les autres fonctions urbaines. La rigidité architecturale n'a pas facilité l'introduction de fonctions diversifiées et normales et aujourd'hui, on amorce à peine une réflexion sur ce sujet.

Tout à côté, le secteur du Petit Champlain, plus petit, doit-on l'admettre, a été le fait de l'entreprise privée qui a aussi acheté la plupart des bâtiments. Mais l'objectif de revitalisation était clair au départ, et avait en quelque sorte préséance sur les principes de restauration. Ici, le contenu et le contenant étaient intimement liés. On souhaitait y créer un secteur hautement attrayant sur le plan touristique certes, mais intégrant un ensemble de fonctions commerciales, artisanales, récréatives et résidentielles qui desserviraient aussi la population de la région.

Pour ce faire, les bâtiments ont été restaurés de manière beaucoup plus économique en conservant le plus possible les éléments existants ; ils ont été adaptés aux fonctions qu'on devait loger (modifications aux façades commerciales par exemple). Il va sans dire que certains spécialistes se montrèrent outrés par certaines transformations que les architectes-promoteurs du projet ont effectuées. On y a de plus intégré un bon pourcentage d'espaces résidentiels. Ce secteur est beaucoup plus vivant et animé et s'est revitalisé en un temps relativement court.

Voilà donc un bel exemple où la mise en valeur d'un secteur patrimonial doit conjindre à la fois les objectifs fonctionnels et les objectifs de restauration des bâtiments de sorte qu'il continue à évoluer normalement dans sa forme et sa fonction. Aujourd'hui, une association coopérative des artisans et des commerçants du Petit Champlain est devenue propriétaire des lieux et continue le travail de gestion et d'animation, avec un succès évident. Ce patrimoine n'est pas figé.

A la recherche d'une authenticité

La recherche d'une vitalité pour un ensemble ne doit cependant pas occulter le besoin d'authenticité. Il y a là une sorte de frein, de conditionnement à la transformation du patrimoine dont nous venons de parler. Le caractère d'authenticité, comme les deux prochains, la compatibilité et l'équilibre, agit comme des conditions à la mise en valeur. Ce sont les filtres de la revitalisation.

Le patrimoine doit être réel et non pas fabriqué ou artificiel. La tentation est grande de créer des décors par suite de concessions trop mercantiles aux goûts du jour ou au tourisme. Parfois même notre soif de modernité a détruit à jamais des intérieurs anciens de caractère, comme dans cet hôtel de Carcassonne que j'avais choisi parce qu'il était logé dans un bâtiment de la Renaissance, me retrouvant dans ma chambre tout à fait rénovée dans le plus pur style mélamine.

Le façadisme est à la mode ; c'est une intervention facile. On conserve et plaque des façades véritables ou factices, pour créer cette ambiance. A Victoria, en Colombie-Britannique, le centre commercial de caractère ancien récemment construit au centre-ville a utilisé ces techniques de manière caricaturale, puisque même les fenêtres et les persiennes sont fausses et ne servent qu'à donner une ambiance, une échelle au bâtiment.

A Québec, on pourrait encore donner deux exemples voisins, soit le réaménagement du Vieux-Port et de son secteur adjacent. Dans le premier cas, il s'agit d'une reconstruction qu'on aurait voulu instantanée, alors que le second subit une revitalisation lente. L'authenticité s'accommode mal de l'instantanéité. Il y a en elle un processus de maturation qu'on ne peut escamoter.

Le Vieux-Port a été une intervention massive du gouvernement fédéral qu'on a accélérée pour les fêtes de 1984, 350^e anniversaire de la découverte de la Nouvelle-France par Jacques Cartier. Sans minimiser bon nombre d'interventions positives (rénovation des promenades et du bassin), il faut cependant signaler le caractère inapproprié de certaines autres. Ainsi, plutôt que de restaurer l'acquis, vieux entrepôts par exemple, on a décidé de tout reconstruire à la moderne, voulant s'inscrire dans la mode des centres festivaliers américains (Festival Market Squares) qui ont fait le bonheur

de Boston, Baltimore ou Miami. Cela n'a pas fonctionné. Ces édifices sont encore à peu près vides, leur démolition étant même envisagée. Dans cette planification, la recherche fonctionnelle préalable n'a pas été bien faite, et le caractère de Québec ne se prêtait pas à ce type d'intervention. Il y a dans ce projet un évident manque d'authenticité. On est venu greffer un corps étranger au tissu urbain.

Tout à côté, le secteur du Vieux-Québec Basse-Ville a beaucoup plus misé sur l'acquis. On a conservé son authenticité. La plupart des bâtiments ont été restaurés. Un plan directeur de 1984 guide les interventions voulant redonner à ce secteur une vitalité basée sur la multifonctionnalité. La plupart des bâtiments sont recyclés pour de nouvelles fonctions, de vieilles banques devenant des bureaux ou des établissements de divertissement, de vieux entrepôts étant convertis en logements ou en hôtels. Même des projets de construction neuve d'envergure, tel le Musée de la Civilisation, se sont insérés dans la trame avec douceur et harmonie. Par son animation et sa vitalité, ce secteur a retrouvé son authenticité n'étant surtout pas un décor fabriqué ou plaqué.

A la recherche d'une compatibilité

Il faut aussi que la revitalisation du patrimoine soit compatible avec celui-ci. La notion d'adaptation doit nécessairement être limitée par celle de compatibilité. Sous prétexte d'évolution, on ne peut insérer n'importe quoi. Il existe donc des fonctions plus compatibles que d'autres, et l'intégration doit céder le pas à la confrontation.

Dans un environnement ancien, certaines fonctions de plus grand gabarit sont plus difficiles à insérer. De même une surcharge touristique peut rapidement dégrader ce patrimoine. C'est pourquoi il faut aussi rechercher des fonctions « tempérantes » qui atténuent ces effets de concentration. Par exemple, dans le domaine hôtelier, il est parfois préférable de favoriser l'installation de petits hôtels et de gîtes du passant (bed & breakfast) voire même l'agrandissement d'hôtels existants, plutôt que de rechercher l'implantation d'autres grands hôtels.

Ainsi, à Québec, on a construit au début des années soixante-dix aux portes du Vieux-Québec des hôtels de grand gabarit dont le caractère architectural est nettement incompatible, exacerbant même une sorte de confrontation inutile entre l'ancien et le moderne. Le Hilton est ici témoin de cette confrontation.

Aujourd'hui, nous proposons plus d'insertion de petits hôtels dans les aires commerciales et de gîtes au passant dans l'ensemble des aires résidentielles surtout dans le but de mettre en valeur les bâtiments et de protéger certains intérieurs anciens. Même le Château Frontenac a obtenu un accord de principe pour agrandir sa capacité, puisque cet agrandissement se faisait dans le même esprit d'intégration douce.

J'ai vu le même phénomène à Budapest, où à l'inverse le Hilton s'est magnifiquement bien intégré, au quartier du Vieux Buda, alors qu'on a construit sur la rive opposée du Danube des hôtels hors gabarit et hors caractère.

Cette façon douce de faire favorise en plus un sain éparpillement des fonctions qui ont tendance à se concentrer sur le territoire, les facilités touristiques

l'ayant certainement plus que les autres. On diminue ainsi la surcharge, surtout par rapport à la fonction résidentielle plutôt fragile dans ce type d'environnement.

A la recherche d'un équilibre

Toute intervention de revitalisation doit donc viser un équilibre. Les « surspécialisations » des ensembles doivent être évitées, autrement ceux-ci deviennent sujets aux modes passagères. Le patrimoine doit s'enrichir et non se réduire, ou pire se banaliser.

C'est pourquoi il est important que la mise en valeur du patrimoine d'un ensemble recherche l'intégration de fonctions multiples, bien que certaines peuvent rester dominantes. La multifonctionnalité est toujours garante de durabilité et évitera donc les trop grandes concessions à court terme.

Surtout dans le domaine commercial, les cycles de changement sont très courts. Les modes varient rapidement et toute exploitation pour se maintenir à la surface doit modifier constamment son image. Le phénomène est connu dans les centres commerciaux où le décor doit être changé presque tous les dix ans. De même, dans le secteur du divertissement, où la mode est encore plus courte ; toute discothèque par exemple doit se renouveler tous les cinq ans.

Les lieux surdéveloppés pour ce type de fonctions seront obligés de se redéfinir très souvent, entraînant en cela des transformations draconiennes du patrimoine. Un équilibre dans les fonctions temporisera ces changements.

On peut citer à Québec deux exemples pour illustrer ce problème. D'abord la Grande-Allée près des vieux murs qui au fil des ans s'est spécialisée en artère de restaurants, bars et cafés-terrasses. Profitant de la clientèle de la Cité parlementaire aussi bien que de la clientèle touristique, ce secteur est rapidement devenu le secteur de divertissement par excellence pour la vie diurne comme nocturne de Québec.

L'achalandage justifiant des valeurs foncières accrues, plusieurs des restaurants de qualité ont été remplacés par des fonctions de restauration rapide plus lucratives qui, pour attirer une nouvelle clientèle, tente de se donner une visibilité plus grande. La spirale est donc amorcée et des pressions sont alors faites pour qu'on permette toutes sortes de transformations modificatrices du caractère original : terrasses couvertes, serres d'hiver, vitrines agrandies, gadgets d'affichage, changement des décors intérieurs, etc.

Un des plus beaux ensembles de bâtiments historiques de Québec risque ainsi d'être modifié irrémédiablement en se banalisant, en perdant son identité pour celle d'une mode passagère. D'ailleurs, à cause de cette « surspécialisation », tout essai d'intégration de fonctions complémentaires s'est avéré difficile, voire jusqu'à maintenant sans succès.

Dans le Vieux-Québec, près du Vieux-Port, dont nous avons parlé plus tôt, la rue Saint-Paul est un bel exemple de cet équilibre recherché. Cette rue d'antiquaires et de galeries d'art est aussi habitée par des boutiques, des restaurants et des logements. La réglementation protège sa spécialisation, mais laisse place à une certaine diversification. Malgré les transformations et les insertions nouvelles, cette rue a conservé son

caractère authentique. Sa durabilité sera certainement plus longue, le patrimoine ayant certainement conservé plus de complexité et de richesse. Il est donc gagnant.

Ainsi donc, le dynamisme économique d'un secteur ne s'oppose pas à la conservation du patrimoine. Au contraire, il lui est indispensable. Les deux objectifs peuvent cependant s'unir pour peu qu'on garde en perspective les limites à l'intérieur desquelles il faut travailler. Un trop grand libéralisme peut amener des transformations irréversibles au patrimoine et lui faire perdre son authenticité et son identité. Par ailleurs, une attitude trop rigide vis-à-vis du patrimoine bâti peut le vider de sa substance, l'empêcher de vivre et de s'adapter à la vie urbaine moderne. Le patrimoine vivant dépérit alors et disparaît. Souvent, ce sera après le tour du patrimoine bâti. C'est pourquoi le patrimoine n'est pas fait que de vieilles pierres. La vie contemporaine l'anime. Les deux aspects constituent le patrimoine d'une ville.

On pourrait citer d'autres exemples de villes qui démontreraient les mêmes aspects positifs et négatifs, exemples où on a sauvé les vieilles pierres et détruit la vie, ou sauvé la vie et détruit les vieilles pierres. C'est

la méthode d'intégration de ces deux éléments qu'il faut rechercher. Car la recette est dans la méthode et non dans un résultat particulier. Chaque lieu, chaque ville a son propre contexte.

Les quatre caractères de vitalité, d'authenticité, d'intégration et d'équilibre qui doivent être recherchés dans tout plan de mise en valeur permettront de préserver le patrimoine bâti en même temps que d'assurer sa viabilité et sa durabilité. Autrement, on le détruira autant par excès de libéralisme que par excès de conservatisme.

Le patrimoine est une ressource pour le tourisme autant que le tourisme en a été le sauveur. Mais le patrimoine ne doit pas être considéré comme la seule ressource du tourisme, de même que celui-ci n'en est pas la seule fonction. Le tourisme doit être considéré comme une activité qui vient par surcroît, qui se superpose sur la vie urbaine normale. C'est d'abord celle-ci qu'il faut rechercher et planifier. Le reste suivra.

Serge VIAU
Directeur de l'Urbanisme
de la Ville de Québec

Aix-en-Provence

Aix n'est pas une grande ville, mais une ville moyenne, il faut en être conscient. Elle a une image tout à fait exceptionnelle qui renvoie aux représentations urbaines, une image multiforme. Il faut bien se rendre compte que pour une ville de 135 000 habitants, un centre ville de 70 ha pour une surface communale de 18 500 ha n'est qu'un élément d'une commune et d'une stratégie urbaine. Nous ne pouvons pas baser notre stratégie urbaine seulement sur un centre ville historique, touristique évidemment. Il est de plus centre de consommation d'une ère géographique extrêmement importante puisque l'hyper-centre de consommation des 300 000 habitants du bassin d'Aix et de ses alentours.

Effectivement, dire le prix du tourisme... je pense que le tourisme fait partie d'Aix depuis très longtemps. Le journaliste qui ce matin résumait les travaux du colloque sur Le Provençal, en évoquant le fait qu'Aix et le tourisme étaient intimement liés depuis des lustres, avait raison. Le tourisme à Aix est important, il est fondamental, mais il n'est pas la priorité des priorités actuellement, dans la stratégie que la mairie a mise en place pour revitaliser son centre ville et son patrimoine.

En effet, depuis une quinzaine d'années, je dirais qu'Aix était un peu endormie. Elle a un patrimoine tout à fait exceptionnel, qui n'est pas fait de grands monuments mais d'une ville monumentale. La création du secteur sauvegardé en 1964 l'avait bien montré. Nous avons un ensemble urbain, un ensemble humain extrêmement important, dont le monument principal est en « creux », puisque c'est le cours Mirabeau. Le cours Mirabeau est une promenade, un salon ouvert, un espace structurant, qui peut être un espace de liaison entre la ville médiévale et le quartier Mazarin, construit au XVII^e par la noblesse pour avoir un lieu où elle puisse se retrouver. Alors que dans la vieille ville, les fonctions et catégories sociales coexistaient et se confrontaient, le quartier Mazarin sera le refuge d'une noblesse qui souhaite un peu retrouver son âme et sa spécificité. Donc le cours Mirabeau est un monument exceptionnel, monument « espace », salon en plein-air, à la fois liaison et peut-être dichotomie entre deux quartiers.

Le centre historique représente 70 ha, 12 000 habitants – contre 30 000 il y a 20 ans – sur une commune de 135 000 habitants. Les hameaux et villages autour sont plus importants en populations que le centre, puisqu'ils font en général 25 000 à 30 000 habitants. Ils ont donc une capacité importante sur le plan de l'habitat, du

patrimoine, mais une vie un peu vide, un peu factice, pour les nouveaux quartiers en tout cas.

L'idée de la municipalité est naturellement de rattraper le temps perdu. Une ville comme Aix devrait, à l'instar d'autres villes que nous avons vues, et Figeac en était un exemple tout à fait intéressant, avoir pris depuis longtemps en main la restauration de son patrimoine et l'intégration complète du tourisme urbain à un haut niveau.

Dès que nous sommes arrivés, il y a deux ans, nous avons considéré qu'il fallait requalifier ce patrimoine et faire participer les habitants à sa reconnaissance. Il fallait donc s'appuyer de manière significative sur les associations existantes qui depuis longtemps se battent pour la reconnaissance du patrimoine, à la fois au plan de son authenticité et au plan politique. Nous avons cherché à revitaliser les comités d'intérêt de quartier qui sont fondamentaux pour cette reconnaissance et cette recherche de requalification, de façon à ce que chacun puisse prendre conscience que le patrimoine lui appartient mais appartient aussi à la collectivité. Mon devoir a été, en tant qu'élue au patrimoine, de sensibiliser mes collègues. Il faut le dire – je suis très terre à terre mais il faut bien l'évoquer – un conseil municipal est fait de conseillers de toutes catégories sociales, dont le patrimoine n'est pas forcément la première préoccupation.

S'assurer l'appui des forces vives qui travaillent depuis longtemps sur le patrimoine, me paraît fondamental. Il fallait s'appuyer aussi sur la réflexion patrimoniale d'un secteur sauvegardé – qui n'est toujours pas publié et nous espérons le voir publié bientôt –, cette réflexion dure depuis 25 ans. Nous avons essayé de revoir un peu le plan du secteur sauvegardé en terme de stratégie urbaine et de ne pas dissocier le centre des requalifications que nous souhaitons donner à Aix-en-Provence.

En effet, notre ville a la chance d'avoir à proximité de son centre 25 ha de zones industrielles créées au XIX^e siècle, libres, appartenant à la commune, avec un potentiel important d'extension de ce centre historique et a fortiori de réflexion sur la requalification du centre en termes de patrimoine et de nouvelles fonctions.

Dès 1989, l'adjoint à l'urbanisme s'est efforcé de lancer un concours d'urbanisme international sur cet espace que l'on appelle « Sextius Mirabeau » et qui depuis 25 ans lui aussi, essayait de trouver une fonction et une qualification. Même au XVII^e siècle toutes les extensions que l'on souhaitait, posaient toujours pro-

blème et les habitants étaient très réticents à une évolution de la ville. La ville doit évoluer avec un consensus. La mise en place d'un concours international pour Sextius Mirabeau, dont le lauréat est Oriol Bohigas, va permettre de voir la mise en place d'architectures contemporaines. Il permet aussi de montrer que le centre à travers une opération d'urbanisme nouvelle, doit très vite se positionner comme centre historique et patrimonial exceptionnel, se restaurer à la fois au niveau de ses espaces en creux, ses places, ses rues, et son patrimoine exceptionnel, hôtels particuliers, églises, bâtiments publics, mais aussi avec ses habitants, et requalifier les logements et la vie dans la cité elle-même.

En effet, 12 000 habitants actuellement, c'est très peu pour préserver une vie réelle au centre, une ville vivante. Le soir, on le voit, la ville se vide. En particulier sa zone piétonnière. On se rend bien compte qu'hormis le cours Mirabeau, on a de la peine à animer le centre historique.

Ce centre historique, d'ailleurs, il faut le dire, a le plus fort taux de RMIstes, de suicides des jeunes, de femmes seules avec famille, de personnes âgées sans revenus. Sous une image extrêmement dynamique, et forte au niveau du patrimoine, une image de richesse, puisque les commerces les plus importants et très riches s'y installent, il faut bien dire que nous avons de très gros problèmes sociaux au centre. C'est bien pour cela qu'une opération de développement social urbain est en train de se mettre en place de façon à essayer de restaurer le patrimoine à travers la requalification des personnes qui y habitent.

C'est un enjeu complexe. En effet, parallèlement, le touriste est là, qui veut visiter la ville, l'apprécier. Lorsque nous sommes arrivés, l'Office de Tourisme était dans un état de vétusté considérable. Ce palais des congrès – mini palais des congrès qui ne peut accueillir que 200 personnes dans une ville de 135 000 habitants – était lui aussi dans un état lamentable. L'adjointe au tourisme s'est attachée à remettre à niveau l'accueil du touriste, auquel il faut donner des éléments pour qu'il reste un peu à Aix. Sinon il passe. Il reste quatre, six heures, mais ne demeure pas, hormis la période du festival, avec un tourisme d'élite (le festival Mozart que vous connaissez).

Nous avons eu l'année dernière le désespoir et la chance que la Sainte Victoire ait subi un incendie considérable. Cela a été un peu le moteur d'une reconnaissance d'un patrimoine, qui n'était plus un patrimoine bâti mais un patrimoine culturel et paysager tout à fait exceptionnel. Je crois qu'à Aix, on ne peut pas dissocier le patrimoine culturel et a fortiori naturel du patrimoine bâti du centre. Vous le savez sans doute, tous les parlementaires qui ont bâti la ville, possédaient à l'extérieur, dans la campagne aixoise, des bastides. Non pas la bastide du sud-ouest, mais la demeure d'été avec jardin historique... 200 bastides entourent Aix. Je dois dire que la relation étroite pour le touriste des fonctions ville-campagne se fait sentir plus que partout ailleurs. La réflexion touristique du centre ville associe étroitement reconquête des paysages aixois et patrimoine historique d'Aix. Pour ce faire, nous avons mis en place des commissions extra-municipales, nous avons demandé à l'agence d'urbanisme de réfléchir sur un plan du patrimoine paysager, sur un plan de protection des bastides avec leurs propriétaires. Il faut savoir

comment on pourra à la fois ouvrir et gérer ce patrimoine exceptionnel qui fait partie intégrante de l'image globale de la ville d'Aix-en-Provence.

Pour en revenir à l'incendie de la Sainte Victoire, nous devions donc envisager la réhabilitation du massif et nous avons prévu une très grosse exposition sur Cézanne qui, malgré les difficultés de montage, a amené à Aix 170 000 visiteurs. Nous nous sommes rendus compte que l'image de Cézanne était naturellement liée à la Sainte Victoire. Nous avons un atelier de Cézanne qui accueille 50 000 touristes par an. Mais ceux-ci ne réajailissaient pas sur les autres édifices publics de la ville, en particulier les musées. En effet le musée Granet n'en reçoit que 20 000 par an. Donc nous avons là un potentiel touristique, économique, qui existe mais qui n'est pas suffisamment exploité et géré.

La première exposition (170 000 visiteurs) nous a fait dire que Cézanne était un élément fondamental de la vie aixoise. A ce propos-là, nous avons mis en place dès l'année dernière, pour cette exposition, un circuit Cézanne dans la ville même. Ce circuit clouté et accompagné d'un dépliant permet de suivre chaque monument, maison, espace où Cézanne a peint, ou vécu un événement de sa vie. Une plaque a été mise au sol de façon à ce que l'on puisse suivre la vie du peintre.

Pour cette année, nous mettons en place dans le rapport ville-campagne, un circuit touristique Cézanne, paysage et bastides qui va lier la campagne aixoise et le centre ville.

La mise en place des « clous Cézanne » a été très peu comprise par les Aixois. Cette action qui a coûté peu – 400 000 F pour les clous et 200 000 F pour les dépliant – a été comprise et appréciée par les touristes. Mais nous avons eu beaucoup de mal à la faire comprendre aux Aixois eux-mêmes qui considéraient que finalement il y avait bien d'autres choses à faire, et à juste titre, même pour une somme relativement modeste.

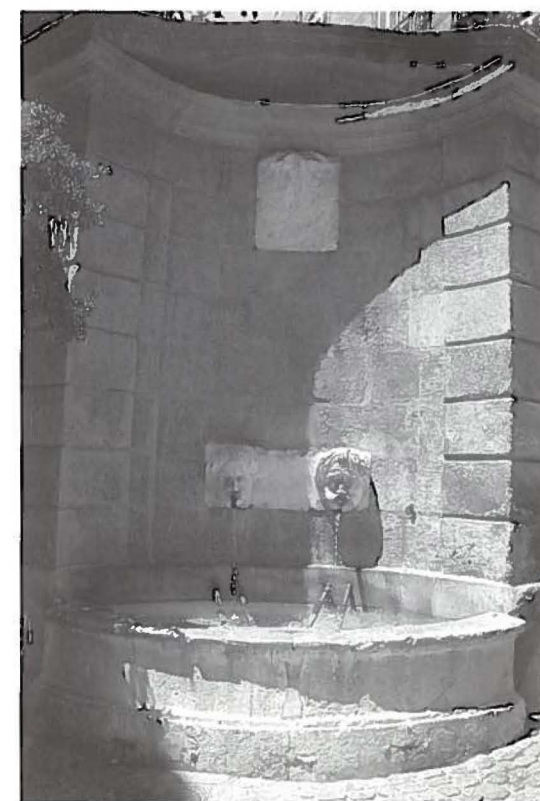
En effet, vous le voyez, les façades sont très vétustes. L'EDF continuait à envahir par ses fils l'espace urbain. La restauration des places mêmes et des espaces n'était pas encore faite, puisque l'année dernière nous avons traité la place de la Halle aux Grains et cette année la place de la Mairie. Le cœur historique va enfin avoir une représentation digne de lui ; la mise en place d'une politique de subventions pour les façades avec les privés porte ses fruits. Nous avons un gros travail de sensibilisation à faire, et la sensibilisation fait partie intégrante de la reconnaissance du patrimoine. Prenons le cas de la place d'Albertas, un bon exemple de la difficulté de la reconnaissance d'un patrimoine qui fait partie de la vie et de l'espace publics. La place d'Albertas est une des places éminentes, créée par le marquis d'Albertas pour avoir devant son hôtel un espace privé digne de sa façade, et qui impliquait la destruction de petits îlots. C'était une mise en scène d'un hôtel particulier sur une place très peu importante en surface, mais qui au XVIII^e siècle fut la première, et la seule d'ailleurs, créée avec un programme architectural volontariste à Aix-en-Provence. Nous avons réuni les propriétaires. Avec des subventions importantes du ministère de la Culture, du département, – nous avions un mécène qui nous a apporté 500 000 F –, avec la ville, nous avons pensé que nous pourrions très vite



Aix-en-Provence. Beffroi de l'Hôtel de Ville.
Photo Ville d'Aix-en-Provence,
Service Communication.



Aix-en-Provence. Place de la Mairie.
Photo Ville d'Aix-en-Provence,
Service Communication.



Aix-en-Provence. Fontaine d'Argent.
Photo Ville d'Aix-en-Provence,
Service Communication.

restaurer cette place. Les habitants considèrent que la restauration d'Albertas n'est pas la priorité. Donc on ne peut rien faire sans les habitants et les propriétaires de ce patrimoine privé exceptionnel, mais qui participe à l'image urbaine et à son amélioration.

Ce que je voudrais dire enfin, c'est qu'Aix-en-Provence est une ville très vivante. Il y a 30 000 étudiants, 30 000 personnes qui viennent tous les jours au centre, alors que 12 000 y habitent. Toute l'année le cours Mirabeau vit jusqu'à trois heures du matin. Le problème de la cohérence et de la cohabitation d'une population extrêmement vivante et bruyante et des habitants résidents se pose. Vous évoquiez les terrasses de restaurant ; dès le mois de mai, Aix devient un immense restaurant à ciel ouvert. Que ce soit les places du centre historique, le cours Mirabeau ou la Rotonde, tous se mettent au goût du jour et étalent leurs terrasses, avec difficulté de passage pour les piétons, difficulté des habitants qui le soir rentrent chez eux, et souhaitent avoir un peu de calme, pour repartir le lendemain travailler. Nous avons de très grosses difficultés pour arriver à trouver un moyen de cohabitation entre une vie extrêmement vivante et le maintien d'une qualité de vie au centre ville. Je crois qu'il n'y a pas de recette, nous essayons de trouver des solutions. Les habitants demandent qu'à minuit les restaurateurs veuillent bien rentrer leurs tables. Il est évident qu'à minuit le 30 juin, avec 20° le soir, les gens souhaitent rester et continuer à rester et apprécier l'air du temps, cet air exceptionnel d'Aix. Ce problème là, est un vrai problème, dont nous débattons avec les Comités d'Intérêt de Quartier. Les gens ne souhaitent plus ou pas réintégrer le centre ville. Allons-nous laisser le centre ville aux personnes qui ne trouvent pas de logements ailleurs ? Allons-nous laisser le centre ville uniquement à des étudiants qui eux le souhaitent relativement bruyant, alors même que nous aimerions le rééquilibrer et retrouver une vie multifonctionnelle ?

Dernier point, le quartier Sextius Mirabeau va amener vers lui un glissement des fonctions multiples de la

ville. Ce sera un quartier agréable où les parkings seront faciles, les appartements vastes, éclairés et où déjà s'est implantée la Méjane, bibliothèque d'Aix, dans l'usine d'allumettes réhabilitée. La ville est en train de mettre en place la cité du livre, qui sera un centre d'animation régionale sur le thème de la lecture.

Maintenir les fonctions au centre ville, cela veut dire maintenir la justice. Aix-en-Provence est une ville de justice. 2 000 personnes permettent la vie judiciaire de la ville, et irriguent tous les jours à midi les restaurants et les commerces. Actuellement la prison, qui a été transférée du centre à Luynes, va devenir une cité judiciaire. Et là se pose le problème à la fois de la nouvelle fonction de la prison, et surtout de l'évolution de ce patrimoine. C'est une difficulté de plus que d'avoir un patrimoine carcéral important en centre ville. A la fin du XVII^e siècle, lorsque la prison et le palais de justice se sont implantés c'était le début d'un nouveau quartier, d'un nouvel urbanisme que Ledoux avait mis en place. Cette prison, construite au XIX^e siècle aura son volume et sa volumétrie maintenus. Mais le problème est posé de savoir comment on va pouvoir insérer 7000 m² de bureaux, faire vivre tous les jours 2 000 personnes dans un univers qui est actuellement totalement carcéral. Se pose là le problème de l'évolution d'un monument avec toute la complexité de la réflexion sur la protection, réflexion que nous avons avec les associations de sauvegarde et l'architecte des bâtiments de France.

Comme vous le voyez nous avons un travail énorme. Nous avons un retard considérable par rapport à d'autres villes, mais pour nous la requalification du centre ville, la valorisation du patrimoine, sa restauration et le maintien de la vie pour tous en centre historique sont l'un des axes fondamentaux et prioritaires de la ville d'Aix-en-Provence.

Nerte DAUTIER
Adjointe au Maire d'Aix-en-Provence

Le cas de Dijon

Une ville, une capitale régionale doit d'abord répondre aux besoins de ses habitants en terme de logements, d'emplois, d'équipements et de services. Ce qui caractérise une cité, c'est précisément sa capacité à assumer toutes les fonctions urbaines. La ville est en effet un ensemble indissociable et si l'on isole une fonction, comme par exemple aujourd'hui le tourisme urbain, c'est pour mieux l'analyser et comprendre son impact. Il convient ensuite de resituer rapidement cette fonction dans son contexte général.

A Dijon, la politique urbaine répond au postulat suivant : « s'efforcer de mettre la population en harmonie avec son environnement ». A partir de là, on considère donc que ce qui est valable pour ceux qui résident dans la cité, l'est certainement aussi pour ceux qui la visitent. Ceci étant dit, Dijon, comme la plupart des villes, n'entend pas se priver de l'économie et des retombées qui sont apportées par le tourisme urbain. Elle considère simplement que son meilleur atout consiste d'abord à mettre en valeur le patrimoine de son centre prestigieux qui vit sur la sédimentation de 2 000 ans d'histoire.

Mais la ville, ce n'est pas seulement ce joyau, cet ensemble légué par le passé, c'est aussi ce qui l'entoure, c'est-à-dire les faubourgs et ce qui la prolonge : les nouveaux quartiers. Or, une politique urbaine cohérente et globale intégrant la dimension du tourisme urbain doit s'étendre à la totalité de la cité. Car aujourd'hui, comme cela a souvent été rappelé au cours de cette rencontre, la visite d'une cité ne se limite pas à son archéologie, son architecture, ses musées, etc. mais intègre également la dimension urbanistique.

Le tourisme urbain nouveau, c'est en effet la redécouverte de la ville dans son environnement, sa forme, son organisation, sa trame, sa volumétrie, sa modénature, sa chromatique, sa matière et son vécu.

L'expérience conduite par la Municipalité de Dijon dirigée par Robert Poujade depuis 1971 est, en matière de politique urbaine et touristique, particulièrement intéressante pour au moins deux raisons essentielles :

- d'une part, sa continuité et sa durée dans le temps, plus de 20 ans ;
- et d'autre part, la diversité des actions et opérations engagées.

Dès 1971, Dijon a en effet été l'une des premières villes de France à arrêter une politique urbaine qui soit un acte de foi envers la ville et qui prenne en compte ce renouveau des cités tant vanté aujourd'hui.

Pour la mise en valeur de son centre, la Municipalité dijonnaise a mis en œuvre toutes les actions connues à ce jour. Elle a même – fait assez rare pour être signalé – institué un poste d'inspecteur du secteur sauvegardé.

Toutefois, il ne suffit pas de « planter » un décor, encore faut-il le faire vivre, l'animer. Or, c'est précisément à ce niveau que les problèmes risquent de se poser.

En définitive, il n'y a pas d'incompatibilité notoire entre politique urbaine et politique touristique, si l'on s'en tient au niveau du cadre physique ou du contenant. Les complications interviennent en fait sur le vécu, c'est-à-dire les souhaits assez différents exprimés par les acteurs d'une part qui vivent dans cet espace et de ceux qui, d'autre part, le visitent ou le découvrent.

En effet, le tourisme urbain évoque le rêve, la détente, l'évasion, la recherche du dépaysement et des loisirs. Autant d'aspects qui sont en contradiction avec le vécu quotidien qui, lui, fait référence aux habitudes, à la tranquillité, au calme et à l'intimité. C'est donc bien à ce niveau qu'apparaissent des comportements contradictoires, voire conflictuels entre deux populations différentes, celle qui recherche le calme et celle qui souhaite l'animation.

Il y a donc indiscutablement des limites à définir entre ces différentes fonctions ou pour le moins des équilibres à trouver pour conserver cette diversité qui fait l'attrait de nos cités. Il convient par ailleurs d'éviter de tomber dans l'alternative bien connue : centre musée ou centre commercial.

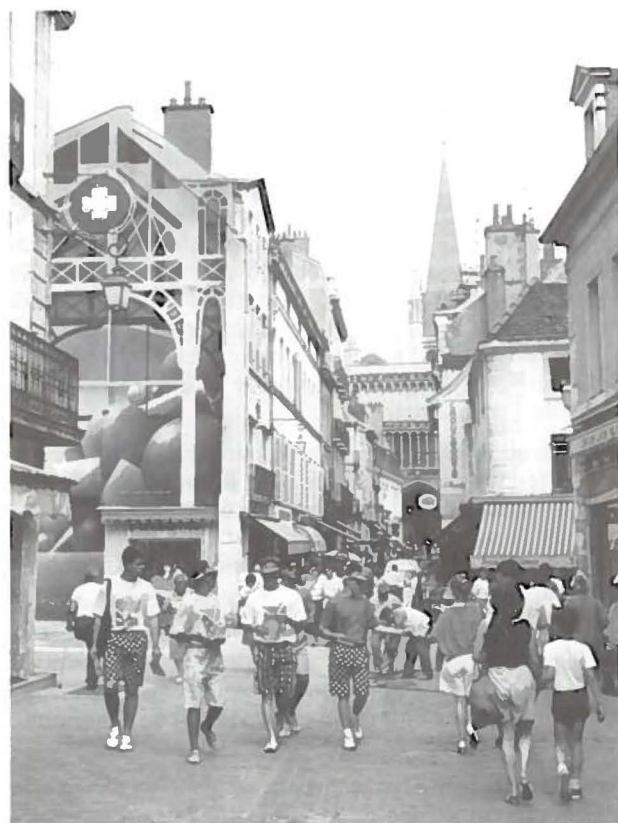
La politique touristique est donc bien une des facettes de la politique urbaine et à ce titre, ne peut trouver totalement réponse uniquement sur le centre historique ancien mais sur l'ensemble de la ville et de l'agglomération.

Par ailleurs, le tourisme urbain ne peut se concevoir, s'imaginer au niveau de la ville sans faire référence à la règle des 3 A :

- *accessibilité* : à la ville, au centre, aux sites, aux monuments, aux hôtels... par les divers moyens de déplacement et notamment les autocars ;
- *accueil* : par les professionnels, les structures et les services qui ont cette mission mais également par la population qui est l'expression même de la culture locale ;
- *animation* : par la présentation dynamique des monuments, des sites, des musées, des espaces publics.

Il ne faut pas perdre de vue que le tourisme urbain aujourd'hui est devenu un phénomène de masse. Cette dernière donnée contraint donc à des pratiques et des organisations complètement différentes de celles d'hier où le tourisme urbain était pratiqué par quelques initiés.

Enfin, lorsque les villes en ont la possibilité, il faut toujours éviter, à tout prix, qu'une fonction l'emporte sur les autres. Ce principe s'applique également pour la fonction tourisme. Il faut donc être attentif à son organisation et au contrôle de son évolution si l'on entend conserver la diversité des fonctions qui font l'attrait de nos villes.



Dijon. Rue Musette, réservée aux piétons.
Photo Agence intercommunale d'urbanisme, District de l'agglomération dijonnaise.

Cet équilibre dans le mouvement, caractérisé par l'évolution continue de la cité, constitue, pour l'équipe municipale dijonnaise, une des préoccupations dominantes de sa politique de mise en valeur du centre ancien. Après deux décennies, cette option apparaît très positive. En effet, avec une hausse sensible de l'ordre de 6 000 habitants au dernier recensement, Dijon fait partie de ces rares villes-centres de plus de 100 000 habitants à voir leur population augmenter.

Michel VISTEAUX
Directeur de l'Agence intercommunale
d'urbanisme de l'agglomération dijonnaise



Dijon. Place Emile-Zola, autrefois parc de stationnement.
Photo Agence intercommunale d'urbanisme, District de l'agglomération dijonnaise.

Laon, ville d'art et d'histoire

L'exemple d'une politique urbaine et d'une politique touristique compatibles

*« Je m'attardais ce matin dans la haute nef
Qui me paraît aussi merveilleuse qu'au premier jour.
Je ne crois pas qu'on puisse sous-estimer ce monument.
Je fus surtout saisi par la simplicité de ses lignes, par
la sobriété avec laquelle les colonnes s'effeuillent dans
les chapiteaux.
On pressent ici la puissance formidable des siècles
futurs qui ne sont encore qu'en germe. »*

Ernst JUNGER
(extrait de *Jardins et Routes*)

EN QUELQUES MOTS...

Je commence à parler de Laon et de la compatibilité entre sa politique urbaine et touristique par ces paroles de Ernst Junger sur la cathédrale Notre-Dame de Laon.

Le choix du texte n'est pas innocent.

« On pressent ici la puissance formidable des siècles futurs qui ne sont encore qu'en germe. »

Oui, le futur de Laon trouve ses racines dans le passé. De Laon et d'autant d'autres villes d'ailleurs.

Quand la question m'a été posée : « Politique urbaine et politique touristique sont-elles compatibles ? », ma réponse a été automatiquement positive.

Je voyais mal comment la réponse pouvait être négative.

Je traite bien évidemment le cas précis de Laon et plus particulièrement de Laon – ville haute.

Car il se trouve que Laon et son histoire sont marquées par la topologie du site.

La ville ancienne, se situant sur une colline, une butte-témoin à 100 m d'altitude, comprend un patrimoine historique immense.

Ce patrimoine figure parmi les matières premières les plus précieuses de Laon.

Mon approche donc consiste à démontrer qu'à Laon, la politique urbaine et la politique touristique non seulement sont compatibles, mais font partie toutes les deux de la même logique.

Le souci d'un développement économique et touristique est accompagné par le souci de sauvegarde et de valorisation du cœur urbain de la cité, car il s'agit de conditions indispensables au développement de la cité.

LAON DANS L'ESPACE ET DANS LE TEMPS

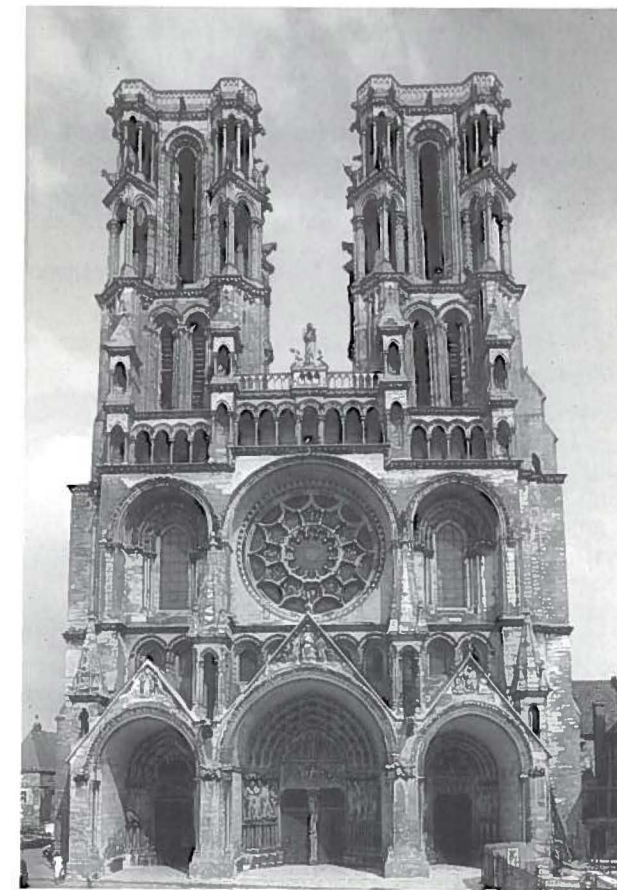
Pour ceux qui ne connaissent pas Laon, quelques petits renseignements pour mieux se situer dans le temps et dans l'espace :

Laon, ville préfecture de l'Aisne en Picardie.
30 000 habitants.
130 km de Paris, 160 km de Bruxelles, 50 km de Reims.

Caractéristiques particulières

Laon, ville haute, ville ancienne, se situe sur une butte témoin dominant la grande plaine du Nord.

Laon fut un centre culturel et religieux très important au Moyen Age.



Laon. Cathédrale.
Photo OTSI de Laon.

A l'époque carolingienne, la ville a été la résidence préférée des rois.

Au Moyen Age, plus de 70 édifices religieux et refuges se dressent sur le plateau de Laon.

Les XVII^e et XIX^e siècles marquent également la cité laonnoise et son cadre architectural.

Pendant des années, pendant des siècles, Laon a vécu sous le poids de son passé, à l'ombre de sa cathédrale.

Son passé – celui du Moyen Age et de la Renaissance – l'a doté d'églises, d'abbayes, de remparts, de portes anciennes, de refuges, d'hôtels particuliers... Tout un patrimoine (plus de 80 monuments classés ou inscrits actuellement).

Mais dans une ville administrative comme Laon, le patrimoine restera longtemps inaperçu. Il se détériore.

Sa sauvegarde coûte cher, son entretien et sa valorisation encore plus.

LA PRISE DE CONSCIENCE

A la fin des années 70 et au début des années 80, nous constatons un changement d'attitude.

La ville s'inquiète : le plateau se vide de sa population.
1968 : 4 246 habitants
1975 : 3 759 habitants
1982 : 3 602 habitants.

Les raisons qui expliquent la perte de population se justifient facilement par les conditions de logement du plateau.

En 1975, 82 % des logements occupés dataient d'avant 1914, 13 % avaient été construits entre 1914 et 1961 et 5 % depuis 1961.

Sur l'ensemble de la ville, les constructions datant de l'après-guerre étaient de 56 %.

La municipalité commence à parler d'une logique urbaine, d'une politique urbaine.

D'une politique urbaine indispensable au développement économique, touristique et culturel.

Car une ville ne peut fonctionner sans un centre dynamique et attractif.

Le résultat de ce souci et de cette nouvelle logique est que la ville a adopté depuis quelques années une politique urbaine mettant l'accent sur les axes suivants :

- amélioration de l'habitat,
- affirmation des deux pôles d'attraction (cathédrale/congrégation),
- amélioration de l'accessibilité et de la circulation,
- redynamisation commerciale avec la création d'une rue piétonne,
- mise en place d'une politique touristique et culturelle cohérentes.

La mise en œuvre de cette politique est complexe et difficile.

Un certain nombre d'activités ne sont pas encore réalisées.

Toutefois, les résultats sont là.

VALORISATION DU CŒUR ANCIEN

Cette valorisation est caractérisée par des actions comme :

– Réhabilitation de vieilles maisons. Dans le cadre de l'Opération Programmée de l'Amélioration de l'Habitat du Plateau de Laon, 204 logements ont été réhabilités en trois ans (1985-1987).

Cette réhabilitation correspondait à un investissement global de 14 millions de francs.

– Un travail important a été également réalisé concernant le ravalement des façades.

– La création de rues piétonnes a été lancée dans la cité.

L'ensemble de ces actions n'est pas encore achevé.

Toutefois, leur impact est déjà évident. D'un côté, nous constatons une amélioration du cadre de vie pour les habitants de la ville.

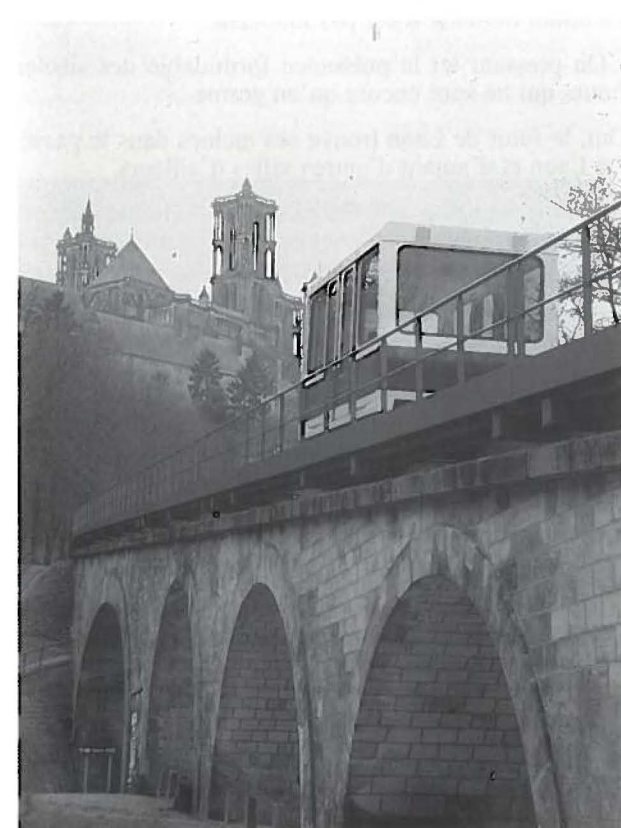
De l'autre côté, la réhabilitation du cœur ancien rend la ville plus attractive pour les visiteurs.

POMA 2000

Un moyen de transport urbain Une attraction touristique

POMA 2000 est le premier mini-métro câblé automatique en France. Il a été mis en fonctionnement en février 1989. Il s'agit donc d'un phénomène récent.

POMA 2000 répond à un besoin de transport urbain, issu de la topologie de Laon : le besoin de relier la ville



Laon. Poma 2000.
Photo OTSI de Laon.

basse à la ville haute en reliant également les trois pôles commerciaux de Laon.

POMA 2000 offre aussi une réponse au problème de stationnement qui existe en ville haute.

Un parking souterrain de 300 places a été construit à la gare du POMA en ville basse pour encourager les automobilistes à laisser leur voiture en bas et à utiliser ce moyen de transport en commun pour monter au plateau.

Mais ce qui est encore plus intéressant, c'est le fait que POMA 2000 devient actuellement une attraction touristique en soi.

Il est régulièrement utilisé par des touristes et il fait partie de forfaits touristiques proposés par l'Office de Tourisme de Laon.

Comme il s'agit d'une avant-garde dans le domaine des transports urbains, POMA 2000 et ses installations sont visités tout au long de l'année par des spécialistes du transport, venant de différents pays du monde.

UNE POLITIQUE CULTURELLE ET UNE POLITIQUE TOURISTIQUE COHÉRENTE

Malgré la richesse et la diversité de son patrimoine architectural, Laon est restée pendant longtemps dépourvue d'une politique nécessaire à son développement culturel et touristique.

Toutefois, au même moment où le souci de sauvegarde et de valorisation se développe, nous constatons également le souci d'une politique touristique.

Ce souci est lié à la prise de conscience de l'importance économique du développement touristique.

Parallèlement à la politique urbaine – la réhabilitation, le transport, les rues piétonnes et le stationnement –, la ville commence à mettre l'accent sur le tourisme.

– Un livre blanc du tourisme à Laon est réalisé en 1987.

– En 1988, l'Office de Tourisme est restructuré avec un Conseil d'Administration, représentatif de tous les partenaires ; la subvention de la ville passe de 45 000 F à 1 000 000 F.

– Ces moyens permettent la mise en place d'une équipe professionnelle avec des actions dans les domaines de l'accueil, de la promotion et de l'animation.

– En 1990, la ville signe la nouvelle convention « Ville d'Art et d'Histoire » et confie sa mise en œuvre à l'Office de Tourisme de Laon.

– En 1991, l'Office de Tourisme sera installé dans un Hôtel-Dieu du XIII^e siècle, à côté de la cathédrale, disposant de deux salles d'expositions et de spectacles.

En deux ans, la fréquentation touristique de l'Office a augmenté de 25 %, les visites guidées réalisées de 100 %.

La capacité hôtelière de la ville, insuffisante jusqu'à 1989, a doublé également en deux ans. Le nombre global de nuits a augmenté de 30 %.

La politique touristique à Laon fait partie intégrale de la politique culturelle.

Il est intéressant de savoir que la ville a dépensé en 1990 23 millions de francs pour des actions ou des investissements dans le domaine culturel (10 % du budget communal).

Nous constatons que parallèlement aux investissements directs dans le tourisme, la ville investit dans des équipements tels que la Maison des Arts et Loisirs, le Conservatoire, le Musée, la Bibliothèque.

Il s'agit d'équipements, dont le fonctionnement est indispensable à la réalisation d'un tourisme culturel.

Cette politique permet l'animation du patrimoine avec des spectacles, des manifestations, des publications de livres et de plaquettes, la réalisation de vidéogrammes.

LES LAONNOIS ET LEUR PATRIMOINE

L'accent mis sur le patrimoine et sa valorisation ainsi que les actions menées par la ville, ses équipements et l'Office de Tourisme de Laon, ont joué un rôle important dans le processus de sensibilisation des Laonnois.

D'abord, les Laonnois sont les premiers à profiter de la réhabilitation du cœur ancien, des rues piétonnes et de POMA 2000.

Ils profitent également de la politique culturelle qui anime les différents équipements de la ville, en participant aux spectacles ou manifestations proposés.

Ils apprennent à apprécier au fur et à mesure la beauté de leur site.



Laon. Porte d'Ardon.
Photo OTSI de Laon, Claude Jacquot.

Tous les ans, pendant la journée Portes Ouvertes des Monuments Historiques, ils sont nombreux à ouvrir leurs maisons aux visiteurs et encore plus nombreux à visiter.
Les Laonnois deviennent ainsi les meilleurs ambassadeurs de leur ville.

EN CONCLUSION

L'objectif de mon intervention a été de démontrer qu'il y a des villes – et j'ai utilisé l'exemple de la ville de Laon – où la compatibilité entre la politique urbaine et la politique touristique existe.

Ceci dit, il ne s'agit pas d'une situation idéale ou idyllique. Des problèmes existent aujourd'hui, ils existeront demain.

Le tourisme ne peut pas donner une réponse à tous les problèmes économiques, et il peut en créer d'autres.

La vigilance et la vision globale des choses sont nécessaires.

Toutefois, à Laon depuis quelques années, le souci d'un développement économique et touristique contribue à la sauvegarde du patrimoine de la ville.

Il contribue toujours à l'animation de ce patrimoine et à la création d'infrastructures et d'équipements.

Les Laonnois (ou un grand nombre de Laonnois) sont les premiers à en profiter et à se sentir directement impliqués dans ce processus de redynamisation de leur cité.

Il s'agit seulement du début de la mise en œuvre d'une politique urbaine et touristique.

Beaucoup reste à faire pour que cette politique soit cohérente et efficace.

Theodoulitsa KOULOUMBRI
Directrice de l'Office de Tourisme
de la Ville de Laon

Carcassonne, Beaucaire, Aigues-Mortes

Nous avons parlé tout à l'heure du patrimoine choisi, du patrimoine subi et, par incidence, du tourisme choisi : plusieurs cas de villes illustrent ces situations et, sous le paramètre du « patrimoine subi », on pourrait inclure effectivement Carcassonne dont la dimension touristique est bien connue, mais qui en subit les effets pervers. Les problèmes à résoudre à Carcassonne sont des contraintes de flux (finalement, le tourisme c'est aussi la gestion des flux), et des problèmes d'accueil, de communication. Il est vrai que lorsque l'on fait un bilan succinct du vécu touristique de Carcassonne, on s'aperçoit que les touristes se garent au pied des remparts, (ce qui, au niveau de la perception du paysage, n'est pas la meilleure solution), puis ils entrent tous dans la ville ancienne par la même porte (or une cité féodale fortifiée dénombre néanmoins plusieurs accès ; ce n'est pas une architecture facile à investir mais cela participe de son charme). Donc, actuellement, les visiteurs utilisent le même parking et empruntent la même porte et la même rue pour accéder au point nodal de la cité, c'est-à-dire le château-comtal. Ils sont conduits à se précipiter dans un même espace, la barbacane, que prolonge une porte assez étroite, formant un point de contrôle à l'époque médiévale ; ils prennent la même rue étroite qui n'est d'ailleurs pas interdite à la circulation et où l'on retrouve tous les artisans qui vendent plutôt des ersatz, Tours Eiffel et Châteaux sous la neige, que des produits touristiques en correspondance avec le lieu ; ils arrivent au château-comtal où il n'y a rien à voir, où il n'existe pas d'accueil véritable et où ils sont confrontés à une coque vide avec une triste présentation lapidaire de la Cathédrale. Cette muséographie est tout à fait inadaptée ici, alors qu'il y a des trésors à faire découvrir. On pourrait imaginer un musée de la poliorcétique (thème éminemment présent dans les fortifications de Carcassonne), une évocation de Viollet-le-Duc, l'architecte qui a conduit la restauration de la Cité. On pourrait imaginer toutes sortes d'équipements qui éveillent la curiosité, incitent à la connaissance et permettent d'acquérir une certaine familiarité avec les lieux...

Mais néanmoins, des projets d'amélioration sont en vue, je vous dresse présentement un bilan volontairement un peu sévère puisque j'essaie de mettre en exergue les effets néfastes de ce tourisme qui laisse la cité peu ou prou exploitée, avec son potentiel sous estimé, car aucun programme n'a été concerté.

C'est un constat un peu dur mais révélateur de l'image de cette ville où le visiteur se trouve confronté à des bâtiments restaurés sous Viollet-le-Duc (et depuis par

ses émules), retrouvant une architecture néo-troubadour, et simultanément à des édifices et des parcelles tout simplement laissés à l'abandon. C'est une ville en déshérence, où n'habite pratiquement qu'une population concernée par l'économie touristique. En conséquence, deux choix semblent se présenter : soit on réalise un « super magic kingdom » (pourquoi pas?), soit on met en scène une ville-musée qui vante une cité médiévale de caractère. Heureusement ou malheureusement, aucune de ces alternatives n'est possible. La problématique majeure à laquelle on s'achoppe reste « l'irrigation » de la ville pour lui conserver sa vie ; la Cité, composant un ovale assez élégant comprend une multitude de petites places propices aux découvertes, aux atmosphères, aux émotions... A ce titre, il ne faut pas négliger l'automobile, parce que si désormais les gens n'habitent plus sur place, s'ils ne restent pas, c'est dû le plus souvent à un comportement lié au désir de confort que procure la voiture, les résidents voulant bénéficier de tous les bienfaits de la civilisation contemporaine. Il ne faut donc pas se voiler la face mais répondre à ces besoins, trouver des moyens pratiques. Ce n'est pas parce que c'est une cité féodale que l'on ne doit pas y rouler en voiture. Des solutions restent à imaginer et à mettre en place, qui se concrétiseront par des aménagements assez lourds néanmoins, car il s'agit par exemple de créer un passage souterrain pour arriver en ville. Cela a été prévu lors de la construction du théâtre de Carcassonne il y a vingt ans. A l'époque il avait été envisagé de pouvoir arriver sous la scène et d'aménager une rampe pour accéder en pleine ville depuis l'extérieur. Paradoxalement conserver la dimension et l'authenticité de la cité, c'est reprendre ces études et penser aux moyens modernes de communication. Cette ville presque exsangue de sa population propre n'a plus de véritable identité, c'est pour cela que je disais tout à l'heure qu'elle constitue un contre-exemple. Il est vrai qu'il y a par ailleurs des retombées positives mais j'expose ici une problématique et j'essaie d'en souligner les vrais éléments.

Au niveau du « patrimoine choisi », d'autres exemples sont significatifs. Ainsi la ville de Beaucaire, riche d'un patrimoine très diversifié, a choisi à travers ses efforts de mise en valeur, (secteur sauvegardé et chantiers de restauration), de fédérer son tourisme autour de la présentation d'un pôle majeur : son château féodal construit sur l'ancien oppidum. Voici donc un lieu qu'il faut réhabiliter, expliquer, j'ajouterais « interpréter » selon le concept de la muséographie anglo-saxonne, et c'est le terme propre car il faut

appréhender et lire la ville dans toutes ses dimensions urbaine, touristique, culturelle, sociale, économique...

La ville de Beaucaire a décidé d'entreprendre une réflexion sur son développement touristique à travers ses différents atouts. Premier atout : un secteur sauvegardé depuis 1986, assez important, que surplombe un château (véritable couronne féodale sur un éperon rocheux), d'une allure imposante quand on le regarde du côté de la façade rochanaise, mais offrant l'apparence d'une malheureuse « dent creuse » côté ville compte tenu qu'il a été démonté au XVII^e siècle. Les exactions de l'Histoire posent donc un problème d'appréhension globale du patrimoine. Beaucaire est constitué d'une ville ancienne, d'une enceinte médiévale ainsi que d'une enceinte-digue pour se protéger des crues du Rhône. Ce patrimoine intéressant fait face à Tarascon et ces deux châteaux en vis-à-vis forment un site assez exceptionnel. L'idée directrice a été de mettre à profit l'espace libre au pied des remparts, sur la façade monumentale, pour disposer d'un milieu d'accueil propice au tourisme. Effectivement, si l'on veut drainer sans gêne un maximum de flux, il faut penser aux cars, aux parkings, aux voitures individuelles et aux animations. Là réside donc la possibilité, non pas de recréer la foire de Beaucaire, mais d'aborder la ville dans sa dimension fonctionnelle et « chronologique ». On pénétrait autrefois dans la ville non pas par le bas, la ville historique, mais par l'entrée du château, ce qui nécessite aujourd'hui le choix d'une création ex nihilo pour retrouver l'esprit de l'accès d'origine et donc un accès vertical du côté du Rhône, pour s'élever au niveau du château. De là, on évolue dans un site archéologique assez intéressant composé de différentes empreintes : époque romaine, époque féodale, XII^e et XIV^e siècles. Toutes ces traces transmettent l'histoire du lieu, il faut donc les restituer dans toute leur richesse aux visiteurs par une lecture originale du patrimoine. Les spectateurs doivent découvrir, à partir du château, la ville comme un spectacle. A cet égard, on a la chance de disposer d'un musée conçu pour être le passage initiatique entre le site propre et la ville qui mérite une approche plus délicate et qui nécessite un discours didactique plus complet. Le musée est donc une étape nécessaire dans le choix du parcours et permet une parfaite cohérence dans la découverte de ce patrimoine riche mais hétérogène. Autre atout : à proximité de la ville s'élève une abbaye troglodytique assez importante sur un autre éperon rocheux, qui a été complètement « investie » par les moines et qui est en fait un patrimoine étrange et fabuleux. Là se trouve un autre « gisement culturel » de qualité. Cette dichotomie entre ces deux pôles patrimoniaux nécessite de tisser

des liens afin de les relier physiquement. Résoudre cette partition est du ressort d'une démarche touristique : comment fédérer ces différents sites qui ne sont pas contigus ? Comment les gérer au sein d'un même « produit touristique » ? Là aussi s'offrent des appréhensions variées, des rencontres avec des civilisations différentes, plusieurs niveaux de « lectures d'interprétation »... C'est la déclinaison harmonieuse de ces nombreux référents qui établit l'identité de la ville et génère sa « médiation patrimoniale ».

Aigues-Mortes enfin accuse les mêmes effets que Carcassonne selon le même schéma. Cité médiévale située en arrière du front de mer, elle subit son tourisme à travers son patrimoine. Beaucoup de gens (des publics différents, pas forcément « culturels ») y viennent pour découvrir un site urbain exceptionnel.

Néanmoins, la seule partie urbaine qui s'est développée est tout simplement celle qui se trouve dans l'axe de la porte de la Gardette. Le seul développement économique est généré par cette porte, la place et la Tour de Constance, limitrophes. Les remparts, équipés d'un aménagement pour handicapés donnent une vision panoramique sur la région mais aussi sur les abords, qui ont été scandaleusement « mités » et dont le bâtiment viticole proche est à l'origine des mesures de sauvegarde du patrimoine monumental (loi de 1913).

Ces quelques exemples montrent l'absence de gestion raisonnée et raisonnable dont souffre notre patrimoine et plus particulièrement celui qui relève de l'Etat. En effet, l'administration lointaine et mal informée, n'est pas à même de saisir les problèmes comme les potentialités de la ville face, soit à l'afflux du tourisme, soit à sa désaffection.

Le patrimoine, par sa charge émotionnelle et sa situation urbaine, constitue un facteur d'attraction pour la ville mais suscite également un sentiment de rejet quand la perception patrimoniale devient hypertrophiée. C'est à nous de rétablir l'équilibre : d'assurer l'échange initial, garant de l'authenticité entre le résident, le citadin, et celui qui voyage, avide de découvertes et de connaissances. Les expériences d'un tourisme plus subi que maîtrisé, renforcent une conviction : il ne s'agit pas d'adapter la ville au tourisme mais au contraire d'acclimater le tourisme à ses hôtes, ce qui implique entre autres une large participation des habitants. L'enjeu du tourisme urbain réside dans l'alliance des professionnels et des collectivités territoriales, seuls capables d'arrêter une véritable politique.

Bruno DONZET

Architecte Urbaniste - Prospective et Patrimoine

Quel est le rôle des outils de gestion (plan de sauvegarde et de mise en valeur, ZPPAU) et des autres politiques contractuelles entre l'Etat et les collectivités locales ?

L'Etat n'a pas de politique urbaine a priori, ce n'est pas son rôle. Ce sont les municipalités qui ont des politiques urbaines. Par contre, l'Etat a une politique du patrimoine. Est-ce que l'Etat a une politique du tourisme ? Bien sûr, je m'en voudrais de dire l'inverse surtout en présence de représentants du ministère du Tourisme. L'Etat a une politique du tourisme, mais non une politique du faire, une politique du faire-faire, donc une politique au second degré.

Par rapport à cela, regardons les secteurs sauvegardés, lorsque ceux-ci ont été créés en 1962, l'idée n'était pas touristique, elle était exclusivement une idée patrimoniale. L'idée était de protéger, de préserver, d'empêcher que quelque chose qui avait valeur de patrimoine et qui enfin était reconnu comme tel, disparaisse sous la pioche des démolisseurs, qui, à l'époque, comme vous le savez, ne mollissaient pas.

Du coup, une génération d'architectes en chef des monuments historiques a repensé ces coeurs de ville, d'une part comme des protecteurs – puisqu'ils étaient architectes en chef des monuments historiques – mais aussi, comme étaient tous les architectes de l'époque, c'est-à-dire des restructurateurs de ville. On a vu comme cela des îlots opérationnels où l'aspect touristique, sans être présent a priori, est très vite apparu comme déterminant, puisque l'on a créé des véritables coeurs de villes qui étaient des coeurs de villes offerts aux regards émerveillés des visiteurs.

Le risque qui a été souvent évoqué au cours de ces deux jours, qui est apparu très clairement, était le risque d'artificialité. Artificialité soit parce que des options architecturales urbaines étaient prises et posaient de véritables problèmes d'authenticité, soit parce que ces îlots opérationnels ont amené une mutation de population, mutation sociale qui était telle que finalement on arrivait à un concept de ville-musée, aussi bien sur le plan architectural que sur le plan social.

Les années 70 ont amené une sorte de bienfait architectural et urbain qui était un méfait économique à savoir la crise. La crise des années 70 a amené effectivement l'Etat et les municipalités à se concentrer sur un autre aspect, aspect devenu non seulement prioritaire mais quasiment exclusif, c'est-à-dire à se concentrer sur l'habitat.

Or j'ai l'impression qu'une des remarques que l'on peut faire, c'est que les politiques urbaines encore aujourd'hui, – il faut le constater, peut-être le regretter – sont des politiques de l'habitat. Essentiellement une politique du plein et du fixe, alors qu'une politique

d'accueil des touristes est une politique du vide, du creux, du flux. Quand on accueille les touristes, on les accueille dans les espaces publics. On organise leur venue, on organise leur circulation et comme le dit l'exposé très intéressant de Nerte Dautier, il faut les organiser et les diffuser dans les alentours de la ville. Lorsque dans le cas de Laon, on nous dit qu'il ne faut pas hésiter à faire en sorte que tel ou tel café ou telle ou telle place reste ouvert, on est au cœur d'une politique de flux et d'accueil.

Cette ambiguïté-là me paraît au cœur des problèmes actuels des secteurs sauvegardés par rapport au tourisme. C'est vrai que lorsque l'on a des opérations programmées de l'amélioration de l'habitat, ou des déductions fiscales, qui sont les deux modes opérationnels principaux des secteurs sauvegardés aujourd'hui, on est loin dans un cas comme dans l'autre des préoccupations touristiques.

Cela dit, aujourd'hui on peut dire que la politique des secteurs sauvegardés a un peu fait le plein de sa première cible. Sa première cible c'était les grandes villes et villes moyennes de fort patrimoine architectural et urbain incontestable. Pratiquement toutes les villes qui ont un patrimoine, ont un secteur sauvegardé. Puisque cette politique est une politique vivace, et qu'il y a en plus des candidatures de nouvelles villes pour avoir un secteur sauvegardé, on se pose la question de savoir comment réorienter cette politique, quelles seront les futures villes qui auront un secteur sauvegardé. Et là brusquement, on voit arriver la composante touristique. Alors finalement, aujourd'hui, avec la politique des secteurs sauvegardés, quelles villes visons-nous ?

– d'abord ces villes que je dirais plus ordinaires d'un point de vue architectural et urbain, mais qui ont une vocation néanmoins à être présentées en tant que telles comme ayant une valeur patrimoniale à des visiteurs et à leurs habitants. Le tourisme n'est pas loin.

– la deuxième cible possible des villes beaucoup plus petites, des villages même, ou très petites villes, qui ont souvent avant tout comme activité, quelquefois saisonnière, une activité touristique. Si l'on regarde quelques uns des secteurs sauvegardés créés récemment comme Mers les Bains, ou Monpazier, on a effectivement deux toutes petites villes qui sont des villages éminemment touristiques.

Tout ce qui a été dit durant ces deux jours m'a paru intéressant, d'une part cela montre les limites d'une action d'Etat et montre comment, avec nos propres outils, nous pouvons nous réorienter.

Autre exemple que je souhaitais illustrer, c'est la zone de protection du patrimoine architectural et urbain (ZPPAU). A priori à partir de 1984-1985, on n'a pas cherché à déterminer des critères de choix. On a lancé des études tout azimut avec une participation plus ou moins forte de l'Etat dans le financement. Mais ce dont on s'aperçoit, c'est que les ZPPAU qui sont les plus pertinentes, et sur lesquelles nous, en tant qu'Etat, avons le moins d'états d'âme, c'est justement celles où il y a une unicité cohérente autour d'un thème. Ce thème s'avère généralement à haute valeur touristique, par exemple, bien entendu, toutes les petites cités bretonnes. Les petites cités de caractères sont une action volontaire de municipalités et collectivités locales intermédiaires et de l'Etat autour d'un thème qui est aussi un thème touristique. C'est le cas des petites cités comtoises que j'ai évoquées hier. Mais il est vrai aussi que quand on fait une série de ZPPAU à thème, comme

par exemple les toits en lauze dans les régions du sud du massif central, on est dans une thématique qui est potentiellement fortement touristique.

Je crois à mon sens que c'est une bonne façon d'utiliser les données de l'Etat que de les utiliser en créant d'une part une synergie, une mise en commun des énergies avec les collectivités locales, et pourquoi pas autour d'un thème, qui soit un thème de synthèse, qui puisse véritablement se décliner d'une façon plurielle, sur le terrain, avec plusieurs villes.

J'en profite pour féliciter et remercier l'ICOMOS, Nancy Bouché, Jean-Marie Vincent, et toute l'équipe d'Icomos et pour saluer le travail de la section française, sans oublier bien entendu de remercier la ville d'Aix pour avoir prêté son concours à ce colloque.

Serge KANCEL
Sous-Directeur des Espaces Protégés
Ministère de l'Équipement,
du Logement et des Transports

DÉBAT

Régis Neyret, président de « Patrimoine Rhonalpin » constate des stades d'évolution différents et insiste, après que M. Visteaux ait parlé d'équilibre, sur la collaboration qu'il faut développer, car le développement du tourisme est une évidence. Deux exemples de collaboration : à Lyon, la ville a créé une convention entre les propriétaires d'immeubles et elle-même pour ouvrir les traboules (allées et cours intérieures) qui se ferment de plus en plus pour des raisons de sécurité. Cette convention, signée il y a quelques semaines, propose aux propriétaires de payer l'éclairage et le nettoyage des cours qui, en échange, restent ouvertes au public jusqu'à 21 heures. Cette convention se développe assez vite, avec des sociétés d'HLM ayant restauré des immeubles et maintenant avec des propriétaires privés.

Deuxième exemple de collaboration, qui concerne l'image et la vidéo, dont on n'a pas encore parlé : la signature par le patrimoine Rhonalpin, association régionale, d'une convention avec la caisse nationale des monuments historiques et des sites et FR3 pour réaliser des vidéos du patrimoine co-financées par FR3 et des associations locales. Ces vidéos sont présentées régionalement et nationalement par FR3, mais ensuite vendues aux touristes.

En troisième lieu un vœu : Mme Kouloumbri a parlé des cafés qui maintenant restent ouverts tard le soir. On aimerait que les musées, gérés par la CNMHS ou non, soient ouverts au moment où les touristes sont là et ne ferment pas en fin d'après-midi quand les touristes arrivent.

Louis Prieur, architecte, qui a beaucoup travaillé pour le développement touristique dans le cadre d'une ZPPAU dans le Dauphiné, souhaite que le partenariat inclue aussi les conseils régionaux et généraux, car une politique touristique dépend vraiment d'une dynamique touristique régionale et départementale et pas seulement d'un partenariat entre les propriétaires privés, l'Etat, la commune.

Pierre Le Treut, vice président du conseil régional de Bretagne :

La démarche de la Bretagne est un peu différente, en ce sens qu'elle a une identité spécifique, avec une forte personnalité liée à sa culture. C'est à partir de celle-ci que la Bretagne a voulu retrouver son patrimoine et le développer.

Car en Bretagne nous avons un art de vivre un peu particulier, on n'y respire pas comme à Aix en Provence, et tout ceci est dû à un ensemble, patrimoine monumental ou architectural, mais aussi patrimoine ethnographique.

Je pense, en effet, l'homme conditionné par son héritage, mais surtout par le milieu, et c'est en habitant la Bretagne que l'on est breton. Celui-ci existe, mais s'il quitte la Bretagne, au bout de deux générations il n'est plus breton. Par contre celui qui s'investit et travaille en Bretagne devient très rapidement breton.

Nous avons peu de grandes villes en Bretagne – Rennes, Brest – mais beaucoup de villes moyennes ou petites. Nous avons huit villes d'art et d'histoire et quant aux petites cités de caractère, ce sont des villes anciennes, autrefois importantes les villes des barons qui ont joué un grand rôle en Bretagne, villes administratives, chefs lieux de pays, dont nous avons voulu préserver l'authenticité. Ce sont de petites villes correspondant au point

de vue de leur superficie au château et à son environnement, avec un patrimoine architectural très important.

C'est pour cela que le conseil régional, a voulu coordonner ce développement en créant l'association des petites cités de caractère et dernièrement celle des petites communes rurales du patrimoine, car nous avons un patrimoine très dispersé, de clans paroissiaux, de chapelles, de fontaines qui méritent aussi un entretien.

Donc une forte implication de la région à trois degrés : petites communes du patrimoine, petites cités de caractère, et villes d'art et d'histoire.

Michel Jantzen, président de la section française de l'ICOMOS, architecte en chef et inspecteur général des monuments historiques

Une première remarque : j'ai le sentiment que les touristes se conduisent mieux dans les climats du nord que dans ceux du sud. Je connais Laon et j'ai été très heureux d'entendre Mme Kouloumbri nous en parler en ces termes, je connais aussi très bien Dijon à une latitude intermédiaire, et les phénomènes qui s'amplifient à Aix s'apaisent à Dijon et disparaissent à Laon. Ceci n'est pas seulement vrai pour ces trois villes, mais d'une façon générale pour l'hexagone. Alors peut-être que dans le nord de l'Europe cela va très bien...

Une deuxième remarque : on a beaucoup parlé de collaboration. Les villes anciennes dont nous parlons, construites à une époque où les loisirs et le tourisme n'existaient pas, ne l'ont évidemment jamais été pour le tourisme, et il y a donc un partenaire qui a beaucoup d'importance, l'entrepreneur de tourisme.

Je vis actuellement une situation assez difficile à Rouen, à cause d'un conflit entre l'Etat, la ville et les entrepreneurs de tourisme pour un problème de stationnement de cars. Et l'on se dit contraint par les exigences des entrepreneurs de tourisme qui sinon s'en iront... Mais n'est-on pas dans une sorte de préhistoire du tourisme urbain lorsqu'on dit qu'à défaut d'admettre des cars de 80 personnes, on ira ailleurs, surtout s'agissant de la capitale de la Normandie ? Mais cela serait vrai pour n'importe quelle ville de France.

A travers à ce que j'ai entendu et pu vivre, je crois qu'il y a un vieux fond ancestral, primitif où le touriste est souvent reçu comme étranger, aussi parce qu'il a souvent un comportement un peu conquérant. Alors les villes mais aussi les promoteurs de tourisme doivent essayer de mieux intégrer les touristes à l'habitant, pour éviter qu'il ne soit une sorte de sauvage qui débarque par hordes, absolument impossible à intégrer.

Je voudrais souligner un point, celui des liens entre patrimoine et tourisme qui sont assez complexes et qui, en fait, ne sont pas contradictoires à condition de bien savoir les exploiter. On se rend compte aujourd'hui que le tourisme vient au secours du patrimoine, car il permet de donner une dimension économique à quelque chose qui était essentiellement visuel et sentimental. Ainsi, les perspectives de retombées concrètes, rendent les élus plus attentifs aux messages de patrimoine et de protection.

De même, on se rend compte que la notion de protection fait prendre conscience aux gens de la valeur de leur ville et de leur patrimoine, avec un rôle éducatif. Les gens regardent autrement ce qui est protégé, et peuvent comprendre ce que jusqu'alors ils ne voyaient pas, ou ne trouvaient pas très intéressant.

Atelier IV : L'économie touristique profite-t-elle au patrimoine urbain ?

Présentateur et animateur :

Christian Assanté, Chef du département urbain, Ministère du Tourisme

Nous avons élargi notre action aux quartiers historiques, aux centres historiques, aux quartiers eux-mêmes et nous sommes allés jusqu'à l'urbain dans sa totalité, c'est-à-dire avec une vision plus intégratrice de la ville ancienne dans la ville contemporaine, avec des projets d'urbanisme. Ferrare l'a bien montré hier.

Nous sommes allés jusqu'au patrimoine vivant, je reprends en ce sens la définition donnée ce matin et que j'ai entendue lors de colloques précédents : patrimoine vivant c'est-à-dire effectivement les manières d'être, d'habiter, les activités, en fait, les hommes. Donc c'est bien cette notion du patrimoine qui inclut aussi l'environnement, vision environnementale. Dans le patrimoine on met des fleurs, vous l'entendrez tout à l'heure, M. Frot en parlera, mais aussi l'air, l'eau, et effectivement tout ce que nous recevons en héritage. Patrimoine vivant, c'est effectivement le sens aussi de la vie quotidienne et qui ne prend sens que parce qu'il y a héritage et qui explique les comportements d'aujourd'hui.

M. Marc Christine s'occupe de l'observation statistique au ministère du Tourisme, et va vous parler des tendances de ce qu'on peut appeler la clientèle, l'évolution du public. Jusqu'à présent on a beaucoup parlé de l'offre, de son aménagement, offre patrimoniale, urbaine, maintenant il s'agit de s'interroger, de voir un peu quels sont les chiffres et quelles sont les tendances de la clientèle, sur le plan quantitatif.

Ensuite M. Jean-Michel Agnus, un de nos premiers « laboureurs » du tourisme culturel au ministère de la Culture et qui s'occupe à l'heure actuelle de l'action culturelle à la direction du patrimoine au ministère de la Culture nous parlera d'études plus comportementales des touristes (fréquentation par origine nationale du Val de Loire, motivations liées bien entendu selon l'origine nationale des clientèles touristiques étrangères).

M. Eric Boulte, représentant un groupe privé qui, à maintes reprises, a montré son intérêt pour le patrimoine, sa gestion, donc sa mise en valeur et sa communication nous parlera d'un exemple intéressant du patrimoine monumental mais intégré dans une petite ville, le château de Pierrefonds.

Puis M. Valéry Patin parlera du Viking Center de York intégré dans le patrimoine de la ville et dans l'identité d'une culture qui s'exprime là par un artefact. Il s'agira de discuter effectivement de la pertinence de l'utilisation de cet artefact et en tout cas, du retour de l'activité économique touristique sur la conservation du patrimoine.

Enfin Mme Jeanne Lafitte, deuxième adjoint de la ville de Marseille qui s'occupe du tourisme, est une femme de culture puisqu'elle est éditrice. Le patrimoine est une chose qu'elle connaissait avant de le défendre à partir du langage touristique.

M. Frot, maire de Rochefort, parlera d'une expérience fort originale encore une fois dans le sens du patrimoine élargi. Il s'agira de nous faire part de l'expérience menée par la ville de Rochefort à propos d'un élément du patrimoine de cette ville qui est le bégonia.

Statistique et connaissance des flux touristiques

En écoutant les différents orateurs de ce matin, je me suis posé la question de ce que peut apporter le statisticien public responsable des enquêtes nationales à l'observation et à la connaissance des flux touristiques urbains, c'est-à-dire à destination de la ville ?

Je crois que cette interrogation reste présente tout au long de mon exposé. En tout cas, elle implique de s'interroger sur des problèmes d'ordre sémantique, d'ordre épistémologique ou d'ordre méthodologique avant de pouvoir apporter des réponses. Car les chiffres sont fugaces, parfois mal interprétés ; parfois on leur fait dire ce qu'ils ne disent pas, ou parfois on les interprète comme on ne devrait pas les interpréter. Ce seront donc les limites de mon exposé.

J'éclairerai ensuite quelques grands faits à la lumière des statistiques qui sont menées par le ministère du Tourisme au plan national tout en laissant en guise de conclusion la possibilité d'une ouverture. Que le ministère du tourisme soit présent dans ce colloque est le signe de l'interaction entre tourisme et culture qui doit aller en croissant. En ce qui concerne l'observation statistique et économique, il y a des choses qui existent mais sans doute aussi des progrès à faire.

Tout d'abord, je m'excuse par avance du discours un peu académique que je vais être obligé de faire. Je crois que, pour bien comprendre la portée de quelques chiffres, il faut s'interroger d'abord sur les *problèmes de définition*. Je crois que, tout au long de cette journée, il y a eu une confusion implicite que je ne lèverai pas. Mais j'expliquerai en quoi ce que je vais dire montre que l'on ne peut réduire la notion de tourisme à la notion de loisir, la notion de touriste à la notion de visiteur, la notion de tourisme urbain à la notion de tourisme culturel. Toutes ces notions ne sont pas identiques et pour le ministère du Tourisme et, en particulier, pour le statisticien du tourisme que je suis, le touriste se définit par le fait *qu'il passe une nuit dans un lieu en dehors de son domicile habituel*. C'est le champ auquel se restreignent les quelques données que je vais vous présenter.

Cette constatation est importante parce que lorsqu'on raisonne en terme de politique touristique ou de politique d'aménagement, on mélange en fait à la fois les personnes de passage, les visiteurs qui ne séjournent pas et qui peuvent représenter des flux très importants et ceux qui séjournent, qui sont certes plus faciles à mesurer parce qu'ils passent une nuit alors que les visiteurs sont beaucoup plus difficiles à comptabiliser.

Deuxième distinction qui est bien le thème de la question qui nous est posée aujourd'hui : connaissons-nous vraiment les chiffres de fréquentation touristique des ensembles urbains ? Qu'est-ce qu'un ensemble urbain ? Je ne vais pas le définir, je ne le définirai qu'à la lumière des statistiques que l'on peut recueillir. « Urbain » correspond en fait à travers les enquêtes nationales sur les déplacements des Français, à ce que déclarent les gens quand ils disent « j'ai fait un séjour à la ville ». Cela renvoie forcément à une certaine subjectivité qui est peut-être souhaitable car si l'on définissait le tourisme urbain de façon trop stricte, on aurait une vision trop réductrice.

Tourisme urbain ne veut pas dire tourisme culturel, en même temps que le tourisme culturel ne se confond pas avec le tourisme urbain. Une autre approche possible pour identifier le tourisme culturel est de se fier à ce que déclarent les gens quand on les interroge « est-ce que vous avez exercé telle ou telle activité » ? On peut identifier notamment un certain nombre d'activités que l'on peut baptiser « culturelles ». Pour ma part je retiendrai quatre de ces activités, au travers des données nationales que j'exposerai tout à l'heure.

Problème de *définition* donc, problème ensuite de *sources*. Les données sont multiples. Les données d'enquêtes nationales représentent des contraintes et en même temps sont la source de leur intérêt : en ce sens qu'elles donnent un aspect de cadrage général mais contraintes parce qu'elles ne répondent pas au problème précis : quelle est la fréquentation de telle ou telle ville, de telle ou telle cité. La contrainte du statisticien est qu'il raisonne sur des moyennes. Ces moyennes recouvrent de fortes disparités locales, ce qui implique que les personnes qui sont intéressées au développement touristique de tel ou tel site, trouveront peut-être ces chiffres imparfaits car ils ne répondent pas à leurs attentes, mais c'est la contrainte du genre. Je voudrais signaler aussi dans ces problèmes de source qu'il existe des sources locales. Il existe en effet des observatoires départementaux et régionaux du tourisme qui permettent d'apporter des éclairages complémentaires à ce que peut apporter l'Etat.

Problème de *champ* enfin : le tourisme est quelque chose de très vaste. On le sépare habituellement en deux grandes cibles : tourisme pour motif d'affaires et tourisme pour motif personnel. Je ne m'intéresserai dans cet exposé qu'à la seconde partie, j'exclurai d'emblée ce qui est le tourisme d'affaires.

Voici le problème de méthode pour bien avoir présente à l'esprit la portée des chiffres. Je crois qu'on peut, dans une statistique à portée nationale, s'interroger dans une double optique. D'abord essayer de voir quel est le poids de tel ou tel comportement, en l'occurrence : celui des séjours à la ville dans l'ensemble des séjours touristiques des Français. Ensuite, on peut s'interroger pour savoir dans quel type de population ce comportement est le plus répandu. Cela est l'approche *comportementale*.

Une autre lecture de ces données peut être totalement différente. Il suffit de regarder en fait la *clientèle*. Sur l'ensemble des gens qui pratiquent une activité donnée, par exemple l'ensemble des gens qui pratiquent un séjour à la ville ou une activité culturelle, quelle est la répartition par catégorie socio-démographique, cela est l'approche par clientèle. Je m'intéresserai plutôt à l'aspect comportemental, au risque de donner des chiffres qui paraîtront un peu surprenants parce que cela ne correspond pas forcément à l'observation directe : c'est au contraire la pénétration de tel ou tel comportement dans telle ou telle catégorie.

Après ce long préambule, peut-on donner quelques indications générales ? D'abord rappeler les principaux chiffres du tourisme. En 1989 le tourisme en France, que ce soit le fait des Français ou des étrangers, a représenté 1 455 millions de nuitées dont les 3/4 sont dus aux résidents français, bien que la proportion des étrangers ait beaucoup crû par rapport à 1988 et également en 1990.

Je m'intéressai en un premier temps au tourisme des résidents français. L'évolution sur une longue période fait apparaître une composante qui évolue différemment de l'ensemble, notamment depuis une dizaine d'années, et spécifiquement deux-trois ans, à savoir une forte accélération des séjours de courte durée. Tandis que les séjours qu'on appelle vacances, c'est-à-dire des séjours de plus de quatre jours ont connu une stagnation relative au cours des trois-quatre dernières années, stagnation accrue sur les vacances d'hiver, au cours des trois dernières années.

La source principale qui nous permet de dégager des tendances et des chiffres, ce sont les enquêtes vacances menées par l'INSEE et exploitées conjointement par le ministère du Tourisme dont l'intérêt est qu'elles présentent des séries longues qu'on peut interpréter pour étudier les évolutions mais dont l'inconvénient est qu'elles se restreignent à la partie vacances, aux séjours de longue durée de plus de quatre nuits.

Lorsque l'on regarde ces sources et notamment que l'on essaie de discerner ce qu'est le tourisme urbain au travers de ces sources, il faut se référer à la subjectivité des personnes interrogées qui déclarent avoir fait un séjour à la ville ou à la mer. Si l'on admet que l'on puisse qualifier de tourisme urbain le tourisme qui a lieu à la ville, ce tourisme représente en termes de séjours 10,7 % de l'ensemble sur les derniers chiffres disponibles. Ce poids a relativement peu varié au cours des dix-quinze dernières années, il a oscillé aux alentours de 10 %, entre 8 et 11 %. Ceci est un facteur lourd de stabilité même s'il y a peut-être des comportements dont les évolutions s'accroissent. Ces comportements sont peut-être plus le fait du tourisme au sens large, c'est-à-dire visiteurs, personnes de passage ou comportements de loisirs, que du touriste à proprement parler.

Ce tourisme urbain, on peut le regarder également de façon différenciée suivant que l'on considère l'hiver et l'été. On s'aperçoit que le tourisme urbain a un poids plus important en hiver qu'en été.

Ce tourisme urbain, toujours au travers de ces enquêtes, est principalement associé à un mode d'hébergement non marchand qui est le mode « parents et amis ». C'est également un facteur lourd et c'est une chose à ne pas perdre de vue, surtout par rapport aux exposés que l'on a entendus ce matin, dans lesquels on a l'impression que le tourisme urbain est nécessairement greffé sur l'économie locale. En fait je crois que les modes d'hébergement des touristes qui séjournent à la ville chez parents et amis, prouvent que le tourisme urbain est très fortement imbriqué dans la vie quotidienne de la ville. C'est le meilleur moyen de s'impliquer dans la vie locale, de séjourner parmi les résidents. C'est une tendance lourde qu'il ne faut pas perdre de vue.

Si l'on regarde maintenant quelles sont les caractéristiques socio-démographiques des personnes qui pratiquent ce type de séjour, on s'aperçoit aussi que majoritairement, ils correspondent à des catégories bien typées et notamment de classes d'âge supérieures à la moyenne. On voit que la répartition du mode d'hébergement et du mode de séjour fait apparaître, en hiver, que le séjour à la ville en tourisme urbain, à la résidence de parents et amis, est en seconde place derrière les séjours à la campagne. En ce qui concerne l'été, c'est toujours la campagne qui vient en premier, mais il y a la mer qui l'emporte largement sur la ville, la ville en résidence principale de parents et amis, intervient en cinquième position, dans l'ensemble des séjours.

Ce sont des données très massives qui ne donnent pas d'indication sur le type de tourisme qui est réellement pratiqué. C'est un tourisme majoritairement chez parents et amis ; c'est également un tourisme dans lequel le mode de transport est plus souvent un mode de transport collectif qu'un mode de transport individuel, c'est ce qui ressort des enquêtes.

On peut faire une autre analyse sur les *activités pratiquées*. On peut identifier parmi les activités pratiquées, des activités que l'on peut baptiser culturelles. Je me référerai ici à une autre source, qui est une enquête sur les déplacements des Français, que le ministère du Tourisme a lancée dans le cours de l'année 1990, dans laquelle un exposé des différentes activités par lieux de séjour est proposé. Parmi les activités culturelles, j'en retiendrai quatre : la gastronomie, l'assistance à une manifestation culturelle par exemple un festival, un événement culturel, la visite de monuments et de sites, et d'autres activités culturelles non précisées qui ne nous intéressent pas.

Lorsque l'on regarde le poids parmi l'ensemble des séjours de ces différentes activités, on voit qu'un tiers (31 %) des personnes déclarent qu'elles ont visité un monument ou site, motif relativement majoritaire par rapport aux autres motifs, y compris dans l'ensemble des motifs dits culturels.

Il est intéressant de noter que si l'on fait une distinction entre les courts et les longs voyages, les visites de monuments sont plus importantes dans les longs voyages que dans les courts, preuve peut-être que la connaissance d'un site, d'un patrimoine, s'exerce à

travers la visite des éléments architecturaux, est plus forte lorsque l'on a tendance à séjourner plus longtemps dans le lieu. C'est une constatation que l'on retrouve quelle que soit l'activité, c'est vrai aussi pour l'assistance à des manifestations culturelles, et c'est vrai aussi pour le tourisme de découverte gastronomique, de produits du terroir.

Un petit regard sur les *étrangers*, au travers de l'enquête aux frontières que le ministère du tourisme a menée en 1989 : on trouve des choses relativement différentes, notamment une proportion des séjours qualifiés d'urbains beaucoup plus importante que pour l'ensemble des résidents. Ainsi, plus de la moitié des touristes étrangers ont déclaré avoir exercé une activité culturelle, pour l'essentiel visite de monuments et de sites avec, d'ailleurs, des différences relativement marquées suivant les nationalités. Mais il est difficile de faire une typologie car parmi les pays pour lesquels cette activité est citée de façon prépondérante et en tout cas plus grande que l'ensemble, on retrouve des pays du Sud, l'Espagne, le Portugal, la Grèce, mais également le Danemark, l'Autriche, et avec un poids très fort les pays lointains : le Japon et les Etats-Unis. A l'inverse, les pays qui seraient un petit peu moins attirés par les activités culturelles et les visites de monuments, sont les pays d'Europe du Nord, Belgique, Pays-Bas et Scandinavie dans une moindre mesure.

Pour ne pas lasser l'auditoire avec un trop grand nombre de chiffres, je voudrais conclure avec ces quelques données de base en rappelant les prémisses, à savoir qu'il faut se garder de faire des confusions. Ce que j'ai dit s'applique à des catégories que l'on identi-

fie comme étant des touristes, mais il y a d'autres catégories que l'on a plus de mal à mesurer qui sont les visiteurs, les excursionnistes, qui peuvent générer une forme d'activité de passage fort importante et que l'on ne pourra mesurer qu'au travers d'outils d'observation délocalisée. Au moment où le ministère du tourisme met en place un observatoire national du tourisme, je crois qu'il est bon de profiter de l'occasion pour mettre en place au niveau local, régional ou départemental, des systèmes d'observations qui permettent de mesurer réellement ce que sont ces flux, dans une optique qui permette de faire des comparaisons d'un espace à l'autre, également des comparaisons dans le temps, et qui soient articulées avec les enquêtes nationales.

De ce point de vue, on peut citer les exemples qui existent déjà notamment dans les Bouches du Rhône où se trouve actuellement un observatoire départemental. Il permet d'avoir une connaissance plus précise sur un niveau local que nous le permettent les sources statistiques nationales. Celles-ci permettent néanmoins de donner un cadrage général, de relativiser et de mettre en perspective les différentes composantes du tourisme, le tourisme urbain par rapport à l'ensemble du tourisme, les activités culturelles par rapport à l'ensemble des autres activités.

Marc CHRISTINE
Chef du bureau des statistiques
et de la comptabilité économique
Ministère du Tourisme

Fréquentation touristique des monuments : motivations et attitudes des publics

Parlons tout d'abord un peu de Paris. Une enquête a été faite par deux étudiants en 1990. Ces statistiques portent sur les années 1985 à 1989, et étudient sept sites parisiens, dont cinq monuments et deux sites tout à fait modernes : la Tour Montparnasse et l'Arche de la Défense. Du point de vue des chiffres bruts de fréquentation on voit que les inégalités sont extrêmement fortes. La Tour Eiffel l'emporte incontestablement de très loin sur tous les autres sites. Pratiquement à elle seule, elle fait autant que les six autres et il faut noter qu'elle continue de progresser. Quant aux autres, la Tour Montparnasse est en tête. Pour l'Arche de la Défense, les statistiques ne portent que sur quatre mois et demi d'ouverture, donc virtuellement on voit qu'elle a vocation à recevoir 800 000 à 900 000 visiteurs. En dernières positions viennent le Sacré Cœur et le Panthéon. On voit déjà que les trois premiers édifices visités, si l'on anticipe la progression de l'Arche de la Défense, sont les édifices les plus modernes, c'est-à-dire la Tour Eiffel, la Tour Montparnasse et l'Arche de la Défense, ce qui pour le patrimoine est un enseignement intéressant.

Regardons les progressions annuelles un peu détaillées en pourcentage : la Tour Eiffel a apparemment une progression modérée en moyenne. En chiffres bruts, elle passe de 4,8 millions à 5,6 millions d'entrées comptabilisées. C'est l'un des édifices les plus visités au monde. La Tour Montparnasse en 1989 ne progresse pas beaucoup. Disons qu'elle a peut-être atteint son niveau. Quant à l'Arc de Triomphe, il a été fermé pour travaux, vous vous en souvenez, pendant deux ans pour préparer sa restauration pour le bicentenaire. Dès sa réouverture, ce monument a connu une remontée extraordinaire de la fréquentation, qui est tout à fait associée à la célébration du bicentenaire. Notre-Dame a moins bénéficié de cette célébration, bien qu'elle soit située sur l'axe est-ouest. Pour la Défense, on ne dispose de données que sur une année, donc pas de progression. Au Sacré-Cœur, on voit une baisse en 1989. L'explication est tout à fait ponctuelle et banale. Le Père Devoge, qui est le recteur du Sacré Cœur, a déplacé le panneau de signalisation et l'a placé dans un endroit peu visible... Quant au Panthéon, il n'a jamais effectué de performances extraordinaires. Son meilleur résultat a été atteint en 1981 à cause des cérémonies avec le Président de la République, et par la suite il reste de l'ordre de 100 000 visiteurs par an. Mais on voit qu'il ne baisse pas. Disons qu'il bénéficie des cérémonies qui s'y déroulent.

– Politique commerciale des sites et origine de leur fréquentation

On voit ici un tableau à double entrée. Nous avons donc en ordonnée la répartition entre français et étrangers et en abscisse celle entre attitude de laisser-faire et politique offensive. Il est évident sur ce tableau que ce sont les monuments les plus modernes qui ont une politique offensive. Une des raisons en est que les gestionnaires de monuments anciens considèrent que leur atout est le caractère monumental en soi. Alors qu'à l'Arche de la Défense et la Tour Montparnasse en particulier ils ne sont pas absolument certains de leur qualité propre. La Tour Montparnasse bénéficie de la vue la plus claire et la plus démonstrative sur Paris, ce qui est un atout évident au point de vue touristique... Quant à la présence des étrangers, le pourcentage à la Tour Eiffel est de 70 % et tous les autres se situent au-dessous de 50 %. On a donc une deuxième spécificité unique de la Tour Eiffel : le pourcentage d'étrangers y est le même qu'au Louvre et à Versailles. C'est d'ailleurs le même public.

Deuxième aspect de la politique commerciale à double entrée, partage entre individuels et groupes, le partage à nouveau entre laisser-faire et attitude offensive. On voit très nettement qu'il y a une corrélation entre d'une part politique offensive et politique de visites par groupes et d'autre part à l'inverse, visites individuelles et laisser-faire. A cet égard, si l'on se rapproche du tableau précédent, on voit que le Sacré Cœur et le Panthéon ont des visites tout à fait franco-françaises et tout à fait individuelles et familiales, alors qu'à l'inverse l'Arche de la Défense, la Tour Montparnasse et la Tour Eiffel, ont des visites en groupes avec de nombreux étrangers. Ces trois monuments mènent une action publicitaire par affiche, sur les ondes, les médias etc. Donc, nous voyons là deux politiques carrément opposées dont peut-être pourraient s'inspirer nos vieux monuments.

Quittons le milieu urbain, et examinons maintenant le Val de Loire, en pensant que les enseignements quant aux budgets, quant aux motivations que l'on trouve dans le Val de Loire, seront en général ceux des touristes qui fréquentent le patrimoine et que donc ils seront également valables pour le tourisme urbain.

Voici donc les six grands monuments, c'est-à-dire ceux qui accueillent plus de 300 000 visiteurs. Il y a deux monuments emblématiques : Chambord et Chenon-

ceaux, et quatre autres qui reçoivent plus de 300 000 visiteurs. Il y en a onze qui tournent autour de 100 000, et un qui se détache, et qui franchit l'énorme plage vide située entre 150 000 et 300 000 visites. Ce qui montre là, la notion de seuil très difficilement franchissable, qui correspond à des notoriétés et ces notoriétés sont connues du public. C'est ce qui fait que les monuments ont du mal à décoller de la notoriété qui est la leur pour acquérir celle qui est au-dessus. Le seul exemple contraire, c'est Villandry qui est en train de passer d'une notoriété régionale à une notoriété nationale et internationale. Voyez qu'il y a également un trou entre 50 000 et 100 000 visiteurs. Au-dessous vous avez toute la troupe des châteaux, qui sont en nombre la majorité absolue : 55 % et qui n'arrivent pas à franchir le seuil des 35 000 visiteurs. Cela est véritablement un problème de politique patrimoniale, car ces châteaux ne sont pas sans qualité, loin de là. Il suffit d'en citer deux ou trois comme Villesavin, Talcy, Saché, qui sont remarquablement intéressants à visiter, qui ont beaucoup de charme. Je crois que la politique de charme n'a pas été mise au point, je veux dire une politique adaptée à une visite basée sur le charme du monument, et non pas sur sa notoriété internationale.

Après la fréquentation, nous abordons rapidement les budgets. On a fait une analyse du public du Val de Loire, sur environ 3 000 réponses. Ces données datent de 1987. Pour les actualiser il faut donc les augmenter d'environ 12 % du montant du budget, c'est-à-dire une somme qui n'est pas énorme. Ces budgets exprimant la dépense moyenne par visiteur et par jour, sont encore d'actualité et la comparaison entre eux est certainement valable. J'ai pris les deux extrêmes, c'est-à-dire les budgets les plus faibles et les budgets les plus forts. Les plus faibles sont inférieurs à 300 F, les plus forts sont supérieurs à 500 F. Les budgets moyens compris entre 300 et 500 F ne figurent pas, pour faciliter la lecture. Quels enseignements peut-on tirer de ce tableau qui me paraît absolument fondamental ? D'une part, que dans cinq pays plus de 70 % des visiteurs avaient à l'époque un budget individuel quotidien inférieur à 300 F et pour beaucoup d'entre eux inférieur à 200 F. Là c'est une donnée qu'il faut écrire en lettres majuscules. Complémentairement à cela, environ 10 % à peine des visiteurs des mêmes pays avaient un budget supérieur à 500 F. Ces pays sont la France, l'Angleterre, l'Allemagne, l'Italie et la Hollande, qui fournissent au minimum 85 % des visiteurs du Val de Loire. Il est intéressant de noter ici que les Japonais, les Américains, les Canadiens réunis ne font pas plus de 10 % (dans la visite indépendante, je ne parle pas des visites guidées que l'on n'a pas pu saisir).

Ici, on a un détail par pays. Pour la France, qui apporte 53 % des visiteurs, le budget le plus représenté est celui qui est inférieur à 200 F. La Grande-Bretagne qui vient en deuxième position par le nombre des visiteurs 19 %, c'est-à-dire autant que tous les autres étrangers réunis, a un niveau plus élevé, puisque c'est le deuxième niveau de budget qui est majoritaire. Un visite en famille ou en couple et les cadres représentent les visiteurs les plus nombreux. Pour La Hollande on voit que le budget inférieur à 200 F représente la moitié de l'ensemble, que les étudiants représentent 42 % des visiteurs et qu'ils visitent six châteaux, alors qu'ailleurs

c'est quatre châteaux par séjour. On a ici un public typiquement jeune, économe et actif. L'Allemagne fédérale possède les mêmes caractéristiques encore accentuées, le budget inférieur à 200 F représente carrément la majorité. Les étudiants représentent 42 %, visitent cinq châteaux, donc un public également jeune, actif et économe. Il se différencie de celui de l'Angleterre où l'on avait un niveau de budget plus élevé, un public familial. La Belgique représente le second niveau des dépenses. L'Italie se trouve, comme l'Angleterre, au niveau 2 de la dépense, les étudiants sont encore en première position. La Suisse est intéressante, car c'est un peu le complément de la Hollande et de l'Allemagne. L'Allemagne est un pays considéré comme riche en Europe et on a vu que c'était le plus économe quant à sa gestion. La Suisse est le pays le plus riche d'Europe par son revenu individuel, et l'on voit que là le niveau de dépense majoritaire est le plus faible, c'est-à-dire moins de 200 F. Les visiteurs les plus nombreux sont les employés, je crois que c'est une leçon à retenir. Aux Etats-Unis, il faut savoir que c'est un public qui a traversé l'Atlantique, qui a pu se payer le voyage en avion, là les niveaux de dépense sont en moyenne de 450 F par personne et par jour, donc près de 1 000 F par couple, les cadres supérieurs sont la majorité absolue, donc un public tout à fait spécifique. Le Canada se rapproche du niveau anglais, c'est-à-dire que le niveau de dépense est le deuxième et ce sont les cadres qui sont majoritaires. Les visites familiales, ou avec les conjoints sont très importantes.

Voyons les motivations. 21 % des visiteurs souhaitent visiter avec un gardien, le gardien à casquette, traditionnel. Autrement on aime avoir un document écrit, un audio-guide, un conférencier spécialisé pour 79 % des visiteurs. Pratiquement presque tous les visiteurs souhaitent un appui pédagogique fort, et non pas la visite traditionnelle.

Les visiteurs recherchent en priorité deux choses : le plaisir, l'émotion, c'est-à-dire quelque chose d'instantané, de fort et d'esthétique et deuxièmement un accroissement de leur bagage culturel, une information sur l'histoire générale et sur l'histoire du site. Ces deux motivations sont à peu près à égalité dans le désir du public (environ 35 %). Elles sont très différentes dans leur nature, l'une est immédiate et l'autre est à long terme.

Dans une enquête INSEE faite auprès de 1 000 Français, — échantillon représentatif, interrogation à domicile sur dix questions —, on voit que les cinq motivations classées en tête concernent le bagage culturel, l'histoire et l'esthétique, et les cinq suivantes concernent les domaines de loisirs, sorties familiales, faire plaisir etc. Ce qui montre que la préoccupation de s'enrichir culturellement vient systématiquement en tête.

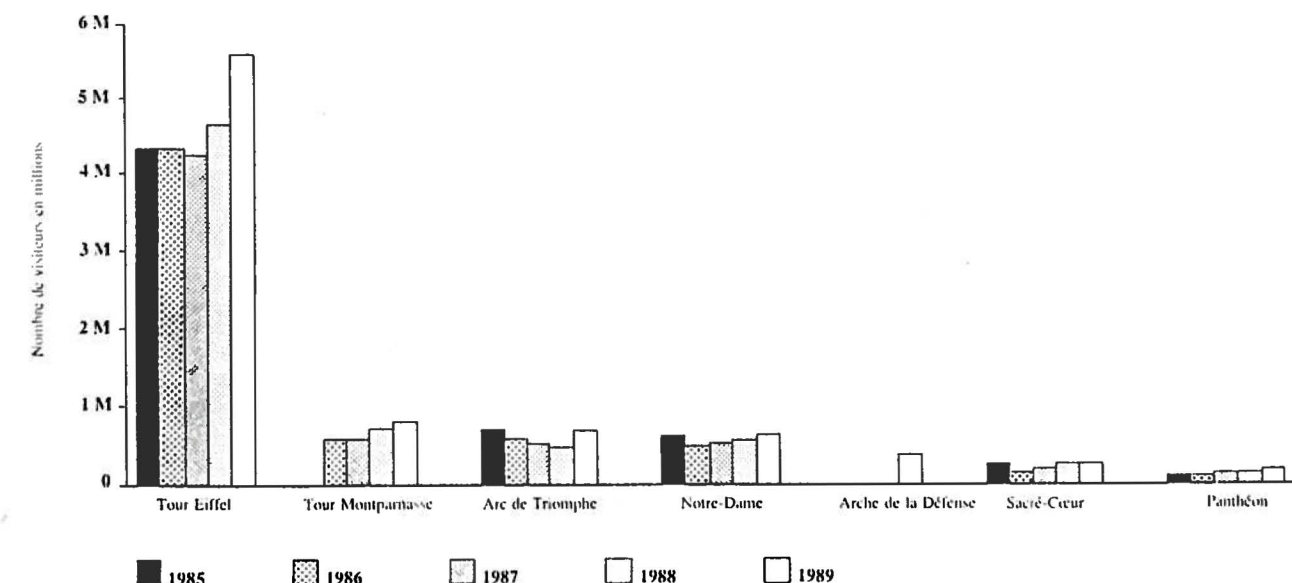
Nous disposons aussi des résultats d'une enquête concernant le Pont du Gard, monument inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Les désirs de connaissance exprimés par le public portent d'abord sur la construction et l'histoire du pont, c'est-à-dire ce que l'on a sous les yeux. Deuxièmement, on veut des explications sur l'utilité du pont, c'est-à-dire sur le rôle d'aqueduc du pont pour transporter l'eau d'Uzès à

Nîmes, sur une longueur de 50 km ; troisièmement sur la civilisation gallo-romaine qui a été capable de construire un tel pont et quatrièmement sur l'histoire de la région de cette époque à nos jours, 2 000 ans. Une réponse d'une amplitude totale. Ce qui montre que le souhait du public est de partir du particulier, de l'immédiat et du présent pour aller vers le général, le

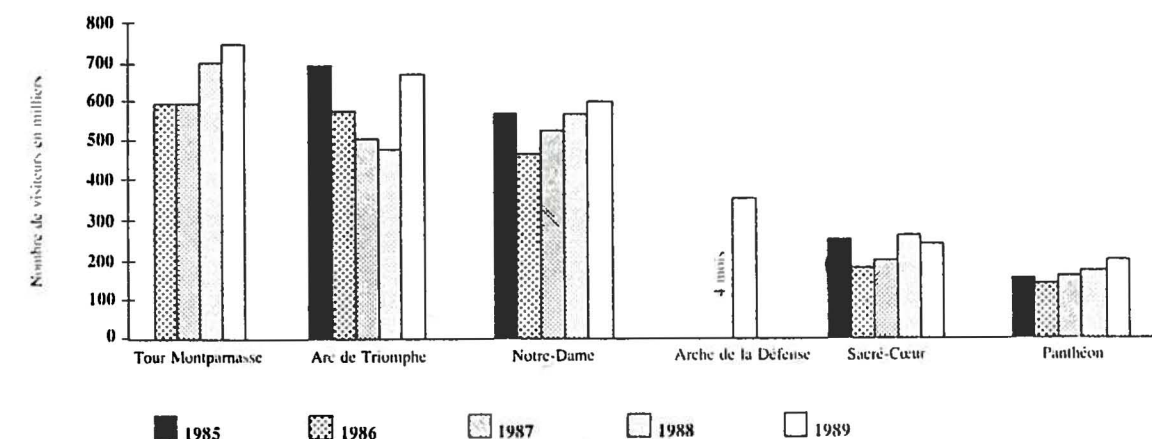
lointain et le très vaste, dans une progression somme toute logique.

Jean-Michel AGNUS
Chef du bureau de l'action culturelle
Direction du Patrimoine, Ministère de la Culture

FRÉQUENTATION DES SEPT SITES SUR LES CINQ DERNIÈRES ANNÉES



FRÉQUENTATION SUR LES CINQ DERNIÈRES ANNÉES DES SIX SITES QUI ENREGISTRENT MOINS D'UN MILLION DE VISITEURS



L'entreprise privée au service du Patrimoine Un projet : le Château de Pierrefonds

Les responsabilités d'une grande entreprise ne sauraient se limiter aujourd'hui à son activité économique, c'est à dire à ses relations avec les consommateurs, ses clients, ses collaborateurs ou ses actionnaires.

L'entreprise dite « citoyenne » se doit de réfléchir et d'apporter sa contribution aux grands problèmes de notre société : relations avec l'Etat, avec les collectivités locales, avec le monde y compris bien évidemment les pays en voie de développement, mais aussi problèmes de l'environnement, de l'éducation ou de la culture.

S'il est une relation qui n'est pas évidente, c'est bien celle qui relie le monde de l'économie et celui de la culture en dépit de l'effort certain réalisé au cours des dernières années par certaines entreprises dans le domaine du mécénat.

Il nous est apparu cependant qu'il est un domaine dans lequel économie et culture devraient pouvoir faire bon ménage : je dis « devraient » au conditionnel, c'est bien celui qui nous réunit.

Créer un lien entre l'industrie du tourisme et la mise en valeur du patrimoine culturel de notre pays et plus précisément la mise en valeur de monuments historiques, sites ou musées nous semble être sinon une nécessité, du moins très utile à la fois à l'économie et à la culture.

Ce sont ces liens entre une entreprise du secteur du tourisme : ACCOR et notre patrimoine culturel que je voudrais évoquer.

ACCOR est un groupe français d'hôtellerie de restauration et de services. C'est un groupe jeune – 25 ans – leader mondial dans plusieurs de ses métiers. Sur ce sujet du patrimoine, ACCOR s'est associé avec la SCET (Groupe de la Caisse des Dépôts) en créant la SMVP – Animation et Valorisation du Patrimoine Culturel.

C'est à l'initiative de la Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites (C.N.M.H.S.) que nous devons cet intérêt pour le patrimoine. En 1984 la C.N.M.H.S. nous a interrogé sur notre intérêt à gérer des monuments de l'Etat. Nous avons à l'époque décliné cette proposition. C'est en 1988 que nous avons repris le contact et aujourd'hui nous sommes convaincus que l'association Tourisme et Culture est non seulement souhaitable mais nécessaire, bien sûr pour ACCOR, pour notre industrie au sens large du terme et les retombées économiques pour notre pays, mais aussi

pour la mise en valeur du patrimoine culturel et je dirais même pour sa sauvegarde.

Quels sont les éléments qui ont déterminé notre changement d'attitude ?

- la nécessité de développer le tourisme en France, l'ère industrie créatrice d'emplois ;
- le constat de la qualité de notre patrimoine et de son insuffisante mise en valeur ;
- la conviction qu'avec une approche entrepreneuriale et un vrai projet culturel, il est possible de mieux répondre aux attentes des visiteurs, d'en développer la fréquentation en touchant des catégories nouvelles, et d'atteindre rapidement une gestion économique des sites.

Nous nous intéressons à la valorisation du patrimoine en tant qu'instrument du développement du tourisme culturel.

Cette valorisation exige du professionnalisme tant dans la conception du contenu scientifique et sa mise en œuvre et que dans la gestion.

Le patrimoine, qui d'une façon générale a bénéficié d'une politique de conservation remarquable, est, pour la France, un des atouts touristiques majeurs.

Le patrimoine est un secteur porteur de l'économie.

Et pourtant, sa fréquentation, après avoir considérablement crû depuis la guerre, stagne depuis 15 ans – 15 à 20 millions de visiteurs – alors que les monuments britanniques en accueillent plus de 60 millions.

Comment expliquer une telle situation autrement qu'à partir du constat, notamment dans les grands monuments appartenant à l'Etat ou aux collectivités locales, d'une absence simultanée d'accueil, de mise en valeur et de commercialisation ?

Sans vouloir m'étendre sur ces trois points, je mentionnerai :

- des horaires d'ouverture plus souvent fixés à partir d'exigences d'horaires du personnel que des attentes des visiteurs,
- la fermeture des monuments et musées les jours fériés et un jour par semaine en haute saison,
- une signalétique confidentielle,
- pas de structure d'accueil,
- un personnel peu formé aux métiers d'accueil en ne parlant pas les langues étrangères,
- l'absence de véritables projets culturels,

- lorsqu'il y en a, des présentations peu accessibles au grand public,
- une communication inadaptée voire inexistante.

En un mot, à l'exception de quelques monuments, souvent gérés par des privés, l'accueil et la présentation de nos monuments ne sont pas favorables à la promotion d'un tourisme de qualité car ils ne répondent pas à leurs attentes.

Nous ne sommes donc pas en face d'un problème de marché, mais d'un problème d'organisation.

Fort de ce constat et de nos savoir-faire, nous recherchons des formules de partenariat avec ceux qui ont la responsabilité de ce patrimoine – Etat, collectivités locales, privés – pour qui, souvent, ce patrimoine est une lourde charge, afin de leur apporter notre savoir-faire de gestionnaire.

Certes il est difficile de créer un partenariat entre des logiques et des métiers différents mais la caractéristique de nos sociétés modernes n'est-elle pas de faire face à ce type de complexité ?

Des exemples de rapprochement dans d'autres secteurs – entre les entreprises et l'Université par exemple – nous incitent à penser que cela est également possible dans le secteur culturel.

Notre approche serait celle d'un gestionnaire rigoureux et professionnel avec ses aptitudes à :

- définir les attentes des visiteurs,
- élaborer avec les hommes de l'art un produit culturel et technique s'intégrant parfaitement au site et à son histoire, respectant son authenticité, et répondant aux attentes définies précédemment,
- mettre en place un personnel d'accueil qualifié et motivé,
- commercialiser le produit sur les différents marchés avec les moyens appropriés en utilisant notamment le réseau de nos 567 hôtels en France et nos 10 centrales de ventes réparties dans le monde,
- assurer la viabilité économique de l'opération sans plus dépendre de subventions.

En un mot à avoir un projet.

Seule une approche nouvelle et volontaire de ce type, en partenariat avec ceux qui ont en charge la conservation du patrimoine, nous paraît être de nature à valoriser ce patrimoine national et à en faire l'instrument d'une politique culturelle et touristique indispensable à la démocratisation culturelle dans notre pays et à un développement du tourisme, sachant que nous aurons de plus en plus à faire face à une concurrence internationale exacerbée et performante.

Ce n'est pas à moi de vous rappeler l'importance des enjeux :

- **enjeux au niveau de la conservation** : la politique active de conservation, conduite depuis des années, doit être poursuivie et étendue, ce qui nécessite des moyens financiers importants que la collectivité ne peut seule supporter,
- **enjeux culturels** : notre patrimoine doit donner sa pleine dimension éducative et culturelle et jouer son rôle d'ambassadeur du prestige national, il faut le rendre accessible à tous,
- et **enjeux économiques** : le tourisme est une des premières industries de notre pays, essentiel à notre balance commerciale et de plus fortement créateur d'emplois.

PIERREFONDS

En 1988, nous avons proposé à l'Etat – propriétaire de patrimoine – de faire ensemble une première expérience.

Le Ministre de la Culture, Jack Lang, et ses services ont exprimé dès les premiers contacts un vif intérêt et nous ont donné un accord de principe il y a maintenant un an pour faire cette expérience de valorisation du patrimoine sur le château de Pierrefonds.

Sans attendre l'élaboration définitive de la convention qui nous liera avec la Direction du Patrimoine et la C.N.M.H.S., convention dont la mise au point est délicate car cette approche nouvelle de partenariat constitue une première, nous avons lancé une série d'études pour élaborer le projet culturel et le programme de réorganisation de l'accueil.

Pourquoi Pierrefonds, c'est un choix que nous avons fait avec la C.N.M.H.S. car ce château apparaît comme un monument méconnu alors qu'il offre par son architecture et ses histoires un potentiel exceptionnel.

Pour élaborer le projet culturel, nous avons recherché un historien, spécialiste du Moyen Age, nous avons ainsi fait appel au Professeur Jacques Le Goff qui a immédiatement accepté, très heureux de pouvoir, par ce biais de la mise en valeur de Pierrefonds, faire partager au plus grand nombre le fruit de ses recherches et travaux sur une période auquel il a consacré sa vie ; il a travaillé en collaboration avec le metteur en scène Pierre Tchernia. La programmation a ensuite été faite avec l'agence ITHAQUE, un cabinet d'ingénierie culturelle.

Parallèlement, nous avons cherché à mieux connaître et comprendre les attentes et les motivations des visiteurs de sites historiques en général et de Pierrefonds en particulier en faisant réaliser une étude marketing à la fois quantitative et qualitative, par un cabinet spécialisé : la société DELTATEX. Cette étude nous a permis de confirmer le potentiel de Pierrefonds, d'orienter et d'arbitrer les choix culturels du projet et d'établir le plan marketing.

Enfin nous avons analysé tous les éléments constitutifs de l'accueil.

L'ensemble de ces travaux a permis d'aboutir à un projet qui a été soumis à la Direction du Patrimoine et à la C.N.M.H.S. qui, répondant parfaitement à leurs attentes, l'ont accepté dans son intégralité.

Quel est ce projet ?

Comme beaucoup de monuments gérés par la C.N.M.H.S., le château de Pierrefonds est vide, il faut donc lui donner un contenu. Trois niveaux de lecture différents sont proposés :

- un premier niveau celui du Moyen Age qui répond aux questions des visiteurs ; qu'est-ce qu'un château fort ? Qui est Louis d'Orléans ? Pourquoi à Pierrefonds ? Comment s'inscrit-il dans un système de défense de la région ? Comment y vit-on ? etc...
- un deuxième niveau, la deuxième histoire de Pierrefonds : la résidence impériale reconstruite par Viollet le Duc pour Napoléon III. Le thème évoqué est la vision romantique du Moyen Age des gens du XIX^e siècle au travers de l'architecture, la musique et les arts.
- un troisième niveau plus contemporain visant à faire

de Pierrefonds un lieu de vie par l'organisation d'expositions, de colloques, de spectacles...

Les moyens à mettre en œuvre font appel aux techniques contemporaines de la muséographie : son, image, éclairage... On a parlé de la nécessité de faire rêver les gens, on a parlé d'émotions. Après une telle visite, le visiteur doit avoir envie d'en savoir plus sur l'époque ou les époques qu'il vient de vivre et de se plonger dans tel ou tel ouvrage...

Si la première tâche est de donner du contenu au projet, la deuxième, aussi essentielle que la précédente, concerne l'accueil. L'accueil, c'est la signalétique, le parking, un personnel qualifié, souriant et polyglotte, des horaires adaptés, des toilettes propres, des documents clairs...

Une fois le produit réalisé, il faut le faire connaître, le commercialiser : c'est alors l'utilisation des techniques du marketing de plus en plus indispensables dans l'environnement concurrentiel que nous connaissons.

La mise en œuvre de ce projet représente un investissement en aménagements et équipement d'environ 15 millions F dont la réalisation s'effectuera en plusieurs phases. Nous proposons de prendre à notre charge ces investissements à caractère mobilier, l'Etat – Direction du Patrimoine assurant ceux à caractère immobilier et poursuivant bien entendu sa mission de conservation du Domaine avec les charges que cela comporte.

Par cette approche méthodique et rigoureuse sur le plan scientifique, nous pensons pouvoir réaliser à Pierrefonds, un produit culturel et touristique qui, répondant aux attentes des visiteurs, permettra avec une politique commerciale et une gestion appropriée, d'en développer la fréquentation, d'assurer la viabilité économique de l'opération et donc sa pérennité.

Ce site a, actuellement, un résultat d'exploitation

déficitaire. Avec une telle approche, l'Etat non seulement n'aura plus de pertes d'exploitation mais mieux encaissera des recettes avec lesquelles il pourra financer en partie la conservation du monument.

Je ne parle pas des retombées économiques au niveau de la ville et du département qui en découleront.

En conclusion, face à un tourisme culturel en pleine expansion, nous sommes convaincu que la France a une place importante à développer sur ce marché, mais qu'elle a et aura à faire face à une concurrence européenne de plus en plus active.

Aussi, il apparaît impératif qu'une nouvelle approche – rigoureuse, professionnelle et volontariste – soit mise en place pour mettre en valeur nos sites, les rendre accueillants et attractifs, les gérer et les commercialiser.

Les enjeux culturels et économiques paraissent suffisamment importants pour que cette valorisation du patrimoine ne soit pas davantage retardée.

Notre groupe est prêt, pour sa part et au côté des responsables de la Culture et du Tourisme, à en devenir un des artisans en apportant son patrimoine de savoir-faire et d'expertise d'exploitant, ses réseaux de commercialisation et sa conviction de réussite.

En réponse à ceux que ce type de partenariat et d'approche choque, je terminerai en citant Jacques Rigaud qui dans un éditorial récent encourageait l'Etat à faire appel aux entreprises privées en soulignant que « la culture n'y perdrait pas son âme ».

Eric BOULTE

Directeur Général S.M.V.P.

Animation et Valorisation du Patrimoine Culturel

Le Viking Center de York (UK) Le vrai et le faux

Il y a une dizaine d'années, une équipe archéologique a découvert les vestiges d'un village viking au centre de la ville de York (UK). Le site de fouilles, inclus dans un important programme immobilier, a été sauvegardé et une reconstitution du village réalisée à des fins touristiques. Cette reconstitution a été conçue et mise en œuvre par une équipe associant les scientifiques responsables des fouilles, des historiens, spécialistes de cette période, et une société d'ingénierie culturelle privée, la société « Heritage ». Cette même société a été chargée de rassembler les financements privés nécessaires à la réalisation de l'opération et d'en assurer ensuite la gestion. Par convention, une partie des recettes provenant de l'exploitation est reversée à un comité archéologique chargé de l'ensemble des fouilles menées sur le territoire de la ville de York.

L'investissement initial s'est élevé à 35 millions (francs 1991). L'ensemble occupe une superficie de 2 000 m² en sous-sol d'un bâtiment de bureaux. Les concepteurs ont reconstitué les habitats vikings, les activités quotidiennes (artisanat, pêche, cuisine...). La mise en place de mannequins dans un environnement sonore et ponctuellement olfactif contribue à crédibiliser et à animer cet ensemble. Le droit d'entrée est de 25 F (francs 1991). La visite du village dure environ 20 minutes. Elle s'effectue dans une voiture robotisée de 5 places, équipée d'audio-guides individualisés. Le parcours « contraint » se termine par un passage à travers une reconstitution du chantier de fouilles.

Le visiteur continue ensuite à pied en traversant un petit espace muséographique où sont exposées des copies d'objets vikings (y compris des hologrammes). Le circuit se termine dans un espace boutique où l'on trouve de documents (objets souvenirs, livres, photographies) en rapport direct avec le thème de l'exposition.

Depuis son ouverture en 1985, le Viking Center a reçu en moyenne 800 à 900 000 visites par an. La dépense moyenne par personne est de l'ordre de 40 F. L'investissement de départ a été largement amorti.

L'analyse d'une telle opération est instructive à plus d'un titre. Elle montre les avantages et les limites des reconstitutions archéologiques ou historiques.

Le vrai et le faux

La première question que l'on peut se poser concerne la réaction du public face à la reconstitution du village viking.

La majorité des visiteurs accepte sans difficulté cette reconstitution et ceci d'autant plus aisément :

- qu'elle se situe à l'emplacement du village authentique,
- qu'il n'existe aucune ambiguïté quant à la nature artificielle du témoignage.

A York, comme à Beaune (Archéodrome) ou à Lascaux II, on observe un comportement identique. Ce n'est pas tant l'authenticité de l'objet présenté que sa rareté qui importe pour le visiteur, rareté qui lui procure étonnement et plaisir.

L'authenticité d'un témoignage, d'un objet est construite et validée par les scientifiques, chercheurs et universitaires. La sensibilité à l'authenticité est plutôt le fait d'un public cultivé disposant de références littéraires, artistiques et historiques utiles à sa compréhension et à son appréciation.

La rareté, quant à elle, se construit plus souvent en organisant et valorisant des notions et des moyens issus des univers médiatiques et technologiques, proches de la vie quotidienne, de l'économique, du sociologique et de l'ethnologique. Cela n'exclut en rien l'apport des scientifiques, au contraire, mais impose une médiatisation du contenu culturel de façon à mieux l'adapter à un public, certes attentif et intéressé, mais qui ne dispose pas nécessairement d'un ensemble important de références culturelles classiques, souvent d'origine scolaire ou littéraire.

Des études récentes, menées sur de grands sites culturels à vocation touristique, montrent que la proportion de visiteurs du second groupe, plus sensibles à la rareté qu'à l'authenticité, ne cesse de croître. Cette nouvelle dimension de la consommation culturelle touristique invite à envisager de nouvelles modalités de mise en valeur, en particulier lorsqu'il s'agit de sites fragiles, détruits, sur-fréquentés ou d'accès malaisé.

Aménagement et scénographie

La reconstitution laisse à l'aménageur et au scénographe une plus grande liberté d'organisation et de mise en scène. Le public est sensible à cette qualité propre aux reconstitutions.

Dans le cas de York, les concepteurs ont tiré le meilleur parti d'une surface exiguë en créant un circuit sinueux qui accroît la durée de visite. Ils ont su alterner les zones passives et les zones actives, accentuant ainsi la lisibilité du site et sa compréhension, sollicitant de ce fait l'attention du visiteur. Ainsi, les mannequins, les activités artisanales présentées « in situ », les bruitages

et les odeurs participent à l'animation, tout en confortant l'approche didactique.

Ils ont également intégré dans leur programme diverses contraintes de gestion (durée de visite, surveillance, entretien, organisation des espaces de vente) réduisant ainsi les coûts d'exploitation.

Environnement culturel et touristique

Le succès indéniable du Viking Center doit cependant être interprété en fonction de trois paramètres qui devraient inviter à la prudence ceux qui souhaiteraient recréer une opération de ce type sur un autre site.

En premier lieu, le Viking Center se situe au centre d'une cité de grande qualité patrimoniale, déjà très fréquentée par un tourisme national et international. Il a donc bénéficié, dès son ouverture, d'une clientèle potentielle importante. De plus, il pouvait être proposé dans le cadre de produits touristiques complexes associant transport, hébergement, restauration.

En second lieu, les gestionnaires consacrent chaque année un budget conséquent à la promotion du site – presse, affichage, télévision – en privilégiant la clientèle régionale et nationale dont on connaît l'intérêt pour le patrimoine culturel et naturel.

Enfin, les visiteurs, comme les organisateurs, s'accordent à reconnaître que le succès du Viking Center tient à la qualité scientifique du contenu culturel relayée par le savoir-faire des spécialistes des reconstitutions (objets, mannequins, armes, activités...). En ce domaine, la médiocrité et l'à peu près sont un gage d'échec certain.

Valéry PATIN
Responsable pour l'Europe
du Comité Tourisme culturel de l'ICOMOS
Président d'Empreinte Communication

DÉBAT

Une intervenante rappelle que dans le domaine de l'économie, la finalité est en définitive de déclencher un acte d'achat, d'où des stratégies de ciblage.

Un petit exemple apporté par l'Office de Tourisme irlandais : – si l'on vise les français, on crée une affiche avec un petit chemin, une petite chaumière sur le côté, et la campagne a très bien marché. Quand on vise les italiens cela leur fait peur, et ce que l'on doit proposer c'est par exemple un beau château, un lit à baldaquin, etc.

Donc dans le domaine économique, la communication est fondamentale.

A une question de Gilbert Frank, président de l'ALSSAM à Lyon, concernant la fréquentation de Notre Dame

Jean-Michel Agnus, chef du bureau de l'action culturelle à la direction du patrimoine du ministère de la culture, répond en précisant que le chiffre cité est celui des tours (visite payante). On peut estimer au moins dix fois supérieur le nombre des visiteurs pour l'ensemble.

Eric Boulte, directeur de la société pour la mise en valeur du patrimoine (ACCOR, SCET, Crédit agricole)

répond à une question de Michel Jantzen sur les recettes escomptées à Pierrefonds : il est très difficile d'obtenir les comptes d'exploitation d'un monument géré par l'Etat parce qu'il y a deux organismes qui gèrent, la Direction du patrimoine et la Caisse nationale des monuments historiques et des sites et qu'on rapproche très rarement les comptes. La dépense moyenne par visiteur à Pierrefonds en 1990 était à peine de 14-15 francs. La dépense moyenne par visiteur dans des monuments bien mis en valeur et bien gérés – je pense surtout à quelques monuments privés, Vaux-le-Vicomte, Breteuil ou Chenonceaux – était environ en 1989 de 56 francs à Vaux-le-Vicomte. Cela s'explique par le fait que l'offre est un peu différente, une entrée mieux valorisée, prix d'entrée un peu supérieur, une offre de restauration, et puis une offre de boutiques. Partout où l'on va quand on aime un lieu, on a envie de se l'approprier un petit peu et on ne résiste pas à l'envie d'acheter un souvenir surtout s'il est bien fait et si l'offre est bien adaptée. Sur Pierrefonds, l'hypothèse que j'ai prise dans les simulations que j'ai faites est de 40 francs de dépense moyenne par visiteur. C'est une hypothèse de travail, avec à peu près une moitié pour l'entrée, une moitié pour les autres dépenses. Aujourd'hui Pierrefonds depuis 6-7 ans stagne à un petit cent mille visiteurs. L'objectif que l'on se fixe est de passer progressivement à 150-175-200-225 mille, ne reposant pas sur des études de marché savantes, parce qu'on peut faire dire ce qu'on veut aux études de marché quand on parle en termes de quantification. En revanche, quand on regarde dans un rayon de 15 kms, le château de Compiègne, le wagon de l'armistice, les fréquentations atteignent 200-250 mille visiteurs. Donc il semblerait qu'il y ait à proximité immédiate cette capacité de clientèle.

Deuxième chose, il est démontré que quand on communique un événement, un produit, quand on en parle, immédiatement la fréquentation passe à une vitesse supérieure. Donc on imagine que sur Pierrefonds on puisse passer à 140-150 mille visiteurs assez vite après la mise en œuvre de notre projet.

Valéry Patin, responsable pour l'Europe du comité tourisme culturel de l'ICOMOS, directeur d'Empreinte Communication répond à une question de Michel Jantzen concernant le village viking de York : celui-ci se trouve sous-sol parce qu'il est construit sur le site même des fouilles, et que le sol du village viking par rapport au sol de la ville d'York aujourd'hui était décaissé de près de 4 à 5 mètres. Au-dessus du village il y a des bâtiments, c'est dire qu'il ne s'agit pas simplement d'une opération purement culturelle. L'entrée du village viking se fait au rez-de-chaussée d'un bâtiment qui doit avoir 7 ou 8 étages. Le village, en cave, est à l'exact endroit du village authentique.

Anne Matron, Conservateur de Montmajour, Silvacane et du château d'If, aurait aimé que soit présent un représentant de la délégation à la ville – les HLM, les quartiers nouveaux aussi d'une certaine façon, sont concernés par le thème du colloque. D'autre part la multiplicité des expériences n'a pas permis de poser un problème d'outils de travail. On recueille les savoir-faire du ministère du Tourisme, des professionnels, les attentes du secteur privé, la volonté des collectivités locales, du ministère de la Culture et on n'a aucune instance de concertation, ni d'outil de travail. Au niveau régional, la Caisse nationale des monuments historiques et des sites n'est pas déconcentrée, ni décentralisée, les conventions « Villes d'Art et d'Histoire » ne suffisent pas à assurer la promotion touristique des monuments dans le contexte du patrimoine urbain et du développement touristique urbain et c'est dommage aussi que les ministères de la Culture et du Tourisme ne travaillent pas davantage ensemble avec les collectivités locales pour signer des conventions qui poseraient les différentes expériences en termes de travail et peut-être d'institutions et de formalisations. Parce que sinon les représentants régionaux de l'Etat ne sont pas toujours en mesure d'intégrer le patrimoine et le patrimoine monumental dans une politique de collectivité locale. Monsieur Boulte disait tout à l'heure que le privé non plus n'a pas encore trouvé de réponse en terme d'outil et en terme de structure à cette volonté commune.

Régis Neyret, président de « Patrimoine rhônalpin », demande si le groupe Accor s'occupe aussi de valorisation de patrimoine en y faisant de l'hôtellerie

Eric Boulte n'a pas abordé la valorisation du patrimoine par ce biais mais par celui d'une mise en valeur culturelle et touristique d'un site. Il n'est pas exclu de réaliser de l'hôtellerie – peut-être cela a-t-il déjà été fait – mais cela relève du département hôtelier du groupe.

Un intervenant précise qu'une nouvelle préoccupation du groupe Accor est bien l'évolution d'une partie des produits du groupe en matière d'hébergement. La question se pose dans les attentes du touriste par rapport à ce qu'on vient chercher dans un « Relais et château » par exemple.

Il y a un groupe de travail pour la définition de produits d'hébergement mieux adaptés à la clientèle touristique. D'autre part, il y a une approche vers le tourisme de découverte et le tourisme culturel, avec la création d'un tour operator de courts séjours, « Episodes », dont la vocation est de vendre des destinations culturelles. Il ressort très clairement de toutes les études conduites que la découverte est une des motivations premières à cette forme de tourisme. Court séjour veut dire, bien sûr, la découverte d'un patrimoine et de nos régions. Accor a bâti toute une série de produits qui commercialise des villes, des sites, etc.

Jean-Bernard Vighetti, secrétaire général de l'association des petites cités de caractère de Bretagne :

Je voudrais revenir sur l'intervention de M. Christine qui nous a essentiellement présenté des séries sur les vacances et nous a montré que la part du tourisme urbain dans les vacances était relativement faible. D'autre part, il nous a laissé entendre que ce tourisme urbain de vacances était essentiellement lié à des personnes âgées et aussi au tourisme à caractère non commercial. En fait, je crois qu'on ne peut guère s'appuyer sur ces statistiques, qui sont les seules dont nous disposons, pour avoir des éléments chiffrés sur l'évolution du tourisme urbain, puisque chacun sait ici que par essence le tourisme urbain est un tourisme de court séjour, voire de passage. Ce qu'il aurait été intéressant de savoir, c'est si, dans ce marché de court séjour qui est semble-t-il le seul véritablement en expansion aujourd'hui en France voire en Europe, la destination tourisme urbain

est très importante comme semblent le dire depuis quelques années tous les experts européens du tourisme. A-t-on des éléments là-dessus ? Je pense à l'étude actuellement en cours au ministère du Tourisme sur les indicateurs des flux spécifiques au tourisme urbain.

Christian Assante, chef du département urbain et culturel au ministère du tourisme :

Vous faites état, je suppose, des études qui ont été menées à l'échelle européenne et notamment par l'European travel editor, exposées en tout cas par ce journal, qui font apparaître des tendances qui semblent en contradiction avec ce qu'a dit M. Christine tout à l'heure, puisqu'il y a en effet une progression de la destination vers les villes, avec, de plus, des destinations Europe, France et Europe de l'Est qui sont en augmentation. On sait que le fractionnement des vacances entraîne le développement du court séjour et du week-end. D'ailleurs, il ne faut pas croire qu'un groupe comme Accor se lance dans la création du tour « Episodes » sans un marché sérieux. Ils auront pris la précaution de faire une étude de clientèle. Apparemment, il y a de grands chiffres qui contredisent les analyses plus fines menées soit par le secteur privé, soit par des études sur le tourisme urbain, mais à l'échelle de petits observatoires. D'ailleurs, M. Christine l'a dit tout à l'heure, les petits observatoires se mettent en place, aussi bien au niveau régional qu'au niveau des villes.

Marc Christine, chef du bureau des statistiques et de la comptabilité économique au ministère du tourisme donne quelques précisions :

L'intérêt des données de cadrage général est qu'elles situent le tourisme urbain, ou telle ou telle composante du tourisme dans l'ensemble de l'activité touristique. En même temps pour étudier les évolutions, il faut avoir des séries longues, comme l'a

rappelé M. Vighetti. Les seules séries qui existent sont les séries sur les enquêtes vacances et c'est au travers d'elles qu'on peut mesurer des évolutions. Là on constate un poids des séjours à la ville qui est relativement faible. Pour répondre plus précisément à la question de M. Vighetti sur les courts séjours, il est indéniable qu'on n'a pas de séries longues, donc il est difficile de faire des comparaisons. Pour les sources très récentes que l'on a, la proportion de séjours à la ville par rapport aux courts voyages est peu différente de la proportion par rapport à l'ensemble des voyages, quelles que soient leurs durées. Mais si l'on regarde les courts voyages seulement, on s'aperçoit que la proportion des séjours à la ville est relativement plus forte pour les séjours d'une nuit, d'un jour que pour les séjours de deux ou trois jours. Ceci suggère qu'il y a une association possible entre la courte durée et le séjour à la ville ; association que j'ai d'ailleurs notée au préalable en montrant que dans l'une des données chiffrées que j'ai indiquées au début, la durée moyenne des séjours de vacances à la ville était plus courte que la durée moyenne de l'ensemble des séjours. Il y a néanmoins un paradoxe qui apparaît au travers de ces chiffres : quand on s'interroge sur l'activité pratiquée au cours du séjour, on s'aperçoit que le motif déclaré – visites de monuments, de sites – est plus fort dans les séjours de longue durée qu'il ne l'est dans les séjours de courte durée. Il y a donc là un paradoxe que je vous livre, qui n'est peut-être pas très simple à expliquer. Il y en a un autre, qui est peut-être dû à une insuffisance de moyens de mesure à un niveau national, c'est que quand on raisonne en terme de nombres de visiteurs pour tel site, telle ville, on mélange en fait deux composantes qui sont les excursionnistes, le tourisme de passage, qui n'est pas un tourisme au sens ministère du Tourisme, et le tourisme de séjour. Ces deux composantes sont peut-être très différentes, le problème étant qu'on ne sait pas bien mesurer le tourisme de passage et le poids qu'il représente dans l'ensemble du tourisme de visite.

Le cas de Marseille

Capitale du Voyage ou Destination Capitale ? Marseille est une ville de choix pour celui qui se penche sur le fait historique. En effet, que penser d'une ville au passé historique fort, à laquelle les éditions Hachette en 1870 consacraient un guide « Joanne » important, qui offre aujourd'hui à ses 800 000 habitants et à ses deux millions et demi de visiteurs :

un site marin somptueux sur la Méditerranée composé de ports de toutes sortes. Antique, Vieux, de commerce, de croisière, de pêche que côtoient des kilomètres de plages et de calanques face à un paysage parsemé d'îles évoquant la présence de fonds sous-marins exceptionnels.

un dynamisme culturel foisonnant avec ses créateurs et ses chercheurs, ses musées, ses monuments, ses théâtres et son opéra, ses galeries et ses ateliers, ses manifestations festalières, ses artisans et ses traditions vivaces, son histoire riche de ses 26 siècles, sa population méditerranéenne.

une qualité de vie de métropole où le soleil et le mistral constituent ses valeurs ajoutées, où tous les sports peuvent être pratiqués, avec ses parcs et ses jardins, ses stades et ses piscines, ses lycées, ses universités, ses technopôles, ses hôpitaux et son arrière-pays provençal autorisant toutes les escapades rêvées.

une infrastructure de transport terre-air-mer permettant de l'atteindre sans aucune difficulté jusqu'en son centre...

Alors, que penser aujourd'hui d'une ville qui, avec tous ces atouts, resterait à l'écart, dans la compétition économique actuelle, de la première industrie française que le tourisme est devenu ?

Ayant fait partager au Ministère du Tourisme notre volonté d'étudier la question du développement touristique sous ses différents aspects, nous avons été amenés à engager tout d'abord une réflexion sur des thèmes essentiels pour la ville, tels que le tourisme culturel et urbain et le tourisme maritime, sachant que par ailleurs à l'initiative d'autres institutions, des réflexions étaient menées qui concernaient le tourisme portuaire, les capacités d'hébergement hôtelier, le tourisme scientifique et technique, le tourisme d'affaires... réflexions auxquelles nous étions par ailleurs associés.

Nous avons pu pendant cette période nous rapprocher des différents services municipaux, départementaux et des associations professionnelles plaçant le tourisme marseillais à l'ordre du jour de leurs préoccupations,

avant d'ouvrir le chantier de la stratégie globale et du plan d'actions pour la mise en tourisme de Marseille.

Parallèlement à cette longue phase d'études, l'Office du Tourisme et la Mission Tourisme de la Ville se sont attachés à introduire Marseille dans les classements et labels qui lui étaient dus : **Ville d'Art et d'Histoire**, **Ville fleurie**, **Pavillon bleu** pour la qualité de ses plages. Nouvelle adhérente de **Maison de la France**, Marseille participe à l'opération « Bon Week-end en Ville », avec une trentaine d'hôtels et a pu bénéficier de promotions à l'étranger.

Notre documentation touristique a été entièrement renouvelée et des serveurs télématiques ont été mis en place. Des visites et différentes manifestations d'animation et de motivation du public ont été lancées pour ouvrir Marseille au tourisme.

Cependant, une difficulté majeure subsiste : elle consiste à convaincre les Marseillais des atouts de leur ville, de l'intérêt qu'ils ont à s'ouvrir aux nouvelles clientèles, à dominer leurs complexes et dépasser les clichés qui rôdent, encore puissants.

Nous avons donc décidé de regarder les expériences de deux villes portuaires **Boston** et **Liverpool** qui ont engagé notamment par la voie d'un développement touristique une reconversion de leurs économies.

– Expérience réussie pour Boston dont les 800 000 habitants reçoivent 9 millions de visiteurs attirés tant par l'effervescence scientifique, culturelle et économique de la ville que par ses nombreux musées et sa qualité de « Ville-mère » des Etats-Unis d'Amérique.

– Expérience plus douloureuse pour Liverpool dont les 500 000 habitants accueillent 6 millions de visiteurs dans l'Albert Dock, mais qui voient cohabiter un centre populaire appauvri et des pôles de développement culturel et économique qui ne bénéficient pas au reste de la ville.

Dans les deux cas, nous avons pu constater l'effort financier sans précédent des gouvernements respectifs pour mener à bien ces politiques d'aménagement et de reconversion urbaines.

Les leçons de ces deux expériences nous ont amenés à insister sur les conséquences sociales, culturelles et économiques du défaut d'intégration du fait touristique dans la planification urbaine.

Les résultats des études que nous présentons aujourd'hui nous ont permis, à travers les enquêtes réalisées auprès de nos principaux marchés européens et étran-

gers, de mieux percevoir nos problèmes. Marseille, grand port méditerranéen né de l'échange des marchandises et des hommes, métropole scientifique et culturelle, reste peu lisible tant à l'extérieur pour attirer de nouvelles clientèles qu'à l'intérieur de son territoire pour convaincre ses habitants de ses potentialités.

Nous sommes aujourd'hui convaincus qu'il faut à Marseille un grand projet fédérateur dans lequel la Ville se trouve représentée à travers ses composantes majeures : **La mer et l'activité portuaire, Les sciences et techniques, La Méditerranée des peuples et des échanges.** Cet objectif passe bien entendu par la mise en tourisme de Marseille qui a déjà été amorcée. Une prospective à cinq ans nous permet déjà de prévoir 700 000 touristes et visiteurs de plus, générant 1,8 milliard de francs de chiffre d'affaires et de créer 4 000 emplois supplémentaires.

L'ouverture à cet horizon d'un grand parc maritime et scientifique dans le Centre tertiaire Euro-Méditerranéen, nous autoriserait à revoir ces chiffres à la hausse, avec une fréquentation supplémentaire d'un million de visiteurs.

De tels objectifs peuvent paraître ambitieux, mais sont tout à fait réalistes et atteignables à condition que le tourisme soit enfin considéré à Marseille comme une activité économique à part entière et qu'il occupe le rang qui lui revient dans les priorités municipales.

Marseille a la chance aujourd'hui de répondre à ce que certains appellent « le plaisir de ville ». Dépourvue de travestissement touristique, elle s'offre telle qu'elle est, belle, forte, naturelle. Le défi de sa mise en tourisme résidera dans une harmonieuse équation. Elle devra optimiser ses atouts pour séduire et se communiquer avec force, sincérité et conviction pour être plus désirable.

Alors Marseille-sur-Mer, Marseille Porte de l'Orient, Métropole Euro-Méditerranéenne, pourra si elle le veut, devenir une destination Capitale et redevenir la Capitale du Voyage.

Jeanne LAFFITTE
Adjointe au Maire de Marseille
Déléguée au Tourisme

Le cas de Rochefort

Je vais également vous parler d'une expérience liée au patrimoine, qui concerne cette fois-ci une autre ville maritime, mais au destin bien différent de celui de Marseille, ville beaucoup plus modeste : Rochefort. 27 000 habitants, 2 195 ha dont aujourd'hui encore 400 occupés par la marine nationale, c'est-à-dire un territoire extrêmement réduit, un site qui est différent, puisque nous ne sommes pas une ville de bord de mer mais une ville d'estuaire, à l'embouchure de la Charente.

C'est une ville nouvelle du XVII^e siècle qui s'est créée en quelques années et qui a aujourd'hui conservé son tracé tout à fait dans l'esprit de celui du XVII^e siècle avec fort peu de changements. Vous allez comprendre pourquoi.

Elle connaît une mono-industrie pendant 260 ans autour d'un arsenal. Cet arsenal va fermer en 1926 créant une crise économique extrêmement grave pendant plusieurs dizaines d'années. D'autant plus qu'après 1926, il y eut la crise économique, la guerre, un après-guerre où les préoccupations des élus de l'époque ont été beaucoup plus d'ordre politique qu'économique. On a passé pas mal de temps à régler ses comptes. Puis on a laissé la ville s'endormir progressivement. Cependant derrière cet endormissement, on s'est aperçu que des choses importantes existaient et qu'il fallait essayer de les revivifier. Nous avons fait faire un diagnostic, notamment sur le plan économique et urbanistique qui nous a indiqué que derrière nos ruines et notre crasse nous avions des choses intéressantes et que par le patrimoine nous redonnerions une nouvelle image à notre ville. Cela a été engagé à partir de 1975 à travers un contrat ville moyenne et une des actions clé a consisté dans la réhabilitation du patrimoine de l'arsenal maritime.

Nous venons aussi de réhabiliter les puits fontaines (il y en avait dans toute la ville) pour donner en complément des éléments forts – les monuments – des points d'appel intéressants qui montrent que le patrimoine n'est pas que la Corderie Royale et la maison de Pierre Loti.

Notre patrimoine n° 1 c'est la Charente, c'est-à-dire la mer. C'est la Charente parce que c'est par elle que s'est créé l'Arsenal, c'est d'elle aussi que sont parties et revenues les expéditions du XVII^e et du XVIII^e siècles, expéditions à caractère botanique très souvent, à caractère scientifique.

A ce moment (XVII^e-XVIII^e siècle) se trouvait à Rochefort un intendant très important appelé Bégon, qui a pratiquement fait la ville en 22 ans de présence. C'est en son honneur que Plumier, un botaniste de retour d'expédition a baptisé une plante du nom de bégonia. Nous le savions bien sûr, cela fait partie de l'histoire locale, toujours est-il qu'en 1982, restaurant la Corderie, nous avons décidé de créer autour d'elle un parc. Ce parc fut appelé « Jardin des retours ». La partie la plus significative du parc sera terminée d'ici 6 à 7 semaines, après de très longues difficultés aujourd'hui vaincues. Nous l'avons appelé Jardin des retours parce que c'est sur ce site qu'ont été importés des plantes aussi diverses que les tulipiers de Virginie, les palmiers camérops, les magnolias et aussi les bégonias. En 1986, nous avons eu l'occasion d'acheter une collection de bégonias (260 espèces). Nous avons décidé immédiatement de procéder à cette acquisition et d'en faire l'exploitation. Une plante issue de notre patrimoine peut-elle devenir un outil de développement économique à travers le patrimoine et en puisant de nouvelles racines dans notre volonté d'utiliser sous toutes ses formes le patrimoine réhabilité de la ville pour modifier son économie ?

Aujourd'hui cette opération a 4 ans. La montée en puissance de cette idée est sous tendue par l'histoire de la ville, d'abord au moment de l'arrivée de cette collection puis dans les années qui ont suivi. Ensuite, il y eut recrutement d'un spécialiste des plantes exotiques et notamment du bégonia, qui a été chargé de conserver la collection, de l'étendre, et de voir de quelle manière on pourrait, à l'aide de toutes ces plantes, trouver des débouchés à caractère économique. Autre élément : la création en 1988 d'une serre laboratoire et conservatoire, ceci avec des aides assez nombreuses, y compris de Bruxelles qui font qu'aujourd'hui nous avons un lieu modeste (700 m²) mais je crois tout à fait exceptionnel, dans lequel on trouve 850 espèces et variétés de bégonias, et à l'intérieur duquel nous procédons à des expériences, à des tests, à des sélections et qui permet d'appuyer de façon indispensable le travail d'un chargé de mission, dont les actions essentielles concernent la communication autour du produit, l'affirmation d'un produit « bégonia de Rochefort », et son développement. A partir de là, deux choses vont apparaître. Nous nous sommes dits : ne pourrait-on pas à partir de l'idée de la fleur assurer un développement de l'horticulture ? Et nous avons décidé de créer une zone horticole. Cette zone a maintenant deux ans et demi d'existence. Quatre entreprises

sont installées, deux se sont déjà étendues. Nous avons réservé 40 ha au développement de l'horticulture et je pense que d'ici 3 ou 4 ans nous allons devenir une ville horticole non négligeable tout au moins pour l'Ouest de la France.

Deuxième point : le bégonia lui-même aujourd'hui reste un produit un peu confidentiel. A partir de la fin de l'année ce ne sera plus le cas. Nous avons travaillé avec des spécialistes de la profession des jardinerie, sélectionné des espèces, aujourd'hui en production. Nous avons signé des contrats avec une firme importante qui assure la distribution de produits de jardinerie. Et pour Noël 1991, puis pour la fête des mères 1992, 3 000 de nos plantes seront mises en marché avec le label « bégonia de Rochefort ». Alors voilà très schématiquement le chemin que nous avons suivi. Nous allons lancer la construction d'une serre spéciale de production de bégonias de Rochefort. Nous allons la gérer à travers une société d'économie mixte dans laquelle bien sûr la ville sera majoritaire, mais où nous allons associer également le secteur privé, avec comme objectif dans 4 ou 5 ans de voir le privé prendre à 100 % la place du public au moment de la disparition de cette société d'économie mixte. Il faut que cette affaire de commercialisation du produit devienne une affaire d'entreprise publique, nous devons simplement en assurer le démarrage à partir de quoi nous espérons assurer le développement d'un produit nouveau dans l'horticulture, un bégonia qui n'est pas connu. Le

« bégonia de Rochefort » est formé d'un groupe de plantes de la famille des bégonias mais que vous ne trouvez pas dans le commerce aujourd'hui. Nous avons à travers les centaines d'espèces aujourd'hui en notre possession les moyens d'aller bien au-delà et d'apporter tous les 2 ans, tous les 3 ans une diversification à ce produit de manière pratiquement infinie. Ceci traduit également une association de politiques du patrimoine et de l'environnement avec les organismes installés à la Corderie Royale comme le conservatoire du littoral, la Ligue pour la Protection des Oiseaux. Nous avons également travaillé sur la création d'une station d'épuration tout à fait particulière du type de celle de Mèze située sur les bords de la Méditerranée, mais avec des surfaces beaucoup plus grandes, et en association avec la Ligue pour la Protection des Oiseaux. Nous accueillons là à deux pas du pont transbordeur, des dizaines et des dizaines d'espèces d'oiseaux sauvages qui viennent parce qu'elles s'y trouvent bien. Nous pensons également qu'une autre association peut se faire à travers tout ce qui touche au marais c'est-à-dire les espaces humides du pays rochefortais. C'est une notion sur laquelle nous allons travailler dans les années qui viennent parce que nous sommes convaincus que là encore patrimoine et environnement peuvent se conjuguer de la même façon.

Jean-Louis FROT
Maire de Rochefort

Table ronde de conclusion

Jean-Marie Vincent,
vice-président de la section française de l'ICOMOS,
conservateur général du patrimoine,
chargé de la sous-direction de l'inventaire :

Plutôt que de tenter une synthèse de nos travaux – chacun est en état de faire la sienne propre en fonction de son approche personnelle – je préfère vous livrer mes réactions au débat de ces deux jours. Celui-ci a tourné autour de cette interrogation centrale : comment encourager un développement touristique, dont on a vu, le témoignage de certains élus était convaincant, qu'il peut jouer un rôle déterminant dans le maintien de l'économie locale, sans nuire à l'authenticité patrimoniale de la ville, du village, sans l'artificialiser de manière irréversible ?

Premier constat : ce patrimoine qui est le support et l'enjeu de ce débat, ce n'est pas un semis d'éléments isolés, de « monuments » fermés sur eux-mêmes, c'est le tissu urbain ou villageois lui-même, dans toute son épaisseur historique, tantôt homogène et clairement lisible comme c'est le cas du très intéressant ensemble industriel de Noisiel qui nous a été présenté, beaucoup plus souvent formé de strates multiples accumulées par les générations successives qui en rendent la lisibilité difficile mais qui lui confèrent une infinie richesse. Ce patrimoine urbain doit être traité dans sa globalité, dans son authenticité historique polymorphe, mais aussi comme le support d'un ensemble social vivant. Un quartier historique d'une ville, le centre ancien d'un village, font partie aujourd'hui d'un tout organique qui ne peut être traité qu'en tant que tel. Certains des exemples qui nous ont été présentés témoignaient de l'intérêt de traiter l'ensemble patrimonial par rapport à l'entité globale de la ville, par rapport à l'agglomération dont la ville est le centre, par rapport au « pays » environnant, à la région. La Bretagne, en particulier, nous a démontré qu'on ne pouvait mettre en place une politique patrimoniale efficace sur les villes qu'en tissant entre celles-ci le réseau relationnel de l'association des « petites cités de caractère », exemple bientôt repris par la Franche-Comté. Le patrimoine est en effet le fruit d'un tissu relationnel qui se perçoit rarement dans sa richesse à l'échelle d'un élément isolé, quel que soit l'éminente qualité de celui-ci. C'est évidemment encore plus vrai lorsqu'il s'agit du patrimoine urbain ou du patrimoine rural, formés d'ensembles dont la capacité à être perçus implique une lecture discursive. L'attrait touristique, en particulier, de ces types de patrimoine est facteur de la possibilité donnée au

visiteur de passer sans cesse du ponctuel au continuum – spatial et culturel – dont celui-ci est partie prenante.

L'exemple de Montbéliard nous a même rappelé que c'est à l'échelle des réalités européennes que l'on devait désormais poser ce type de problèmes, d'une part parce que les frontières actuelles ne sont pas forcément les limites historiques des véritables entités culturelles, mais aussi parce que notre civilisation de demain ignorera de plus en plus ces frontières ; on nous a donc incités à miser désormais sur cette solidarité culturelle internationale.

Une formule entendue tout à l'heure nous a ramenés à la véritable dimension des enjeux patrimoniaux : le vrai patrimoine d'une ville, nous a-t-on dit, ce sont d'abord ses habitants. D'autres nous ont montré que ce patrimoine ne se découvrait que s'il était « vivant » ; et non pas réanimé d'une manière artificielle pour une reconstitution de sa vie d'hier ; vivant à travers la vie quotidienne de ses habitants d'aujourd'hui, et qui savent en même temps s'en faire les initiateurs. Les habitants doivent s'être approprié ce patrimoine pour pouvoir nous y accueillir et nous l'offrir.

C'est à ces habitants qu'il appartient de choisir des élus capables de gérer et de mettre en valeur ce patrimoine. En effet, on ne peut avoir de véritable action de protection, de gestion, de mise en valeur touristique du patrimoine, s'il n'y a pas des maires convaincus de l'intérêt de faire du patrimoine une des dimensions majeures de leur politique communale de développement. Or, cette politique ne doit pas être passive, consistant à maîtriser tant bien que mal un flot de touristes qui déferle de lui-même ; ce doit être une politique volontariste, pensée à l'échelle de la commune mais aussi en solidarité avec les communes voisines. Nous avons vu comment cette collaboration intercommunale à l'échelle d'un « pays » culturel pouvait se traduire de manière novatrice tels ces réseaux de ville à l'échelle d'un département, d'une région, voire avec une dimension européenne comme c'est le cas pour Montbéliard.

Mais si cette politique patrimoniale doit être portée par les habitants, exprimée et conduite par leurs élus, elle gagne à s'appuyer sur un véritable partenariat entre la collectivité locale et l'Etat. En matière de patrimoine, l'Etat a conservé en effet des responsabilités fortes, et s'est doté pour les assumer d'outils juridiques de protection et de gestion qui tiennent compte de la décentralisation. C'est ainsi que Serge Kancel a rappelé la politique des secteurs sauvegardés (loi du 4 août

1962), celle des zones de protection du patrimoine architectural et urbain (Z.P.P.A.U. instituées par les articles 69 à 72 de la loi du 7 janvier 1983). Ces procédures ont montré à l'usage qu'elles étaient d'excellents outils de gestion du patrimoine urbain, et qu'on pouvait asseoir sur elles des politiques touristiques aussi dynamiques que respectueuses des caractéristiques patrimoniales. Elles fournissent en effet les bases d'identification du patrimoine indispensables tant à la compréhension et à la mise en valeur de celui-ci qu'à la sauvegarde rigoureuse de ce qui doit l'être. Cette politique doit être à la fois à court et à long termes. L'exemple de Ferrare nous a montré comment la réflexion sur la longue durée des phénomènes urbains était essentielle pour bien maîtriser la gestion de la ville.

Le partenariat que nous évoquons ci-dessus passe aussi par les aides très concrètes à l'accueil touristique et à la présentation du patrimoine urbain que la Caisse nationale des monuments historiques et des sites apporte aux collectivités locales dans le cadre des « Villes d'Art et d'Histoire » en particulier. Ces actions requièrent en effet une grande compétence professionnelle, tant de la part des spécialistes du patrimoine dont on ne peut se passer pour bâtir une telle politique, que de ceux du tourisme qui doivent avoir assez de culture et de professionnalisme pour proposer des réponses respectueuses des spécificités de chaque contexte.

Permettez-moi de conclure sur quelques évidences qui méritent d'être rappelées :

* On ne peut bâtir une politique de développement respectueuse du patrimoine sur le « tout-tourisme » ; pour l'économie, ce serait prendre un risque redoutable et, pour le patrimoine, ce serait engendrer une rapide artificialisation.

* Une politique touristique respectueuse du patrimoine doit être proportionnée à la capacité de cet ensemble patrimonial et, de plus, basée sur une véritable politique culturelle bien adaptée au patrimoine que l'on veut mettre en valeur ; elle doit donc être basée sur une démarche aussi rigoureuse que possible d'identification scientifique de ce patrimoine.

Il ne saurait y avoir de politique standard en matière de tourisme culturel. Celui-ci ne peut être le fruit que d'une politique volontariste des habitants et de leurs élus, définie en fonction directe du patrimoine que l'on entend d'abord sauvegarder comme le fondement de l'identité culturelle de la communauté, avant d'en faire le fondement d'un développement économique.

Jean-Louis Frot,
maire de Rochefort

retient principalement trois incidences du patrimoine : son influence sur les comportements, sa valeur d'exemple qui impose l'ambition, des élus notamment, son rôle de support économique essentiel, dont le tourisme est une composante.

Anne Heinis,
maire de Valognes

A Valognes, petite ville (7 600 hab) au patrimoine très riche, l'effort de reconstruction a été suivi d'une volonté de renaissance économique et culturelle. La rencontre aura permis à Mme Heinis de vérifier que les méthodes et intérêts développés à Valognes rejoignent un courant très général.

Régis Neyret,
président de « patrimoine rhônalpin »

souligne trois axes de réflexion :

- les quartiers anciens sont tous différents, mais leurs populations aussi sont différentes et changeantes, et il y a là des modulations dont on doit tenir compte.
- on pourrait avoir davantage recours au bénévolat, par exemple pour l'accueil du public à certaines heures (des conventions pourraient être signées avec des conservateurs de musées, ouvrant droit à des déductions fiscales par exemple).
- il y a aussi des formes différentes de touristes, et le tourisme associatif par exemple mériterait une réflexion.

Tous ces problèmes sont à résoudre d'abord au niveau des collectivités locales.

Eric Boulte,
directeur général de la société pour la mise en valeur du patrimoine (ACCOR, SCET, Crédit Agricole)

communique deux principaux messages :

- que les acteurs du tourisme, notamment hôteliers, agents de voyage, avec leurs réflexions de terrain, de clientèle, de produit, soient davantage associés à ce qui est en cours.
- Les entreprises privées telles que la sienne sont d'autre part prêtes à apporter leurs expertises et leurs savoirs-faire à la mise en valeur du patrimoine et il ne faut pas les décourager. Elles sont soucieuses de la qualité des produits, savent ce qu'est l'accueil, ce qu'est le client et sont prêtes à travailler avec les hommes de l'art, ceux qui savent ce qu'est la culture

Michel Jantzen,
président de la section française de l'ICOMOS, architecte en chef et inspecteur général des monuments historiques

remercie particulièrement Eric Boulte pour son intervention car on continue en effet en France à ne pas aborder dans certains milieux l'apport que peut être celui des entreprises privées dans le domaine public.

Gilles Bouillon,
architecte des bâtiments de France de l'Aube

Le tourisme est une des composantes essentielles de l'activité économique et s'accompagne d'une reconnaissance du patrimoine, créant des besoins, facteurs de revitalisation, engendrant à leur tour des travaux, donc une dimension économique qui est souvent assez conséquente (par exemple une entreprise qui autrefois ne savait pas refaire un pan de bois, maintenant va le faire ailleurs, exporte sa technique)...

En ce qui concerne les outils juridiques, nous avons les secteurs sauvegardés, également les plans d'occupation des sols, et plus récemment les ZPPAU, permettant une forme adaptée de préservation, un partenariat et une pédagogie.

Le tourisme est évidemment primordial. Il permet de reconnaître l'intérêt du patrimoine. Au niveau de l'acteur du patrimoine qu'est un architecte des bâtiments de France, qu'est un architecte en chef des monuments historiques, ou un maire, responsable aussi à ce sujet, il est important de favoriser un dialogue pour savoir quel patrimoine est à mettre en œuvre demain, à construire à travers des équipements ou des aménagements nouveaux.

Martine Allaman,
journaliste à « Diagonal »

souligne l'intérêt des journées et les efforts de rapprochements accomplis. Elle remarque qu'il y a deux logiques en présence, patrimoine d'une part, tourisme de l'autre, ce qui nécessite encore beaucoup de travail pour se rencontrer.

Dobroslav Libal,
président du comité ICOMOS Tchécoslovaquie

exprime ses remerciements les plus chaleureux à ICOMOS France et à la ville d'Aix en Provence.

Il propose de distinguer les villes pour lesquelles le tourisme est une industrie dont vit toute la population (cf stations balnéaires), et d'autres villes historiques pour lesquelles il y a un seuil de tolérance au delà duquel il ne peut plus y avoir de tourisme culturel. Et il est à prévoir que le développement des équipements modernes ne fasse franchir le seuil à beaucoup de ces villes. Une question liée est celle de la visite des monuments, avec leurs propres seuils de tolérance, et les aménagements nécessaires pour l'accueil. Il souligne aussi la nécessité d'une collaboration étroite avec tous les habitants, ce qui était le cas dans son pays avant la guerre, et repris maintenant.

Il suggère enfin un thème d'étude : une comparaison de l'habitat bourgeois dans les pays d'Europe et à travers l'histoire.

Nerte Dautier,
conseillère municipale d'Aix-en-Provence

remercie vivement ICOMOS France et en particulier Nancy Bouché sans laquelle la municipalité d'Aix n'aurait pas imaginé ce colloque dans ses murs. Aix-en-Provence donne aujourd'hui beaucoup d'importance à son patrimoine. Pour une élue qui s'occupe d'un patrimoine difficile, complexe, c'est un grand réconfort de voir beaucoup de représentants de municipalités et d'acteurs du patrimoine dynamiser une réflexion et mettre en synergie les problèmes qui peuvent se poser ; ces problèmes que tous un peu de la même manière résolvent à différents niveaux avec un facteur temps qu'il faut respecter. Le patrimoine doit être porteur de cohérence avec le tourisme, il doit être porteur de complémentarité et non d'exclusion il doit être surtout consensuel et porteur de l'appropriation de la population. Le facteur temps est le seul qui nous permettra de réfléchir et de dynamiser le patrimoine. Si le tourisme vient consommer, le patrimoine doit aussi se mériter.

Michel Jantzen :

Nous avons le devoir de rechercher des solutions qui respectent à la fois le touriste et ce que vient voir le touriste. Il est aisé de s'étonner de certains comportements des groupes, mais n'a-t-on pas créé les

conditions qui imposent aujourd'hui le tourisme de masse ?

Les grands sites historiques révélés au XIX^e par quelques voyageurs privilégiés, cultivés, et connaissant parfaitement la signification du lieu, sont devenus aujourd'hui des points de rencontre que beaucoup inscrivent à leur palmarès au même titre que les épreuves d'un rallye, laissant en marge tout ce qui entoure le monument et qui en explique souvent la présence.

Nous vivons, pour la France tout au moins, sur des itinéraires très anciens dont la fréquentation augmente depuis des années, au détriment de la qualité de l'accueil et ce qui est le plus grave au détriment de l'authenticité des bâtiments.

Malgré les efforts tentés « l'entreprise touristique » poursuit son programme de transport lourd auquel doit répondre des moyens d'hébergement lourds, et par conséquent des circuits schématisés.

Réformer les usages n'est pas chose aisée, mais sur bien des points, et en particulier sur celui du patrimoine, nous vivons dans les utopies d'hier. Même si la réalité est moins brillante que le rêve, qui aurait il y a cinquante ans imaginé que des centres anciens voués à la pioche des démolisseurs deviendraient des secteurs sauvegardés, orgueil des villes dont ils étaient la honte ?

De même, ne peut-on penser à une meilleure façon de découvrir ? La notion de patrimoine augmente chaque jour, offrant si l'on peut dire un éventail sans cesse croissant de curiosités, à cela s'ajoute la diversité des lieux d'information. L'histoire tout comme elle est enseignée peut être expliquée sans pour autant choir dans le faux. Un lieu comme l'archéodrome de Beaune, au cœur d'une région riche en vestiges antiques dispense une information qui aide au choix de la visite d'un site et peut même aider à faire sortir l'automobiliste captif du monde clos de l'autoroute.

Nous travaillons dans un domaine fragile, nous ne pouvons maîtriser les tendances ni prévoir les engouements ; un feuilleton télévisé bien fait peut temporairement bouleverser les statistiques !

Efforçons-nous de ne pas sacrifier l'objet à l'usage. Les crises, ralentissement malheureux de l'économie, peuvent être des moments de réflexion privilégiés, où sans contrainte de résultat nous pouvons librement réfléchir à l'avenir.

Nancy Bouché

remercie les maires qui ont accepté de venir personnellement témoigner et assister aux journées, même lorsqu'ayant une politique patrimoniale importante, ils ne sont pas tous membres encore de notre comité des villes d'art et d'histoire de la section française de l'ICOMOS.

Achevé d'imprimer sur les presses de Copédith
Juin 1993
Dépôt légal n° 6325