



AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-memoires-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10

http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php

<http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm>

Master
« Conduite de Projets &
Développement des Territoires »

Spécialité « Formation Animation Développement Territorial et
transfrontalier »

Mémoire de fin d'études présenté pour l'obtention du grade de master

Le rôle du patrimoine dans le développement
des territoires et leur construction
identitaire :
Les églises à pans de bois et le territoire du
lac du Der en Champagne

présenté par

Christiane WELTI

Maître de stage : Jean-Jacques BAYER, Maire de la commune « La Porte du Der »

Guidant universitaire : Jean-Christophe VILATTE, Maître de conférences, Université de
Lorraine, Nancy

Juin 2017



4

Lentilles

Remerciements

Je veux adresser tous mes remerciements aux personnes avec lesquelles j'ai pu échanger et qui m'ont aidée pour la rédaction de cette étude.

Tout d'abord Monsieur Jean-Christophe Vilatte, directeur de recherche de ce mémoire, pour son aide précieuse et pour le temps qu'il m'a consacré.

Merci à Madame Isabelle Houot, responsable du Master, qui a su me guider pour construire cette recherche.

Merci à Messieurs Bayer et Ottenwaelder, mes tuteurs qui m'ont accueillie au sein de la mairie « la Porte du Der ».

Merci à Monsieur Routier, président de l'Association « les Amis d'Outines et son Eglise » et Mme Vessiere pour la confiance qu'ils m'ont accordée en me confiant leurs livres d'or.

Merci à Madame Gravier, Madame Andrieux, Monsieur Pierson, Monsieur Leroy et Monseigneur De Metz Noblat, qui ont accepté de me rencontrer et qui m'ont transmis des informations utiles à mes recherches.

Merci enfin à mon mari, interlocuteur engagé dans ma réflexion, premier lecteur, et soutien majeur.

Sommaire

Remerciements	4
INTRODUCTION :	8
PARTIE 1 - CONTEXTE	10
1 - Le cadre de mon stage	10
2 - Le lac du Der et son territoire	10
2-1 L'accès à ce site :	12
2-2 Un potentiel de croissance avec le tourisme itinérant permettant d'intégrer des éléments du patrimoine :	12
3 - La ressource naturelle et patrimoniale dans les villages environnant le lac :	13
4 - L'offre touristique et la clientèle	14
4-1 L'offre touristique sur le lac :	14
4-2 Une offre événementielle sans lien avec le patrimoine historique	14
4-3 - La clientèle du Lac du Der :	15
5 - Une culture touristique en construction :	16
6 - Les acteurs institutionnels en matière de tourisme :	17
7- La destination lac du der, la communication institutionnelle :	18
8 - La route touristique des églises à pans de bois :	19
PARTIE 2 - CHEMINEMENT VERS LA QUESTION DE RECHERCHE	22
PARTIE 3 : LE CADRE THEORIQUE	25
1 - Le tourisme culturel :	25
1-1 Le tourisme culturel : une cible à fort potentiel	25
1-2 Typologie des touristes culturels :	26
1-3 Offre culturelle et impact sur le tourisme :	26
1-4 Événements culturels, renouveler l'impact :	27
1-5 Une démarche pluri-acteurs : le tourisme culturel n'est pas qu'affaire de musées.....	28
1-6 Le patrimoine : accompagner les sites majeurs :	28
2 - Le tourisme historique	29
2-1 Le rapport au passé,	29
2-2 Les différentes formes de tourisme historique, selon Jean Didier Urbain :	29
2-3 Les tendances du tourisme historique :	31
3 - Le tourisme et le patrimoine	32
3-1 une évolution des motivations de visite patrimoniale.....	32
3-2 Les attentes du touriste :	33
4 - Le patrimoine, du pouvoir au peuple.....	37
5- Du patrimoine a la patrimonialisation	38
5-1 La notion de patrimoine :	38
5-2 Un acte sociétal :	38
5-3 Le processus de patrimonialisation :	39

5-4 Lien patrimonialisation/sacralisation touristique	39
6 - La patrimonialisation des ressources spécifiques du territoire	40
7 - Les interactions patrimoine/territoire	42
7-1 Une dynamique d'expansion patrimoniale induite par la décentralisation :.....	42
7-2 Le rôle du patrimoine dans le développement économique :.....	43
7-3 Le patrimoine au service de la construction identitaire d'un territoire :.....	43
7-4 Le projet de territoire, pour une exploitation réussie du patrimoine :	44
7-5 Le lac du Der en interaction avec son territoire.....	45
8 - S'inspirer du développement touristique du Larzac	47
PARTIE 4 - METHODOLOGIE	50
1 - Mes hypothèses : les églises à pans de bois, un patrimoine valorisé et valorisant.....	50
2 - Le choix des sources de données	52
3 - Les livres d'or.....	53
3.1 - L'usage des livres d'or par les visiteurs	53
3.2 - L'exploitation des livres d'or par les établissements culturels	54
3.3 - La valeur statistique du livre d'or.....	55
4 - Le questionnaire à destination des visiteurs des églises.....	56
4-1 L'élaboration du questionnaire.....	57
4-2 L'administration du questionnaire.....	57
5 - Les entretiens	58
5-1 Les initiateurs du circuit	58
5-2 Un guide touristique	58
5-3 L'évêque de Langres.....	59
5-4 Entretiens informels.....	59
PARTIE 5 - LES INFORMATIONS COLLECTEES SUR LE TERRAIN	61
A - Résultats du questionnaire proposé aux visiteurs de quatre églises du circuit	61
1 - Les limites de l'enquête.....	61
2 - Présentation des résultats	62
2-1 La présence des visiteurs sur notre territoire	62
2-2 Ces visiteurs ont-ils l'habitude de visiter des monuments historiques ?.....	63
2-3 Leur rapport aux églises	63
2-4 Comment est abordé le circuit des églises à pans de bois ?.....	64
2-5 Comment est appréciée l'information dispensée dans les églises ?	65
2-6 Niveau de satisfaction et attentes par rapport à ces édifices.....	65
2-7 La vision du territoire par les visiteurs	66
2-8 Les contacts éventuels avec les habitants des villages parcourus à l'occasion de cette visite.....	66
B - Etude des livres d'or - Données brutes	67
1 - Nombre de commentaires recueillis à OUTINES.....	67
2 - Ce que nous disent les signatures des commentaires	68

2-1 du nombre de visiteurs à minima :	68
2-2 du profil des visiteurs :	68
3- Répartition du contenu des commentaires par thèmes :	69
4 - D'autres usages du livre	76
4-1 Dialogue entre visiteurs	76
4-2 Questionnement	76
4-3 Message	76
4-4 Préconisations	77
4-5 Doléances	77
PARTIE 6 - L'ANALYSE DES DONNEES RECUEILLIES	78
1 - Les églises à pans de bois contribuent à l'attractivité du territoire.....	78
1-1 - Ces édifices sont visités :	79
1-2 - Les églises font l'objet d'appropriations multiples de la part des visiteurs.....	84
1-3 - Les églises à pans de bois mobilisent les habitants autour d'une dynamique	93
2 - Les églises à pans de bois contribuent à une vision positive du territoire	95
2-1 L'image du territoire, qualificatifs utilisés.....	96
2-2 - L'image du territoire, regard porté sur les habitants.....	98
2-3 - L'image du territoire, regard porté sur l'environnement	99
2-4 - Le produit touristique et son environnement constitue une spécificité	100
3 - Le rôle déterminant du processus de patrimonialisation dans la mise en valeur des églises à pans de bois.....	102
3-1 La construction du lac, un traumatisme salvateur.....	102
3-2 La phase d'authentification du patrimoine et l'idée du circuit.....	103
3-3 La démarche de construction du circuit.....	104
3-4 - La mise en exposition des églises à pans de bois.....	105
3-5 - Le suivi du dispositif mis en place	108
3-6 - La notion de circuit, sa plus-value touristique	109
PARTIE 7 - DES PISTES DE REFLEXION.....	111
1 - Evaluer le circuit.	111
2 - Améliorer le diagnostic	112
3 - Inclure les choix dans une démarche projet	113
4 - Se poser, à l'occasion de cette réflexion globale, la question du petit patrimoine :	113
5 - Mener une réflexion sur le territoire élargi des grands lacs	114
6 - Les actions pouvant être menées indépendamment de cette démarche globale	115
6-1 La mise en place d'une nouvelle génération d'audioguide et sa généralisation	115
6-2 Les églises comme lieu d'exposition	116
Conclusion :	117
BIBLIOGRAPHIE.....	120

INTRODUCTION :

« Les églises font partie du patrimoine, ça c'est évident, c'est même d'ailleurs dans certains villages un peu LE bien caractéristique du village ».¹

Parce que les églises sont, par nature, ouvertes à tous, sans contrôle des entrées, leurs visiteurs font rarement l'objet d'études quantitatives et qualitatives. L'intérêt touristique de ce patrimoine, de valeur inégale d'un édifice à l'autre, est donc rarement mesuré de manière objective. Il fait souvent l'objet d'une mise en valeur de la part de municipalités ou d'associations aux motifs plus affectifs que rationnels.

Créée il y a plus de 25 ans, la route des églises à pans de bois et vitraux du 16^{ème}, fait partie des produits touristiques phares proposés en complément des activités balnéaires et sportives praticables autour du lac du Der.

Le site internet de l'office de tourisme du lac du Der en fait la promotion en la présentant ainsi : « une architecture unique en France avec ses églises à pans de bois : un charme fou ! », faisant d'elle ainsi un « sight-seeing » comme le définit M. Enzensberger : « *La notion de chose-à-voir, d'une importance décisive pour le touriste, mérite une analyse attentive. Car la chose-à-voir ne mérite pas seulement d'être vue, elle exige de l'être. Est à voir ce qu'on est tenu d'avoir vu* »² .

La route des églises est donc « à voir », dans le sens exprimé par M. Enzensberger. Mais répond-elle toujours aux objectifs d'attractivité fixés lors de sa création ? Contribue-t-elle à forger une image positive du territoire ? Le ressenti du touriste est-il à la hauteur de l'injonction de visite qui lui est formulée implicitement.

Ainsi, à l'instar d'un musée, cette destination culturelle mérite d'être évaluée pour vérifier si les objectifs que s'étaient fixés les concepteurs sont atteints et permettre un éventuel repositionnement. Par leur destination originelle, on peut penser que les églises représentent un produit touristique à part, porteur de sens et contributeur particulier à l'image et l'identité du territoire et qu'elles méritent une attention particulière de la part des acteurs du tourisme. Ma recherche pourrait être un premier

¹ Extrait d'un entretien avec Monseigneur de METZ-NOBLAT, Evêque de Langres

² H. M. Enzensberger, *Culture ou mise en condition* (traduit de l'allemand), Juliard, 1965, p. 167.

pas vers une situation réflexive conduisant à porter un regard nouveau et documenté sur ce patrimoine.

Pour mener cette étude, je me suis d'abord attachée à relever les savoirs existants en matière de tourisme historique et culturel, de patrimoine, de développement du territoire par le tourisme. Cette démarche m'a permis de comprendre les liens entre patrimoine, tourisme et territoire.

J'ai choisi ensuite d'explorer plusieurs hypothèses. La première consiste à considérer les églises à pans de bois comme une offre touristique culturelle spécifique, par leur architecture mais également par les sensations qu'elles procurent. Ensuite, je souhaite vérifier que la visite de tels édifices répond à des motivations multiples de la part des visiteurs. En matière d'impact, je m'attache à démontrer en quoi ce circuit a des répercussions sur l'attractivité et l'identité du territoire. Enfin, je m'intéresse à la manière dont le processus de patrimonialisation a été conduit et à son rôle dans la mise en valeur de l'ensemble de la route des églises à pans de bois.

Pour collecter des données interprétables, j'ai choisi d'utiliser en premier lieu les livres d'or présents dans certaines églises pour ensuite les confronter aux entretiens réalisés auprès de certains acteurs du territoire et à un questionnaire proposé aux visiteurs des églises.

Pour restituer les interprétations possibles de ces données, je m'attacherai dans un premier temps à expliquer en quoi les églises à pans de bois contribuent à l'attractivité du territoire. Il s'agit ici de démontrer que ces édifices suscitent auprès des visiteurs des émotions multiples liées à leur architecture, leurs matériaux mais aussi parce que ce sont d'abord et aussi des églises avec toute la charge émotionnelle que cela implique que l'on soit croyant ou non.

Dans un second temps, je présenterai en quoi les églises à pans de bois contribuent à une vision positive du territoire. Parce qu'elles sont disséminées dans la campagne environnant le lac, elles permettent aux visiteurs de porter un regard sur les villages traversés et les habitants rencontrés.

Dans un troisième temps, je m'intéresserai au processus de patrimonialisation de ces édifices considérés il y a seulement un demi-siècle comme des bâtis de peu de valeur : les phases réussies mais aussi les points de vigilance sur lesquels pourraient se pencher les concepteurs pour optimiser ce produit touristique.

1 - Le cadre de mon stage

J'ai pour mission la réalisation d'un projet de reconversion du haras national de la ville de Montier-en-Der, déserté par l'Institut Français du Cheval qui l'occupait depuis sa création au début du XIXème siècle. Cette réflexion me conduit à aborder l'utilisation des locaux sous l'angle des activités équestres potentiellement réalisables. Les bâtiments étant inscrits depuis 2015 au titre des monuments historiques, se pose aujourd'hui la question de l'exploitation de ce lieu à des fins touristiques.

Montier-en-Der est un petit bourg de 2000 habitants, situé dans le nord de la Haute-Marne. Ses ressources en matière de patrimoine touristique se composent d'une abbatale, du haras situé juste à ses côtés, de quelques maisons à pans de bois, la ville ayant été fortement détruite durant la seconde guerre mondiale. En matière d'évènements, elle dispose d'un hippodrome qui reçoit cinq réunions hippiques aux beaux jours et elle est le théâtre de quatre jours d'un festival maintenant mondialement reconnu auprès des amoureux de la photographie de nature : « le festival international de la photo animalière et de nature ».

Située à 8 kilomètres du lac du Der, son développement touristique se conçoit donc entièrement dans une réflexion globale d'offre et de demande avec et autour de cette attraction majeure qu'est le lac du Der.

2 - Le lac du Der et son territoire

Le territoire sur lequel a été implanté le lac du Der était une plaine marécageuse couverte d'une importante forêt où dominait le chêne. La forêt du Der (nom issu du gaulois dervos « chêne ») fut partiellement défrichée par un moine aquitain nommé Berchaire, qui fonda vers 673 un monastère, et dont les moines asséchèrent les marécages. Le pays du Der était né, constitué de villages autour du bourg de Montier-en-Der, où fût construite ensuite l'abbaye consacrée en 998. Le sol argileux étant dépourvu de pierres à bâtir, le bois était largement utilisé pour la construction des habitations en colombages et torchis (mélange d'argile et de fragment de paille d'avoine malaxés) recouvert d'un enduit composé de chaux et de sable. Les églises étaient construites à l'identique.

Après deux inondations dévastatrices dans la vallée de la Marne et Paris en 1910 et 1923, un vaste programme de régulation des flots de la Seine est étudié. Ceci conduit à envisager d'amputer de 1000 hectares la forêt du Der pour y construire un réservoir de grande capacité, vidé en hiver pour accueillir les eaux des précipitations printanières, déversées ensuite vers Paris de manière maîtrisée.

En 1955, la construction du réservoir Marne, nommé Lac du Der, destiné à emmagasiner les eaux de crue de la Marne, débute alors. Son implantation se fera dans une vaste dépression argileuse de 4 800 hectares.

Trois villages doivent alors être rayés de la carte :

Champaubert-aux-Bois : De ce village de 180 habitants, seule son église, installée sur un promontoire, a été sauvée des eaux.

Chantecoq : Le village de pur style champenois comptait 57 habitants en 1964. L'ensemble du finage de cette petite commune est sous les eaux sauf une petite colline devenue l'Île de Chantecoq.

Nuisement-aux-Bois : Réputé pour ses vignes, le village de 64 habitants vit à travers son église à pans de bois et sa maison du forgeron, démontées et remontées pièce par pièce sur le site du Village - Musée du Der à Ste Marie du Lac Nuisement

En 1974, après 10 ans de travaux, les ouvriers ouvrent les vannes du canal. Ils laissent ainsi les eaux de la Marne recouvrir doucement la vaste cuvette argileuse. Aujourd'hui, cette étendue d'eau est le plus grand lac artificiel d'Europe.

L'impact sur le territoire est considérable :

- l'habitat typique à pan de bois a été valorisé et il n'existe aucune bâtisse laissée à l'abandon dans les villages environnants, souvent acquise par la population locale ou par des résidents qui s'y retirent ensuite au moment de leur retraite
- la faune et la flore ont évolué, le plan d'eau offre un dortoir à des milliers d'oiseaux dont les grues cendrées qui en font une étape majeure lors de leur migration et des zones préservées sont créées
- les touristes amateurs d'activités balnéaires, d'ornithologie ou de culture fréquentent cette nouvelle destination.

Aujourd'hui, selon le syndicat d'aménagement touristique du lac du DER qui livre les résultats d'une étude marketing réalisée en 2015, l'activité touristique repose sur plus de 200 acteurs touristiques – associations, prestataires privés... Les touristes injectent

27.5 millions d'euros par an dans l'économie du territoire. Cela correspond à la dépense annuelle (hébergement, transport, restauration, loisirs...) de la clientèle touristique y compris les résidences secondaires et les excursionnistes à la journée. Le tourisme fait vivre l'équivalent de 600 personnes par an (équivalent emploi plein temps).

Ce territoire auparavant agricole, tourné essentiellement vers l'élevage et l'exploitation des forêts a donc dû adapter ses pratiques pour accueillir ces visiteurs et intégrer la composante « tourisme » dans sa stratégie de développement. Le recul démographique (la Haute-Marne présente le plus fort recul démographique des départements métropolitains avec - 0,6 % en moyenne par an³) et la baisse d'activité économique du secteur secondaire confère aujourd'hui à l'activité touristique un rôle majeur sur le territoire.

Fin 2015, on dénombre 38 210 salariés employés dans le département de la Haute-Marne, en baisse par rapport à 2014. « L'écart se creuse notamment entre l'industrie et les services : par une augmentation du nombre de salariés dans les services et une diminution de ceux de l'industrie »⁴.

2-1 L'accès à ce site :

La proximité de la région parisienne et de l'Europe du Nord, est un atout majeur mais les moyens d'accès restent prioritairement la route, les liaisons ferroviaires étant compliquées et ne permettant pas aux touristes de parvenir jusqu'au site du lac du Der.

2-2 Un potentiel de croissance avec le tourisme itinérant permettant d'intégrer des éléments du patrimoine :

Autour du lac, on relève 100 kilomètres de voies vertes, un aménagement cyclable en cours de finalisation vers la vallée de la Blaise, 250 kms de sentiers balisés pour la balade à pied ou à VTT, 21 kms de circuit équestre.

D'autre part, de grands itinéraires au niveau européen sont en cours de structuration comme la véloroute Paris-Strasbourg faisant partie de l'itinéraire Paris-Prague.

Egalement, la Via-Francigena (de Calais à Rome) sillonne la Marne avant de rejoindre le Der.

³ Insee *Dossier Alsace-Champagne-Ardenne-Lorraine* n° 1 - Septembre 2016

⁴ *Le portail de l'Observatoire Départemental des Entreprises et des Territoires*. <http://www.haute-marne-eco.fr>

3 - La ressource naturelle et patrimoniale dans les villages environnant le lac :

Longtemps considérés comme des biens aux usages ordinaires, de nombreux éléments du paysage d'origine acquièrent, au gré de processus de reconnaissance par les acteurs du territoire, un statut patrimonial :

- les églises à pans de bois et plus généralement l'architecture des maisons à pans de bois sont typiques de ce territoire. On compte 14 églises à pans de bois construites entre le XVI^{ème} et le XIX^{ème} siècle

Une route touristique des églises à pans de bois a été définie (itinéraire interdépartemental de 60 kilomètres au départ de Montier en Der) et fait l'objet d'une brochure.

- le Musée du Pays du Der (Sainte-Marie-Du-Lac-Nuisement), ouvert depuis 1999 autour de l'histoire du lac et de la valorisation de l'architecture locale. Le Musée abrite l'église reconstruite du village de Nuisement et la Maison de la nature. 22 000 entrées en 2014 (en hausse).
- le Haras national de Montier-en-Der, d'époque napoléonienne, abritant une collection de voitures anciennes
- l'hippodrome de Montier-en-Der
- le Musée de la grange du massacre (Wassy) qui relate l'histoire marquant le début de la première guerre de religion entre protestants et catholiques.
- le Château de Cirey-sur-Blaise (XVII-XVIII^{ème}– 5 000 visiteurs par an),
- les fonderies (Vallée de la Blaise) et la métallurgie, qui ont fait l'objet d'une mise en valeur et d'une vulgarisation pour le grand public à travers la création notamment de Metallurgic park à Dommartin-le-Franc,
- le Champagne et sa route touristique (coteaux Vitryats),
- deux écrivains célèbres, qui ont marqué les territoires voisins : Voltaire et Diderot
- quelques éléments de patrimoine dans les villes de Saint-Dizier et Vitry le François.
- un patrimoine rural (lavoirs, calvaires,...) aux abords immédiats du Lac qui agrmente le cadre de séjour et constitue une offre de promenade et de visite complémentaire.

4 - L'offre touristique et la clientèle

4-1 L'offre touristique sur le lac :

La dernière campagne marketing positionne le Lac du Der comme « la mer en Champagne ».

En effet, l'offre balnéaire et nautique est relativement complète sur et autour du lac, qui repose sur :

- 77 kilomètres de rivages,
- des zones délimitées pour respecter les pratiques des différents usagers (motonautisme, voiliers, pêcheurs et une grande zone de quiétude permanente de plus de 700 hectares réservée pour les oiseaux et interdite à toute navigation),
- 6 plages surveillées, 3 ports labellisés Pavillon Bleu en 2014
- des associations et prestataires sports-loisirs autour du lac, qui proposent des balades en bateau, de la voile, du kitesurf, du canoë, du pédalo, du paddle.

Elle est complétée par une offre touristique et de loisirs sportifs et récréatifs à destination de tous :

sentiers balisés, pistes cyclables, centre équestre, balades en poney, randonnées à dos d'âne, un parcours accro-branche, un golf 12 trous et mini-golf, un petit train touristique, un dispositif de géo-caching, paintball, trampoline, des structures de jeux gonflables en été sur la station nautique, etc...

Un nouvel équipement, le Casino, est venu compléter l'offre en 2014 et dépasse déjà ses objectifs de pénétration initiaux.

4-2 Une offre événementielle sans lien avec le patrimoine historique

La LPO (Ligue de Protection des Oiseaux) propose des événements durant la période de migration des grues (promenade découverte, explications au lever et coucher des oiseaux, animations pédagogiques,...).

Les associations sportives sont à l'origine d'événements sportifs aux abords du lac (marathon, rollers de nuit,...).

Des événements culturels, plutôt situés dans les villes autour du lac, sont proposés par des associations ou les collectivités locales.

Enfin, l'AFPAN⁵ organise depuis plus de 20 ans le Festival International de la photo animalière et de nature de Montier en Der qui attire environ 42 000 visiteurs sur 4 jours. C'est un appui important pour faire connaître et vulgariser le patrimoine « nature et ornithologique » du lac du Der.

4-3 - La clientèle du Lac du Der :

Le cabinet conseil MAHOC⁶ a présenté en novembre 2015 les résultats d'une étude réalisée entre août et octobre 2015 auprès des acteurs touristiques et des visiteurs du territoire du lac du Der. Les éléments suivants intéressent notre travail de recherche :

4-31 La clientèle se répartit en deux grands types :

- la clientèle de loisirs, qui représente 1 100 000 visiteurs non séjournant, qui vient toute l'année, surtout le weekend et les vacances scolaires (résidents locaux, habitants des départements voisins et de la Région Champagne-Ardenne).

Cette clientèle vient principalement autour du pôle du Lac du Der (station nautique et plages), pour se promener et profiter des activités du lac, en individuel ou en groupes (clubs 3ème âge, randonnées ou culture)

- la clientèle de séjour et de court séjour, qui représente 780 000 nuitées :

- Originaire de France (Nord Pas de Calais, Lorraine, Alsace, Ile De France) et d'Europe du Nord (Belgique, Hollande et Allemagne), ces touristes viennent pour du séjour découverte et actif, autour du lac en campings, campings-cars et hébergements ruraux pendant les vacances scolaires, souvent en famille (parents, grands-parents)

- Des français (grand Est / Nord Est) et des touristes nord européens (Belges et Britanniques) passionnés d'oiseaux et de nature, qui viennent toute l'année mais particulièrement durant les périodes de migration des oiseaux, en gîtes et chambres d'hôtes, en couples ou entre amis.

4-32 Les motivations des touristes pour avoir choisi cette destination :

Une enquête clientèle quantitative a été réalisée entre juillet et octobre 2015.

311 questionnaires ont été traités par l'Office Régional de Tourisme de Champagne-Ardenne.

Il en résulte que le repos et la détente dans un environnement calme et tranquille représentent le principal attrait de cette destination. A la question « Pour quelles

⁵ Association pour le Festival de la Photo Animalière et de Nature de Montier-en-Der

⁶ MaHoC - Conseil et Ingénierie Touristique, Etude 10 novembre 2015, « *Stratégie Marketing du lac du Der 2016-2021* »

raisons avez-vous choisi cette destination ? », la réponse est « pour le lac » pour 51.8 %, « pour le calme et la tranquillité » pour 35.4 % et « pour la beauté du site et des paysages » pour 30.9 %. A noter que la réponse « pour son patrimoine culturel et historique » représente seulement 12.9% des motifs.

En matière d'activités pratiquées sur place, la visite d'églises à pans de bois représente 11.9 % des usages mais les visites de monuments, musées, villes sont citées dans 29.9 % des cas.

5 - Une culture touristique en construction :

Le lac a été mis en eau en 1974. Cinq ans plus tard, un office de tourisme attaché au lac est créé et un vaste programme d'aménagement touristique est lancé. En effet, géographiquement positionné sur deux départements, la Marne et la Haute-Marne, ce plan d'eau constitue, pour les deux départements, un enjeu majeur de développement.

Il a fallu ensuite attendre 2004 pour voir apparaître le premier plan marketing du lac du Der avec le lancement de la station nautique (port de Giffaumont, campings attenants,...). Dix ans plus tard, en décembre 2014, un casino ouvre ses portes et donne une nouvelle impulsion à la fréquentation touristique. De nouveaux projets sont en cours de réalisation, déclinés dans le nouveau plan marketing 2016-2020, articulé autour de trois axes stratégiques :

- Affirmer une personnalité touristique spécifique sur la Région Grand Est
- Mettre en scène le territoire et son offre pour garantir l'expérience client
- Mettre en marché la destination (visibilité).

Je constate que ce réservoir, créé à l'origine pour réguler le cours des eaux alimentant la Seine, a réussi à devenir également un site touristique majeur, raisonnablement artificialisé, dans une région où l'économie touristique est peu représentée. Sur ce territoire rural à l'économie axée depuis des décennies sur l'agriculture, l'industrie et le bois, la culture touristique est encore en construction.

En effet, jusqu'au début des années 70, l'intérêt touristique du territoire reposait sur les forêts environnantes et quelques éléments de patrimoine comme le Haras National. Le général de Gaulle n'avait-il pas choisi la Haute-Marne pour sa tranquillité, à l'écart des grands lieux de rassemblement ? Avec la création du lac, les acteurs du tourisme, alors peu nombreux, ont compris qu'un potentiel de développement existait. L'activité touristique a alors évolué selon les phases suivantes :

- d'abord confidentiel, l'accueil de touristes est devenu une activité économique substantielle. Utilisant dans un premier temps la ressource « eau », des activités nautiques et balnéaires se sont développées.
- puis, les maisons à pans de bois séduisant des résidents secondaires, le patrimoine bâti, jusqu'alors négligé a été valorisé. Les hébergements en gîte ou maisons d'hôtes se sont développés, entraînant dans leur sillage l'intérêt pour les églises construites dans les mêmes matériaux.
- ensuite, cette masse d'eau constituant une halte privilégiée pour un grand nombre d'oiseaux migrateurs, le tourisme de nature et ornithologique s'est développé.
- aujourd'hui, la question de la mise en tourisme ne se pose plus, il s'agit maintenant de renforcer l'attractivité et la notoriété de la destination « Lac du Der » auprès des clientèles et de construire une vision marketing partagée et cohérente entre les acteurs de la destination.

Les acteurs du tourisme ont donc dû évoluer en matière de qualité de leur offre touristique au fil des années et des nouvelles ressources induites par la création du lac sur un territoire historiquement éloigné de la culture touristique. Ce « saut culturel » en matière d'accueil touristique diverge certainement de la notion d'accueil attendue par les touristes, habitués à des destinations déjà labellisées et souvent exigeants.

6 - Les acteurs institutionnels en matière de tourisme :

Depuis 1990, un établissement public, le syndicat mixte d'aménagement du lac du Der, a été créé. Ses missions sont les suivantes :

- aménagement touristique (ports, plages, station nautique, pistes cyclables, observatoires...)
- aide technique aux communes et communautés de communes et à leurs habitants dans le cadre de montage de programmes à caractère touristique
- entretien des sites touristiques
- promotion de la destination.

Il regroupait les départements de la Marne et de la Haute-Marne, la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Blaise et Der, les Communautés de Communes de "Vitry, Champagne et Der", du "Pays du Der", du "Perthois, Bocage et Der" ainsi que six communes Auboises qui souhaitaient adhérer à ce syndicat par leur proximité géographique et leur intérêt patrimonial.

Hormis les six communes auboises qui sont maintenant regroupées dans la communauté de communes de Brienne-le-Chateau, l'ensemble de ces acteurs est regroupé depuis le 1er janvier 2017 dans la nouvelle communauté d'agglomération de Saint-Dizier.

Dans les faits, les décisions en matière de politique touristique sont prises au sein du syndicat mixte, l'ensemble des décideurs du territoire y siégeant.

Constituée d'entités territoriales animées par le même souci de développement mais cependant éloignées du point de vue du mode de vie (des zones très urbanisées et des villages), des cultures différentes selon qu'on se situe au nord ou au sud du lac, des ressources d'attractivité touristique inégalement réparties, cette instance de décision doit composer avec 60 000 habitants et 100 membres élus. Il reste à trouver un mode de fonctionnement efficace pour cette communauté d'agglomération aux bassins de vie si différents.

Les communes qui adhèrent au syndicat mixte profitent de ses aménagements et actions en matière de développement touristique. Cependant, chacune travaille également à sa propre attractivité et à la valorisation de son « petit patrimoine ». Ceci a pour effet de multiplier les offres touristiques mais ces actions individuelles souffrent d'un manque de moyens financiers (en raison de leur dissémination) et la cohérence de l'ensemble est peut-être difficile à lire du point de vue du touriste.

7- La destination lac du der, la communication institutionnelle :

La stratégie actuelle de l'office de tourisme du lac du Der (déclinée dans le rapport de l'assemblée générale de juin 2015) consiste à cibler la clientèle de séjour, située dans un rayon de 300 kilomètres et la clientèle de proximité.

En matière de communication, les outils mis en œuvre sont :

- Le site internet www.lacduder.com en responsive design (site web adaptatif) depuis mai 2014
- Les réseaux sociaux avec 5709 abonnés facebook, 500 abonnés Twitter et 15 abonnés Youtube
- Les éditions papiers avec 2 guides, la carte du territoire, le plan de la station nautique, les brochures à destination des groupes.

La signature : Lac du Der en Champagne - « Le lac du Der, si proche, c'est rare » permet de localiser le lac et valorise la proximité physique et affective.

Le logo fait cohabiter les différents pans de la personnalité touristique du territoire :

- Bleu et vert pour l'évocation des paysages naturels et aquatiques variés
- Un voilier pour les pratiques nautiques et balnéaires
- Une grue cendrée pour les richesses ornithologiques
- Une église à pans de bois pour évoquer le patrimoine culturel et bâti.

8 - La route touristique des églises à pans de bois :

L'architecture à pans de bois propre au bâti du territoire se retrouve dans les édifices religieux (églises et chapelles). L'office de tourisme du lac a choisi de promouvoir un circuit d'environ soixante kilomètres composé de quatorze églises.

Le touriste peut choisir d'emprunter l'ensemble qui forme une boucle ou de sélectionner seulement quelques églises, des routes permettant de modifier l'offre de base. Il y découvre essentiellement des églises à pans de bois, souvent ouvertes au public mais aussi quelques églises en pierre remarquables par leurs vitraux de l'Ecole Troyenne du XVI^e siècle.

Certaines sont munies d'audio guides et toutes sont illuminées les weekends.

Comment est réalisée la communication sur ce circuit ?

Selon le document ou le site internet consulté, le circuit des églises à pans de bois proche du lac du Der varie :

- **L'office de tourisme du Lac du Der** basé à Giffaumont propose une brochure avec un circuit (que nous nommerons n°1) composé de 60 kilomètres composé de 17 villages (donc 17 églises) avec un zoom sur 8 d'entre elles :

Montier-en-Der, Ceffonds, Puellémontier, Droyes, Chatillon-su-Broué, Drosnay, Outines et Sainte-Marie-du-Lac.

- **Dans une autre brochure** (n°2), également remise par l'office de tourisme, on dénombre 14 églises :

Montier-en-Der, Ceffonds, Puellémontier, Lentilles, Villeret, Chavanges, Bailly-le-Franc, Joncreuil, Chasserécourt, Arrembecourt, Drosnay, Outines, Chatillon-sur-Broué, Droyes. Sainte-Marie-du-Lac est symbolisée mais en dehors du circuit tracé.

- **Un dépliant** (n°3) présentant un plan du lac du Der propose également ce circuit de 60 kilomètres, en précisant s'il s'agit d'églises à pans de bois (5

édifices) ou d'églises en pierre, remarquables pour leurs vitraux (9 édifices) et la présence d'un audio/guide à Outines.

- **Le site officiel « Grands Lacs de Champagne - Parc Naturel régional de la Forêt d'Orient »** (n° 4) propose un circuit des églises à pans de bois de 140 kilomètres composé de 10 églises et une chapelle édifiées entièrement en pans de bois : Mathaux, Longsols, Morembert, Saint-Léger-sous-Margerie, Drosnay, Sainte-Marie-du-Lac-Nuisement, Chatillon-sur-Broué, Outines, Bailly-le-Franc, Lentilles et Soulaines d'Huys..
- Ce circuit est repris dans un document (n°5) édité par le **Conseil Régional** du Tourisme de Champagne-Ardenne (qui existait jusqu'en 2016) et toujours consultable sur internet.

- **« Le Guide Vert » 2000 :**

Page 189, attachée à la rubrique « Montier-en-Der, le circuit est proposé sous le thème « églises à pans de bois » avec le texte introductif suivant :

« « Der », du celtique dervos, « chêne », rappelle les anciennes forêts dont le bois servit à construire, dans ce pays pauvre en pierre, à proximité du lac de Der-Chantecoq, les édifices à colombage, parmi lesquels de nombreuses églises. La plupart d'entre elles sont éclairées par des vitraux de l'école de Troyes ». Suit une description des églises de Ceffonds, Puellémontier, Lentilles, Chavanges, Bailly-le-Franc, Joncreuil, Arrembécourt, Drosnay, Outines, Chatillon-sur-Broué et Droyes, soient 11 églises.

Un encart précise que « Les églises sont illuminées de mai à septembre tous les soirs et le reste de l'année le week-end. D'autres édifices, autour du lac du Der-Chantecoq, sont également éclairés : Eclaron, Giffaumont, Saint-Rémy-en-Bouzemont, Larzicourt, Arrigny et le village musée de Sainte-Marie-du-Lac-Nuisement».

Dans la dernière édition du guide Michelin, le circuit est proposé également à la suite de la description de Montier-en-Der dans la rubrique « Circuit conseillé ». Ici, pas de préambule, on lit : « Circuit tracé en vert clair sur la carte de microrégion (p. 280-281) - 59 km- Comptez 2 à 3 h. Quittez Montier-en-Der au sud en direction de Brienne. Suit la description des 11 églises.

Avec 8, 10, 11, 14 ou 17 églises sur un circuit de 60 ou 140 kilomètres, des édifices uniquement à pans de bois ou deux architectures différentes (pierre et pans de bois), le touriste qui aborde le lac du Der a de quoi être perplexe. Mais peut-être ne puise-t-il son information qu'à une seule source et ne remarque-t-il pas ces disparités. C'est une question qui mérite d'être posée.

Au-delà du manque de cohérence pour le touriste qui visite notre territoire, ce manque d'homogénéité dans la communication sur ce ou plutôt ces circuits révèlent un système complexe en matière de communication touristique sur le territoire.

Pourquoi s'intéresser au patrimoine ?

La question de la fréquentation touristique du territoire est au cœur des préoccupations des décideurs locaux.

En effet, sur un territoire où la population diminue et vieillit depuis plusieurs années, où le développement économique reposant sur le secteur industriel stagne, le tourisme est un élément majeur du développement économique.

Le lac joue évidemment un rôle important dans l'attraction touristique du lieu mais ne peut, à lui seul, maintenir les touristes sur une période longue. Ceux-ci sont sensibles aux conditions météorologiques et un été peu ensoleillé occasionne une désaffection des activités balnéaires et nautiques.

L'attractivité repose donc sur d'autres ressources. Comme dans d'autres régions, le patrimoine matériel et immatériel est valorisé afin d'offrir une large palette d'activités aux touristes.

Mon travail sur le site du haras m'a amenée à m'interroger sur les notions de préservation et de mise en exposition du patrimoine et également de cohabitation d'usages différents autour de celui-ci.

Quelles interrogations le patrimoine suscite-t-il localement ?

Quelle est le comportement des visiteurs du patrimoine historique local ? Que recherchent-ils en effectuant ces visites (un apport culturel, une émotion, des photos inédites,...) ? Comment effectuent-ils leur visite ? Avec quelle aide pour la compréhension ou le plaisir esthétique ?

Comment valoriser ce patrimoine local auprès des visiteurs ? En quoi contribue-t-il à l'identité du territoire ?

Ces questions ont pour but de comprendre la manière dont le bien patrimonial doit être mis en exposition pour répondre au mieux aux attentes des visiteurs et forger une identité propre au territoire.

Mon critère de choix en matière de questionnement a consisté à retenir un travail de recherche pouvant être utile à la réflexion des professionnels du tourisme sur notre territoire.

Une telle étude me semblait intéressante dans un premier temps pour le syndicat mixte, afin qu'il puisse adapter le produit « découverte du patrimoine historique » aux besoins.

Cette recherche intéresse également les villages et petits bourgs pour lesquels le patrimoine historique (église, monuments spécifiques) constitue souvent l'attrait unique de leur localité et, par conséquent, la renommée touristique. Au-delà du simple plaisir du touriste, de vrais enjeux territoriaux existent autour de la mise en tourisme des biens patrimoniaux.

Le patrimoine, une notion complexe :

Au fil de mes lectures, je devais découvrir combien la notion de patrimoine, en tant qu'élément de développement touristique recouvrait un champ de recherche large, tant en matière de processus de patrimonialisation que d'attentes de la part des touristes. Je découvrais également la diversité des formes de patrimoine, qu'il soit matériel ou immatériel.

Je devais donc restreindre mon terrain de recherche pour pouvoir exploiter un recueil de données suffisamment ciblé.

Le choix du bien patrimonial à étudier :

Lors d'un entretien avec Olivier Jest, Directeur de l'Office de Tourisme du lac, nous avons échangé sur les biens patrimoniaux pouvant faire l'objet d'un intérêt particulier.

A ce propos, M. Jest a évoqué la mise en valeur de certains éléments du patrimoine par le passé, devenus aujourd'hui des produits touristiques jugés « incontournables » par les acteurs locaux mais aux retombées mal connues en matière de satisfaction du touriste. Par exemple, le circuit des églises à pans de bois propose la visite de quatorze églises, peu différentes les unes des autres, sans possibilité de pause « restauration » sur le circuit. Comment les touristes réalisent-ils ce circuit ? Combien entrent dans les églises ? En reviennent-ils satisfaits, recommanderaient-ils ce circuit ?

Ces interrogations à visée purement opérationnelle m'ont amenée à me questionner sur la façon dont a été menée la valorisation du patrimoine sur le territoire et les « résultats » obtenus en terme de satisfaction pour le touriste eu égard aux efforts fournis par des bénévoles regroupés ou non en association et par des professionnels.

En réalisant moi-même la démarche de découverte du circuit des églises à pans de bois comme peut être amené à la réaliser un touriste sur notre territoire, je constatais la complexité de l'offre. D'autre part, ces visites étant autonomes et gratuites, il existe un réel manque d'informations recueillies sur les visiteurs de ce circuit (nombre, motivation, satisfaction, attentes).

J'ai donc décidé de chercher à comprendre comment le circuit des églises sur le territoire du lac du Der participe à l'attractivité touristique du territoire et à la construction d'une identité locale. Cette étude intègre la manière dont ce circuit a été construit, la façon avec laquelle il est mis en exposition, le rôle des bénévoles favorisant les visites, l'usage qu'en fait le touriste, le ressenti que cette offre touristique génère.

Cette démarche sera transposable à d'autres éléments patrimoniaux et permettra de faire des préconisations en matière de choix patrimoniaux, de mise en exposition du patrimoine et d'aide à la visite (médiation).

1 - Le tourisme culturel :

Le directeur du cabinet conseil « In extenso, tourisme, culture et hôtellerie »⁷ livre une étude sur les tendances en matière de tourisme culturel tirée des rencontres du tourisme culturel qui ont eu lieu le 16 décembre 2016 au Centre Pompidou.

1-1 Le tourisme culturel : une cible à fort potentiel

Si la culture est souvent liée au tourisme lorsqu'on évoque le développement local des territoires, il n'en demeure pas moins que les acteurs perçoivent souvent les bénéfices comme non proportionnés aux moyens financiers et humains mobilisés. Pourtant, la culture est une composante forte de l'offre et de l'image d'une destination.

D'après l'Organisation mondiale du tourisme, le tourisme culturel représente 40 % du tourisme mondial et est en progression régulière (OMT, 2007). Les touristes culturels sont internationaux, curieux, exigeants, multiples. Dans cette grande catégorie, la motivation culturelle n'est pas toujours exclusive, voire tout à fait secondaire. Ainsi, on estime à 20 % les touristes culturels « exclusifs », à 30 % ceux pour qui la culture est le moteur du déplacement, et à 50 % les badauds devenus touristes culturels « par hasard ».

L'offre culturelle d'une destination en imprègne fortement l'image, renforçant ainsi son attractivité globale même quand elle n'est pas le déclencheur du voyage. On visitera un musée par temps de pluie en séjour balnéaire, on choisira le lieu d'un séminaire professionnel en fonction de la programmation de spectacles ou des visites culturelles possibles...

Le tourisme patrimonial laisse par ailleurs peu à peu la place au tourisme créatif. Il s'agit désormais de vivre des expériences, de participer en étant acteur de la découverte culturelle. On recherchera ainsi la visite du musée, mais également la rencontre avec l'artiste pour l'apprentissage d'une technique ou la création personnelle en lien avec le territoire, en s'intéressant autant aux cultures cultivées qu'aux cultures populaires et « modes de vie », qui sont encore une forme de culture immatérielle. S'appuyant sur cette tendance, des territoires moins dotés a priori en

⁷ rencontres-tourisme-culturel.culturecommunication.gouv.fr/.../La-culture-levier-majeur-d'attractivité-touristique. Consulté le 01/03/17

patrimoine vont pouvoir développer une offre attractive autour de la création (pôles métiers d'art, événements gastronomiques, etc...).

1-2 Typologie des touristes culturels :

Toujours selon l'étude du cabinet « in extenso », on distingue cinq grands types de touristes culturels :

Les visiteurs traditionnels : un groupe qui cherche à se cultiver et à apprendre (autodidaxie, apprentissage des enfants). Il s'agit de catégories socio-professionnelles supérieures, consommateurs très réguliers de musées et monuments, seniors, familles, femmes

Les intellectuels autonomes : un groupe qui cherche, au travers de l'expérience culturelle, des éléments de réflexion, qui se construit sa propre opinion. Professions intellectuelles supérieures, consommateurs très réguliers de culture, jeunes adultes.

Les festifs : un groupe motivé par un événement culturel (exposition, festival...), souvent fidélisé autour d'une offre temporaire récurrente. Jeunes urbains, consommateurs de culture spécialisée, surreprésentation des hommes.

Les explorateurs itinérants : un groupe qui cherche l'exotisme d'une destination, les marqueurs identitaires d'un territoire, à voir « ce qu'il faut voir » dans le cadre d'un circuit. Personnes moins habituées des sorties culturelles, primo-visiteurs de territoires, étrangers.

Les curieux et influencés : un groupe présent sur le territoire, qui effectue une sortie culturelle « en passant devant » ou influencé par le bouche-à-oreille. Personnes moins habituées des sorties culturelles, en visite chez des proches ou pour affaires.

Pour les trois premières catégories, le levier principal est la culture, ces touristes abordent le lieu de visite avec une volonté d'apprendre, se cultiver, se construire, vivre une expérience. Pour les deux derniers groupes, le territoire en tant que destination originale, source de découverte, constitue le levier majeur, la culture étant alors simplement un atout supplémentaire.

1-3 Offre culturelle et impact sur le tourisme :

La culture recouvre un champ d'appréhension très large et qui s'étend au fur et à mesure de la reconnaissance et de l'appropriation de nouveaux patrimoines.

La notion de patrimoine recouvre ainsi les bâtis, mobiliers mais aussi les biens immatériels : les grands hommes ou la gastronomie locale ont depuis longtemps fait leur entrée en culture.

Les arts visuels et les arts vivants, liés de manière moins évidente à la découverte d'un territoire, sont également les moteurs de développement touristique par la création (ainsi le design à Saint-Etienne) ou l'événementiel (grands festivals de musique, biennales...).

La présence d'une offre culturelle ne garantit cependant pas, à elle seule, le développement touristique. Chaque territoire doit mettre en place sa propre stratégie pour valoriser ses atouts.

1-4 Événements culturels, renouveler l'impact :

L'impact touristique de la culture est aussi événementiel. C'est notamment le phénomène des grandes expositions internationales, en développement depuis les années 2000, qui génèrent plus d'excursionnisme que de fréquentation touristique.

Dans ce cas, c'est la question de la pérennisation de l'attractivité et de l'étalement des flux en dehors de la période événementielle qui se pose aux professionnels. L'événement n'aura un véritable impact dans la durée qu'à condition d'être récurrent, à l'instar des grands festivals (Avignon, Marciac...).

Enfin, l'impact événementiel sera d'autant plus important qu'il sera relayé par des offres permanentes contribuant au transfert de l'identité culturelle de l'événement à la destination. L'exemple d'Angoulême et de la bande dessinée est à cet égard révélateur. Depuis la création du Festival de la BD en 1973, un premier lieu s'est ouvert en 1982, transformé depuis en Cité internationale de la BD, et en 1998, a démarré la création d'une collection à ciel ouvert de murs peints. « Stratégie payante puisqu'en 2014, la 41^{ème} édition du festival a généré 2,7M € de dépenses de la part des visiteurs, dont 722 000€ dans l'hébergement marchand : d'un premier événement modeste, la ville est devenue capitale de la BD, véritable identité attractive pour les touristes⁸ ».

⁸ Maurence E. consultants – Charente Tourisme – CCI Angoulême, *Impact économique du FIBD 2014*, espace-pro.lacharente.com/content/seminaire14novembre

1-5 Une démarche pluri-acteurs : le tourisme culturel n'est pas qu'affaire de musées

Diversité, complémentarité et permanence de l'offre sont nécessaires, mais pas encore suffisants pour implanter durablement un développement touristique fondé sur la culture.

En premier lieu, on doit rechercher la participation de la population locale : une offre culturelle ne peut exister sans être relayée par ceux qui la pratiquent toute l'année et qui doivent se l'être appropriée. Les habitants seront ainsi ambassadeurs de leur territoire et de son offre toute l'année, contribuant à la création de l'image touristique d'une destination.

L'ensemble des acteurs de la filière touristique doivent être impliqués et mettre leurs actions en cohérence. D'abord via le partage des informations et modalités d'accueil, qui doit être fait en amont (en particulier pour la prospection des groupes touristiques), collectivement pour éviter les conflits de programmation et repérer les opportunités de croisement, et dans tous les cas de manière précise. Ensuite par l'adaptation de l'ensemble des composantes de l'offre aux publics ciblés, en adéquation avec les pratiques et attentes.

Ainsi, les patrimoines et la culture participent de la constitution d'un portefeuille d'offres d'une destination, fondant l'attractivité et le socle de son économie touristique. Cette contribution sera d'autant plus profitable à l'écosystème touristique local si une attention particulière est portée à : garantir une identité forte, dans laquelle les acteurs locaux et la population se reconnaissent ; innover et se démarquer ; et enfin s'attacher à la bonne qualification de la chaîne de services, qui crée les conditions de la chaîne de valeur.

1-6 Le patrimoine : accompagner les sites majeurs :

Le patrimoine est l'élément majeur du développement touristique par la culture. Marqueur identitaire des territoires, il représente près de 163 000 emplois touristiques en France et une dépense annuelle de 15,5 M€ de la part des touristes. Souvent, les touristes sont nettement majoritaires parmi les visiteurs des monuments.

Dans une logique de développement touristique, le patrimoine majeur, facteur d'attractivité, ne doit pas rester isolé. Le maillage avec des offres relais, culturelles ou non, est essentiel au développement global des destinations. Le grand musée seul peut en effet susciter la venue, mais pas le séjour. La destination doit donc capter les touristes en capitalisant sur sa « tour Eiffel » et développer des activités secondaires

différentes, pour proposer une découverte complète, une expérience de la destination dont le point d'orgue sera le site majeur.

2 - Le tourisme historique

Il revêt différentes formes selon les époques et les publics.

2-1 Le rapport au passé,

D'après Jean-Didier URBAIN dans « le touriste et l'histoire. Voyages d'agrément et envies de passé »⁹, dès le XVIème siècle, sont évoqués des personnages mus par le désir de s'évader et de mieux connaître le monde dans lequel ils vivent. Il existe déjà un recueil « Guide des chemins de France de Charles Estienne » où sont déjà notés, outre les villes, étapes et itinéraires, « quelques bonnes tables et les monuments dignes d'intérêts ». Les motivations tendent à se diversifier. Ainsi Montaigne mêle découverte et thérapie pour soigner sa « maladie de la pierre », des calculs rénaux, au cours de cures thermales en France et en Italie.

L'histoire du tourisme historique traiterait du rapport changeant de l'homme au passé qui va de « la pensée mythique à la connaissance, de la légende au fait ou de l'explication à la compréhension »¹⁰ Cette envie de faire la part des choses entre fiction et réalité s'exprimait déjà depuis fort longtemps puisque, comme le note Philippe Ariès¹¹ à propos de ce très grand ancêtre du tourisme selon ses termes « Hérodote est d'abord un touriste, souvent rapide, qui rapporte autant les contes des guides que ses propres observations ».

2-2 Les différentes formes de tourisme historique, selon Jean Didier

Urbain :

L'idée qu'il n'existe qu'un modèle de touriste historien, studieux, érudit et imaginaire est dépassée. C'est un individu qui est doué de sentiments contradictoires, de choix et de rêves variés.

2-21 Le tourisme de mémoire :

Le désir de passé peut prendre des formes diverses. En effet, au-delà des lieux de mémoire habituels (vestiges et trésors d'architecture classés, musées ou monuments anciens), ce tourisme contribue à la valorisation de patrimoines inédits en s'élargissant à des objets du passé proche ou à des sites jusqu'ici absents des nomenclatures

⁹ Urbain J.D. (2013), *le touriste et l'histoire, voyages d'agrément et envies du passé*, n°177, 59-71

¹⁰ Chartier R. (1987), *Le passé composé* in, Traverses 40, «Théâtres de la mémoire», p 15

¹¹ Ariès P. (1954), *le temps de l'histoire*, éditions Monaco, p. 90

officielles. « Il convie donc à l'extension du tourisme historique vers des attractions nouvelles, lieux de faits tragiques ou insolites, graves mais méconnus, inaperçus ou même disparus¹² ». Ce tourisme relève plus de l'émotion, de l'implication que de l'érudition par l'initiation.

De la simple curiosité, la motivation des touristes a évolué, pour une part d'entre eux, vers une connaissance historique dispensée par des guides érudits. Ce touriste historien veut compléter son approche fondée initialement sur la « fascination des ruines, devenues poétiques aux XVI^{ème} et XVII^{ème} siècles, pittoresques au XVIII^{ème} et romantiques au XIX^{ème} » selon Philippe Bachimon¹³ par des commentaires et références scientifiques. Aujourd'hui, une part des touristes est en prise avec l'histoire proche (militaire ou sociale) et leur comportement face à cette histoire « relève surtout d'une implication née d'un sentiment de culpabilité¹⁴, de correction de l'histoire ou encore de sauvetage, pour des évènements occultés, enfouis ou oubliés ».

Ce tourisme qualifié de tourisme de mémoire se veut créatif et dynamique, « tant par la nomenclature de ses objets que par l'inventivité de l'exposition de ses lieux et la stratégie des usages de ses visiteurs »¹⁵. Le patrimoine intègre des attractions, des conduites nouvelles dans un travail de réappropriation d'un passé proche.

Du point de vue des sentiments que ce type de tourisme exacerbe, les auteurs évoquent le désir d'apprendre, certes, mais avec une certaine ferveur fondée sur l'envie de célébrer, de vivre ou de partager dans un rapport avec un passé à peine éteint, voire encore en train d'advenir (décombres de catastrophes, ...).

2-22 Le tourisme du souvenir :

Un désir de fuite vers le passé peut également animer les touristes. Le regret et la nostalgie conduisant à un état de régression face à des évènements historiques. Les spectacles « sons et lumières » ou les jeux de rôle proposant plutôt la petite histoire digne d'un conte de fée permettent au touriste de se réfugier dans une destination idéalisée déniait le présent. La présentation romanesque conduit à réduire le message historique occultant le contexte général.

¹² Urbain J.D.(2011), *l'Envie du monde*, Paris, Bréal, p. 243

¹³ Bachimon P. (2013), *Vacances des lieux*, Paris, Belin, p. 131

¹⁴ Bruckner P. (1983), *le sanglot de l'homme blanc*. Tiers monde, culpabilité, haine de soi, Ed. du Seuil

¹⁵ Cavaignac F. (2003), *les chemins de mémoire, une initiative de l'Etat*, in *Tourisme de mémoire*, n° 80, p. 12

2-23 Le tourisme alternatif :

Il existe aussi une forme exacerbée du tourisme de mémoire qui résulte d'une conscience « coupable » de l'histoire. Il naît d'un lien réfléchi avec le passé qui conduit à un comportement altruiste dans un voyage engagé, un tourisme d'action qui préserve sans interventionnisme, qui se veut actif dans le cours du monde (en dénonçant des règles économiques ou en initiant des actions de protection des habitants ou de l'environnement). Le passé est ici approché différemment. C'est un tourisme d'action qui ne revisite pas le passé mais le reconsidère à l'aune du présent.

2-3 Les tendances du tourisme historique :

Les guides sont aujourd'hui à l'interface d'une offre et d'une demande. Les lecteurs interagissent en apportant des commentaires qui permettent d'observer les tendances et désirs des voyageurs en temps réel. Ainsi, le Routard reçoit plus de cent commentaires par jour. Cet ouvrage devient donc un réflecteur des attentes des touristes plus qu'un prescripteur.

Jean Didier Urbain¹⁶ nous livre les tendances du tourisme historique, après la lecture de divers guides de voyage :

- Aujourd'hui, l'évolution des usages des touristes a conduit l'offre à se démultiplier. Face à cette diversité de touristes, l'histoire peut être abordée de différentes manières. Il n'y a pas que des historiens qui voyagent. Le discours des guides a donc également évolué en ce sens pour proposer la narration historique sous toutes ses dimensions. Le monument doit donc également proposer son histoire peut-être moins savamment mais à travers la petite et la grande histoire, la fiction et l'objectivité, le mythe ou la connaissance.
- Le touriste est de plus en plus libre des prescriptions qui organisaient son voyage émanant des hôtes, voyagistes et guides. Il peut aussi choisir de se tourner vers la petite histoire, l'histoire thématique, l'excentrique, les lieux secrets, l'histoire effacée,...
- Nous constatons qu'un même lieu peut faire l'objet d'une appropriation différente selon le touriste. De même, il existe une réelle diversité des relations possibles avec le lieu : l'alternatif sous la forme d'un touriste impliqué dans un sauvetage, ou de l'ordre du simulacre, le touriste circulant sur les traces d'un

¹⁶ Urbain J.D. (2013), *Le touriste et l'histoire*, le débat, p59-71

personnage historique ou imaginaire, ou encore de l'ordre du ludique lorsque la visite se transforme en jeu pour appréhender le passé (costume, langage,...).

Pour Jean-Didier Urbain, nous sommes donc loin du tourisme de masse supposé uniforme. « Distinguer des tendances dans cette multiplicité inventive est de fait difficile. On y note cependant des polarités fortes, qui sont, quant au passé, portées par le désir de nouer des liens émotifs par la commémoration ; de connivence par le secret ; de simulacre par le jeu ; et, finalement, d'aventure par la dramaturgie, ... au-delà de toute destination et des choses à voir prescrites par la norme, ce voyageur cherche un mode d'emploi des lieux donnant du sens à sa raison d'y être... ».

3 - Le tourisme et le patrimoine

Selon Marc LAPLANTE (« le patrimoine, atout du développement, 1992)¹⁷.

3-1 une évolution des motivations de visite patrimoniale

Après avoir été longtemps un voyageur « désœuvré », le touriste, à partir du 20^{ème} siècle, voyage pour le plaisir. Il quitte momentanément son lieu de vie habituel pour aller ailleurs dans un esprit ludique. Il attend des occasions de découvertes, de nouveautés.

Nous devons alors considérer le patrimoine comme un élément de l'expérience touristique globale. Selon Marc Laplante, « on ne peut pas concevoir un touriste, même en le coiffant du titre honorable de touriste culturel, qui ne partirait de chez lui durant son temps de vacances que pour aller découvrir le patrimoine d'un pays voisin ».

Il faut donc certainement situer l'activité patrimoniale d'un touriste (visite d'un musée, par exemple) dans l'ensemble de son emploi du temps de vacances.

En matière de motivation, les historiens étudient ce qui s'apparente à la première migration touristique : le Grand Tour. Ce « voyage d'études » qu'entreprenait la jeune noblesse anglaise à travers l'Italie, la Grèce, l'Égypte, la France et l'Espagne s'effectue au moment où la société anglaise est déjà entre les mains de la bourgeoisie commerçante et industrielle. Marc Laplante cherche alors à comprendre l'état d'esprit des jeunes anglais lors de ce périple : « cherche-t-elle (la classe sociale qui voyage) à se convaincre que des civilisations naissent aussi sur les ruines des anciennes parfois, quand elle contemple les chefs d'œuvre de la renaissance, les œuvres

¹⁷ Laplante M. (1992), *le patrimoine, atout du développement*, Lyon, PUL

révolutionnaires du siècle des lumières ? ». Il reste acquis que le patrimoine avait la cote d'amour dans les intentions de voyager des premiers touristes.

Depuis les années 90, des questions existentielles font régulièrement surface qui laissent à penser que les générations actuelles s'interrogent sur le temps qui passe « qui sommes-nous ? D'où venons-nous ? Où allons-nous ? »

Les classes moyennes, ayant accumulé des expériences touristiques, sont sensibles à des valeurs montantes comme l'écologie, la protection, la conservation, la restauration. Ceci est propice à la montée de l'intérêt pour le patrimoine. En contemplant des projets qui ont réussi l'épreuve de la durée, on les oppose aux échecs, aux gaspillages de l'industrialisation et de l'urbanisation sauvage. Le tourisme culturel est alors une réponse à cette envie de racines.

3-2 Les attentes du touriste :

C'est d'abord un imaginaire qui transforme un lieu neutre en destination touristique.

Pour Dean Mac Canell (1973)¹⁸, le tourisme exprime une quête d'authenticité, ailleurs. « C'est une recherche nostalgique de la vraie vie dans des sociétés anciennes ou exotiques, une recherche de la réalité des choses ». Visiter permet de vérifier la concordance entre l'image mentale ou physique (photos, imaginaire lié à l'endroit) et la réalité.

3-21 la recherche de sens

Le projet global de départ du touriste est souvent lié à une recherche de sens. En effet, la vie quotidienne n'offre pas beaucoup de possibilité de recul sur son existence, le temps des vacances devient alors une occasion d'aller voir vivre d'autres gens, ailleurs. Selon Marc Laplante, « il apprend constamment en confrontant ce qu'il découvre avec ce qu'il connaît de lui-même, de son milieu, des gens avec qui il vit tous les jours ».

Les mises en exposition qui fabriquent du sens comme les centres d'interprétation, les visites guidées, les mises en scène à intention pédagogique, aident le touriste à saisir rapidement des choses importantes. « vivant son temps de voyage dans l'esprit du jeu et de la fête, elles lui offrent des choses à voir et à faire agréables ».

Selon Laplante : « L'expérience touristique [...] appartient à l'univers du jeu parce que, comme tout joueur, le touriste vit tout son temps de voyage dans une sorte d'état

¹⁸ Mac Canell D. (1973), *arrangements of social space in tourist setting* , p. 589 à 603

second, de monde à part, qui transforme tous ses actes, même les plus ordinaires ». Je relève donc l'importance de donner aux visites un caractère ludique.

3-22 Les émotions :

Les touristes vivent différemment et plus heureusement ce qu'ils font quand ils sont en voyage. Considérée comme une pratique euphorisante, cette notion renvoie au registre des émotions. La découverte d'un lieu mal connu réserve des impressions vécues. Ces émotions recherchées sont difficiles à analyser car elles restent très subjectives mais l'intérêt consiste à savoir qu'elles participent au motif de visite et à l'impression qui en résultera.

Selon Rachid Amirou¹⁹ dans « imaginaire du tourisme culturel », il existe une réelle tendance de demande festive de la part des touristes. Animer les sites en associant pédagogie et émotion satisferait cette quête de joie souvent collective.

3-23 La rencontre avec l'autre :

Toujours selon Laplante, « l'expérience touristique est fondamentalement une expérience de communication entre des touristes et des gens qui les reçoivent ». D'où l'importance des habitants aidant à la compréhension des sites patrimoniaux.

3-24 La vision du beau :

Une des plus anciennes pratiques touristiques est le « sightseeing » que nous pouvons traduire par « vision du beau ». Le mot évoque l'origine britannique de la pratique. La nature en était l'un de ses objets, les oiseaux tout particulièrement. Les autocars à ciel ouvert répondent à cette attente. Ces regards portés éclairent ce qu'ils voient. C'est ainsi que se fait le lien avec la mémoire. Les touristes portent un regard sur les choses. « Leur perception est une manière d'utiliser leurs yeux pour composer un tableau [...]. L'appréciation des visiteurs sur l'environnement est esthétique. C'est le point de vue de celui qui est extérieur au lieu. »²⁰ Le regard est considéré alors comme une puissante marque de reconnaissance. Elle indique aux résidents habituels ce qui les singularise. Si chaque regard est singulier, l'étude de leur globalité fait aussi sens. C'est la répétition des appréciations qui met en lumière. Le public amateur procède par l'affect et le plaisir. Il ne souhaite pas devenir critique d'art en comprenant le discours du conservateur et de ses pairs, il préfère considérer que l'art se suffit à lui-même et n'a pas besoin de mots et de concepts explicatifs. Cette attitude signifie que la médiation ou l'interprétation sera perçue comme ce qui empêche l'accès spontané

¹⁹ Amirou R.(2000), *Imaginaire du Tourisme culturel*, collection La politique éclatée, PUF

²⁰ Tuan Y.- F. (1990), *Topophilia, a study of environmental perception, attitudes and values*, Columbia University Press, New-york, Morningside,

à l'œuvre. Le public patrimonial possède son propre mode de délectation, l'expérience esthétique étant, par nature, subjective. La jouissance esthétique, l'émotion sont les fins recherchées par les touristes culturels.

3-25 L'approche religieuse

Vouée à la destruction en 1794, Notre-Dame de Paris est finalement restaurée grâce, entre autres, à l'œuvre de Victor Hugo. Cette église est l'un des monuments les plus fréquentés de France. Dans la fiche qu'il établit pour l'ICOMOS²¹ l'intendant de l'église rapporte : « la fréquentation annuelle est de 11 millions de visiteurs. Le nombre de visiteurs pieux est important : 700 000 assistent aux messes et offices ». En 1989, on dénombrait 2.25 millions de croyants pour 10.5 millions de visiteurs.

Les modalités d'une visite type sont ainsi détaillées : dans la plupart des cas, elle durerait entre 12 et 18 minutes, essentiellement entre 10 heures 30 et 12 heures ainsi qu'entre 14 heures 30 et 16 heures.

La fréquentation de cette cathédrale a amené l'Eglise à se positionner par rapport au tourisme. Elle enregistre l'évolution des comportements religieux et souhaite profiter de la présence des visiteurs pour faire entendre le message chrétien. Les évêques de France, attentifs à ces évolutions, ont pris la décision d'encourager le tourisme culturel qui contribue à repeupler les églises de moins en moins habitées par de véritables fidèles.

La visite des églises, quelle que soit la motivation du visiteur, esthétique ou religieuse, ou les deux, demeure une occupation importante du tourisme culturel ; R. Barthes²² l'avait déjà notée et stigmatisée en analysant la littérature des guides bleus.

D'après certaines études économiques, les édifices religieux sont les plus visités par le public²³. L'accès étant gratuit, on ne peut que se contenter de chiffres approximatifs. On estime cependant que la fréquentation des sites religieux dépasse les cinquante millions d'entrées. Cette estimation est considérée comme crédible par divers spécialistes (selon Rachid Amirou). Le Lien entre tourisme et religion (sous forme de pèlerinage) est développé par plusieurs auteurs notamment Victor Turner²⁴

On peut estimer qu'une relation « sacrée » à certains objets a toujours existé et elle interfère encore dans notre relation aux choses. L'ancrage religieux de la notion de

²¹ Centre de documentation du Conseil International des Monuments et des Sites

²² Barthes R. (1970). *Mythologies*. Paris : Le Seuil (1^{re} éd. 1957).

²³ Monferrand A (1994) « *Cahier Espaces* », p 39-45

²⁴ Turner V. (1978), *Image and pilgrimage in Christian Culture*, New-York, Columbia University Press

patrimoine s'exprime à travers le culte des reliques et le culte des saints. Le sentiment de sacré met en avant les valeurs de pureté, propreté, intégrité.

3-26 La valeur d'ancienneté :

Le monument est une œuvre visible et tangible des arts plastiques au sens large. Il est créé par l'homme avec une intention éducative, établir le lien entre les générations. Selon les sensibilités de l'époque, la dimension artistique ou historique prévaut. Erigé à la mémoire d'un héros ou d'un dieu, il prend une valeur de document historique qui nous renseigne sur l'histoire d'un groupe humain.

L'intention culturelle mise dans l'objet par ses créateurs de jadis peut nous rester étrangère, nous donnant alors une valeur de commémoration liée à son ancienneté. Le temps passé qu'évoque un monument suscite une impression diffuse générée par la représentation du cycle du devenir. Dans cette démarche, sont en jeu l'affectivité et la sensibilité.

3-27 Le passage obligé :

Rachid Amirou évoque le thème de la culpabilité touristique lié à un « devoir » touristique.

Il faut accomplir son devoir de vacances culturelles : à savoir, une obligation de participer aux longues processions devant les musées, les expositions, etc. Dans certains cas, on juge l'intérêt d'une visite à l'aune de la fatigue physique et intellectuelle qui s'ensuit. La notion de plaisir est fort complexe dans l'univers du tourisme culturel. Voyager renverrait au travail alors que les motivations des vacanciers sont le repos, la tranquillité. Chacun a connu ces longues journées où l'on coche sur le guide les lieux et expositions visités. On peut voir dans le pèlerin (pénitence) le modèle auquel veut s'identifier inconsciemment le visiteur culturel.

Un visiteur qui passe sans s'arrêter devant des œuvres peut ressentir une forme de culpabilité ou une désapprobation de l'entourage. « on y mesure à quel point les musées aujourd'hui sont, par excellence, des espaces d'exercice public de l'admiration où le regard est obligatoire, où voir devient un devoir »²⁵. Cette expiation passe par une sorte de mortification. La fatigue a été repérée comme un frein majeur à la visite des musées. Un visiteur moyen regarde un tableau sur vingt dans un grand musée et un sur trois dans un petit musée. Le visiteur s'arrête de moins en moins pour regarder les œuvres au fur et à mesure que progresse la visite. Il doit faire preuve d'une stratégie déambulatoire par peur de manquer de temps et d'énergie psychique et

²⁵ Heinich N. (1991), *La gloire de Van Gogh : Essai d'anthropologie de l'admiration* ; Paris, Minuit, p. 180

physique. Nous pouvons facilement transposer ces constats aux visites de circuits touristiques engageant sur un parcours d'une journée un touriste. Roger Miles²⁶ a écrit que « la fatigue est un concept clé dans l'étude des visites d'expositions ».

4 - Le patrimoine, du pouvoir au peuple

Dans la civilisation chrétienne, l'idée de patrimoine a émergé du concept de l'héritage sacré de la foi. L'Eglise a orchestré le culte des reliques, considérées comme les témoignages du passage du Christ sur terre, première forme de patrimoine collectif. La notion de patrimoine désigne alors les biens de l'Eglise, de la cour, les propriétés foncières des « grandes » familles et les monuments historiques. Les rois s'en servent pour souligner leur prestige et leur autorité et les classes sociales dominantes pour affirmer leur rang.

Après la Révolution Française, on confisque des biens pour les faire entrer dans la sphère publique, on détruit des possessions aristocratiques. On cherche à éveiller un sens du patrimoine qui serait « national », associé à une nouvelle identité collective.

La notion de patrimoine telle que véhiculée aujourd'hui est contemporaine des Etats-Nations cherchant à s'imposer dans un contexte de multiculturalisme européen. « L'ordre politique moderne, qui ne peut plus se prévaloir d'un fondement divin, est à la recherche d'une légitimité d'un autre genre, lui permettant notamment de conjurer le spectre de la démocratie et les progrès du mouvement ouvrier » (Babadzan, 2001)²⁷. Ce patrimoine majeur du 19ème siècle, qui accompagne l'idée de « nation » consacre donc des symboles de pouvoirs : reliques, or, objets de culte ou de domination qui fédèrent les populations autour de thématiques leur rendant hommage.

Aujourd'hui, une conception plus élargie, plus populaire englobe le patrimoine rural qui se définit plus par le cadre qu'il offre que ce qu'on y fait. On parle de « patrimoine paysager », on crée des parcs nationaux, on réglemente sur des zones dites « sensibles »

Depuis 1980, on assiste à une extension massive de la thématique patrimoine qui, entre matériel, virtuel, culturel, paysager, biologique, s'étend à tout ce qui peut concerner la trace d'identités collectives spécifiques.

²⁶ Miles R. (1998), « la révolution de la muséologie des sciences », p249 à 266

²⁷ Babadzan A. (2001) *L'invention des traditions et le nationalisme*», Journal de la Société des océanistes, 109, p. 13-35

Le public participe de plus en plus aux journées du patrimoine. Les lieux de pouvoir (abbayes, palais, parlements) et les lieux de lutte (forteresses, ruines guerrières, anciens sites de labour, friches industrielles) sont plébiscités. Les espaces ayant appartenu aux « puissants » sont attractifs. La volonté de se conformer à la réalité sociale de l'époque n'est pas importante. Ce qui compte c'est de mettre en scène des rapports idéalisés, adoucis, dispensés de toute crédibilité.

5- Du patrimoine a la patrimonialisation

Jean DAVALLON, lors d'un colloque en 2012, propose une analyse du processus de patrimonialisation.

5-1 La notion de patrimoine :

En droit romain, ce que nous appelons patrimoine culturel était *extra patrimonium et extra commercium*, c'est-à-dire des choses qu'on ne pouvait ni s'approprier, ni vendre et qui étaient des biens communs. Ce terme regroupait les biens des dieux mais aussi toutes les choses publiques (routes, thermes) et des choses communes comme l'air et l'eau. Plus tard, c'est l'Eglise qui, à travers le patrimoine de Saint Pierre, a conservé l'idée d'un bien commun qui n'est pas appropriable par les individus (Babelon et Chastel)²⁸. Un monument reconnu comme patrimoine a un certain nombre de caractéristiques particulières qui lui donne une valeur spécifique. Mais si l'on s'en tient aux seules qualités intrinsèques, il est difficile de définir ce qui fait patrimoine.

La question est donc plutôt de comprendre comment des objets vont acquérir le statut de patrimoine ? C'est ce qu'on appelle la patrimonialisation.

5-2 Un acte sociétal :

C'est la dimension symbolique qui intervient dans ce processus. Comment de la catégorie de biens qui peuvent circuler, que l'on peut échanger, des biens marchands, se retrouve-t-on dans la catégorie des biens que l'on ne peut plus vendre. On est alors dans l'obligation de garder pour les générations futures. C'est ce qui caractérise la dimension symbolique du patrimoine. Cette obligation introduit un vecteur temporel dans la société car ce sont généralement des biens du passé qui sont venus jusqu'à nous et que nous avons obligation de garder pour ceux qui vont venir après.

²⁸ Babelon J.P., Chastel A. (1994), *La notion de patrimoine*, Liana Lévi

Cette notion de continuité temporelle est essentielle pour construire une société. Si tout se transforme tout le temps, on a des individus mais pas véritablement de société.

5-3 Le processus de patrimonialisation :

Pour le patrimoine matériel, il faut plusieurs gestes de patrimonialisation avant qu'il ne devienne patrimoine :

- Tout d'abord, il faut évoluer d'une logique d'usage à une logique de mémoire, basculer du monde de l'utilité ordinaire, c'est-à-dire de la contemporanéité, dans la dimension de la mémoire (selon Riegel²⁹). Pour cela, l'objet doit acquérir une valeur qui mérite qu'on le garde.

Umberto Eco (1993) parle de « trouvaille ». A propos du patrimoine archéologique, cela signifie que l'on a trouvé quelque chose d'exceptionnel. Cet élément est souvent lié au sentiment de disparition : il faut avoir détruit un certain nombre de choses pour se rendre compte qu'il faudrait garder ce qui reste. Pour comprendre ce processus, Jean DAVALLON fait le parallèle avec les héritages à l'intérieur des familles où des objets acquièrent une dimension symbolique extrêmement importante lorsque les parents disparaissent car ils deviennent les supports d'une matérialisation de la relation.

- Ensuite, on passe à la phase d'authentification, c'est-à-dire que le patrimoine sera reconnu comme tel une fois que des études historiques ou techniques lui auront donné ce statut.
- Ensuite, il est nécessaire qu'une autorité déclare que le patrimoine a bien ce statut. C'est souvent une source de difficulté lorsqu'il s'agit du patrimoine immatériel.
- Enfin, chacun devant pouvoir profiter de ce bien commun, il doit faire l'objet d'une exposition et il doit également être transmis.

5-4 Lien patrimonialisation/sacralisation touristique

Cette mise en valeur patrimoniale relève du même processus que la sacralisation touristique :

Une attraction touristique est un construit, un produit souvent symbolique. Selon Marc LAPLANTE, lorsqu'un touriste « achète » une visite à Versailles, il achète une expérience de découverte, de connaissance, qui porte en elle une valeur avant tout

²⁹ Riegel A. (2016), *Le culte moderne des monuments*, traduit par Matthieu Dumont et Arthur Lochmann, éditions Alia

symbolique. La sacralisation est le processus par lequel une chose est transformée en attraction touristique.

Les étapes de sacralisation touristique sont les mêmes que celles qui permettent à un bien d'acquérir le statut de patrimoine. Il s'agit de distinguer de l'ordinaire, de faire ressortir quelque chose. La différence tient dans le fait que la sacralisation touristique s'adresse aux touristes, des étrangers aux territoires qui n'ont pas le fond mémoriel nécessaire à la compréhension totale du bien, alors que la patrimonialisation s'adresse à des « héritiers » d'une culture. Cette méconnaissance nécessite de porter les efforts sur la mise en exposition du bien élaborée, faisant appel aux sciences de la communication et de l'animation. Ainsi, le visiteur n'a plus besoin d'être un connaisseur pour apprécier l'œuvre patrimoniale.

6 - La patrimonialisation des ressources spécifiques du territoire

A l'origine, le patrimoine était considéré comme un symbole d'unité nationale dont l'entretien représentait une charge.

L'élargissement de la notion de patrimoine accordant à des éléments divers, matériel ou immatériel de faire partie de cette signification lui confère un nouveau statut : celui de ressource partie prenante dans le développement du territoire.

Le patrimoine en tant que ressource spécifique :

Les ressources d'un territoire se distinguent en ressources génériques et spécifiques.

Une ressource générique est entièrement transférable selon une valeur d'échange fixée par le marché dans un système d'offre et de demande à caractère quantitatif (par exemple, la production d'une céréale pouvant être cultivée ailleurs). Par contre, une ressource spécifique n'existe qu'à l'état virtuel et ne peut être transférée (Colletis et Pecqueur, 1993³⁰). Cette ressource naît d'un processus d'interaction avec divers facteurs locaux qui la rend intransférable. Elle représente une différenciation durable non susceptible d'être remise en cause.

« Dans un contexte de concurrence entre les territoires, l'enjeu des stratégies de développement consiste donc à rechercher ce qui constituerait le potentiel identifiable

³⁰ Colletis G. et B. Pecqueur (1993), *Intégration des espaces et quasi intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ?* dans M. Bellet, G. Colletis et Y. Lung, *Economies de proximités, Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3, sept.-oct., pp. 489-508.

d'un territoire, que l'on pourra désigner aussi par la notion de patrimoine »³¹. Ce patrimoine étant pris au sens large de ressources naturelles, historiques et socioculturelles.

Nous pouvons constater sur les territoires que le fonctionnement de l'économie et l'histoire ont laissé un certain nombre d'objets qui peuvent chacun représenter un axe de développement. Dans un premier temps, il va donc s'agir de choisir de faire émerger tel objet plutôt que tel autre, d'en « révéler » certains au détriment d'autres.

En effet, la ressource n'a pas de valeur en elle-même. Elle est le résultat d'une construction par la société, elle est inventée. Par exemple, la haute montagne en tant que telle n'est pas une ressource spécifique, elle devient un « gisement » touristique lorsque les différents acteurs l'exploitent et communiquent dans ce sens. Sa valeur devient réelle par l'interaction des acteurs sur le territoire.

Le processus d'émergence est donc particulièrement tributaire de la capacité à innover et à « découvrir » ces ressources et « ce qui fait ou fera ressource dépendra non seulement de la dotation initiale et future mais aussi des intentions et perceptions des acteurs³².

Les acteurs du territoire doivent donc être capables de jeter un regard distancié sur leur histoire, leur culture et leur propre identité pour que certaines ressources spécifiques « latentes » passent dans le statut de ressources spécifiques « révélées » avec ce que cela implique en plus-value marchande (par exemple, la reconnaissance d'un produit agricole, devenant produit de terroir porteur de savoir-faire locaux).

Si l'on souhaite que la patrimonialisation profite en dernier lieu au tourisme, il est nécessaire que les différents acteurs et prioritairement la population locale se l'approprient.

Chaque étape peut être source d'accords collectifs ou de conflits. Il est donc nécessaire de légitimer chaque choix. Par exemple, la constitution d'un cahier des charges pour la reconnaissance d'un produit en AOC permet de prendre conscience de ce qui unit.

De la même manière, le patrimoine que représentent les églises à pans de bois sur le territoire du lac du Der doit faire l'objet d'une mise en tourisme concertée et légitimée par les différents acteurs. Une attention particulière doit être portée sur les habitants

³¹ Hirczak, M., Moalla, M., Mollard, A. (2005), *Du panier de biens à un modèle plus général des biens complexes territorialisés : concepts, grille d'analyse et questions*, Symposium international INRA - PSDR : Lyon, 17 p.

³² Kebir, L. (2006). *Ressource et développement régional, quels enjeux ?* *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*

car, faute de guides dans chaque église, ils ont un rôle important à jouer dans la médiation.

7 - Les interactions patrimoine/territoire

Les récentes réformes territoriales ont contribué à donner au patrimoine une fonction économique et identitaire. Il devient un élément central de la réflexion à mener sur les projets de territoire.

7-1 Une dynamique d'expansion patrimoniale induite par la décentralisation :

Les lois de décentralisation des années 1980 renforcent la compétition entre les collectivités territoriales. Les ressources spécifiques représentent une source de différenciation des territoires et des produits associés. L'image du territoire à travers l'imaginaire qui y est attaché devient un enjeu majeur pour apporter une plus-value symbolique aux productions et services associés.

Cette image se construit à partir du patrimoine, qu'il soit naturel, bâti, culturel ou autre.

Par rapport aux découpages purement administratifs du passé, la construction d'un territoire tel qu'une communauté d'agglomération est originale puisqu'elle s'appuie sur la base de la volonté des communes à y adhérer. Elle engage les acteurs à proposer un projet de territoire à mettre en œuvre au cours du contrat avec l'Etat.

Cependant ces mutations engendrent parfois des crises identitaires auxquelles la valorisation d'un patrimoine commun peut répondre en construisant une histoire collective, concourant à une identité collective. « l'édification d'un récit sur le territoire permet de suppléer le manque de visibilité et l'absence de signes de légitimité des circonscriptions locales en dressant de manière discursive une figure unitaire et cohérente dans le temps comme dans l'espace »³³.

On comprend que la recherche de spécificité, associée au besoin de retrouver une identité sur des territoires en pleine mutation contribue à une dynamique d'expansion patrimoniale.

³³ Fourny M.-C. (2008), *Les stratégies identitaires de conservation et de valorisation du patrimoine*. Dir Fabrice Thuriot, Jean-Claude Nemery, Michel Rautenberg, Paris, L'Harmattan, pp 102-103

7-2 Le rôle du patrimoine dans le développement économique :

Les patrimoines naturel ou paysager constituent des aménités qu'il convient de préserver à travers la définition de projets de territoires cohérents. En associant un produit ou un service à une localisation spécifique, on crée une valeur ajoutée qui est non reproductible (puisqu'attachée au lieu). Cet effet « monopole » permet de pratiquer des prix durablement supérieurs à ceux d'une offre comparable localisée ailleurs. C'est l'image symbolique du territoire qui est achetée à travers le produit. Nous pouvons citer l'exemple de l'huile d'olive de Nyons, de qualité certes, mais surtout unique par l'image, les lieux, les paysages qu'elle inspire. Le patrimoine bâti est également une ressource locale spécifique qui peut soutenir la notion de « qualité spécifique » sous-jacente, porteuse de caractéristiques propres, localisées et non reproductibles.

Le patrimoine, quelle que soit sa forme, engendre ainsi des retombées économiques non négligeables qu'il convient de questionner : comment chiffrer la valeur économique de ce patrimoine, notamment quand il s'agit d'assurer la conservation de celui-ci ? Il ne possède pas une valeur marchande intrinsèque. Sa valeur non marchande varie également en fonction des acteurs, de leurs perceptions, leurs usages. Une réflexion est à conduire sur la valeur d'un bien environnemental ou patrimonial au-delà de sa valeur marchande.

7-3 Le patrimoine au service de la construction identitaire d'un territoire :

En constituant un élément commun au groupe, le patrimoine participe à la construction de l'identité collective. « Le processus d'identification au patrimoine est essentiel puisqu'il permet non seulement la survie du bien patrimonial mais aussi l'identification d'un groupe fédéré autour de l'élément patrimonial » (Gravari-Barbas, 1996)³⁴.

Les notions de patrimoine et de territoire sont étroitement liées. « Le territoire trouverait dans son double patrimonial sa dimension temporelle manquante. Inversement, le patrimoine posséderait dans son double territorial, la dimension spatiale négligée » (Senil, 2011)³⁵.

Pour fabriquer l'identité d'un territoire, le patrimoine devient porteur de sens et de signification pour la société qui l'a produit. La connaissance de l'histoire d'un lieu

³⁴ Gravari-Barbas (1996), *Le « sang » et le « sol »*. Géographie et cultures n° 20, p. 55-67, cité par GARNIER E.

³⁵ Senil N. (2011), *Une reconstruction de l'espace-temps : approche croisée des processus de patrimonialisation*, Thèse de doctorat, Grenoble, cité par GARNIER E.

participe à l'appropriation collective de cet espace dans une certaine revendication identitaire.

C'est donc un processus plus ou moins conscient qui fonde la singularité identitaire. Potentiellement, tout peut être patrimoine : un monument, la nature, un savoir-faire, une langue, un chant. Cependant, il est nécessaire d'opérer un choix d'un élément associé à un discours. Un sens lui est alors conféré. « On peut ainsi identifier ou inventer un patrimoine commun à l'ensemble d'un territoire, justifiant d'une identité commune, conserver ou restaurer des éléments marqueurs de l'histoire du territoire » (Landel, 2007)³⁶, construire un récit qui permettra d'ancrer le territoire et sa population dans le temps et les spécifier au regard des autres territoires.

La construction sociale de ce bien commun ne va pas sans poser problème dans la mesure où il est difficile de faire consensus. Elle est « portée par certains groupes en particulier qui cherchent à faire valoir un point de vue, un intérêt particulier » (Veschambre, 2007)³⁷.

De la même manière, une attention particulière doit être portée sur l'appropriation progressive de certains objets par les acteurs. Celle-ci permet à ces ressources de devenir qualifiantes pour le territoire. La manière dont le message va être diffusé va avoir une influence directe sur cette appropriation. Ainsi, il est nécessaire de véhiculer des représentations positives du territoire pour que les objets patrimoniaux justifient ou légitiment l'action présentée dans le projet du territoire.

7-4 Le projet de territoire, pour une exploitation réussie du patrimoine :

Le territoire est un espace construit et différencié avec une limite et une identité. La notion de territoire va de pair avec celle de projet. Selon Jean-Pierre Boutinet³⁸, « le territoire est d'abord un « espace voulu » plutôt qu'un espace hérité ou imposé. C'est dans l'interprétation de cette volonté que sont trouvés les éléments acceptables de cohérence ou de pertinence, à condition d'accepter que tous les territoires n'évoluent pas au même rythme, ni de la même manière. Dans le territoire voulu il y a, pour ceux qui le portent, un besoin essentiel de reconnaissance de la part de partenaires extérieurs et de renforcement de la légitimité vis-à-vis des habitants qui rencontrent le

³⁶ Landel P.-A. (2007), *Invention de patrimoines et construction des territoires*, in La ressource territoriale, Géographie, Economica - Anthropos, Paris, 157-176

³⁷ Veschambre V. (2007), *Le processus de patrimonialisation : revalorisation, appropriation et marquage de l'espace*, in Café géo, article 1180

³⁸ Boutinet J.- P. (2005), *Anthropologie du projet*, coll Quadrige, PUF, Paris

souhait de raffermissement de leur sentiment d'appartenance. Le recours au patrimoine peut ici être une solution ».

Le projet de territoire est toujours singulier. Il revient à inventer collectivement le devenir de ce dernier en termes d'aménagements et de développement avec les habitants qui y vivent et ceux qu'il accueille.

De même, les dynamiques de territoire à travers leur projet jouent un rôle crucial dans la mise en valeur du patrimoine. Les spécificités territoriales et la construction de l'identité sont directement liées à la manière dont les éléments patrimoniaux ont été sélectionnés, mis en images, en marché. Les acteurs chargés de « produire » le patrimoine doivent « sélectionner, montrer, expliquer, interpréter, rendre compréhensible, visible, désirable (voire monnayable), ce patrimoine en émergence » (Gravari-Barbas, 2001). La construction patrimoniale n'a de sens que si elle est portée par un projet (Gravari-Barbas, 2002).

7-5 Le lac du Der en interaction avec son territoire

Le lac du Der constitue, à lui seul, une ressource patrimoniale importante. Comment se l'approprient les acteurs institutionnels du développement touristique ?

7-51 Les communautés de communes

Par son attractivité, le lac du Der semble tout désigné pour être l'élément central de la construction d'une identité commune à l'ensemble des acteurs sur le territoire couvert par le syndicat d'aménagement touristique. En effet, géographiquement positionné sur deux départements, le lac du Der est un atout en matière de développement économique pour les deux communautés de communes sur lesquelles il est implanté :

- la communauté de communes Vitry, Champagne et Der, composée de 26 500 habitants dont plus de la moitié regroupés sur la seule ville de Vitry-le-François
- la communauté de communes Saint-Dizier, Blaise et Der, composée de 62 000 habitants dont la moitié habite Saint-Dizier.

Pour des raisons économiques, ces deux communautés de communes utilisent largement la ressource « lac du Der » dans leur communication mais cherchent, par ailleurs, à valoriser leur ville centre à travers leur passé historique propre et à proposer une offre touristique rayonnant autour de cette dernière.

7-52 Les offices de tourisme

Dans le même temps, quatre offices de tourisme issus de l'ancien découpage administratif proposent différents produits touristiques déclinés comme « incontournables » :

- L'office de tourisme de Vitry-le-François met en avant sa collégiale, son vignoble et le lac
- L'office de tourisme de Saint-Dizier, propose en premier lieu le lac puis les sites touristiques de la vallée de la Blaise
- L'office de tourisme de Montier-en-Der propose le lac, la route du vitrail, le Haras, le Paradis, l'Abbatiale et des évènements (festival de la photo, courses hippiques,...)
- L'office de tourisme du lac du Der, créé à l'initiative du syndicat mixte offre une découverte exhaustive des ressources patrimoniales autour du lac.

Une réflexion est menée actuellement pour homogénéiser le fonctionnement et l'offre de ces structures situées au quatre points cardinaux du lac. Nous notons que chacune d'elles s'appuie d'abord sur la ressource majeure que constitue le lac, pourvoyeur d'activités nautiques, balnéaires et nature. Dans un second temps, selon leur emplacement géographique et leur sensibilité, chacune propose des visites patrimoniales différentes.

7-53 Les choix des communes

Là encore, le lac semble être l'élément d'attractivité mis en avant par les communes. L'harmonisation des choix en matière de patrimonialisation relève également de démarches particulières émanant de diverses collectivités locales. Ainsi, la promotion du champagne issu des coteaux vitryats, la mise en exposition des découvertes archéologiques sur le site des Crassés à Saint-Dizier ou la promotion du Paradis (fonds de modèles artistiques ayant servis aux coulées des fonderies haut-marnaises) sont autant de mises en lumière d'éléments patrimoniaux menées par les acteurs des communes qui les abritent et qui méritent d'être valorisés. Cependant, nous pouvons nous interroger sur la cohérence de l'ensemble des démarches de patrimonialisation et leur impact sur la construction identitaire du territoire.

7-54 Des forces antinomiques

Nous sommes devant un paradoxe : un territoire en pleine reconstruction autour d'une communauté d'agglomération de 62 000 habitants, qui peut trouver un consensus en matière d'identité commune autour de la ressource historique et naturelle que

représente le lac du Der, composé cependant de territoires historiques (commune, ou bassin de vie correspondant à d'anciens cantons ou pays) qui se singularisent en construisant leur propre identité à partir d'éléments patrimoniaux secondaires, au prix d'efforts financiers et humains importants.

Pour être efficiente, l'attractivité touristique du lac doit se construire avec une palette d'offres large. En cela, le patrimoine phare que représente le lac gagne à être relayé par l'ensemble des éléments patrimoniaux qui l'entourent. Le produit d'appel « lac » attire les touristes et les offres de découvertes patrimoniales complémentaires l'incitent à rester. Cependant, cette approche diversifiée de l'attractivité du territoire ne doit pas s'opérer au détriment de l'identité commune à tous.

8 - S'inspirer du développement touristique du Larzac

Michel Vernières³⁹ s'est intéressé à la façon dont un territoire isolé, le Larzac aveyronnais a valorisé son patrimoine.

Tout d'abord, il faut considérer un territoire comme territoire isolé, « les territoires ruraux du fait des problèmes spécifiques que posent leur faible densité de population, leur éloignement géographique de centres urbains importants, un accès souvent moins facile à internet et une situation pour partie en marge des grands réseaux d'échange et de communication ».

Le territoire du lac du Der ayant des similitudes avec cette description, nous pourrions utilement transposer les éléments de réflexion à notre territoire.

Premier élément, l'identification du patrimoine :

Il est nécessaire de réaliser un inventaire des ensembles de biens patrimoniaux présents sur le terrain. Il s'agit des paysages (terres de parcours, forêts,...), du petit patrimoine (lavoirs, mares,...), les monuments remarquables (églises, châteaux,...), les maisons typiques, les centres-bourgs, les zones naturelles classées. L'ensemble de ces éléments constitue un potentiel qui ne s'exprimera qu'à travers une politique de valorisation du patrimoine.

Second élément, une politique de valorisation du patrimoine :

³⁹ Vernières M. (2016), *Un exemple de territoire rural isolé s'efforçant de valoriser son patrimoine Le Larzac aveyronnais*, hal-01261093

Dans le cas du Larzac, l'initiative revient à des collectifs d'habitants qui, dès les années soixante-dix, ont sensibilisé les élus départementaux qui ont créé un syndicat mixte « le Conservatoire Hospitalier et Templier ». Les financements du Conseil général ont permis d'importants travaux, enrichissant les visites et augmentant ainsi le nombre de visiteurs.

Cependant, Michel Vernieres souligne les limites de ce type d'opérations institutionnelles. En effet, les communes ont pu mettre en valeur leur patrimoine mais une partie du financement reste à leur charge et, aussi faible soit-il, il est difficile à assumer d'autant que les recettes directes couvrent tout juste les charges de fonctionnement et que les ressources fiscales engendrées par les touristes sont presque nulles puisque les capacités d'hébergement sont réduites.

Ces actions de valorisation sont essentielles pour le développement local, à condition que la promotion du patrimoine englobe l'ensemble des éléments patrimoniaux, même les plus modestes.

Le Larzac confirme donc les théories en matière d'analyse économique du patrimoine (Grefte 2003⁴⁰) qui considèrent que ce dernier constitue un écosystème. Le fait de découvrir du « petit patrimoine » sur des sentiers de randonnée est un facteur d'attraction supplémentaire pour les visiteurs des monuments les plus remarquables. Il y a interdépendance des différents types de patrimoine.

Il est donc important que les collectivités territoriales fassent converger les initiatives des divers acteurs, qu'il s'agisse de campagnes de promotion, d'optimisation des sites internet, d'entretien des sentiers, de soutien de l'animation culturelle,...

Troisième élément, la synergie avec les activités productrices de biens et services :

La valorisation du patrimoine peut également entraîner la création ou le développement de métiers d'art, d'artisanat en lien avec ce patrimoine. De plus, l'image positive du territoire permet d'augmenter la valeur des produits locaux. L'impact en matière d'amélioration de la qualité de vie attire de nouveaux résidents et des activités annexes.

« Le patrimoine fait système : le maintien d'une agriculture vivante permet de conserver un paysage qui est, tout à la fois, facteur d'attraction de randonneurs,

⁴⁰ Grefte X. (2004) « La valorisation économique du patrimoine ». *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n° 2, p. 141-142

d'amoureux de la flore et porteur d'une image de marque valorisable à travers des innovations créatrices d'activités nouvelles ».

Michel Vernieres souligne également l'importance donnée à l'innovation en matière de services et produits liés au patrimoine sans toutefois galvauder l'image attachée au territoire. Il est donc primordial que le patrimoine soit identifié et reconnu comme tel par la population qui saura le valoriser par l'intermédiaire d'associations à l'origine d'évènements culturels ou sportifs.

Pour le Larzac, l'augmentation des résidents attirés par ce patrimoine a entraîné une activité économique plus importante notamment pour les artisans du bâtiment et les services aux personnes. Le développement parallèle des capacités d'hébergement et de restauration a permis de tirer profit du flux touristique.

L'attention est toutefois attirée sur l'importance des choix en matière de développement de projets touristiques pour ne pas décourager un public sensible à la valeur du patrimoine actuel en encourageant un tourisme de masse peu compatible avec le maintien d'une vie locale autonome.

En conclusion, Michel Vernieres insiste sur la nécessaire capacité des acteurs du développement local à se coordonner autour d'un projet de territoire partagé, en oubliant les rivalités entre responsables politiques locaux et les réticences éventuelles des communes les plus riches. Il met en exergue également l'importance de différencier durablement son offre de biens et services patrimoniaux de celle des territoires concurrents.

1 - Mes hypothèses : les églises à pans de bois, un patrimoine valorisé et valorisant.

Longtemps considérées comme des édifices religieux ordinaires voire même peu dignes d'intérêt compte-tenu du manque de noblesse du matériau utilisé pour leur construction, les églises à pans de bois ont fait l'objet d'une attention particulière et d'opérations de sauvegarde dans la même temporalité que la mise en tourisme du lac du Der.

L'objet de ma recherche consiste à comprendre comment ces éléments du patrimoine participent aujourd'hui au développement du territoire et à son identité.

Les apports théoriques sur la notion de patrimoine m'ont permis d'éclairer ma recherche en conduisant ma réflexion sur :

- la nature de tourisme culturel que les églises à pans de bois suscitent,
- les attendus des visiteurs
- la valeur des choix patrimoniaux
- l'impact sur l'attractivité du territoire et son identité.

Mon travail de recherche doit permettre de vérifier les hypothèses suivantes :

- **Le circuit des églises est une offre touristique culturelle spécifique**

L'offre culturelle imprègne l'image d'une destination et renforce son attractivité globale même si elle n'est pas à l'origine du déplacement. Le tourisme au lac du Der est largement soumis aux aléas climatiques et les églises à pans de bois offrent une occasion de visite lorsque l'offre balnéaire n'est pas au rendez-vous.

Les visiteurs sont donc certainement de deux types : les férus de culture ou « obligés » de culture qui cherchent à apprendre durant leur temps libre et les explorateurs curieux qui voient « ce qu'il faut voir » sur un territoire, si possible avec une part d'inédit.

En cela, les églises à pans de bois doivent répondre à ces différents publics. Elles offrent une richesse en matière d'art religieux et d'architecture et présentent une concentration d'édifices curieux, souvent appréciés pour leur élégance et leur simplicité, spécifiques à ce territoire.

Leur localisation permet souvent une découverte du bâti qui les environne.

- **La visite des églises à pans de bois répond à des motivations multiples**

La diversité des touristes et de leurs motivations nous conduisent à penser que la visite de ces églises relève d'un tourisme historique avec des approches différentes. Une même église peut faire l'objet d'appropriation différente selon le niveau de connaissances initiales du visiteur et de son envie d'en connaître l'histoire.

Au-delà de l'aspect historique, chaque visiteur est mu par une envie qui diffère de l'un à l'autre. Recherche de sens, d'émotions, de rencontres, d'esthétisme ou approche religieuse, les raisons qui poussent un touriste à visiter une église sont multiples. Celles qui l'entraînent dans un circuit composé de plusieurs édifices sont également obscures. Même si l'injonction à visiter en est une, nous pouvons penser que d'autres existent.

- **Le processus de patrimonialisation du circuit est incomplet**

Le choix du circuit a fait l'objet de discussion entre les différentes collectivités territoriales abritant ces églises.

Le choix final est-il aujourd'hui légitimé par l'ensemble des acteurs ?

L'implication des habitants dans ce processus de patrimonialisation mérite un soin particulier : les jeunes générations s'y intéressant peu, à priori, en raison du caractère religieux des édifices, et les plus anciens manquant souvent d'éléments leur permettant de jouer un rôle de médiation vis-à-vis des touristes.

La communication sur ce circuit manque de clarté et d'homogénéité.

L'interdépendance entre les différents types de patrimoine est à exploiter pour que se crée un écosystème autour du patrimoine, le « petit patrimoine » complétant utilement les éléments patrimoniaux plus attractifs.

- **L'impact du circuit sur l'attractivité du territoire est peu lisible**

L'évaluation de l'attractivité est difficile à réaliser car la gratuité des visites rend difficile la comptabilisation du nombre de visiteurs et les retours en matière de satisfaction sont assez subjectifs :

- On peut penser que les livres d'or recueillent plutôt les impressions positives.
- Les bloggeurs qui se lancent dans un compte-rendu accessible à tous le font rarement lorsque leurs impressions sont peu valorisantes pour le lieu visité.

- Les touristes se rendant à nouveau à l'office de tourisme pour rendre compte sont déjà « fidélisés »

Les points de vigilance en matière de satisfaction des touristes ne sont pas identifiés. Il est alors difficile d'améliorer la satisfaction des visiteurs lorsqu'on ne connaît pas leurs besoins.

- **Ce patrimoine impacte positivement l'identité du territoire**

Longtemps considéré comme synonyme de pauvreté, le bâti à pans de bois a acquis ses lettres de noblesse depuis les actions de rénovation tant en matière d'habitat que d'édifices religieux.

Cependant, comment l'image de ces églises contribue-t-elle à la construction de l'image du territoire et à son identité ?

Renforce-t-elle l'image de naturel et de simplicité de la région ou continue-t-elle à générer une impression de territoire déshérité (précarité des bâtis en bois, environnement rural, peu aménagé,...) ?

2 - Le choix des sources de données

La difficulté majeure concernant le recueil d'informations auprès des visiteurs des églises réside dans le fait que, si ces édifices sont ouverts au public tout au long de l'année, les visites sont diffuses et soumises à une grande saisonnalité.

Ainsi, les mois de décembre, janvier, février et mars sont particulièrement marqués par peu de passage dans les églises. Ce constat est basé sur les statistiques tirées des livres d'or que je présente dans la partie 5, paragraphe B, point 1.

Les informations recherchées dans cette étude sont de différents ordres : des données quantitatives sur les visiteurs et leur profil, des données qualitatives sur les motivations des visiteurs, leur ressenti, leurs émotions etc...

La technique de l'entretien aurait pu m'apporter des données intéressantes sur le parcours des touristes visitant notre territoire : comprendre comment s'est prise la décision de visite de notre territoire, comment la visite d'une ou des églises s'est décidée, quels ont été les sentiments générés par cette visite. Cependant, lors de mes recherches théoriques, j'ai constaté que les touristes sont souvent contraints par le temps, et plus particulièrement ceux souhaitant s'engager dans le circuit des églises. D'autre part, les conditions matérielles pour réaliser un entretien ne sont pas satisfaisantes car les visiteurs susceptibles de répondre à mes sollicitations sont

visibles dans les églises où aucune possibilité de confidentialité et de confort n'est envisageable.

J'ai donc choisi de m'intéresser aux commentaires inscrits dans les livres d'or présents dans deux églises : Outines et Lentilles.

Quel que soit l'intérêt de ces données, l'absence des rédacteurs au moment de l'interprétation et les manques d'information concernant leur profil, nécessite de les compléter par une autre source d'information, c'est pourquoi j'ai choisi de réaliser également un questionnaire à destination de ces mêmes visiteurs d'églises.

3 - Les livres d'or

Dans un premier temps, je souhaitais utiliser les livres d'or pour évaluer des données quantitatives comme le nombre de visiteurs ou leurs origines.

En parcourant ceux-ci, je constate que les commentaires rédigés sont variés et témoignent souvent d'un ressenti très personnel. Mes réserves quant à la relative valeur de ces écrits souvent dithyrambiques ont été levées à la lecture d'un écrit intitulé « usages et enjeux de l'analyse des livres d'or pour les stratégies culturelles d'établissement » (Marie-Pierre Bera, Emmanuel Paris, 2006).

Il y est notamment indiqué que « le livre d'or est, de tous les outils à la disposition des établissements culturels, celui qui restitue le mieux la richesse de l'imaginaire des visiteurs, l'ampleur de leurs motivations et la diversité des liens noués avec l'établissement ».

J'ai donc choisi de construire mon analyse à partir de cette base de données et de la compléter avec l'exploitation des questionnaires.

3.1 - L'usage des livres d'or par les visiteurs

Pour pouvoir exploiter les livres d'or, il faut pouvoir juger de la valeur de ce qui s'y trouve consigné. L'étude réalisée par Marie-Pierre Bera et Emmanuel Paris⁴¹ rend compte de l'effet moteur de la lecture des autres commentaires pour l'écriture. Ce qui résulte de cette dynamique rédactionnelle constitue un intérêt majeur.

⁴¹ Béra E., Paris E. (2007) *Usages et enjeux de l'analyse des livres d'or pour les stratégies culturelles d'établissement*, in : Eidelman J., Roustan M., Goldstein B., « *La Place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées* », Paris, Éd. La Documentation française, pp. 199-211

Le livre d'or n'est donc ni une pétition ni un cahier de doléances mais un format beaucoup plus libre et plus flou. Les commentaires « échappent à l'écueil du cadrage qui guette les enquêtes, le visiteur volontaire y définissant par lui-même son sujet et ses modes d'adresse ».

Ce support matériel, fixant des vues de l'esprit, donne lieu à la mise en œuvre de ce que Béatrice Fraenkel⁴² appelle un « art véritable de la contiguïté », c'est à dire qu'au fur et à mesure de la fabrication du livre d'or, les scripteurs « se coordonnent selon des règles tacites de non-empiètement, du réaménagement de l'espace tabulaire du livre. Ces manœuvres peuvent être décrites en termes de conformisme textuel (le plus grand nombre doit s'exprimer dans le livre d'or, fut-ce pour des considérations les plus insignifiantes ; la répétition ; la prédilection pour la formule) et d'acte individuel d'écriture (la signature synonyme d'engagement et symétriquement l'anonymat qui souligne l'universalité du propos) ».

3.2 - L'exploitation des livres d'or par les établissements culturels

La richesse des données présentes dans les livres d'or en fait un outil d'analyse intéressant. Cependant, il existe des difficultés d'ordre méthodologique pour les exploiter.

Ainsi, seuls les volontaires y écrivent et ils sont absents au moment de l'analyse du texte. Les interprétations ne peuvent donc être reliées à des parcours ou à des comportements, elles restent relativement précaires. Le livre d'or n'offre donc ni la représentativité du quantitatif ni la finesse d'analyse du qualitatif.

Les lieux communs affectant le livre accroissent par ailleurs la difficulté à s'en emparer : les opinions les plus extrêmes s'y trouveraient exprimées, de telle sorte que le livre d'or offrirait un regard biaisé sur le lieu visité. Cependant, Andrew Pekarik⁴³, partant des mêmes présupposés, conclut que « s'y trouve une assez bonne description des opinions sans qu'il soit possible de savoir lesquelles prévalent ».

Le Muséum national d'histoire naturelle a, quant à lui, confronté les opinions recueillies dans les livres d'or aux entretiens réalisés par ailleurs. Après avoir validé la grille d'analyse de l'exposition qui ressort du livre d'or, la nature des

⁴² Fraenkel B. (2002), *Les écrits de septembre*, New-York, Paris, Textuel

⁴³ Pekarik A. (1977), *Understanding visitor comments. The case of "Flight time Barbie"*, Curator, the Museum Journal, 40, p.56-68

thèmes évoqués et la fréquence de leur occurrence, cet établissement conclut à la réhabilitation du potentiel des écrits du livre.

L'enquête souligne même que, par rapport à un entretien, les critiques des visiteurs ont tendance à être adoucies, ce qui montre l'attention qu'il faut leur porter.

La représentativité des commentaires étant reconnue, il reste à profiter de la quantité des commentaires pour en réaliser :

- une exploitation quantitative portant sur le nombre de visiteurs et la fluctuation selon les saisons, leurs origines géographiques ou toute autre donnée qui pourrait apparaître dans leurs écrits (peut-être la proportion d'enfants à travers la qualité de l'écriture)
- une exploitation qualitative portant sur les impressions ressenties à la fin de la visite, au moment de la rédaction du commentaire

Cette analyse des inscriptions nécessite une méthode. Pour cela, Andrew Pekarik préconise de lister d'abord des thèmes et ensuite d'étudier plus précisément pour chacun quelques-unes des inscriptions. Même si toute prise de parole est importante, je choisis cette démarche qui me permettra de traiter les grandes thématiques présentes dans les livres d'or avec une certaine précision statistique.

Cependant, je traiterai quelques remarques isolées qui pourront, par leur nature, leur originalité, leur puissance verbale nous interpeler.

3.3 - La valeur statistique du livre d'or

Une analyse menée sur un livre d'or du Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme fait apparaître que :

- Seulement 2 % des visiteurs s'étaient exprimés dans le livre étudié
- 10 % des commentaires sont anonymes
- Une signature personnelle ponctue 76 % des inscriptions
- 14 % des visiteurs signent le même texte à plusieurs

Habituellement donc, les signatures font partie de la structure de base des commentaires, avec la date, le remerciement et le lieu d'habitation.

Il y a lieu de s'interroger sur la transposition possible de ces proportions sur un autre lieu culturel comme l'église d'Outines. Tout particulièrement concernant le taux de visiteurs qui s'expriment dans le livre.

Si je compare ces chiffres avec ceux recueillis à Outines, je constate que le pourcentage de commentaires anonymes est très proche : 7 % (contre 10 % pour le MAHJ). Je serai donc tentée de considérer que la similitude peut se vérifier sur les autres données et appliquer le taux de 2 % de visiteurs qui s'expriment dans un livre d'or pour évaluer le nombre de visiteurs de l'église d'Outines.

En effet, l'une des interrogations majeures porte sur le nombre de visiteurs des églises à pans de bois et le nombre de commentaires relevés ne nous permet pas aujourd'hui d'en extrapoler un nombre de visiteurs précis (sauf en prenant d'emblée cette valeur de manière subjective). Je reviendrai donc sur cette base théorique dans une autre partie de l'étude.

4 - Le questionnaire à destination des visiteurs des églises

Le weekend de Pâques marque le début de la période touristique sur le territoire du lac du Der. La période d'application du questionnaire retenue pour mon étude s'étale donc du 15 avril au 8 mai 2017. Compte-tenu du cours délai de proposition de ce questionnaire et de la méthode de proposition basée sur le volontariat des répondants, je peux m'attendre à un faible taux de réponses.

Il n'est donc pas ici question d'utiliser le questionnaire pour sa valeur quantitative, à savoir obtenir un grand nombre de données susceptibles de représenter la réalité. La traduction en pourcentages permettant de mesurer avec précision des informations ne pourra pas être réalisée compte-tenu du petit nombre de questionnaires attendus.

L'intérêt de ce questionnaire réside dans la collecte d'informations utilisables en termes de proportion et permettant de compléter les éléments présents dans les livres d'or. Il permettra également d'être utilisé au titre du prétest indispensable pour « évaluer la clarté et la précision des termes employés et des questions posées, la forme des questions, l'ordre des questions, l'efficacité de la mise en page, éliminer toutes les questions ambiguës ou refusées, repérer les omissions, voir si le questionnaire est jugé trop long, ennuyeux, indiscret,

etc... ». Cette précaution permettra d'envisager la reconduction de ce questionnaire au-delà de cette étude si le besoin est exprimé.

4-1 L'élaboration du questionnaire

Il poursuit deux objectifs : l'estimation de données et la vérification d'hypothèses. Il a donc été construit en conséquence.

Après une présentation des buts de l'étude et de l'organisme émetteur, les questions sont regroupées par thème issus des hypothèses, permettant de guider et canaliser l'attention de l'enquêté, d'apporter de la cohérence. Les questions simples sont posées en premier lieu pour mettre l'enquêté en confiance, ensuite on le dirige vers des questions plus impliquantes.

Enfin, on termine par des questions d'identification : sexe, âge, catégorie socio professionnelle,...

Les thèmes retenus sont les suivants : Les habitudes des visiteurs, leur rapport aux églises, le circuit qu'ils suivent, l'information dispensée dans les églises, leur vision du circuit des églises, leur vision du territoire, leur expérience avec les gens des villages parcourus.

Ces thèmes regroupent 45 questions fermées ou semi-ouvertes. La longueur du questionnaire déterminant le nombre de personnes susceptibles d'y répondre, il est précisé que sa rédaction prend moins de cinq minutes pour ne pas décourager les personnes disposées à y répondre (Questionnaire présenté en annexe 1).

4-2 L'administration du questionnaire

J'ai choisi de le placer dans les églises, à un endroit de passage, proche de documents d'informations. J'ai placé une affichette avec le logo de l'office de tourisme permettant de légitimer cette étude.

Je proposais aux enquêtés de laisser le questionnaire dans une enveloppe dans l'église, leur indiquant que je passais le relever régulièrement.

Le circuit étant composé de 14 églises, j'ai dû faire un choix. J'ai retenu quatre églises : Outines et Lentilles pour leur réputation d'édifices fréquemment visités, Chatillon-sur-Broué pour sa proximité avec Outines et le lac, enfin, Montier-en-Der parce que ce bourg-centre constitue le début du circuit tel que proposé par le guide vert.

5 - Les entretiens

Pour connaître et comprendre les usages en matière de visite des églises à pans de bois, j'ai souhaité également réaliser des entretiens semi-directifs auprès d'acteurs du territoire concernés par ce patrimoine.

5-1 Les initiateurs du circuit

Concernant le processus de patrimonialisation, j'ai interrogé le maire d'une commune concerné par le circuit et qui était déjà élu au moment de sa mise en place. Avec la réforme des collectivités locales, il se trouve qu'il a la charge d'une seconde église située sur la commune historique voisine.

J'ai également rencontré l'adjointe de l'office de tourisme du lac du Der qui a lancé le processus de patrimonialisation dans les années 90 et qui en assure le suivi.

Pour ces deux entretiens, j'ai suivi le guide d'entretien présenté en annexe 3, qui aborde :

- L'historique des choix patrimoniaux sur le territoire
- Le processus de patrimonialisation des églises

5-2 Un guide touristique

Pour obtenir une vision sous un angle plus distancié de l'intérêt des touristes pour ce type de visite, j'ai également rencontré une personne exerçant la fonction de guide sur le territoire du lac du Der depuis 10 ans. Elle accompagne principalement des groupes et recueille leurs remarques et ressentis.

J'ai mené l'entretien d'une durée de 43 minutes autour des questions suivantes :

- Le motif de la présence des visiteurs sur le territoire
- Les catégories de visiteurs concernés
- Leur niveau de connaissance en matière d'art religieux, d'histoire, d'architecture
- Leur intérêt pour ces thèmes (s'agissant souvent de groupes réalisant un circuit autour d'autres préoccupations)
- L'objet de leur regard
- L'intérêt qu'ils trouvent à visiter plusieurs églises

- Les édifices qu'ils préfèrent
- Leur ressenti à la fin de la visite
- L'image qu'ils retiennent du territoire
- L'image qu'ils retiennent du circuit

5-3 L'évêque de Langres

Les églises, par la nature de leur vocation originelle, ne sont pas un bien ordinaire livré aux visiteurs. Elles sont également toujours sous la charge spirituelle de l'Eglise catholique. Il m'a donc semblé utile d'échanger avec un évêque pour connaître la position de l'Eglise en matière d'usage des édifices à des fins touristiques.

Pour mener cet entretien de 15 minutes, j'ai préparé un guide d'entretien, présenté en annexe 4, qui abordait les questions suivantes :

- Les contacts avec les acteurs du territoire à propos des églises visitées
- La position de l'Eglise en matière de mise en tourisme des églises
- Le « parc » d'églises et leur niveau de conservation
- Les pratiques du diocèse en matière de médiation
- Sa vision de la place des églises dans l'identité du territoire

5-4 Entretiens informels

A ces quatre entretiens, il faut ajouter 3 entretiens informels avec des touristes de passage dans les églises où je me trouvais lors de la collecte d'information sur les livres d'or. Pour instaurer la confiance et ne pas limiter l'expression des personnes rencontrées, j'ai suivi mentalement la grille d'entretien initialement construite au début de mon questionnement. Ce guide m'a permis de relancer la conversation tout en collectant des données attendues. Cette grille, présentée en annexe 2, abordait les thèmes retenus dans mes premières hypothèses et qu'il était nécessaire d'éclairer :

- Les églises à pans de bois constituent une ressource spécifique
 - Avec des questions abordant la place du circuit dans leurs habitudes touristiques
- Les motivations des visiteurs sont multiples
 - Avec des questions abordant leurs motivations

- Il existe des besoins en matière de médiation et de communication
Avec des questions abordant les informations reçues dans les églises
- Les édifices choisis pour faire partie de ce circuit sont légitimes
Avec des questions sur l'intérêt des édifices visités
- Le circuit est attractif
Avec des questions sur le ressenti après cette ou ces visites
- L'identité du territoire est impactée par la fréquentation de ce patrimoine
Avec des questions sur l'image du territoire renvoyée par ces églises.

PARTIE 5 - LES INFORMATIONS COLLECTÉES SUR LE TERRAIN

Les éléments qui serviront ensuite à mon analyse proviennent donc de plusieurs sources et de plusieurs lieux de collecte : des visiteurs disposés à répondre à un questionnaire proposé dans quatre églises entre le 16 avril et le 8 mai 2017, des visiteurs ayant laissé une trace dans les livres d'or présents dans les églises de Lentilles et Outines (depuis juin 2010), des acteurs du territoire m'ayant consacré environ une heure d'entretien, quelques touristes rencontrés au hasard de mes passages dans les églises échangeant avec moi de manière informelle.

L'intérêt de cette variété de sources de collecte réside dans les possibilités de croisement de données me permettant de renforcer mes déductions.

A - Résultats du questionnaire proposé aux visiteurs de quatre églises du circuit

La courte période durant laquelle ce questionnaire a été proposé induit un nombre relativement faible de questionnaires à exploiter. Il n'en reste pas moins que ce nombre est encourageant : il représente un rythme d'un questionnaire collecté par jour dans une période peu touristique sur ce territoire.

1 - Les limites de l'enquête

La réalisation de cette enquête constitue un exercice intéressant pour l'apprentissage à la recherche que je réalise ici mais sa portée doit être relativisée compte-tenu des limites qu'elle a rencontrées.

Ainsi, je n'ai pas réalisé de test de mes questions. En conséquence, certaines (notamment la Q7 et la Q20) manquent de clarté et les réponses données n'ont pas de valeur et ne peuvent être retenues pour l'analyse. D'autre part, le questionnaire est jugé trop long par certains enquêtés qui l'ont commencé puis délaissé par manque de temps et/ou de motivation. La nature du document (7 pages à tourner) a engendré quelques « sauts de page » réduisant le nombre de réponses.

D'autre part, bien qu'adaptées à mes objectifs (notamment proposer un questionnaire court et réduire l'effort du questionné), les questions fermées

limitent la pertinence des réponses en guidant le questionné et influençant ses choix. Les objectifs (tirés de la mise à l'épreuve des hypothèses) sont nombreux et rendent donc le questionnaire relativement long.

Egalement, l'analyse statistique est peu fiable compte-tenu du nombre de questionnaires traités. Lors de l'exploitation des réponses, compte-tenu du nombre réduit de réponses, il n'est pas possible de réaliser une analyse fiable intégrant deux variables. Aucun tri croisé n'est possible.

Enfin, les personnes ciblées (visiteurs des églises) ne sont pas abordées par un enquêteur. Elles doivent avoir le regard accroché par l'affichette indiquant la présence d'un questionnaire, se saisir du document proposé sur un meuble de l'église, prendre le temps de le remplir dans un certain inconfort, debout dans la fraîcheur de l'édifice.

2 - Présentation des résultats

Le nombre réduit de réponses (25 exploitables) n'autorise pas la production de résultats exprimés en pourcentage. Je donnerai donc des valeurs exprimées en proportion plus large (quart, tiers, moitié,...) ou la quantité réellement collectée (ex : 6/10).

Les personnes ayant répondu à ce questionnaire sont :

- majoritairement des femmes (18 sur 25 réponses), en couple ou en famille (19 sur 25 réponses)
- âgées de 56 à 70 ans (11), 36 à 55 ans (8), moins de 18 ans (6).

Les catégories socio-professionnelles les plus représentées sont les cadres et professions intellectuelles supérieures (6), les enseignants (6) et les jeunes encore scolarisés (6).

Les visiteurs ayant répondu à ce questionnaire sont onze à être originaires du Grand-Est dont la Champagne-Ardenne (5), la Lorraine (4), l'Alsace (2), puis viennent les Hauts de France (3). Six personnes viennent de territoires plus éloignés comme la Seine-Maritime, Paris, Beaune, Annecy, Bretagne, Franche-Comté, enfin deux étrangers viennent des Pays-Bas et de Belgique.

2-1 La présence des visiteurs sur notre territoire

Un peu plus de la moitié des répondants vient sur le territoire pour la première fois. Pour les autres, il s'agit de :

- 5 personnes étant venues de 2 à 5 fois,
- 2 habitants proches,

-2 personnes étant venues plus de 50 fois

-1 personne en résidence secondaire

La raison première de leur venue sur le territoire est « l'intérêt pour le patrimoine » pour plus d'un tiers des motifs évoqués. Les activités sportives et balnéaires en nombre égal avec les sorties ornithologiques représentent ensemble un petit quart des motifs de présence sur le territoire mais il faut nuancer ces résultats compte-tenu de la période de l'année peu propice à ces activités.

2-2 Ces visiteurs ont-ils l'habitude de visiter des monuments historiques ?

Au cours de l'année 2016, plus des trois-quarts des visiteurs ont visité plus de 3 monuments historiques dont un tiers plus de 10.

La moitié de ces visiteurs ont indiqué avoir visité 5 églises ou plus parmi ces monuments historiques.

Je peux donc dire que, sur mon échantillon, les touristes qui visitent les églises à pans de bois sont majoritairement des personnes visitant régulièrement des monuments historiques dont des églises.

2-3 Leur rapport aux églises

Un peu plus de la moitié des touristes interrogés a déjà des connaissances en art religieux. Cependant, 23 personnes sur 25 répondent que l'intérêt de l'édifice réside dans son architecture. L'art religieux n'étant cité qu'après l'esthétique et l'ancienneté des éléments en termes d'intérêt pour la visite.

Cette donnée peut être rapprochée de la réponse à la question concernant les motivations qui poussent les touristes à visiter ces églises pour laquelle 18 sur 25 répondants mettent en avant l'intérêt pour l'architecture ; la curiosité et la recherche d'un moment spirituel venant ensuite (pour 14 et 13 personnes). Les écarts restent néanmoins faibles et témoignent d'une motivation multiple.

Je me suis également intéressée aux photographies qui pouvaient être faites ou non dans ces édifices et aux abords. Près des trois-quarts des visiteurs prennent des photographies, de l'intérieur de l'édifice, des maisons du village et de la vue extérieure de l'église (ce dernier aspect totalisant 4 réponses de plus que les autres critères).

Quant aux objets sur lesquels leur regard se porte, je constate qu'il s'agit d'abord des vitraux (cités 23 fois), ensuite des statues (citées 18 fois), puis les

éléments de décoration et le mobilier à part égale. Viennent enfin les tableaux qui ne représentent que 8 réponses sur 25.

Deux églises du circuit se trouvent sur le chemin de Compostelle. 17 répondants sur 25 ne connaissent pas cette information. 11 sur 24 indiquent que cette information ne change pas le regard qu'ils portent sur ces édifices et 11 autres considèrent que cela change « un peu » leur regard.

2-4 Comment est abordé le circuit des églises à pans de bois ?

Je rappelle que ces églises sont situées sur un circuit faisant l'objet d'une communication sur les sites touristiques. Certaines, entièrement à pans de bois sont même présentes sur deux circuits différents élaborés par des acteurs de départements limitrophes.

18 personnes sur 25 ne suivent aucun des deux circuits proposés. Sur les 7 personnes qui suivent un circuit, 6 suivent le circuit intitulé « Route des Eglises à pans de bois et vitraux du XVI^e siècle ».

Les visiteurs découvrent donc les églises par l'intermédiaire des habitants ou amis pour 10 d'entre eux, par hasard pour 5 d'entre eux. Viennent ensuite les prescripteurs : office de tourisme pour 3 personnes et internet pour 3 personnes également. A noter qu'un des répondants indique la chambre d'hôtes comme prescripteur. Ce point mériterait d'être vérifié lors d'une étude complémentaire car, si les résultats sont significatifs, les prescripteurs semblent avoir peu de rôle dans la démarche des visiteurs des églises.

Concernant le nombre d'églises visitées sur le circuit, il me faudrait pouvoir additionner les questions Q18 et Q19 pour l'évaluer. Cependant, 7 personnes ne répondent pas à la question Q19 et 6 autres formulent une réponse non chiffrée. En conséquence, je ne retiens que 12 questionnaires pour l'analyse. Il s'avère qu'en moyenne les touristes visitent 5 églises, 3 en visitent 9 et plus et 2 n'en visitent qu'une.

Plus de la moitié des visiteurs prévoient, à ce moment du circuit, de ne pas visiter l'ensemble des églises. La raison invoquée est majoritairement le manque de temps (11 sur 16 réponses). De fait, 13 personnes sur 18⁴⁴ consacrent une demi-journée à cette visite.

Voici les réponses à la question « en réalisant ce circuit, avez-vous le sentiment de découvrir un patrimoine » :

⁴⁴ Le nombre de répondants diffère selon la question

	Très	Moyennement	Pas du tout
Exceptionnel	9	7	0
Unique	15	2	1
Typique	20	1	0
Original	17	4	0
Intéressant	16	2	0

En réalisant ces visites, 20 personnes (sur 25 répondants) ont le sentiment de découvrir un patrimoine très typique.

Je note également que le terme « exceptionnel » est celui qui génère le moins de réponses (16 au total) et qu'il est plus fréquemment positionné dans la colonne « moyennement ».

Ce point devra être mis en corrélation avec les données recueillies dans les livres d'or mais il semble que ces résultats traduisent l'impression ressentie par les touristes : la taille des églises et leur simplicité ne leur confèrent pas un caractère « exceptionnel » mais leur charme et la nature particulière de leur architecture en font un patrimoine très « typique ».

2-5 Comment est appréciée l'information dispensée dans les églises ?

L'information proposée dans les églises est lue par 10 personnes sur 24 de manière systématique, par 12 personnes partiellement.

Ces informations sont jugées suffisantes en quantité et en qualité par 18 personnes.

Les personnes souhaitant une amélioration en matière de médiation attendent des informations historiques pour trois d'entre elles, plus de textes liés à la spiritualité pour l'une d'entre elle et un audio-guide qui fonctionne pour une personne.

2-6 Niveau de satisfaction et attentes par rapport à ces édifices

13 personnes sur 22 se disent « très satisfaite » de la visite de l'église concernée par le questionnaire et 8 « assez satisfaite ».

Pour l'ensemble du circuit, la satisfaction est légèrement moins bonne avec 8 personnes sur 19 qui se disent « très satisfaite » contre 10 « assez satisfaite ».

13 personnes sur 19 n'avaient pas d'attentes particulières en réalisant ce circuit. Pour les autres, leurs attentes ont été totalement (4) ou partiellement(5) satisfaites. Ces 5 personnes partiellement satisfaites représentent un 5^{ème} des

répondants. Ce nombre est incohérent avec le nombre de personnes ayant répondu avoir des attentes particulières (seulement 6). Je fais le choix de ne pas exploiter cette donnée.

La totalité des personnes questionnées conseilleraient ce circuit à un ami (sauf une, il s'agit d'un enfant). J'ai posé cette question pour essayer de mesurer le niveau de satisfaction des visiteurs. Je conclus que ces 25 visiteurs sont satisfaits de leur découverte au point d'en être prescripteur auprès de leurs proches.

2-7 La vision du territoire par les visiteurs

Les termes retenus pour qualifier notre territoire sont déclinés ainsi : tranquille (15 réponses), authentique (13 réponses), typique (12 réponses) et attractif (11 réponses).

Seulement 2 personnes sur 25 répondants le jugent peu intéressant.

D'une manière générale le territoire est également jugé :

	Très	Assez	Peu	Pas du tout	Total
Accueillant	9	10	0	0	19
Dynamique	4	5	8	1	18
Agréable à regarder	14	6	0	0	20
Reposant	16	5	1	0	22
Intéressant à visiter	10	8	2	0	20

A noter les caractéristiques « dynamique » et « accueillant » moins bien notées.

L'image des églises renforce l'image que les visiteurs avaient de notre territoire avant cette visite pour 17 d'entre eux (sur 23 réponses).

2-8 Les contacts éventuels avec les habitants des villages parcourus à l'occasion de cette visite

11 personnes sur 24 ont rencontré des habitants et 9 ont échangé avec eux.

Ces échanges portaient sur des questions d'ordre pratique pour 4 d'entre elles, un besoin d'information sur l'église pour 3 d'entre elles, un besoin d'information sur le village pour également 3 d'entre elles, un besoin d'information historique pour 2 d'entre elles.

Les répondants sont satisfaits de cet échange (sauf une personne).

B - Etude des livres d'or - Données brutes

1 - Nombre de commentaires recueillis à OUTINES

Mois	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Moyenne	%
Janvier	-	7	2	0	11	11	6.2	1.4 %
Février	-	11	2	4	12	18	9.4	2 %
Mars	-	33	6	17	6	19	16.2	3.5 %
Avril	-	49	56	35	35	30	41	9 %
Mai	-	49	46	51	42	48	47.2	10.2 %
Juin	-	86	45	59	43	49	56.4	12.3 %
Juillet	87	92	68	69	53	52	70.1	15.3 %
Août	111	125	76	72	67	65	86	18.7 %
Septembre	56	68	52	43	52	36	51.1	11.1 %
Octobre	53	50	51	36	30	28	41.3	9 %
Novembre	23	27	32	40	35	12	28.1	6.1 %
Décembre	2	1	4	7	4	16	5.6	1.2 %
Total	332	598	440	433	390	384	458.6	

Au regard de ce tableau, je constate que le nombre de commentaires relevés chaque année depuis 2011 est relativement constant (si on excepte 2011, qui totalise un nombre de commentaires de 35 % supérieurs à la moyenne).

Si ces commentaires sont le reflet des visites, je note également une grande saisonnalité que j'interpréterai dans la partie 6 au point 1.13.

Pour l'église de Lentilles, j'ai également relevé 188 commentaires en 2015.

En étudiant plus précisément les années 2014 et 2015, je considère que les nombres qu'elles fournissent sont suffisants pour mener une étude thématique relativement fiable quant à la représentativité des données que je relèverai.

2 - Ce que nous disent les signatures des commentaires

2-1 du nombre de visiteurs à minima :

Dans les livres, j'ai repéré les commentaires signés du type « *les cyclistes du 59* » » ou « *les retraités de ...* », j'ai retenu également « *les familles X ou Y* ». Cette démarche consistait à avoir une approche du nombre de visiteurs présents lors de la rédaction de ce type de commentaire. Cette approche est évidemment très approximative puisque derrière la notion de groupes, je trouve des ensembles variant de 3 à 15 personnes sans qu'il soit possible d'être plus précis. De même, on suppose qu'une famille comprend en moyenne 4 membres. Cette démarche a pour but d'estimer le poids des groupes par rapport à l'ensemble des visiteurs.

Je relève, en 2014, 24 groupes et 21 familles. Je traduis cela en 204 personnes ($24 \times 5^{45} = 120$ personnes et $21 \times 4 = 84$ personnes) soit 204 personnes ayant contribué collectivement au livre d'or.

A cela s'ajoute 490 signatures (exemple : Michel et Simone) et 29 commentaires non signés.

Soit un total de 723 personnes étant rentré de manière quasi certaine dans l'église et ayant laissé un commentaire.

En 2015, 27 groupes et 12 familles. J'y ajoute 455 commentaires signés et 25 non signés.

Soit un total de 663 visiteurs ayant contribué au livre d'or en 2015.

Ces chiffres à minima seront à rapprocher des relevés des sommes versées au titre de l'utilisation de l'audio-guide et du nombre de questionnaires remplis pour une approximation du nombre de visiteurs réels par projection.

2-2 du profil des visiteurs :

Les commentaires étrangers représentent chaque année, et de manière constante, 30 % des commentaires totaux.

Ce chiffre doit être exploité avec précaution car, si je le rapproche des statistiques relevées au Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme (MAHJ) qui établissent que « les adultes étrangers s'expriment deux fois plus que les adultes français », il n'est pas, utilisé seul, révélateur de la proportion de visiteurs étrangers dans les églises étudiées.

⁴⁵ Nombre moyen d'individus dans le groupe, estimé de manière arbitraire, pour obtenir une estimation à minima

Nationalités représentées :

Belgique (33 %), Pays-Bas (21 %), Allemagne (12.6 %), Royaume-Uni (8 %), Italie (4 %), USA (3.2 %),...

36 nationalités sont représentées (dont 11 australiens, 15 canadiens, peut-être des pèlerinages sur les champs de bataille proches).

La nature de l'écriture, les petits dessins ou même l'âge indiqué permettent de comptabiliser 39 enfants qui ont écrit des commentaires, soit 5 % de ceux-ci.

3- Répartition du contenu des commentaires par thèmes :

A la première lecture j'ai constaté que les termes employés dans les commentaires pouvaient être regroupés sous des grands thèmes. A l'intérieur de ces grands thèmes j'ai constaté que la nuance apportée par la sémantique utilisée permettait une classification plus fine notamment dans le domaine des émotions et de la référence au passé.

J'ai donc choisi de relever dans chaque commentaire les mots renvoyant à ces thèmes et domaines et de les comptabiliser. Cette démarche me permettra de mesurer le poids de chaque thème dans les écrits des visiteurs et d'extraire, pour les analyser, ceux qui sont les plus souvent abordés.

a) Thème 1 : Qualificatifs et superlatifs

Dans ce thème j'ai relevé l'ensemble des superlatifs absolus et des qualificatifs fortement positifs. Les remarques négatives sont absentes.

Exemples : « *Nous ne nous attendions pas à voir de telles merveilles !* », « *magnifique église* », « *rosace superbe* », « *splendeur éternelle* », « *très belle église, je dirais même MAGNIFIQUE !* », « *joyau architectural* », « *village superbe et église magnifique* », « *unlike any church we have seen* », « *sehr schön* », « *incredible church* », « *molto bello* ».

33 % de l'ensemble des termes relevés dans les commentaires comprennent ces mots.

b) Thème 2 : Sentiments et émotions

Ce thème est important pour cerner l'impact de la visite d'un tel lieu sur le ressenti des visiteurs. C'est pourquoi j'ai choisi d'affiner la collecte de données en la répartissant dans des sous-thèmes :

- **Recueillement** : ce thème comprend les mots recueillement, méditation etc...

Exemples de commentaires : « *cette petite église inspire à la méditation* », « *une sympathique église qui inspire sérénité et recueillement* », « *le recueillement s'impose* », « *Heureux de s'être imprégné de ce lieu...* », « *...les années passent* », « *Magnifique de raffinement, sans manquer d'âme, bien au contraire* »

- **Emotion** : ici, il s'agit plus d'expressions traduisant une émotion plus que des mots caractéristiques.

Exemples de commentaires : « *cette belle église m'a émue...* », « *il est des endroits emprunts d'énergie* », « *nous sommes séduits* », « *du bonheur comme ça, j'en veux encore* », « *cette belle église m'a émue...* », « *ne la fermez pas pour l'émotion et l'admiration* », « *découverte émue d'un trésor préservé* ».

- **Apaisement, plaisir** : j'ai recherché les mots traduisant paix, plaisir, sérénité et bien-être

« *On s'y sent bien, tout ce bois apporte chaleur et réconfort* » « *C'est magnifique et apaisant* », « *un sentiment extrême de plaisir* », « *cool d'être ici* », « *quelle sensation d'apaisement pour le stressé que je suis* », « *...où chacun trouve refuge* », « *...inspire la sérénité...* », « *Ambiance paisible et sereine...* », « *merci pour ce lieu...de paix* », « *...où règne la paix et la sécurité* », « *... on y resterait bien l'après-midi au frais pour méditer* », « *ici je suis en paix* ». », « *C'est toujours un plaisir de visiter vos superbes églises dans le calme et la sérénité* »

- **Stimulation des sens** : J'ai relevé les commentaires dans lesquels les sens des visiteurs sont mis en éveil.

« *Ça sent bon* », « *Quelle belle lumière* », « *obligé de s'arrêter pour admirer cette église* », « *sentir le bois, voir la luminosité à travers les vitraux, entendre le chant des oiseaux...profiter du calme...* »

- **Plaisir de se retrouver dans un lieu connu** : le contenu de la phrase laisse entendre que le rédacteur est déjà venu en cet endroit et apprécie ce lieu familier

« ...que nous aimons revoir... », « C'est encore plus joli et serein que dans mes souvenirs », « on ne se lasse pas de revisiter ces merveilles... », « J'ai vécu dans le secteur quand j'étais enfant et je suis heureuse de revoir cette église encore plus belle que dans mon souvenir », « on ne se lasse pas de revenir visiter cette si magnifique église ».

- **L'indescriptible** : ces commentaires traduisent le fait que le rédacteur se trouve décontenancé par un sentiment extrême.

« Je ne trouve pas les mots », « je n'ai pas de mots pour exprimer mon ressenti », « lieu incroyable ».

c) Thème 3 : Référence au passé

- **Le patrimoine** : Il s'agit des expressions incluant le mot patrimoine.

« Heureusement qu'il y a des défenseurs du patrimoine », « garder ce patrimoine c'est garder son âme », « merci d'avoir restauré un patrimoine d'une telle valeur », « préservez cet incroyable patrimoine, c'est un trésor inestimable », « un merveilleux patrimoine, témoin de notre belle culture française et traditionnelle ».

- **Préservation du passé** : J'ai retenu les mots tels que travaux, passé, restauration, préservation.

« Découverte émue d'un trésor préservé » « Malgré les travaux...mais aussi grâce aux travaux... », « Cette église représente le passé », « ...très beau travail de restauration », « beau travail de préservation de ce superbe bâtiment... »

- **Donner vie, garder vivant** : J'ai relevé les commentaires qui faisaient référence à l'entretien et à la conservation du bâti et de l'immobilier

«...faites le vivre... », « ...un retour du passé », « elle a traversé les âges et reste tellement vivante », « ...et encore si vivante »

- **Héritage, transmission** : Ici, je m'intéresse aux notions qui expriment la continuité.

« ...de garder un tel héritage », « magnifique église qu'il faut garder en parfait état pour toutes les générations à venir et préserver notre religion, nos coutumes », « ...qu'elle perdure encore longtemps... », « Gardons notre patrimoine intact pour nos enfants et petits-enfants. Merci », « quatre siècles.

Combien de fidèles sont venus prier depuis sa construction ? », « ...et de nous conserver cette merveille pour nous et les générations futures ».

d) Thème 4 : Spiritualité : Je retiens les commentaires relevant de la religion.

On est dans le domaine du remerciement et de la prière.

«...tous les hommes de bonne volonté qui œuvre pour la liberté du culte et de l'esprit », « ...et pour nous ressourcer par une prière... Mon Dieu, donnez-nous des prêtres pour perpétuer notre religion... », «Que tous les visiteurs de ce lieu soient des ambassadeurs de la bonté et de l'amour de Dieu... un lieu sacré, comme le cœur de chacun d'entre nous...prions pour l'avenir », « ...que Dieu nous protège tous », « ...qui invite à la prière », « Imperturbable cette église nous fait traverser des siècles d'une Présence « ouverte sur le monde, qui en a tant besoin ! », « Merci Seigneur pour le chemin accompli », « Pas de cierge... dommage ! » et « pas d'eau bénite », « Oui Dieu existe. Je l'ai rencontré ici même », « ...Un bijou... que le monde lui ressemble ! », « Et le 8^{ème} jour Dieu créa l'église de Lentilles. Tout simplement magnifique »

e) Thème 5 : Référence à la région, au village, aux maisons : j'ai relevé les commentaires relatifs au territoire sur lequel se trouvent les églises, ils traduisent la vision qu'ont les visiteurs du territoire.

« Qu'il est beau votre pays de Champagne... », « ...moment très agréable dans la découverte de la région », « très belle église dans très beau village », « Super le Grand Est », «...la valeur... du pays du Der », « des voyageurs qui découvrent votre région... », « Très joli village », « ...originalité de la région, belles découvertes... », « ...nous apprécions vraiment beaucoup ce pèlerinage autour du lac du Der », « ...ces artisans...qui avec ce sanctuaire ont embelli votre région », « ...soyez fiers de vos petits villages et églises - Commentaire d'alsaciens... », « ...la plus belle visite dans la région ! Merci », « Magnifique bijou au cœur de ce village », « dommage que la haie circulaire mal entretenue masque la perspective », « ...léger manque d'entretien de la petite chapelle à droite, dommage ».

f) Thème 6 : Spécificité de la ressource : les commentaires relevés dans ce thème traduisent le caractère unique de la ressource touristique « églises à pans de bois ».

« Très belle église qu'on ne trouve qu'en France », « ...avec chacune leur cachet... », « C'est la première fois que je rentre dans une église à pans de

bois... », « ...le plafond est original... », « ...originale par son architecture... », « ...unique », « magnifique surprise », « très belle église typique », « ...je ne pensais pas que cela pouvait encore exister en France », « ...elle m'évoque l'église de...bien que totalement différente », « vous n'avez rien à envier aux bretons de passage... », « Tout est différent des églises que nous pouvons trouver chez nous ».

g) Thème 7 : Gratitude envers les habitants et félicitations : j'ai regroupé dans ce thème les commentaires qui traduisent la satisfaction de trouver les églises ouvertes, les cartes postales en libre-service, l'entretien, la décoration florale.

« Merci de laisser vos églises ouvertes, ce qui nous permet d'admirer... », « Elle est ouverte » (souligné trois fois), « Quel splendide patrimoine vous nous offrez », « merci à la communauté de chrétiens... », « Merci d'entretenir ce lieu de prière », « Bravo aux habitants qui conservent et embellissent le patrimoine », « ...l'effort pour maintenir en état un grand nombre d'habitations... n'est pas moins digne de louanges que l'état de celle-ci et que la mise en valeur florale des alentours... », « Merci d'avoir sauvegardé cette belle église... », « Merci de... et de le faire partager », « ...tellement rare de trouver des églises ouvertes... », « ...vous nous permettez de nous recueillir et de découvrir... », « Vous faites un travail remarquable en conservant toutes ces églises en l'état. Bravo », « ...coup de chapeau à Monsieur ou Madame le Maire et son conseil... », « ...des visiteurs conquis par votre confiance »

h) Thème 8 : Médiation : sont relevées ici les remarques sur les informations reçues de la part d'un guide, d'un audio-guide, des supports écrits.

*« Bonne mise en valeur par la présentation claire et agréable », « un bon moment avec une guide géniale et passionnée », « ...très instructif », « halte bénéfique et enrichissante », « les explications fournies nous permettent de mesurer la valeur du trésor d'Outines... », « Merci pour le commentaire », « Avec ces explications, merci pour cette belle visite », « Audioguide très intéressant qui permet d'admirer encore mieux cette très belle église », *Egalement, un commentaire qui fait valoir la puissance évocatrice de l'édifice au-delà de toute médiation : « Simple et beau, remplies d'histoire, les poutres et la décoration valent plus que des heures d'explications et se suffisent à elles seules pour vous parler de fragilité et de respect »**

i) Thème 9 : Pèlerinage : sont relevés ici les commentaires dont il est clairement écrit qu'il s'agit de visiteurs en pèlerinage quel qu'il soit.

« Sur le chemin de Compostelle, votre église nous permet une halte bénéfique et enrichissante », « c'est un plaisir simple mais bien réel pour un pèlerin de Compostelle de trouver une église ouverte. Aujourd'hui pour trouver un peu de fraîcheur. Les jours précédents pas une seule église ne m'a permis de m'abriter quand il pleuvait. Pourvu que cette église qui est un témoin magnifique du passé puisse encore rester ouverte longtemps pour tous », « arrêt repos devant une superbe église », « ...en route vers Compostelle..., venant de Belgique ».

j) Thème 10 : Art et architecture : j'ai relevé les commentaires évoquant la construction sous l'angle de la beauté en tant qu'œuvre d'art et la prouesse technique.

« Plus qu'une église, une œuvre d'art », « Quel plaisir de pouvoir visiter un joyau pareil... », « ...ce beau chef d'œuvre... », « Un chef d'œuvre architectural », « Un bijou cette église ! Tant de grâce et de beauté dans un si petit édifice, à la fois simple et poétique... Régala pour les yeux ! », « Un bijou d'équilibre, d'harmonie et d'esthétique... », « Aucune déception à la voir de près », « époustouflant travail de charpente ».

k) Thème 11 : Valeur du bois : j'ai relevé une partie des commentaires qui font référence au bois dans ses fonctions, techniques et émotionnelles.

« Nous admirons la magnifique charpente en bois », « l'âme du bois réchauffe mon âme », « les « grosses » églises en pierre froides et impersonnelles peuvent venir ici prendre de la graine quant à un supplément d'âme », « cette église a été construite avant la découverte de mon pays le Canada en 1534. Impressionnant tout ce bois ! », « Merci pour ce témoignage de bois (et de pierre) et de foi », « ancien ouvrier charpentier...j'apprécie les pièces de bois et les savants assemblages...tailler des branches courbes sans couper le fil du bois », « belle église à colombages, cela nous rappelle notre Alsace natale », « ...je retrouve les colombages, une normande dans le bocage du Der ».

Le tableau qui suit présente une ventilation des termes des commentaires selon le thème abordé.

715 termes relevés au sein de 390 commentaires en 2014 et 634 termes au sein de 384 commentaires en 2015.

Tableau 1 : Ventilation des termes des commentaires selon le thème abordé

Eglise d'Outines	2014		2015	
	Effectif	%	Effectif	%
Qualificatifs-Superlatifs	245	34.2	210	33.1
Sentiments-Emotions :	83	11.6	84	13.3
Recueillement	25		14	
Emotion	24		24	
Apaisement-Plaisir	14		29	
Stimulation des sens	15		12	
Plaisir d'un lieu connu	3		3	
Indescriptible	2		2	
Référence au passé :	102	14.3	97	15.3
Patrimoine	30		16	
Préservation-Restauration	39		34	
Garder vivant	20		24	
Héritage-transmission	13		23	
Spiritualité	68	9.6	45	7.1
Village, région, maisons	34	4.7	27	4.2
Spécificité de la ressource	28	4	34	5.4
Gratitude envers les habitants	71	10	73	11.5
Médiation	44	6	31	4.9
Chemin de Compostelle	13	1.8	7	1.1
Architecture	9	1.3	4	0.6
Valeur du bois	18	2.5	22	3.5
Total	715	100	634	100

4 - D'autres usages du livre

Au-delà des commentaires qui traduisent les sentiments et sensations des visiteurs et qui sont majoritaires, j'ai relevé des écrits qui confèrent au livre d'or un rôle de médiateur, de lieu d'échanges, de récepteur de message particulier, de préconisations, de cahier de doléances.

4-1 Dialogue entre visiteurs

Des messages, d'une page à l'autre se renforcent : « *passage de 2 belges très contentes de voir cette belle architecture - 11 mai 2014* », puis « *2 autres belges tout aussi éblouis - 14 mai 2014* ».

« *Quel beau patrimoine très bien restauré* », puis « *oui ça c'est vrai, il y a ici une véritable restitution de l'œuvre dans son état original ...* » - le même jour, 18 juillet 2015.

Aussi : « *le circuit des églises à pans de bois de votre région devrait se jumeler avec le circuit des églises en bois (orthodoxes) du nord de la Roumanie. M.L. - 9 juin 2014* », le lendemain : « *nous sommes des nomades et nous confirmons ce qui est écrit par M. L.* ».

Egalement : « *Toutes ces églises sont magnifiques mais ont, à mon goût, un peu trop de fleurs artificielles - 8 septembre 2010* », « *le plafond et les statues au bois sont magnifiques, les fleurs artificielles est un peu dommage. Je comprends ; Il n'y a pas de lumière pour des fleurs dans cette églises* ».

4-2 Questionnement

Certains messages ont pour but de poser des questions : « *le soldat X est-il décédé à Braines-les-Dunes ou à Bray Dunes⁴⁶ ?...* » - cette personne laisse son numéro de téléphone, « *cependant, pourquoi ne pas parler aussi du symbole qui figure au-dessus de la porte d'entrée ?...* », « *Où est Saint-Gond ? Mystère !* », « *...la croix en pierre ? Malte ?* », « *Excellent, magnifique ensemble vocal, pourrait-il venir à notre église d'Agadir ?* »

4-3 Message

Certains commentaires ont pour but laisser un message, donner un avis.

« *Bonjour de Stavelot en Belgique* », « *...d'autres églises comme celles-ci sont laissées à l'abandon et c'est très dommage* », « *magnifique église ! C'est comme les églises que nous avons vues dans le nord de l'Europe : Norvège, Finlande* »,

⁴⁶ Question posée en référence à la liste des « Morts pour la France » affichée dans l'église

4-4 Préconisations

Des remarques sont formulées sur différents points sous forme de conseils. Cette attitude marque l'intérêt de certains visiteurs qui souhaitent s'impliquer. Elles pourraient être reprises par les personnes en charge des édifices : « *...cependant pourquoi ne pas parler aussi du symbole qui figure au-dessus de la porte d'entrée ?* », « *vous ne devriez pas mettre les affiches sur les piliers en bois* », « *...cet édifice mériterait encore plus d'attention en cette journée du patrimoine, (notamment l'éclairage nocturne)* », « *...un petit bémol : le chapier sous ce livre ouvert est lui aussi ouvert et pourrait tenter des personnes malveillantes* », « *pensez à changer le stylo* », « *le circuit des églises en bois de votre région devrait se jumeler avec le circuit des églises en bois (orthodoxes) du nord de la Roumanie* », « *prenez soin de ce chef-d'œuvre* ».

J'ai également relevé un commentaire particulièrement impliqué et technique : « *Superbe église très bien restaurée dont le bas-côté sud (si le chœur est orienté à l'Est) reste à surveiller. En effet, nous apercevons les poteaux s'incliner vers l'extérieur sous l'effet des poussées de la charpente. Visualiser cette inclinaison en se plaçant depuis la chaire (de la part d'un technicien du bâtiment)* ».

4-5 Doléances

Le livre d'or sert parfois de cahier de doléances où les visiteurs expriment leurs plaintes :

« *...mais malheureusement le système audio en allemand est peu à comprendre car trop calme* », « *le système audio-visuel est une déception, la musique est trop fort* », « *très belle église, manque d'éclairage intérieur pour la mettre en valeur* », « *...dommage que l'on ne peut pas brûler un cierge* », « *belle endroit de silence ! Mais où sont donc passés les cierges ?* », « *J'ai mis deux euros dans la boîte mais le système ne fonctionne pas* ».

PARTIE 6 - L'ANALYSE DES DONNEES RECUEILLIES

Dans la partie 5, j'ai présenté les résultats de l'enquête menée par questionnaires et le contenu des livres d'or des années 2014 et 2015.

Je me propose maintenant d'interpréter ces données ainsi que les éléments recueillis lors de mes entretiens avec les acteurs du territoire pour comprendre en quoi les églises à pans de bois contribuent au développement du territoire et à son identité ?

Pour cela, je relève et met en relation les éléments qui me permettent de vérifier si :

- Les églises à pans de bois contribuent à l'attractivité du territoire
- Les églises à pans de bois donnent une vision positive du territoire
- La patrimonialisation a contribué à mettre en valeur les édifices

Je rappelle que je me suis intéressée, au commencement de ma réflexion, au circuit des « églises à pans de bois et vitraux du 16^{ème}, qui fait l'objet d'une large promotion de la part des professionnels du tourisme local.

La définition relativement large du circuit porte sur deux styles d'églises très différents : les unes particulièrement remarquables par leur architecture et les matériaux utilisés pour leur construction et les autres intéressant plus particulièrement les amateurs d'art du vitrail. Cela conduit à distinguer deux typologies de visiteurs aux comportements et motivations pouvant différer. D'autre part, la taille du circuit limite les possibilités de le réaliser dans sa totalité.

C'est pourquoi j'ai choisi d'orienter mon travail d'analyse uniquement sur les églises à pans de bois. D'abord parce qu'elles sont plus nombreuses sur le circuit, ensuite parce qu'elles constituent une ressource particulièrement typique. Pour la suite de cette étude, je n'évoquerai donc que les églises à pans de bois situées autour du lac du Der.

1 - Les églises à pans de bois contribuent à l'attractivité du territoire

Je cherche à comprendre le rôle des églises à pans de bois sur la satisfaction globale des visiteurs et la dynamique du territoire. Pour cela, il me faut cerner plus finement la nature des visiteurs, leur nombre, leur manière d'appréhender la découverte de ces édifices, et surtout leur ressenti, élément déterminant pour fonder leur appréciation globale de cette destination et les échos qu'ils ont donneront.

1-1 - Ces édifices sont visités :

1-11- Le profil des visiteurs

J'ai pu tirer des livres d'or (partie 5, point B 2) et des questionnaires (partie 5, point A 2) des grandes tendances quant au profil des visiteurs. Ainsi, en croisant les deux corpus, je constate que les visiteurs sont, pour les trois-quarts en couple ou en famille, dans une situation de weekend ou de vacances.

Ce sont donc bien des touristes qui, pour plus de la moitié, ne connaissaient pas le territoire auparavant. La visite des églises constituent alors un élément important de l'appréciation de notre territoire, d'autant qu'ils y consacrent souvent une demi-journée de leur temps de séjour.

Ce constat doit conduire les concepteurs des circuits à s'interroger particulièrement sur la qualité de la prestation proposée.

Les touristes déclarent venir sur le territoire du lac pour notre patrimoine pour un tiers d'entre eux.

Cependant, selon Marc Laplante, « on ne peut pas concevoir un touriste, même en le coiffant du titre honorable de touriste culturel, qui ne partirait de chez lui durant son temps de vacances que pour aller découvrir le patrimoine d'un pays voisin ».

Il nous faut donc certainement situer l'activité patrimoniale d'un touriste (visite d'un musée, par exemple) dans l'ensemble de son emploi du temps de vacances. La visite de l'église constitue alors une activité « faisant partie du programme de visite recommandé ».

La proportion d'étrangers semble relativement forte si je me réfère aux signatures sur les livres d'or (30 % des commentaires) avec une prédominance pour la Belgique et les Pays-Bas (54 % pour ces deux nationalités). Ce point peut être rapproché de l'étude du cabinet MAHOC qui présente une proportion de touristes étrangers de l'ordre de 32,7 %.

Cette donnée est importante à prendre en compte dans la conception des supports de médiation. Elle permet également de faire l'hypothèse que les étrangers en visite sur le territoire visitent presque systématiquement une église à pans de bois.

Par rapport à la question posée, on constate que les églises à pans de bois intéressent une population variée.

1-12 - Le nombre de visiteurs

Il est difficile de quantifier les visiteurs des églises à pans de bois. Le caractère libre de la visite empêche, contrairement aux grands musées, un comptage par la vente des billets d'entrée.

Pour établir une estimation du nombre de visiteurs, je prends donc appui sur le nombre de commentaires collectés dans le livre d'or d'Outines (à priori la plus visitée, toujours au regard des livres d'or comparés). J'ai estimé, dans l'analyse des données collectées dans le livre d'or que je pouvais être quasiment certaine que 663 personnes en 2014 et 723 personnes en 2015 sont entrées dans cette église et ont laissé un message sur le livre d'or, soit une moyenne de 693 personnes.

M. Pierre-Etienne Leroy, estime qu'une personne sur cinq, à minima, dépose un commentaire sur le livre d'or. Ce postulat me conduit à estimer le nombre de visiteurs à 3 465 pour une année dans l'église d'Outines.

Cette approximation doit être confrontée à celle réalisée à partir du montant perçu par le monnayeur de l'audio-guide. Le président de l'association « Les Amis d'Outines » indique une moyenne de 835 € pour les deux années de référence 2014 et 2015. Ce montant correspond à 417 utilisations de l'audio-guide. Si j'estime qu'il est utilisé par un groupe de visiteurs sur 4 (ce qui me semble une hypothèse très basse compte-tenu de ce que j'ai observé lors de mes passages dans l'église), je peux dire que 1668 groupes ou personnes isolées sont venus visiter l'église. La moitié ($1668/2=834$) sont venus en couple ou en famille. Ils représentent donc environ 2502 visiteurs (834×3^{47}). J'obtiens une estimation de 3 336 visiteurs.

Je fais une troisième hypothèse tirée d'une constatation de deux maires de communes disposant d'une église particulièrement visitée, Longsols et Lentilles toutes deux situées dans l'Aube. Ces maires estiment qu'en pleine saison, 80 personnes par jour franchissent le seuil de leur église, soit environ 4800 personnes par an. Ce chiffre est largement supérieur aux estimations annuelles que j'ai réalisées. Je prends appui sur le tableau présentant le nombre de commentaires relevés par mois à Outines et je constate que Juillet et août

⁴⁷ Mode de calcul : 834 (individuel)+ 834 (en couple, à minima)= 834×3

représentent 34 % des données recueillies sur une année. Ceci me conduit à estimer le nombre de visiteurs, pour l'année à 12 000 ! Soit 3 fois plus que mes deux premières estimations ! Cette troisième hypothèse ne repose sur aucun élément de collecte. Je préfère donc ne pas la retenir, sauf peut-être, pour considérer que mes deux premières approximations (d'une moyenne de 3 400 visiteurs par an) sont à minima.

J'aurais pu poursuivre une quatrième hypothèse consistant à utiliser les conclusions de l'étude de Marie-Pierre Béra citée plus haut⁴⁸ à propos de l'estimation des visiteurs du Musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme. Dans celle-ci, l'auteur remarque que seulement 2 % des visiteurs s'expriment dans le livre d'or. Appliquer ce pourcentage à mon étude conduirait à une estimation aberrante (19 200 visiteurs pour la seule année 2015).

1-13 - La saisonnalité des visites

J'ai relevé les commentaires sur le livre d'or de l'église d'OUTINES de juillet 2010 à fin 2015. En analysant le tableau présenté en partie 5, point B, 1, je constate que leur nombre varie selon les mois.

La période de visite s'étale d'avril (weekend de Pâques) à octobre.

Les mois de juin, juillet, août et septembre concentrent plus de la moitié des passages. Avril et octobre représentent encore 18 % des visites. Je peux penser qu'elles sont liées aux passages des grues cendrées qui attirent grand nombre d'ornithologues (4 d'entre eux ont déclaré avoir visité les églises en seconde intention sur 25 réponses aux questionnaires).

1-14 - Une fréquentation variable selon l'église

L'entretien avec un membre d'un office de tourisme laisse également apparaître que les quatre audio-guides installés en même temps à Chavanges, Montier-en-Der, Outines et Lentilles ne fonctionnaient pas de manière identique (« *Les 2 autres audio-guides, il y avait moins de passage et moins de retour donc les 2 euros n'ont pas permis de réinvestir* »)

D'autre part, j'avais placé des questionnaires dans trois églises à pans de bois, Outines, Lentilles et Chatillon. J'ai collecté respectivement 14, 6 et 5 questionnaires dans ces églises. Outines m'en fournissant plus de la moitié.

^{48 48} Béra E., Paris E. (2007) « Usages et enjeux de l'analyse des livres d'or pour les stratégies culturelles d'établissement », in : Eidelman J., Roustan M., Goldstein B., « *La Place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées* », Paris, Éd. La Documentation française, pp. 199-211

En comptabilisant les commentaires des livres d'or, je constate que, pour l'année 2015, 384 commentaires ont été déposés à Outines contre 188 à Lentilles, soit environ le double.

Je peux donc dire que les églises ne sont pas fréquentées de manière uniforme et que l'église d'Outines semble attirer un plus grand nombre de visiteurs.

Pour répondre à mon questionnement, je constate simplement que ces églises ont une attractivité variable. La définir plus finement nécessiterait une nouvelle étude plus exhaustive, ce n'est pas l'objet de ma recherche.

1-15 - Les modalités des visites

Comment les touristes organisent leur temps de visite ?

Il existe plusieurs manières de réaliser la visite des églises :

- d'abord, les visiteurs doivent faire des choix car le temps qu'ils lui consacrent est souvent limité (une demi-journée pour 13 personnes sur 18 questionnées)
- ensuite, le lieu de villégiature, pour des raisons de commodité, est un élément important pour définir le circuit à réaliser car il conditionne le point de départ
- enfin, les habitants (10 fois prescripteurs pour 24 réponses) peuvent jouer un rôle déterminant dans la sélection d'édifice à visiter en fonction de leur propre sensibilité ou des retours qui leur sont faits.

Ainsi, il existe une sorte de « popularité » de certaines églises qui peut éclipser d'autres monuments dignes d'intérêt mais moins mis en valeur ou simplement située à l'écart d'une route déjà tracée.

Il n'y a donc pas un, mais des circuits possibles.

Lorsque la visite est accompagnée d'un guide, c'est encore plus marqué puisqu'il propose son propre cheminement. La seule guide professionnelle exerçant sur le territoire a ainsi retenu quatre églises qui lui permettent d'illustrer son discours autour de l'architecture spécifique de ces édifices. Cette formule représente une proposition classique et régulière à destination des groupes qu'elle accompagne.

Extraits de l'entretien avec elle : « ... après est-ce que ça vaut la peine d'en faire 15... à moins d'être vraiment passionné... par contre le fait d'en voir 3, 4 ça permet de montrer les différences et les ressemblances. Quand j'ai le temps j'essaie de faire Lentilles, Bailly le Franc, Outines et si possible Drosnay. »

« ... Moi j'ai structuré ma visite de façon à ce qu'avec chaque église ils apprennent quelque chose de différent. On y va pour un intérêt différent. Donc Lentilles parce que c'est la plus harmonieuse, la plus typique avec un plan classique, Bailly pour les matériaux, les techniques de construction, et puis Outines parce que c'est la plus vaste et puis la statue de Saint Gond très intéressante à évoquer, il y a quand même du mobilier qui a été conservé, les pierres tombales, ... c'est la plus grande, la seule à avoir un transept... »

Il reste évidemment des touristes « scrupuleux » qui réalisent le circuit complet proposé. Pour l'avoir moi-même testé en partie, je peux dire qu'ils doivent y consacrer une journée entière avec tout ce que cela implique de lassitude et de problèmes d'intendance (restauration, toilettes,...).

D'autres, par contre, réalisent l'ensemble des visites sur plusieurs jours. J'ai ainsi rencontré un couple de bretons venus pour voir les grues cendrées qui n'étaient pas au rendez-vous. Ils ont réalisé l'ensemble du circuit (et même au-delà) sur la durée de leur séjour (une semaine). Ce sont les personnes qui ont été les plus disponibles pour échanger avec moi car la contrainte temps était inexistante et elles ont apprécié le territoire sous un angle différent, réalisant des dessins des édifices visités.

Pour ce type de touristes, la notion de circuit n'offre pas d'intérêt, ils organisent leur propre itinéraire, à leur rythme.

Ce qu'ils regardent ou photographient :

L'architecture est le point le plus évoqué dans les enquêtes. 23 personnes sur 25 interrogées répondent que l'intérêt de l'édifice visité réside d'abord dans son architecture.

Le touriste semble donc particulièrement intéressé par les éléments d'explications donnés sur l'architecture des églises à pans de bois. Les panneaux explicatifs installés devant les édifices aubois sont presque systématiquement consultés (selon mes propres observations et le constat d'une guide touristique locale. *« Si on devait revenir sur les besoins en informations : Besoin en architecture. Les gens lisent le panneau descriptif devant l'église. Ils le prennent en photo. On voit la silhouette des églises. Ils peuvent comparer »*. (entretien avec une guide locale, ligne 163-165).

L'intérêt pour l'esthétique apparaît en seconde position (.....) dans le questionnaire et je rapproche ce thème de l'utilisation de l'appareil photo généralisée (près des trois-quarts des visiteurs prennent des photos). Les vues extérieures de l'église sont les plus prisées. La question du soin apporté aux abords des églises est donc importante. Ainsi, la guide parle avec poésie de la haie encadrant l'entrée de l'église de Lentilles : « *Lentilles, c'est la plus harmonieuse. L'architecture extérieure, très harmonieuse, la flèche... le porche devant avec la statue de Saint-Jacques quand on arrive on a une perspective ascendante sur l'église donc il y a cette haie qui fait un peu haie d'honneur quand on arrive ça fait un cadre un peu théâtral,...* ». Et puis, cette même haie fait l'objet d'un commentaire plus réservé sur le livre d'or : « *5 aout : Excellent ! Dommage que la haie circulaire mal entretenue masque la perspective ; Paris* ». On voit ici tout l'intérêt de porter une attention particulière à l'environnement des édifices pour maintenir le niveau de satisfaction des visiteurs. Sur ce point, je relève également une observation personnelle lors de mon propre parcours : une église voit une partie de son périmètre délimité par un grillage très ordinaire et en mauvais état, derrière laquelle on découvre une décharge de matériaux de construction et divers objets. Le charme de l'endroit est rompu.

Pour conclure sur la manière dont les touristes abordent les églises à pans de bois, je dirais que l'aspect extérieur, l'architecture et l'esthétique joue un rôle majeur dans leurs choix.

Je vais maintenant m'intéresser à l'impact de la visite de l'intérieur de l'édifice sur l'appréciation générale des touristes.

1-2 - Les églises font l'objet d'appropriations multiples de la part des visiteurs

1-21 La visite des églises génère des émotions

21 % des commentaires relevés dans les livres d'or de 2014 et 2015 à Outines traduisent un état émotionnel :

« *Cette belle église m'a émue...* », « *On s'y sent bien, tout ce bois apporte chaleur et réconfort* », « *ne la fermez pas pour l'émotion et l'admiration* », « *Heureux de s'être imprégné de ce lieu...* », « *C'est toujours un plaisir de visiter vos superbes églises dans le calme et la sérénité* », « *...les années passent* »,

« du bonheur comme ça, j'en veux encore », «Magnifique de raffinement, sans manquer d'âme, bien au contraire », « découverte émue d'un trésor préservé »

La surprise et l'émerveillement, l'usage des superlatifs

« Dites-moi sur trois tons : c'est bien, c'est beau, c'est magnifique ; vous aurez là un positif, un comparatif et un superlatif qui sont si grandioses chacun en leur genre, que je rougis de les offrir à votre encensoir ». (Honoré de Balzac, *Lettres à l'Etrangère*, t.1, 1837).

Les églises à pans de bois suscitent l'usage de qualificatifs et superlatifs absolus que j'ai pu relever dans les livres d'or : « *Magnifique, superbe, surprenant, magique, joyau architectural, merveille, nous sommes en admiration, belle, très jolie, très belle, sublime, absolument magnifique, quel ravissement, ravissante, authentique, charmant, typique, very nice, bijou, chef d'œuvre, imperturbable, unlike any church we have seen, imposant, sehr schöne, splendeur éternelle, accueillante, apaisante, quelle beauté, splendide, émouvant, serein, original, excellent, unique, exceptionnelle, un ravissement, magnifique de raffinement, humble, vivante, simple, to be seen, époustouflant* ».

L'idéal de l'authenticité tel qu'il est constitué dans les sociétés modernes peut être caractérisé soit par la nostalgie (impression que d'autres formes de vie, qui correspondent à notre passé, sont plus pures, plus spontanées, plus vraies), soit par le romantisme (exaltation des sentiments, des sensations et de la spontanéité en contrepoint de vies quotidiennes caractérisées par la rationalité moderne). L'usage abondant des superlatifs absolus dans les livres d'or peut correspondre à l'expression de cet idéal.

L'apaisement, le plaisir,

« *Un sentiment extrême de plaisir* », « *cool d'être ici* », « *quelle sensation - d'apaisement pour le stressé que je suis* », « *...où chacun trouve refuge* », « *...on se sent bien...* », « *...inspire la sérénité...* », « *Ambiance paisible et sereine...* », « *Merci pour ce lieu...de paix* », « *...où règne la paix et la sécurité* », « *... on y resterait bien l'après-midi au frais pour méditer* », « *ici je suis en paix* ».

Je relève également le témoignage du guide : « *Alors ça, ça m'épate à chaque fois ; je le ressens à chaque fois et même moi je ressors avec un... moi j'adore faire ce circuit parce que du coup je trouve qu'on a une bonne humeur que les gens sont de bonne humeur...* » (lignes 117-119).

Les sensations procurées par la visite des églises illustre la théorie à laquelle font régulièrement référence les professionnels du tourisme : les 3 R - Ressourcement, Rupture et Retrouvailles.⁴⁹ Cette théorie énonce que les attentes en matière de vacances sont majeures car elles correspondent à la volonté de vivre intensément et de donner du sens à son temps libre. Elles sont complexes car elles reposent sur des dimensions fonctionnelles auxquelles une offre produit va répondre et des dimensions plus immatérielles comme la recherche d'expériences et de sens.

Cette recherche d'expériences s'organise en 3 segments :

- une recherche d'expérience corporelle et intellectuelle : émotion, sensation, raison, épanouissement que nous qualifierons de désir de ressourcement
- une recherche d'expérience spatio-temporelle : rompre avec le quotidien, être dans le présent, l'espace comme un grand terrain de jeu que nous qualifierons de désir de rupture
- une recherche d'expérience sociale : relations humaines, liens familiaux, partage que nous qualifierons de désir de retrouvailles.

Les émotions évoquées ici et la rupture qu'elles procurent avec le quotidien de ces visiteurs relèvent de cette théorie. Les églises répondent à un besoin clairement défini par les professionnels du tourisme.

Le recueillement, la spiritualité

J'ai regroupé ces deux termes car, dans le discours de l'évêque et dans les écrits, ils sont souvent utilisés de manière indistincte pour marquer la notion d'intériorité.

Les églises à pans de bois sont « aussi » des églises.

⁴⁹ <https://books.google.fr/books?isbn=2749506786>
[Béatrice de La Rochefoucauld](#) - 2007, consulté le 31/05/2017

Je constate que 13 personnes sur 25 indiquent être là pour un moment spirituel et les commentaires liés à la spiritualité et au recueillement représentent 15 % des commentaires des livres d'or étudiés.

« Saint Gond, saint inconnu pour moi je vais chercher à te connaître », « Nous revenons sur les traces de notre départ vers Saint Jacques dans ce magnifique édifice pour rendre grâce au Seigneur », « ...pensez à nos défunts, on les aime », « vas manger ton pain dans la joie et boire ton vin dans la gaieté puisque Dieu prend plaisir à ce que tu fais. Je suis incroyant mais touché par cette église », « s'il suffisait de visiter les églises pour appliquer les 10 commandements », « grosse pensée à mes parents enterrés dans ce cimetière », « joyeuses Pâques », « Dieu existe, je l'ai vu ici même », « beaucoup de sérénité dans ce lieu saint ».

L'évêque de Langres évoque ainsi cette invitation muette des églises à la spiritualité : *« ...Parce que à travers la beauté il y a une élévation de l'âme aussi, une élévation spirituelle et un émerveillement et je crois que c'est dans l'émerveillement que se situe aussi la dimension spirituelle ».*

« N'oublions pas que les églises ont été construites par nos aïeux pour rassembler la communauté chrétienne dans les moments forts de son existence, notamment les grands passages de la vie mais aussi les dimanches pour les offices et rassembler la communauté chrétienne pour la gloire de Dieu ».

Cette spiritualité dépasse le rapport éventuel à Dieu ou à la religion. Un article d'Anne Perrin (2007)⁵⁰ explique la relation particulière qui existe entre les hommes et les édifices religieux. Elle évoque la notion de religion civile exprimée par Jean-Paul Willaime (1993) qui désigne l'ensemble des rites qu'une société utilise pour célébrer son être-ensemble. Pour lui, la société française utilise le catholicisme (mais aussi la laïcité elle-même) comme ressource de sens, en quelque sorte faute d'autre chose, pour célébrer ainsi son existence, et en particulier pour en commémorer les moments forts. Je pense qu'ainsi, pour un non-croyant, sa présence dans une église, lui fait

⁵⁰ Perrin A., « un village sans église en France à la fin du XXème siècle », 2007 (<http://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2007-2-page-335.htm>)

revivre des moments de partage dans sa communauté d'appartenance (mariage, obsèques,...) suscitant une émotion emprunte de spiritualité.

Cette possibilité d'un moment spirituel offerte par les églises à pans de bois correspond à une réelle attente des touristes.

« Le tourisme religieux représente 44 % du tourisme français (source Organisation mondiale du Tourisme)⁵¹. Il manifeste une quête spirituelle qui progresse chaque année et auxquels grands sanctuaires et initiatives locales tentent de répondre ».

« ...Toutes ces initiatives répondent à une tendance de fond : le besoin de « tourisme spirituel ». Le site économique la Tribune.fr avait fait l'un de ses gros titres au printemps dernier sur ce phénomène de société. L'été le confirme. Le tourisme spirituel a le vent en poupe. Le visiteur en recherche de spiritualité n'est pas forcément pratiquant, ni croyant d'ailleurs. Mais au cœur d'une société de consommation, il recherche des lieux de respiration, de silence, qui offrent du sens. Au point que les quinze villes sanctuaires se sont réunies en une association, Villes Sanctuaires en France, pour mieux accueillir ces nouveaux pèlerins dont la progression augmente chaque année de 5 à 10 % ».⁵²

1-22 - La visite des églises à pans de bois stimule les sens

« Sentir l'odeur du bois, voir la luminosité de la lumière à travers les vitraux, entendre le chant des oiseaux... profiter du calme... », « Vieux bois de senteur et ces couleurs...et cette rosace...bravo pour le silence. Le silence c'est très important », « et ce vitrail aux magnifiques couleurs donne une luminosité solaire au lieu », « j'adore les vitraux », « ...pour la beauté », « merci pour ce lieu de beauté... », « ...on ne peut que contempler cet endroit... ».

De manière générale, la vue, l'odorat, l'ouïe, le toucher sont sollicités à l'occasion d'une visite d'une église. Par la spécificité des matériaux utilisés (le bois et la terre), les églises à pans de bois exacerbent les sensations : la terre,

⁵¹ « Le tourisme religieux en France, en Europe et dans le Monde »
Geotourweb.com/nouvelle_page_133.htm, consulté le 16/05/17

⁵² <http://www.penseesociale.catholique.fr/Le-tourisme-spirituel/> consulté le 18/05/17

mélangée ici à de la paille, dégage une odeur particulière les jours de pluie, lorsqu'elle se charge d'humidité.

Quant au bois, pourquoi suscite-t-il autant d'émotions ? Le bois dégage une impression de chaleur. Certains l'expliquent par l'analogie avec les chalets de montagne, l'habitat nordique, le feu de bois. Egalement, utiliser l'expression « toucher du bois » pour conjurer le mauvais sort confère à ce matériau des vertus protectrices.

Une étude⁵³ menée par Céline Schall à propos des visiteurs du musée de la boissellerie dans le Jura analyse les représentations qu'ont les publics du bois. Les qualités évoquées à propos de ce matériau sont liées à la vie privée des personnes. Le bois évoque d'abord la chaleur. Il est également associé à une certaine familiarité, un côté chaleureux et agréable. Quand les visiteurs de ce musée évoquent le bois, ils évoquent également une série de sensations : l'odeur, le toucher, et la vue. Le bois semble également évocateur de valeurs, symbole du travail bien fait, de l'amour du travail et d'un temps un peu idyllique, très humain et chaleureux.

La référence à la lumière offerte à travers les vitraux est plus classique, commune à d'autres édifices situés dans d'autres régions. Je peux noter toutefois qu'ils occupent une place importante dans certaines églises et, compte-tenu des proportions, donnent l'impression de remplir totalement l'espace intérieur.

D'un point de vue spirituel, l'évêque de Langres exprime ainsi les effets de la vision du beau : « ...*l'une des qualités première de l'être humain c'est d'être sensible à la beauté. Nous sommes, il est vrai, dans un siècle qui a tendance à être utilitariste et donc, chercher simplement à quoi ça sert. Or c'est dans la profondeur de l'être humain qu'il y a l'expression d'un au-delà des personnes et des choses et la beauté signifie cet au-delà et il y a une gratuité aussi dans la beauté.* »

D'un point de vue médical et psychologique, il est établi que les sens interfèrent avec les émotions : « Lors de toute perception, les signaux sensoriels sont

⁵³Schall C. (2006) « *Le musée de la boissellerie de bois d'Amont et ses visiteurs* », Rapport définitif remis au Musée des Techniques et Cultures Comtoises, Janvier 2006

acheminés jusqu'au centre du cerveau, dans le thalamus, une structure servant de relais distributeur entre les cellules sensorielles et le cortex cérébral. De là, des signaux partent selon deux voies. L'une est courte : vers le système limbique. L'autre est longue vers le cortex cérébral afin de remplir des fonctions complémentaires.

La voie courte correspond globalement à la voie émotionnelle. Elle permet à l'organisme de se préparer à l'action en s'orientant vers une réponse stéréotypée (innée ou acquise)... et surtout, rapide (facteur essentiel lorsqu'il est question de survivre dans un environnement hostile). Les émotions sont des réponses organisées faisant intervenir le cerveau et l'ensemble du corps, à des situations auxquelles l'organisme doit faire face »⁵⁴.

Offrir à voir de belles choses contribue à engendrer des émotions. Les églises à pans de bois, en stimulant les sens, génère des émotions positives.

Pour conclure sur ce point, voici l'extrait d'un livre écrit par Frédéric Chef, « Géographie sentimentale » qui évoque son passage sur le territoire : « *Je m'arrête devant cette église (Chatillon-sur-Broué) à pans de bois, puis entame la collection avec celles d'Outines et Bailly-le-Franc. On a le sentiment que les habitants se sont amusés avec la boîte de « Chalets suisses » de mon enfance. Avec un peu de patience, on pourrait démonter et remonter ces lieux de culte : le clocher, le chœur, le porche. On se sent comme chez soi à l'intérieur. Il y a des tommettes, des lustres à pendeloques, des boiseries et des vitraux du XVIème. On imagine les fidèles prenant les patins avant la messe. Des cosy churches. »*

L'intimité du lieu, la référence à l'enfance, au jeu, autant de paramètres qui concourent à cette charge émotionnelle que je retrouve également dans un des commentaires des livres d'or : « *cet édifice me fait penser à ma maison. Quiétude et tranquillité* ».

1-23 - Les églises à pans de bois répondent à un besoin d'authenticité, de référence au passé

« *Les églises à pans de bois, un pan de notre mémoire de notre histoire de notre patrimoine tellement authentique à sauvegarder* » (extrait du livre d'or d'Outines).

⁵⁴ <http://www.vialas.net/articles/le-sensorielle-face>, consulté le 17/05/17

Ce thème regroupe les commentaires qui traitent du patrimoine, de la préservation du passé, de la transmission aux générations futures. Il représente 26 % des commentaires.

Pour Etienne Pauchant⁵⁵, « la demande d'authenticité exprimée par les touristes répond au besoin identitaire exprimé par de nombreuses populations, qui investissent dans la recherche de leurs racines. Ce double mouvement de l'offre et de la demande a déjà déclenché une gigantesque vague de mesures de restauration, dans l'optique d'un tourisme durable... Dans de nombreuses régions, les habitants cultivent leurs traditions et leurs coutumes, comme leur environnement social. Ce sont des exemples de société authentique ».

La restauration des églises à pans de bois s'inscrit pleinement dans ce mouvement.

(Extrait d'un livre d'or : « *Je retrouve mes racines en voyant ce patrimoine en bon état* »).

L'authenticité doit servir de « pont » entre la demande et l'offre. En effet, les études sociologiques de styles de vie (français et européens), souvent utilisées par le marketing, indiquent depuis plus de vingt ans la permanence et la vitalité d'une tendance liée à la quête de l'authenticité et à la recherche de racines.

Extrait du livre d'or : « Dominique, Michel...sont admiratif face à cette France profonde authentique et qui recèle des trésors d'exception », « ...vieux de plus de cinq cents ans ! », « ...maintenue en bon état et au maximum de ses vieux bois... », « une merveille tellement authentique... »

Véronique et Bernard Cova⁵⁶ (2002) indiquent que l'imaginaire de l'authentique est aujourd'hui dominant dans les sociétés occidentales, coupées de leurs racines. Selon eux, dans le monde post-moderne, l'imaginaire de l'authentique glisse du global vers le local (Extrait d'un livre d'or : « *magnifique illustration de l'histoire locale* ») et du présent vers le passé : « la quête d'authenticité post-moderne se vit alors comme une redécouverte du local et de l'imaginaire qu'il véhicule : le territoire, le terroir, l'ici, les gens d'ici, la tradition, les légendes, les

⁵⁵ Pauchant E. (2000), « *vous avez dit authentique ?* », revue Espaces tourisme et loisirs, n° 169, p. 14

⁵⁶ Cova V. et B. (2002), *Les particules de la quête d'authenticité du consommateur*, Décisions marketing, n° 28, octobre-décembre 2002, pp. 33-42

tribus (...) Comme toute expérience liée au manque, la compensation qu'exprime la quête de l'authenticité est essentiellement fantasmée ».

« *Je viens de Rome...et je suis étonnée par cette église très authentique !!* »
« *Du jamais vu pour ma part ! Content d'être passé par ici, magnifique église d'une authenticité rare* ».

Encore selon Pauchant, « l'authenticité est une réponse qui comble les vœux des touristes : l'authenticité apporte le contraste avec la vie quotidienne ; l'authenticité gratifie le désir de nouveauté ; l'authenticité autorise l'évasion de l'habituel ; l'authenticité garantit la différence ».

L'authenticité serait tout ce qui ne fait pas le quotidien habituel de celui qui part en vacances.

Le touriste occidental, fuyant pour le temps des vacances son entreprise où la solidarité ne joue plus, son quartier où il ne connaît plus personne, ira dans un village (de son pays ou d'ailleurs) rechercher un noyau d'authenticité. L'authenticité livrée par les territoires d'accueil n'est-elle qu'une illusion de ce qui n'existe plus, là-bas comme ici ? Cette théorie est illustrée dans les propos d'un touriste (« *venus du Nord de la France, nous n'avons plus de si belles églises. Nous sommes émerveillés par le travail de nos ancêtres qui n'avaient pas internet et les mêmes outils que nous* »).

Selon Jean-Didier Urbain dans *l'Idiot du voyage*⁵⁷, la revendication d'une capacité à distinguer le faux de l'authentique est constitutive d'une dynamique de la distinction. Le touriste qui se pense « bon » touriste est « celui qui sait identifier les signes du faux, les déchiffrer, et esquiver les lieux, les objets et les hommes faussés par le mercantilisme ». Ainsi, une touriste rencontrée à Lentilles émet des réserves sur le « bon usage » de certains éléments de décoration : le lustre qu'elle juge trop ostentatoire ou le plafond qu'elle pense reconstruit de manière fantaisiste.

Le souci de la préservation du passé est omniprésent dans les remarques formulées dans les livres d'or : « *gardez longtemps ce patrimoine* », « *ce témoin vivant que nos anciens ont construit* », « *malgré les travaux...mais aussi grâce*

⁵⁷ Urbain J.-D. (1991), *L'idiot du voyage, Histoires de touristes, Le voyageur et son double ou le complexe du « faux »*, Ed. Plon, p. 199-208

aux travaux... », « Cette église représente le passé », « ...très beau travail de restauration », « beau travail de préservation de ce superbe bâtiment... », « ...ce patrimoine d'époque qui est à conserver ».

Ce souci est expliqué par Céline Cravatte (2009)⁵⁸ « L'anthropologie du tourisme et l'authenticité. Catégorie analytique ou catégorie indigène ? », Cahiers d'études africaines [En ligne], 193-194 | 2009, mis en ligne le 25 juin 2009, consulté le 17 mai 2017 : « La peur de la fraude et de la mise en scène hante de très nombreux touristes. Des touristes craignent eux-mêmes la destruction de l'authenticité d'un événement ou d'un lieu dès qu'il est fait « pour les touristes ». Certains touristes s'offusquent de la présence d'éléments « modernes » dans la réalisation des danses qui sont interprétés comme un signe de manque d'authenticité, en référence à un passé idéalisé, et comme une dégradation ».

Les remarques formulées à propos des églises relèvent du même souci d'authenticité.

La quête d'authenticité exprimée par les visiteurs ayant laissé un commentaire dans les livres d'or semble donc bien réelle et mérite que les acteurs en charge de la restauration et de la médiation de ces édifices s'en préoccupent lors de leur prise de décision.

Comme un appel, ce commentaire illustre ce besoin : « *Très belle découverte, merveilleux héritage. Puisse la foi des habitants du village l'aider à vivre et à émerveiller toujours et toujours les générations à venir* »

1-3 - Les églises à pans de bois mobilisent les habitants autour d'une dynamique

Que ce soit à titre individuel ou regroupés en association, les personnes qui vivent au voisinage d'un édifice mis en valeur ont pris conscience de l'intérêt qu'il suscite et de l'image valorisante qu'il diffuse sur le territoire.

1-31 Création d'associations et événements, l'exemple d'OUTINES

L'association des amis d'Outines est un exemple particulièrement éloquent du pouvoir fédérateur et dynamique d'une église. Créée en 1972 par le maire du village, Lucien Parfait, pour aider la commune à payer sa part des coûts de

⁵⁸ *L'anthropologie du tourisme et l'authenticité. Catégorie analytique ou catégorie indigène ?*, Cahiers d'études africaines [En ligne], 193-194 | 2009, mis en ligne le 25 juin 2009, consulté le 17 mai 2017

travaux de rénovation, elle a pour vocation la défense du patrimoine architectural que représente l'église du XVIème siècle classée monument historique. Cette église a été totalement restaurée entre 1979 et 1986.

Aujourd'hui, l'association, composée de 68 membres, assure une vie locale riche à travers des manifestations telles que des concerts au sein de l'église, des brocantes, des foires aux livres où les auteurs locaux sont à l'honneur, soirées dansantes. Outre les habitants du village, ces manifestations drainent des habitants des alentours et des touristes.

La culture et le lien social ne sont pas les seuls domaines d'intervention de l'association. En effet, réalisant depuis plusieurs années des bénéfices, elle intervient financièrement sur les travaux d'entretien de l'église puisque c'est sa finalité mais aussi sur des actions de valorisation des abords de l'église comme la participation à l'embellissement végétal de la place faisant office de parking aménagée par la commune à côté de l'église.

La médiation et l'éclairage de l'église sont également assurés par l'association et c'est un point fort contribuant à la satisfaction des touristes. En effet, 12 % des commentaires louent la qualité de l'audio-guide présent dans l'église d'Outines parce qu'il contribue à la compréhension de son architecture et de son histoire. Sur ce point, il faut préciser que l'association est soucieuse de la satisfaction des visiteurs au point qu'elle réfléchit, seule, au remplacement du matériel audio devenu obsolète. Il est regrettable qu'elle ne soit pas accompagnée dans cette démarche qui gagnerait à être traitée de manière globale pour l'ensemble des édifices. Cette initiative limiterait les coûts, optimiserait la solution technique et homogénéiserait l'offre faite aux visiteurs en terme de médiation.

1-32 Valorisation du bâti

« ... ils (les maires) ont pris conscience qu'ils avaient un petit bijou dans leur communes, les habitants pareil. Ils la voyaient tous les jours (leur église), ça faisait partie de leur quotidien. Ils ne voyaient pas la différence entre l'église et leur grange à côté de leur maison. Le fait de voir des gens des quatre coins de la France qui venaient voir leur édifice, voilà... Il y a quelque chose qui se passe ».

C'est en ces termes qu'un des acteurs du territoire décrit l'intérêt progressif des habitants pour leur propre patrimoine à pans de bois.

Ces prises de conscience isolées ont trouvé un appui grâce à des aides publiques pour aider les habitants à rénover leurs maisons. D'autre part des associations se sont créées avec, pour finalité, la sauvegarde du patrimoine, comme l'association des amis du patrimoine chavangeois et des alentours (APCA). Sur la page de son site internet on peut lire :

« Si le terroir de Chavanges (département de l'Aube) a été notre premier terrain d'action (2004), nous avons vite identifié un espace plus large que des traits typiques et des préoccupations communes rassemblent : une nature authentique et des savoir-faire à préserver, des activités touristiques dues à la présence des lacs à diversifier, un habitat traditionnel original (fermes, maisons, églises à pan de bois) à sauvegarder et renouveler, des édifices religieux souvent construits en craie, parfois peu accessibles et menacés de disparition malgré statues et vitraux de qualités. Nous voulons continuer à apporter notre contribution à l'étude de ces sujets, aider les maires et communautés de communes, encourager, dans la mesure de nos moyens associations locales et particuliers, faire circuler par cet outil de communication largement ouvert, informations, conseils pratiques, et permettre ainsi de rassembler les énergies pour une meilleure efficacité ». (<http://www.marne-aube-patrimoine.fr/>consulté le 17/05/17).

Je constate que la valorisation des églises à pans de bois a engendré une prise de conscience et une mobilisation des habitants par rapport à ces édifices mais aussi à leur propre patrimoine. Cette démarche mérite d'être accompagnée de manière régulière et uniforme par les responsables des politiques locales d'incitation à la rénovation du bâti. L'ensemble architectural des villages constitue, en effet, un écrin contribuant à augmenter la satisfaction des touristes via l'esthétisme et l'impression de sérénité ainsi dégagés.

C'est cette impression générale qui émane de ce territoire dont je vais vous rendre compte dans cette deuxième partie de l'analyse des données : les églises à pans de bois contribuent à une vision positive du territoire.

2 - Les églises à pans de bois contribuent à une vision positive du territoire

Les églises sont un marqueur intemporel du territoire. L'évêque de Langres, dans l'entretien qu'il m'a accordé, parle ainsi : « *Je crois que c'est une caractéristique française que d'avoir une église par village. Et donc finalement*

l'église se trouve très souvent au centre du village, elle est un peu l'âme du village. D'ailleurs, on voit bien que quand le clocher sonne, les gens ont le sentiment que le village existe par ce qu'il y a cette chanson des cloches».

Pour renforcer cette idée, je citerai pour ma part, l'expression « querelle de clocher » qui traduit la force identitaire que représente le clocher.

Victor-Hugo, en visite sur le territoire en août 1839 décrit ainsi le paysage qu'il découvre entre Vitry-le-François et Saint-Dizier : « ...le paysage est médiocre...tout est désert...On ne voit pas les villages ; ils sont blottis entre les collines, dans de petites vallées vertes au fond desquelles coule presque toujours un petit ruisseau. Par instants on aperçoit le bout d'un clocher. »

Par sa physionomie, le territoire est, peut-être plus que d'autres, remarqué par ces édifices religieux. Leur symbiose avec lui est d'autant plus forte que, pour les églises qui nous intéressent ici, les matériaux utilisés et les techniques de construction sont totalement identiques aux habitations. Ici, pas de recherche d'« élévation » par la taille ou la morphologie de l'édifice, seul le clocher tente ce rapprochement du ciel.

Je vais donc, dans cette partie, recueillir les éléments permettant de visualiser l'image qu'ont les touristes de ce territoire à travers la visite des églises à pans de bois. Parce que visiter ces édifices c'est aussi traverser les villages qui les abritent, l'analyse de ce point passe par l'impression que dégagent les villages et leurs habitants.

2-1 L'image du territoire, qualificatifs utilisés

Dans les livres d'or, les visiteurs expriment parfois leur ressenti vis-à-vis du territoire qu'ils traversent. Dans les questionnaires, j'ai choisi de prédéfinir dix qualificatifs que j'ai livrés à l'appréciation des visiteurs.

2-12 Les points forts :

Ce que renvoient les livres d'or et les questionnaires :

Environ 8 % des commentaires témoignent de la vision qu'ont les visiteurs de notre territoire :

« Très belle église parmi toutes les autres de notre circuit dans cette belle région. Nous y reviendrons pour approfondir », « nous apprécions cette région, le circuit de ces belles églises, la sérénité de ce village et l'accueil des gens », « très belle église dans très beau village », « très belle église dans un écrin de maisons pittoresques, typiques », « En excursion d'une journée au lac du Der, découverte de ce charmant village et des typiques colombages ».

Les questionnaires, bien que faiblement représentatifs, révèlent également que notre territoire est noté comme « très reposant » par 16 personnes sur 25, « agréable à regarder » pour 14 personnes sur 25 et « authentique » pour 13 personnes sur 25.

Le témoignage de la guide rencontrée est également intéressant à analyser : *« ... Dès que c'est le printemps, je les entends parler, les petits groupes... Le fait que ce soit fleuri et entretenu y a quand même des gens qui décoorent leur devant de maison... Ça donne un aspect entretenu, y a pas de papier qui traînent... ; Franchement, moi j'ai le même ressenti. Sur le circuit des églises l'image du territoire est bonne ».*

2-13 Les points faibles

Le questionnaire évoque deux points qui méritent d'être relevés :

- Le territoire est jugé « assez accueillant » pour 10 répondants sur 19 (très accueillant pour 9 d'entre eux)
- Il est jugé « peu dynamique » pour 8 des 18 répondants à cette question (« très dynamique » pour 4 et « assez dynamique » pour 5)

Il serait intéressant de reprendre cette question pour faire préciser ce que les touristes entendent par « dynamique » et vérifier s'il s'agit d'un point réellement faible. C'est, en effet, l'interprétation que j'en fais mais peut-être que, au contraire, ce manque de dynamisme correspond aux attentes et aux ressentis de « calme » et de territoire « reposant ».

Pour Lentilles, les livres d'or font apparaître **seulement** deux jugements négatifs (sur 188) : *« dommage que la haie circulaire mal entretenue masque la perspective »*

- *« ...léger manque d'entretien de la petite chapelle à droite, dommage ».* Ces deux remarques sont localisées à un endroit précis et n'ont pas une répercussion sur l'ensemble du territoire.

Ces remarques interpellent sur le suivi de l'entretien extérieur et intérieur mais restent anecdotiques.

2-14 La contribution « directe » des églises à l'image du territoire

17 des 23 répondants estiment que l'image des églises renforce l'image du territoire.

Cette tendance confirme le lien étroit entre patrimoine et identité du territoire. Les caractères reposant, esthétique et authentique attribués au territoire sont liés, du moins en partie, à l'appréciation qu'ont les visiteurs du patrimoine à travers les églises à pans de bois.

Il s'agit là d'une vision brute basée sur des questions précises sur le lien églises/identité du territoire.

Pour pouvoir apporter un éclairage plus complet sur ce point, je propose d'évoquer ensuite le rôle des habitants et des acteurs concernés par le circuit des églises dans la construction de la vision du territoire par les touristes.

2-2 - L'image du territoire, regard porté sur les habitants

Je n'ai pas de données « directes » sur la manière dont les touristes voient les habitants. Cependant, leurs commentaires dans les livres d'or témoignent d'une grande gratitude à leur égard :

« merci au conseil municipal d'avoir refusé la construction d'une église en pierre », « ...merci à tous ces passionnés sans qui nous n'aurions pas eu ce grand plaisir des yeux », « ...félicitations à tous ceux qui ont œuvré...Merci, que Dieu soit avec vous », « Merci », « merci pour tout : église superbe...et surtout ouverte », « merci pour l'accueil dans votre église... », « merci de cette porte ouverte à l'intériorité et à la rencontre d'une PRESENCE », « ... Merci pour ce moment », « Thank you for beeing able to visit these beautiful part of history », « Merci pour ce patrimoine si bien conservé ».

Les remerciements liés à l'entretien et à l'ouverture des églises et ceux concernant l'implication des habitants dans la sauvegarde des édifices représentent 19 % des commentaires.

En exploitant les questionnaires, je constate également que les visiteurs ayant échangé avec des habitants durant leur périple (9) sont satisfaits de cet échange.

Le témoignage d'un des acteurs du tourisme local conforte cette impression : « *Je pense que s'ils (les habitants) voient des touristes qui se baladent et qu'ils ont l'air de se perdre je sais qu'il y a des gens qui disent « allez voir tel maison... ».* Les gens ont quand même une ouverture d'esprit qu'ils n'avaient pas forcément y a trente ans. ».

2-3 - L'image du territoire, regard porté sur l'environnement

« *Très belle église dans son écrin de maisons pittoresques, typiques* ».

Les villages que traversent les touristes pour réaliser leur périple sont un point important de l'image renvoyée.

Un membre du jury chargé de récompenser les efforts de fleurissement parcourt chaque année la totalité des villages autour du lac du Der. Il constate : « *Je crois qu'ils sont fiers de leur commune (les habitants). Après, moi, je l'ai vu en termes d'embellissement. Ces communes-là, les habitants mettent des géraniums, entretiennent leur maison, refont leur façade .Les ruines qu'on avait dans les villages on les a vues au fil du temps se résorber. Parce qu'il y a eu aussi un engouement des gens qui ont acheté ces maisons-là, qui en font des résidences secondaires. Voilà. Ce n'est pas directement lié au circuit des églises mais le circuit des églises a contribué à...Quand on passe à Puellemontier, c'est un petit bijou... ».*

En effet, la mise en tourisme des églises a eu pour effet de faire prendre conscience aux habitants de la valeur de leur habitat. Je l'ai évoqué précédemment à propos du bâti. Une sorte d'émulation encourage chacun à apporter une touche particulière notamment grâce au fleurissement des façades. Les communes, elles aussi sont sensibilisées et s'engagent dans « la course au nombre de fleurs ».

L'effet est constatable dans le discours de la guide interviewée : « *Effectivement, à chaque fois j'ai des remarques sur l'entretien des villages qui sont fleuris alors qu'on ne voit personne, en plus. Ça fait pas vivant mais par contre même si on ne voit pas les habitants, le fait que ce soit fleuri et entretenu on se dit c'est vivant quand même* ».

2-4 - Le produit touristique et son environnement constitue une spécificité

Les livres d'or interpellent le lecteur sur le caractère spécifique des églises visitées. Au-delà de l'édifice en lui-même, j'ai recueilli des éléments marquant la particularité du territoire traversé. C'est ce que je vais présenter ici.

2-41 - Les églises à pans de bois, typiques et uniques

Les commentaires dans les livres d'or (8 %) rendent compte du caractère unique et surprenant d'un tel patrimoine :

*« très belle église dans un écrin de maisons pittoresques, typiques »,
« une église remarquable, architecture hors du commun », « magnifique église champenoise, construction unique au monde, un lieu d'exception pour prier... »,
« obligé de s'arrêter pour admirer cette magnifique église qui est rarissime et originale », « révélation d'une architecture régionale de qualité et unique en France ».*

Il s'avère qu'il existe, en France, d'autres régions riches en maisons à pans de bois. Concernant les églises, seule Honfleur est évoquée en France. Il faut ensuite se rendre dans les pays nordiques pour pouvoir rencontrer des édifices religieux en bois.

Les visiteurs évoquent aussi le nombre et la concentration de ces églises dans un rayon de 50 kilomètres.

L'originalité tient aussi dans la construction qui, souvent, ne respecte pas les codes classiques. Cela conduit à rencontrer sur le territoire des églises aux formats différents. D'ailleurs, la guide locale utilise cette diversité de conception pour élaborer un circuit faisant valoir les spécificités de chaque édifice.

Les visiteurs ayant répondu au questionnaire ont largement ressenti cette particularité. Ils sont en effet 20 sur 21 à avoir le sentiment de découvrir un patrimoine « très typique » et pour 17 d'entre eux, « très original ».

2-42 l'environnement des églises, une ambiance « bucolique » et un autre regard sur les choses

Les villages et les routes qui relient les églises entre elles sont empreints d'une ambiance particulière. Ce point est évoqué principalement par la guide locale qui parle d'une ambiance « bucolique » lorsqu'elle fait découvrir ces églises à des groupes de touristes :

« C'est un truc qui m'a frappé dès les premières fois que je l'ai fait et que je ressens. Bucolique c'est le seul mot que j'ai trouvé alors c'est... ils descendent du bus ils marchent en plein milieu de la route, ils en ont rien à faire, des fois je suis obligée de les rappeler à l'ordre. Parce qu'il y a un total relâchement... En fait c'est le côté comme ça : cool ; au fur et à mesure on ressent qu'ils se détendent qu'ils sont bien. On sent, je ne pourrai pas dire...c'est la campagne, c'est le seul moment où je constate ça. »

Plusieurs fois au cours de l'entretien, j'ai essayé de lui faire préciser ce qu'elle entendait par « bucolique » mais aucune autre proposition ne lui apparaissait correspondre à son ressenti. L'usage de ce terme est troublant car il se définit comme ce qui prend pour thème la vie pastorale, ce qui est relatif à la vie de berger au sens premier. Ainsi, même pour évoquer l'ambiance de ces temps de visite, le terme utilisé par la guide évoque une notion en lien avec la religion.

Au-delà de l'ambiance particulière, j'ai relevé également la manière dont la guide évoque le regard des touristes en circuit :

« Les gens sont, comment dire, pas ébahis mais ils réapprennent à ouvrir les yeux sur des petites choses « oh c'est beau la petite forêt le petit champ de colza... ils se laissent imprégnés par des choses toutes simples : le chevreuil qui passe, le troupeau de vaches là, ça les met dans cette ambiance. Je leur montre la luminosité particulière, c'est l'avantage, en février-mars des orages des nuages du soleil et superbe lumière, plein de chevreuils, des « troupeaux » de sept, huit, ils étaient très surpris et puis avec les grues... il y a toujours quelque chose à voir ».

Je retrouve ici une analogie avec le sight (une-chose-devant-être-vue) seeing dont parle Marc Laplante⁵⁹ (1992) lorsqu'il évoque « ces regards portés qui éclairent ce qu'ils voient » Ainsi, les églises ne contribuent pas seules à l'identité du territoire traversé, les villages et les routes empruntées pour s'y rendre contribuent à donner à l'ensemble un caractère particulier, pastoral.

En conclusion, je peux dire que, les églises à pans de bois constituent un élément de patrimoine singulier sur le territoire qui contribue à sa représentation positive. Elles sont devenues, depuis leur restauration, une ressource

⁵⁹ Laplante, « Le patrimoine atout du développement », 1992

touristique reconnue, à laquelle les acteurs du tourisme se réfèrent pour donner du sens et de l'intérêt à la découverte du territoire.

Leur histoire et leur vocation religieuse première leur confèrent une légitimité en tant que « marqueur » du territoire. Les habitants les ont petit à petit reconnues comme un bien commun à valoriser.

Les églises constituent maintenant une ressource qualifiante pour le territoire et contribuent à sa promotion par leur spécificité.

3 - Le rôle déterminant du processus de patrimonialisation dans la mise en valeur des églises à pans de bois

Je me suis intéressée à la manière dont ces églises, parfois négligées voire en péril, sont passées d'un statut de bien « banal » à celui de patrimoine remarquable. Egalement, j'ai souhaité analyser les différentes étapes qui jalonnent le processus de patrimonialisation de ces édifices pour extraire les points de vigilance devant être évoqués dans le cadre du suivi de cet itinéraire en tant que ressource touristique.

Cette démarche me permet d'analyser en quoi les choix et les actions menés dans le cadre de la patrimonialisation des églises à pans de bois servent l'attractivité et l'image du territoire.

3-1 La construction du lac, un traumatisme salvateur

J'ai évoqué dans le cadre théorique le processus qui fait évoluer la vision qu'on peut avoir d'un bien d'une logique d'usage à une logique de mémoire. Cette évolution est souvent liée au sentiment de disparition : « il faut avoir détruit un certain nombre de choses pour se rendre compte qu'il faudrait garder ce qui reste »⁶⁰.

La construction du lac, terminée en 1974, a nécessité la destruction de plusieurs villages. C'est alors que s'est révélé le besoin de préserver des habitations typiques à pans de bois et l'église d'un des villages détruits. C'est une étape majeure dans la prise de conscience que le bâti local constituait un modèle unique d'architecture et méritait une attention particulière. La prouesse technique qui a consisté à démonter puis remonter certains bâtiments

⁶⁰ Davallon J. (2012), Du patrimoine à la patrimonialisation Jean DAVALLON Professeur à l'Université d'Avignon, responsable de l'équipe Culture & Communication (Centre Norbert Elias).

emblématiques rendait également possible l'idée que ces habitations n'étaient pas vouées systématiquement à la dégradation voire à l'incendie sous le seul prétexte qu'elles étaient constituées de matériaux jugés peu nobles et peu résistants au temps.

Dans le même temps, la perspective d'utiliser la masse d'eau constituée par cette réserve, à des fins touristique, a permis de poser un autre regard sur le territoire et ses habitations.

La revalorisation de bâtisses vouées à l'abandon en résidences secondaires de charme a suscité un engouement pour la rénovation des maisons à pans de bois. Les églises, « faites du même bois », ont alors bénéficié d'un regard bienveillant de la part des habitants au point que des associations et des municipalités se sont mobilisées pour leur sauvegarde.

3-2 La phase d'authentification du patrimoine et l'idée du circuit

Les études historiques et/ou techniques ont permis ensuite à ces églises d'être inscrites à l'inventaire des monuments historiques. Les communes, en charge de leur entretien, se sont alors lancées dans des travaux de restauration importants soutenus par la Direction Régionale des Affaires Culturelles.

Dans les années 90, une étude commandée par le syndicat mixte d'aménagement du lac du Der devait démontrer la richesse patrimoniale du territoire proche du lac et le manque de mise en valeur de ce patrimoine pourtant restauré par les communes.

Les membres du syndicat mixte ont alors décidé de communiquer sur les églises à pans de bois en en proposant la visite sous la forme d'un circuit. Ce nouveau produit touristique avait pour objectif d'inciter les touristes à prolonger leur séjour par des activités dépassant le seul intérêt sportif et balnéaire du lac. Cette démarche pouvant également permettre aux communes ne bordant pas le lac de tirer profit de la fréquentation touristique. Selon le syndicat mixte : *« C'était aussi un moyen pour le syndicat du Der de dire « on veut aussi travailler pour des communes qui n'ont pas forcément les pieds dans l'eau ».* Aujourd'hui, je constate que cet objectif est en partie atteint à la lecture de commentaires tels que *« ...avons admiré les magnifiques églises et maisons. Il n'y a pas que le lac du Der. Des cyclotouristes de passage ».*

Ce choix s'inscrit pleinement dans les actions préconisées par des cabinets conseils en matière de tourisme comme « In extinso, tourisme, culture et

hôtellerie »⁶¹ l'exprime 25 ans plus tard : « ...Le grand musée seul peut en effet susciter la venue, mais pas le séjour. La destination doit donc capter les touristes en capitalisant sur sa « tour Eiffel » et développer des activités secondaires différentes, pour proposer une découverte complète, une expérience de la destination dont le point d'orgue sera le site majeur. »).

La question de l'engagement des acteurs dans cette démarche s'est toutefois posée car les avis étaient très partagés. Une des personnes à l'origine de ce circuit l'exprime ainsi : « *Quand on a initié ça, je me suis appuyée sur des maires et des conseillers généraux qui avaient vraiment envie de le faire mais il y avait des conseillers qui votaient contre. Des fois on allait se battre dans des conseils municipaux ou on entendait des discours...on se disait on y arrivera jamais* ».

Là encore, je retrouve un point évoqué dans mes lectures : les acteurs du territoire doivent être capables de jeter un regard distancié sur leur propre identité pour que certaines ressources spécifiques « latentes » passent dans le statut de ressources spécifiques « révélées » consensuellement.

3-3 La démarche de construction du circuit

Faire partie d'un circuit touristique peut procurer un bénéfice pour les communes concernées. C'est pourquoi il a fallu fixer des critères pour sélectionner les édifices pouvant faire partie du circuit et limiter de manière impartiale leur nombre.

Les critères de sélection étaient les suivants : l'édifice devait être inscrit à l'inventaire des monuments historiques, entièrement à pans de bois, ou en pierre s'il disposait de vitraux du 16^{ème} siècle.

Un des acteurs du tourisme à l'origine du circuit justifie le choix des critères ainsi : « *Ne faire un circuit que des églises à pans de bois c'était trop restrictif et puis forcément sur la route on passait par des édifices qui étaient autre que pans de bois donc il fallait trouver un mix* ». Il reconnaît aussi que cette démarche suppose que du patrimoine également digne d'intérêt soit laissé de côté et moins bien représenté en matière de communication. D'autre part, les communes adhérant au syndicat sont, aujourd'hui, en plus grand nombre et certaines auraient pu prétendre à intégrer le circuit. Cependant, principalement

⁶¹ rencontres-tourisme-culturel.culturecommunication.gouv.fr/.../La-culture-levier-majeur-d'attractivité-touristique-05/12/2016, consulté le 01/03/2017

pour des raisons d'ordre pratique comme la signalétique, le circuit est figé. On peut s'interroger sur ce motif qui paraît bien anodin comparé aux enjeux du produit touristique.

En ce qui concerne la démarche, je pense qu'elle aurait méritée d'être plus rigoureuse en matière de sélection des églises faisant partie du circuit. En effet, certaines communes comme Chassericourt, Joncreuil et Arrembécourt font partie du circuit alors que leurs églises ne correspondent qu'en partie aux critères exigés. L'intérêt touristique qu'elles représentent n'est pas évalué, on peut craindre que, par leur manque d'intérêt ou leur vétusté, elles ternissent l'image globale du circuit. D'une manière plus générale, il aurait été intéressant de se situer, en amont, dans la compréhension des besoins des touristes en matière de visites culturelles pour adapter le circuit à leurs attentes.

Enfin, je n'ai pas recueilli d'informations sur la manière dont les habitants ont été impliqués dans la composition de ce circuit. L'entretien et l'ouverture des églises sont réalisés par des bénévoles très impliqués dans la plupart des villages. Par contre, les habitants des villages concernés qui pourraient devenir prescripteurs ou participer à la médiation n'ont pas reçu d'information particulière concernant leur propre église et le circuit dont elle fait partie.

3-4 - La mise en exposition des églises à pans de bois

Pour aider les touristes dans leur découverte et faire la promotion des différents édifices, il est utile de concevoir plusieurs actions.

3-41 - La communication

Une absence de signalétique routière

La signalétique routière propre à toute route touristique n'a pas pu être mise en place pour ce circuit. Les trois départements concernés (Haute-Marne, Marne et Aube) ont refusé l'implantation de panneaux routiers fléchant la route des églises. Le Syndicat Mixte en charge de l'opération a donc réalisé des plaques présentant le circuit apposées devant chaque édifice. Ainsi, la première église visitée donne la possibilité de visualiser la suite du parcours. La personne en charge de la communication sur ce circuit indique qu'elle n'a pas de retour négatif sur le manque de signalisation. La généralisation de l'usage du GPS réduit encore les risques de mauvaise orientation. Si cette absence de panneaux ne semble pas poser de problème particulier aux touristes (« *pas de*

retour négatif sur ce point »), il n'en reste pas moins que c'est un support de communication important qui se trouve empêché.

La présence de deux circuits qui se superposent

La communication sur le circuit dans les offices de tourisme, sur internet mais également sur le terrain est soumise à une difficulté particulière : il existe plusieurs circuits des églises à pans de bois.

Celui qui fait l'objet de cette étude s'intitule « Circuit des églises à pans de bois et des vitraux du 16^{ème} ». Il est composé de 14 églises et s'étend sur une soixantaine de kilomètres.

Cependant, alors que celui-ci était déjà en place, des acteurs du département de l'Aube, soutenus par le conseil régional ont construit un circuit des églises à pans de bois composé de onze églises et englobant certaines des églises présentes sur le circuit initial.

Un acteur du tourisme local l'exprime ainsi : « *Nous on a commencé à dire il faudrait peut-être qu'on essaie de communiquer ensemble et d'avoir une certaine homogénéité. Voilà, les élus ont pu échanger. Mais ils ont fait leur circuit. Nous on s'est exprimé ça a pas forcément été entendu* ».

Lorsqu'un touriste visite certaines églises, il se trouve face à deux panneaux présentant deux circuits différents. « *Cela ne contribue pas à une bonne lisibilité des circuits, du coup* ».

Les résultats du questionnaire que j'ai réalisé font apparaître que seulement 7 personnes sur 25 suivent un des circuits proposés. Le risque de confusion se limite donc à moins d'un tiers des touristes et les églises concernées par ce double cheminement sont au nombre de six.

Il n'en reste pas moins que, même si la gêne réelle est limitée, l'image que renvoie le territoire n'est pas celle de la concertation et de l'homogénéité.

3-42 La mise en lumière des églises

La mise en place du circuit a nécessité des engagements de la part des municipalités sur des actions destinées à l'animer. Ainsi, il a été décidé d'éclairer les églises par des projecteurs extérieurs tous les soirs de juin à septembre et le weekend le reste du temps.

L'objectif étant de créer un but de promenade pour les touristes, la vie nocturne autour du Der étant, à l'époque, bien peu développée. L'investissement en

projecteurs a été réalisé par le syndicat mixte, le paiement des factures d'énergie consommée et l'entretien relève de la commune.

Cette action, si elle n'est pas correctement suivie par l'ensemble des communes peut produire des effets contraires à ceux attendus.

3-43 L'information des visiteurs dans les églises

La médiation a été également pensée à la mise en place du circuit à partir de panneaux installés dans les églises présentant succinctement l'édifice. Ce support a été maintenu, retiré ou modifié au fil du temps selon les édifices. On peut le regretter à la lecture d'un commentaire tel que celui-ci : *« belle église bien restaurée. Les panneaux explicatifs sont discrets et intéressants. Le commentaire audio est bien mais effectivement un peu trop sonore »*.

Par ailleurs, quatre églises ont été équipées d'audio-guide. Le système est maintenant obsolète. Deux ne fonctionnent plus, à Chavanges et Montier-en-Der ; un a été endommagé puis réparé avec difficultés (les pièces de rechange sont difficiles à trouver) et le quatrième fonctionne encore à Outines avec seulement deux bandes audio, le texte est proposé en français et en anglais alors qu'il était également disponible en néerlandais et en allemand.

Concernant les informations fournies par l'audio-guide, l'exploitation des livres d'or démontre un intérêt majeur pour cet outil de médiation. En effet, 12 % en parle avec satisfaction et son mauvais fonctionnement suscite des regrets : *«...merci pour les explications détaillées », « formidable restauration. Très bon commentaire et seulement pour deux euros », « nous ne connaissions pas ce type d'église. Magnifique. Très bonne idée la visite audio et très instructive », « génial ce son et lumière. », « l'explication en néerlandais nous aide bien à tout comprendre », « Très instructif, comme quoi les restaurations (19^{ème}) ne sont pas toujours judicieuses »* ce commentaire montre la bonne acquisition de l'information diffusée.

Il est à noter que les municipalités qui ont en charge la gestion des audio-guides sont démunies devant leur disfonctionnement : les réparations s'avèrent complexes, longues et coûteuses. Les solutions de remplacement sont multiples, demandent une véritable étude et mériteraient d'être examinées de manière globale pour obtenir un marché groupé limitant les coûts. J'ai constaté qu'à l'heure actuelle, chaque responsable de la médiation dans son église cherche une solution de manière isolée. Dans le même temps, une communauté de communes voisine teste un dispositif. Bien que chacun adhère

au syndicat mixte, il semble que le fait de se trouver sur trois départements et dans des regroupements intercommunaux différents est un facteur d'isolement face à des projets de ce type qui mériteraient une certaine cohésion.

3-5 - Le suivi du dispositif mis en place

La création d'un tel itinéraire nécessite, au départ, une volonté et une collaboration forte des décideurs locaux et des acteurs du tourisme. Le syndicat mixte d'aménagement du lac du Der qui avait initié ce circuit et des animations autour de certains sites comme des concerts semble « passer la main » aux municipalités. Son représentant l'exprime ainsi : *« Non, pas d'autres projets. On avait initié des concerts, après les communes ont pris le relais : Outines et Bailly. Il n'y a pas une volonté du syndicat de faire autre chose et d'aller au-delà »*.

En l'absence d'une charte indiquant les engagements de chacun, je constate qu'aujourd'hui, chaque commune ne contribue pas de la même façon à la qualité du circuit.

Ainsi, la mise en lumière organisée de manière à ce que le touriste soit sûr de trouver l'ensemble des édifices éclairés certains jours précis de l'année est maintenant gérée différemment par les municipalités, certaines éclairant leurs églises en fonction de leur propre calendrier d'évènements. Les offices de tourisme ne sont donc pas certains de donner une information correcte sur ce point dont l'objectif initial était tout de même d'inciter les touristes à sillonner les villages en soirée. *« Là avec le temps et le recul y a des communes qui ont joué le jeu mais pas toutes » (source : entretien avec une personne à l'origine du circuit)*.

De la même manière, la médiation est très inégale d'une église à l'autre. Certaines ne disposent même plus d'un panneau explicatif ou sont fermées, d'autres organisent leur propre médiation. Les maires ou les responsables d'association gèrent individuellement cet aspect. Les coûts en sont donc élevés et le tourisme ne retrouve pas d'homogénéité comme il est en droit de l'attendre sur un circuit.

D'autre part, il reste des points de non qualité qui mériteraient d'être traités de manière globale par l'ensemble des élus sous l'impulsion et avec l'aide matérielle du syndicat mixte d'aménagement du Der tels que :

- L'aménagement d'équipements de confort le long du circuit (toilettes, distributeurs de boissons et d'en cas,...)

- La médiation par audio-guide pour l'ensemble des édifices proposés à la visite et sa maintenance
- L'aide à l'animation sur l'ensemble du circuit.

3-6 - La notion de circuit, sa plus-value touristique

« Une route touristique permet à l'automobiliste de suivre un parcours en dehors des grands axes autoroutiers pour lui éviter la monotonie, agrémenter ses déplacements et lui permettre de découvrir les richesses d'une région. Le touriste qui suit une route touristique vit une expérience qui le mettra en contact avec le patrimoine d'une région, qu'il soit culturel, naturel, historique ou autre. Pour l'industrie touristique, la création d'une route touristique permet d'organiser l'offre autour d'un thème et d'un trajet afin de rendre la consommation des produits touristiques et des services plus accessible aux visiteurs et de susciter des retombées économiques pour la région. La route touristique est un outil de développement touristique et sert de lien entre les différents sites qui la jalonnent »⁶².

A la lecture de cet article, on comprend que la route touristique offre un intérêt:

- pour le touriste, qui « vit une expérience »
- pour l'industrie du tourisme, qui en attend des retombées économiques.

Toutefois, cet intérêt n'est réel que si la route (ou le circuit dans le cas qui nous intéresse) est conçue et gérée selon une méthode qui suppose des étapes incontournables pour la rendre efficiente.

Les acteurs qui désirent mettre en valeur un territoire doivent effectivement réaliser un diagnostic et élaborer un plan d'action concerté, déclinant les objectifs visés, les acteurs concernés, le thème du circuit, le trajet, les animations, la communication.

Pour cela, il est nécessaire de :

- évaluer la qualité de ce circuit, au niveau des sites retenus mais également au niveau des aménagements physiques des lieux (stationnement, toilettes, restauration,...).
- s'intéresser à la concurrence
- mettre en synergie l'ensemble des acteurs.

⁶² Dumoulin J. (2003), *Les routes touristiques au Québec : de la conception à la signalisation*, Téoros

- identifier un gestionnaire qui assurera la pérennité du circuit et la planification d'animations sur différents sites.
- assurer la qualité et l'uniformité de l'information fournie aux visiteurs

En appliquant ces recommandations au circuit des églises à pans de bois et après avoir rencontré la personne qui a initié ce circuit, je constate que ces étapes ont été réalisées, en partie, à la création du circuit mais n'ont pas fait l'objet d'une réévaluation 25 ans plus tard. Or, les hommes ont changé (notamment les élus des communes concernées), les édifices ont subi des modifications dans leur structure (surtout ceux qui n'avaient pas fait l'objet d'une rénovation lourde à l'époque), la médiation et la demande des touristes dans ce domaine ont évoluées, la concurrence des autres produits touristiques est plus forte.

Si les acteurs du développement touristique local souhaitent que les églises à pans de bois restent un produit touristique phare, il est nécessaire que soit à nouveau posée la question de l'opportunité de maintenir la communication autour de la notion de circuit. Si tel est le cas, il est souhaitable de réaliser une évaluation (avec une grille d'évaluation garantissant l'objectivité) de ce circuit afin de repérer les actions à mener pour qu'il continue à répondre aux objectifs d'attractivité fixés.

1 - Evaluer le circuit.

Le circuit des églises à pans de bois est issu d'un projet initié il y a plus de 25 ans. Les acteurs du territoire ont changé, même si certains sont encore présents. Le territoire lui-même a changé, la notion de « pays » a vécu, le rôle et le poids de certaines institutions ont évolué. Les découpages territoriaux ont subi plusieurs modifications et des communes nouvelles voient le jour. Les compétences sont réattribuées et celle du tourisme est recentrée sur les communautés de communes. Le tourisme culturel aussi a évolué et les objectifs qui avaient guidé la réflexion des acteurs du tourisme local ne sont peut-être plus d'actualité. Les édifices ont également subi des transformations. Certains sont restaurés tandis que d'autres luttent contre des signes importants de vétusté pouvant remettre en cause leur existence. Les moyens techniques, que ce soit en matière de signalisation routière ou d'aide à la médiation, ont bénéficié des nouvelles technologies et sont plus performants.

Tous ces éléments, et la simple recommandation qui accompagne tout projet conduisent à juger utile que soit réalisée une évaluation du circuit des églises à pans de bois et vitraux du 16^{ème}.

Pour que ce diagnostic puisse être utilisé comme base de réflexion à la redéfinition du projet (ou au maintien en l'état de celui-ci), il est nécessaire de le réaliser à partir d'une grille d'évaluation. Celle-ci offre l'avantage de lister l'ensemble des critères à noter et d'être objectif lors de l'évaluation d'un site à l'autre.

Il y a donc lieu de mesurer la pertinence du circuit, aujourd'hui, en vérifiant que la thématique est toujours appropriée au territoire et à ses enjeux et en tenant compte des autres produits touristiques qui ont pu se développer depuis la naissance du projet.

Parcourir la route avec le regard d'un touriste, en s'intéressant aux abords des routes, aux aménagements, à l'esthétique de l'édifice ; Repérer le petit patrimoine pouvant être également proposé à la visite dans les villages ; Vérifier la qualité de l'accueil sur le site, l'ouverture de l'édifice, les aménagements (parking, toilettes, petite restauration, services,...) ; Evaluer la qualité de la médiation et la prise en compte des langues étrangères.

Il semble que la proposition d'un questionnaire court dans certaines églises puisse constituer également un outil de mesure efficace. En effet, l'enquête que j'ai moi-même menée dans trois églises a bénéficié d'un retour relativement important : environ un questionnaire par jour, dans une période réputée bien moins touristique que juillet-août.

L'ensemble de ces critères devrait donc servir à réaliser un diagnostic, première étape d'une démarche de projet touristique autour des églises à pans de bois. La réflexion devrait être menée sur le nouveau territoire tel qu'il se présente depuis le 1^{er} janvier 2017, date de la mise en place de la dernière étape de la réforme demandée par la loi NOTRe : la création de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Blaise et Der.

2 - Améliorer le diagnostic

La durée et les moyens mis à ma disposition pour réaliser cette étude en ont limité l'interprétation. Néanmoins, elle révèle des points qui interpellent et mériteraient d'être approfondis.

Ainsi, par l'obstacle que constitue l'écrit, on peut penser que les visiteurs étrangers sont sous-représentés dans cette étude. Cependant, leurs commentaires représentent 30 % de ceux contenus dans les livres d'or. Est-ce à dire qu'ils représentent une proportion encore supérieure des visiteurs des églises ? Une étude à destination de ce groupe particulier de visiteurs permettrait d'apporter un éclairage sur leur effectif réel, leurs centres d'intérêt, leur vision du territoire.

De manière plus générale, il serait également utile d'analyser plus finement les conditions d'accueil des touristes, que ce soit sous l'aspect purement matériel (aide au stationnement des camping-cars,...) ou en matière de qualité de la relation avec les habitants ou les professionnels du tourisme.

Les habitants étant également partie prenante d'un projet de territoire, on pourrait s'intéresser à la manière dont ils sont intégrés à la démarche promotionnelle des produits touristiques. Y adhèrent-ils ? Comment peut-on également améliorer leur rôle de médiateur vis-à-vis du patrimoine ? Comment les rendre acteurs de la promotion des biens patrimoniaux ?

L'identité du territoire, construite par la mise en valeur du patrimoine, est-elle celle que les décideurs locaux souhaitent voir émerger ? Comment la renforcer ? Peut-on aller au-delà en tentant de créer sa propre identité, sa marque, avec la naissance d'un produit touristique complémentaire au patrimoine actuel ?

Les pistes d'analyse sont nombreuses et, si elles sont exploitées, permettront à toute démarche de projet future d'être bâtie sur un diagnostic plus solide.

3 - Inclure les choix dans une démarche projet

Les lois de décentralisation des années 1980 renforcent la compétition entre les collectivités territoriales. Les ressources spécifiques représentent une source de différenciation des territoires. La ressource touristique que représentent les églises à pans de bois, par la puissance de ce qu'elles renvoient en terme de ressenti auprès des touristes, mérite d'être au centre de la réflexion du territoire du lac du Der.

Ce territoire est un espace construit et différencié avec une limite et une identité. La notion de territoire va de pair avec celle de projet.

Dans la réflexion qui pourrait être menée dans la construction de ce projet, il y a lieu d'avoir recours au patrimoine. C'est souvent une solution au besoin de reconnaissance de la part de partenaires extérieurs et de renforcement de la légitimité vis-à-vis des habitants qui souhaitent raffermir leur sentiment d'appartenance. D'ailleurs, si l'on souhaite que la patrimonialisation profite au tourisme, il est nécessaire que les différents acteurs, et prioritairement la population locale, se l'approprient.

« Le projet de territoire ... revient à inventer collectivement le devenir de ce dernier en termes d'aménagements et de développement avec les habitants qui y vivent et ceux qu'il accueille » (Boutinet, 2005).

4 - Se poser, à l'occasion de cette réflexion globale, la question du petit patrimoine :

Les théories en matière d'analyse économique du patrimoine (Grefte, 2003) considèrent que celui-ci constitue un écosystème. Le fait de découvrir du « petit

patrimoine » sur des sentiers de randonnée est un facteur d'attraction supplémentaire pour les visiteurs des monuments les plus remarquables. Il y a interdépendance des différents types de patrimoine.

Il est donc important que les collectivités territoriales fassent converger les initiatives des divers acteurs, qu'il s'agisse de campagnes de promotion, d'optimisation des sites internet, d'entretien des sentiers, de soutien de l'animation culturelle.

Le « petit » patrimoine ainsi mis en valeur peut constituer une visite complémentaire attractive. Ainsi, chaque village disposant d'une église remarquable peut proposer un circuit incluant ses autres éléments patrimoniaux (lavoirs, fontaine, maison pittoresque, sentier d'interprétation, ...).

Cette réflexion peut également être élargie à d'autres formes de patrimoine (culinaire, artisanal, folklorique,...), pensée dans le cadre d'une structuration de plusieurs projets.

5 - Mener une réflexion sur le territoire élargi des grands lacs

La présence de deux grands lacs (La forêt d'Orient et le Der) positionnés entre deux grandes villes attractives (Reims pour son champagne et Troyes pour sa maille et son patrimoine) est un élément à prendre en compte dans la réflexion sur l'avenir touristique de la Région Grand-Est.

En effet, il peut être bon de considérer le séjour touristique d'un visiteur venant de l'étranger ou d'une autre région comme un road-trip dépassant le cadre exigü du territoire du lac du Der, reliant Reims (ou Dijon), à Paris, en passant par Troyes.

Les grands lacs et leur patrimoine deviennent alors un espace de transit dans lequel les églises à pans de bois constituent une halte culturelle atypique.

L'opportunité d'une telle option mérite d'être confortée par une étude concernant les motivations et comportements des touristes étrangers ou éloignés.

En constituant un élément commun à un groupe, le patrimoine participe à la construction de l'identité collective. Les églises à pans de bois constituent ce patrimoine commun aux départements de la Marne et de l'Aube.

La notion de territoire élargi à la région des Grands Lacs est à étudier pour optimiser l'offre touristique régionale et rester concurrentiel par rapport à d'autres régions mieux dotées en ressources touristiques naturelles. Une route des églises à pans de bois (plutôt qu'un circuit) permettrait à un touriste de se rendre d'un point attractif à un autre par un chemin de traverse donnant du sens à son voyage.

6 - Les actions pouvant être menées indépendamment de cette démarche globale

En tout état de cause, il semble relativement urgent de mener différentes actions dans le but de satisfaire au mieux les visiteurs.

6-1 La mise en place d'une nouvelle génération d'audioguide et sa généralisation

J'ai évoqué l'intérêt majeur que constitue l'audioguide, clairement vérifié à Outines. L'initiative de l'association est saluée par grand nombre de visiteurs et mériterait d'être reprise par un acteur repéré, doté de moyens humains et financiers. Ceci permettrait de généraliser de manière homogène ce système de médiation qui se substitue utilement aux visites guidées et aux supports écrits.

Les avancées technologiques permettent aujourd'hui de proposer des audioguides individuels laissant une grande liberté aux visiteurs qui peuvent gérer le rythme et le sens de leur visite.

Il faut veiller au choix du matériel à utiliser. Un audioguide interactif offre des garanties en matière de robustesse, de facilité de programmation et permet une autonomie importante de l'utilisateur. La fiabilité du matériel est un élément important car, lorsque la technologie ne suit pas, les défaillances obnubilent le visiteur et peuvent devenir un obstacle à la relation avec l'objet regardé.

L'audioguide interactif offre également une hiérarchisation des contenus. Ainsi, chacun peut adapter sa visite en fonction de ses connaissances personnelles sur l'art religieux et aussi selon ses centres d'intérêt (architecture, vitrail,...).

D'un point de vue purement pratique, il est recommandé de privilégier l'achat du matériel par les collectivités plutôt que d'avoir recours à un

contrat de concession compte-tenu du nombre de visiteurs (l'achat est préférable en dessous de 300 000 visiteurs par an).

L'appareil multimédia, quant à lui, par sa modernité, pourrait sembler l'outil à privilégier. Cependant, l'attractivité de son écran détourne le regard des visiteurs et fait obstacle à la contemplation des œuvres.

En matière de médiation, mon étude révèle également que les besoins exprimés par les touristes relèvent de l'histoire, peut-être d'ailleurs plutôt de la « petite » histoire comme le suggèrent certains spécialistes de la médiation culturelle.

L'intérêt marqué pour le passé et l'architecture laisse à penser que les efforts de médiation doivent porter sur ces points. Par exemple, on peut imaginer que la présence de deux photos présentant l'intérieur de l'église de Lentilles avant et après restauration et expliquant les motivations des habitants et des restaurateurs serait d'un grand intérêt.

6-2 Les églises comme lieu d'exposition

Profiter de la notoriété de certains édifices ou, au contraire, attirer les visiteurs dans des lieux moins connus, tel pourrait être l'objectif d'expositions temporaires, validées par le clergé.

Dans le même esprit, la présence de petites expositions issues du festival international de la photo animalière et de nature de Montier pourrait constituer un moyen de diffuser les images au-delà des quatre jours consacrés au festival et des lieux plus conventionnels. Cette diffusion serait un bon support promotionnel pour l'AFPAN, compte-tenu du nombre de visiteurs estimés dans certains édifices.

L'autre intérêt est de « faire vivre » ces édifices qui pâtissent peut-être d'une image statique de musée. Il est bon de rappeler que le caractère ludique de ses activités est recherché par le touriste.

Conclusion :

Le travail d'investigation mené autour des églises à pans de bois m'a permis de confirmer l'impression selon laquelle ce patrimoine joue un rôle majeur dans l'attractivité du territoire du lac du Der.

En suscitant des émotions fortes elles répondent aux aspirations des touristes attirés par la culture et à la recherche de visites porteuses de sens mais aussi des visiteurs simplement curieux, souhaitant réaliser une visite patrimoniale atypique.

Elles renforcent également l'attractivité du territoire de manière indirecte en éveillant, chez les habitants des villages hébergeant ces édifices, un sentiment de fierté qu'ils concrétisent en embellissant leurs maisons et leur environnement. De même, le cheminement dans la campagne à la recherche des églises est un moment propice à la découverte presque naïve d'un art de vivre. L'image du territoire, jugé reposant, s'en trouve renforcée.

Je peux également dire que la mise en valeur de ces édifices a été bien menée et a conduit certaines municipalités à se sentir plus impliquées dans le développement du territoire. Cependant, la mise en exposition de ces églises a bénéficié d'un suivi inégal et cette situation peut engendrer quelques mécontentements, notamment en ce qui concerne l'accueil des visiteurs.

En réalisant ce travail de recherche j'ai pu mesurer la richesse des livres d'or, réceptacle de remarques souvent très personnelles et libérées de toute pression. Abordant aussi bien des questions d'ordre pratique que des réflexions chargées de spiritualité, la lecture des commentaires permet de comprendre le ressenti des visiteurs. Ce support est encore trop peu répandu dans les églises alors que les commentaires qu'il renferme pourraient constituer une base de travail solide dans les réflexions menées en matière de tourisme culturel sur le territoire.

L'exploitation du questionnaire m'a permis, par contre, de constater qu'il était encore un outil imparfait, notamment parce qu'il n'a pas fait l'objet d'un test préalable. Le nombre de réponses (une par jour) pour un questionnaire relativement long (7 pages) laisse supposer qu'il pourrait utilement être repris, en l'améliorant, pour obtenir des données en plus grand nombre, plus représentatives et fiables.

En interprétant les données collectées, j'ai identifié quelques éléments qui sont des points d'appui à une réflexion nouvelle. Ainsi, il serait intéressant de reconstituer le périple des visiteurs pour mieux appréhender des notions comme le nombre et la nature des édifices visités. Car, à priori, certains sont délaissés, d'autres peu accueillants. La notion de circuit est, elle-même, contestable compte-tenu du faible nombre de visiteurs qui déclarent le suivre. Un autre sujet de réflexion semble être la variation du nombre de commentaires sur l'année. Celle-ci laisse apparaître une saisonnalité moins marquée que supposée. Peut-être que des visiteurs présents sur la journée et donc non repérés par l'exploitation des nuitées viennent modifier les données. En tout état de cause, il semble intéressant de vérifier cette tendance. Si elle devait être confirmée, il pourrait être opportun d'envisager une promotion simultanée des églises et de l'ornithologie (deux ressources touristiques majeures peu soumises aux conditions climatiques) pour contribuer à lisser davantage la fréquentation touristique.

Enfin, les résultats du questionnaire laissent apparaître une réserve quant au territoire en matière de dynamisme et d'accueil. Ces deux aspects mériteraient d'être étudiés en profondeur.

Les recherches théoriques menées sur le tourisme culturel tendent à catégoriser les motifs de visites, les ressentis des visiteurs selon le type de patrimoine visité, un château ne suscitant pas les mêmes émotions qu'un musée, par exemple.

En ce qui concerne les églises à pans de bois, je suis tentée de penser qu'elles sont concernées par tous les registres de ressenti. D'abord, parce que les églises restituent une ambiance particulière, elles sont propices au lâcher-prise, comme le souligne l'évêque de Langres : « *Et je crois que n'importe qui peut rentrer dans une église et au-delà de la compréhension immédiate des objets qui s'y trouvent, il y a l'atmosphère, je crois que c'est là que se joue le plus important* ». Egalement, parce qu'elles touchent chacun de nous, croyants ou non par les souvenirs personnels qu'elles procurent, témoins d'évènements rassembleur dans les grands moments de la vie. Ensuite parce que celles-ci sont appréciées pour leur grande simplicité, leur taille et les matériaux utilisés pour leur construction, tel que l'exprime ici un visiteur : « *Belle église d'une pureté par ses matières qui l'habillent, elle nous transporte dans une simplicité bien*

réelle », *Livre d'or d'Outines*, 31 juillet 2015. Enfin parce que leur architecture originale incite au respect des bâtisseurs, à l'admiration.

Tout à la fois, donc, lieu de spiritualité, de bien-être et d'étonnement, elles semblent se « vendre » seules, attirer le visiteur sans « racolage » tel ce commentaire : « *obligé de m'arrêter pour admirer cette magnifique église...* ».

Au-delà du temps qui passe et de la désaffection pour les pratiques religieuses, n'auraient-elles pas réussi à remplir leur mission en développant l'esprit autour du beau et du sacré ? Les acteurs du tourisme ne doivent cependant pas se laisser prendre à cet « enchantement » au point d'en oublier les règles de base d'un accueil de qualité.

Les décideurs locaux doivent, quant à eux, soutenir les efforts de restauration car le temps qui passe dégrade des matériaux aussi fragiles que la terre et le bois. La force que constitue cette spécificité deviendrait alors la faiblesse pour les années à venir. Le patrimoine est exigeant.

Sauvegarder les édifices religieux, c'est aussi maintenir leur place sur le territoire. Viollet-le-Duc comparait un édifice bâti à un organisme vivant qui, pour maintenir sa raison d'être, doit évoluer par des transitions et des transformations. Il exprima cette conviction dans son Dictionnaire de l'architecture du XI^{ème} au XVI^{ème} siècle, par une formule restée célèbre :

« Restaurer un édifice n'est pas seulement l'entretenir, le réparer, le repeindre... Le meilleur moyen de le préserver, c'est de lui trouver un emploi ».

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages :

Amirou, R. (2000). *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris : PUF. Collection La politique éclatée.

Bertho Lavenir, C. (2004). *La visite du monument*, Presses Universitaires Blaise-Pascal

Boyer, M. (1999). *Le tourisme de l'an 2000*, Presses Universitaires de Lyon.

Garnier E. et SERRE F. (2015), *Patrimoine Identité et Développement Territorial*, Editions La librairie des territoires

Laplante, M. (1992). *Le patrimoine atout du développement*, Presses Universitaires de Lyon.

Lazzarotti, O. (2011). *Patrimoine et tourisme*, éditions Belin.

Urbain J.-D. (1991), *L'idiote du voyage, Histoires de touristes*, Ed. Plon

Articles :

Boyer, M. (2002). *Comment étudier le tourisme ? Ethnologie française*, vol. 32 (3), 393-404

Choay F. (2009). *Le patrimoine en questions*, pp 194-222

Morel, A. (1993). *Identité et patrimoine, Revue internationale d'anthropologie et de sciences humaines*, p 65-75

Urbain, J.D. (2013). *Le touriste et l'histoire, Voyages d'agrément et envies du passé*, n° 177, pp. 59-71

Autres publications :

Ariès P. (1954), *le temps de l'histoire*, éditions Monaco, p. 90

Bachimon P. (2013), *Vacances des lieux*, Paris, Belin, p. 131

Bruckner P. (1983), *le sanglot de l'homme blanc*. Tiers monde, culpabilité, haine de soi, Ed. du Seuil

Babadzan A. (2001) *L'invention des traditions et le nationalisme*», Journal de la Société des océanistes, 109, p. 13-35

Babelon J.P., Chastel A. (1994), *La notion de patrimoine*, Liana Lévi

Béra E., Paris E. (2007) *Usages et enjeux de l'analyse des livres d'or pour les stratégies culturelles d'établissement*, in : Eidelman J., Roustan M., Goldstein B., « La

Place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées », Paris, Éd. La Documentation française, pp. 199-211

Barthes R. (1970). *Mythologies*. Paris : Le Seuil (1^{re} éd. 1957 Landel P.-A. (2007), *Invention de patrimoines et construction des territoires*, in La ressource territoriale, Géographie, Economica - Anthropos, Paris, 157-176

Boutinet J.- P. (2005), *Anthropologie du projet*, coll Quadrige, PUF, Paris

Cavaignac F. (2003), *les chemins de mémoire, une initiative de l'Etat*, in Tourisme de mémoire, n° 80, p. 12

Chartier R. (1987), *Le passé composé* in, Traverses 40, «Théâtres de la mémoire», p 15

Colletis G. et B. Pecqueur (1993), *Intégration des espaces et quasi intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ?*" dans M. Bellet, G. Colletis et Y. Lung, Economies de proximités, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°3, sept.-oct., pp. 489-508.

Cova V. et B. (2002), *Les particules de la quête d'authenticité du consommateur*, Décisions marketing, n° 28, octobre-décembre 2002, pp. 33-42

Davallon, J. (2012). *Du patrimoine à la patrimonialisation*

preac.crdp-paris.fr/fileadmin/user_upload/Ressources/2012/1_Jean_Davallon.pdf

Dumoulin J. (2003), *Les routes touristiques au Québec : de la conception à la signalisation*, Téoros

Enzensberger, H. M. (1965). *Culture ou mise en condition* (traduit de l'allemand), Julliard, p. 167, cité par

Fourny M.-C. (2008), *Les stratégies identitaires de conservation et de valorisation du patrimoine*. Dir Fabrice Thuriot, Jean-Claude Nemery, Michel Rautenberg, Paris, L'Harmattan, pp 102-103

Fraenkel B. (2002), *Les écrits de septembre*, New-York, Paris, Textuel

François, H., Hirczak, M. et Senil, N. (2006). *Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources*, pp. 683-700.

Grefte X. (2004) « *La valorisation économique du patrimoine* ». *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, n° 2, p. 141-142

Gravari-Barbas (1996), *Le « sang » et le « sol »*. Géographie et cultures n° 20, p. 55-67

Heinich N. (1991), *La gloire de Van Gogh : Essai d'anthropologie de l'admiration*, Paris, Minuit, p. 180

Hirczak, M., Moalla, M., Mollard, A. (2005), *Du panier de biens à un modèle plus général des biens complexes territorialisés : concepts, grille d'analyse et questions*, *Symposium international INRA - PSDR* : Lyon, 17 p.

Kebir, L. (2006). *Ressource et développement régional, quels enjeux ?* Revue d'Économie Régionale & Urbaine

Landel P.-A. (2007), *Invention de patrimoines et construction des territoires*, in La ressource territoriale, Géographie, Economica - Anthropos, Paris, 157-176 ; cité par Garnier E.

Mac Canell, D. (1973). *Arrangements of social space in tourist setting*. pp. 589-603. Cite par Laplante

Miles, R. (1998). *La révolution de la muséologie des sciences*, pp .249-266.

Monferrand, A. (1994). *Cahier Espaces*, pp 39-45

Pauchant E. (2000), *vous avez dit authentique ?*, revue Espaces tourisme et loisirs, n° 169, p. 14

Pekarik A. (1977), *Understanding visitor comments. The case of "Flight time Barbie"*, Curator, the Museum Journal, 40, p.56-68

Rech, G. (2016). *L'accueil des visiteurs dans les églises du Trentin, Conflits et arrangements autour d'un patrimoine vivant*, Archives de sciences sociales des religions

Riegel A. (2016), *Le culte moderne des monuments*, traduit par Matthieu Dumont et Arthur Lochmann, éditions Alia

Senil N. (2011), *Une reconstruction de l'espace-temps : approche croisée des processus de patrimonialisation*, Thèse de doctorat, Grenoble, cité par Garnier E.

Urbain J.D.(2011), *l'Envie du monde*, Paris, Bréal, p. 243

Utard, J.M. (2005). *Du patrimoine au « proximoine »* ou le présent d'une illusion, mots. Les langages du politique, n° 77, pp 137-143

Tuan Y.- F. (1990), *Topophilia, a study of environmental perception, attitudes and values*, Columbia University Press, New-york, Morningside

Turner, V. (1978). *Image and pilgrimage in Christian Culture*, New-York, Columbia University Press

Veschambre V. (2007), *Le processus de patrimonialisation : revalorisation, appropriation et marquage de l'espace*, in Café géo, article 1180

Vernières, M. (2016). *Un exemple de territoire rural isolé s'efforçant de valoriser son patrimoine Le Larzac aveyronnais*, hal-01261093

Autres sources :

Les rencontres du tourisme culturel, 16 décembre 2016, Centre Pompidou, La culture, levier majeur d'attractivité touristique.

MaHoC - Conseil et Ingénierie Touristique, Etude 10 novembre 2015, « *Stratégie Marketing du lac du Der 2016-2021* »

Schall C. (2006) « *Le musée de la boissellerie de bois d'Amont et ses visiteurs* », Rapport définitif remis au Musée des Techniques et Cultures Comtoises, Janvier 2006

Sites internet :

L'anthropologie du tourisme et l'authenticité. Catégorie analytique ou catégorie indigène ?, Cahiers d'études africaines [En ligne], 193-194 | 2009, mis en ligne le 25 juin 2009, consulté le 17 mai 2017

Rencontres-tourisme-culturel.culturecommunication.gouv.fr/.../La-culture-levier-majeur-d'attractivité-touristique. Consulté le 01/03/17.

Maurence E. consultants – Charente Tourisme – CCI Angoulême, Impact économique du FIBD 2014, espace-pro.lacharente.com/content/.../26413/.../seminaire14novembre-impactFIBD.pdf. consulté le 10/03/17

Drouin, M. (2005). *De la fréquentation du « petit patrimoine » : Chapelles et tourisme en Bretagne*, mis en ligne le 01/009/13, consulté le 30/01/17

Landel, P.A., Senil, N. (2009). Patrimoine et territoire, les nouvelles ressources du développement, Dossier 12, Identités, patrimoines collectifs et développement soutenable, mis en ligne le 20 janvier 2009, consulté le 20/03/17.

<http://www.haute-marne-eco.fr>

Insee Dossier Alsace-Champagne-Ardenne-Lorraine n° 1 - Septembre 2016

Le portail de l'Observatoire Départemental des Entreprises et des Territoires.
<http://www.haute-marne-eco.fr> <https://books.google.fr/books?isbn=2749506786>

Béatrice de La Rochefoucauld - 2007, consulté le 31/05/2017

<http://www.vialas.net/articles/le-sensorielle-face>, consulté le 17/05/17

ANNEXES

Annexe 1 : Questionnaire laissé à la disposition des visiteurs dans les églises

Bonjour Madame, Monsieur,

Je réalise, en tant qu'étudiante à l'Université de Sciences Humaines de Nancy et en collaboration avec l'Office de Tourisme du lac du Der, une enquête sur les églises à pans de bois de notre territoire. Notre objectif est de mieux comprendre vos attentes afin d'améliorer la qualité de notre accueil et des informations dispensées.

Je vous remercie sincèrement pour l'aide que vous m'apportez en acceptant de remplir ce questionnaire. Cela vous prendra environ 5 minutes.

Christiane WELTI, en Master « Conduite de Projets et Développement des Territoires ».

VOS HABITUDES

Q 1. Est-ce la première fois que vous venez sur le territoire du lac du Der ?

- Oui, → Si oui, passez à la question Q 4.
- Non

Q2. Si non, combien de fois êtes-vous venu(e) ?.....

Q3. Avec quelle régularité ?

- Plus de 12 fois par an
- Entre 6 et 12 fois par an
- Entre 1 et 5 fois par an
- Moins d'une fois par an

Q4. Quelle est la raison première de votre venue sur le territoire du lac du Der ? (Cochez le motif principal)

- Activités sportives ou balnéaires autour du lac
- Ornithologie
- Intérêt pour le patrimoine
- Visite à la famille ou à des amis
- De passage uniquement
- Autre, précisez.....

Q5. Au cours de l'année 2016, avez-vous réalisé des visites de monuments historiques?

- Jamais
- 1 à 2
- 3 à 6
- 7 à 9
- 10 et +

Q6. Lors de ces sorties, combien d'églises avez-vous visitées ?

Q7. Pouvez-vous indiquer quelles sont les églises visitées ?.....

.....

VOTRE RAPPORT AUX EGLISES

Q8. Avez-vous des connaissances en matière d'art religieux ?

- Oui
- Non

Q9. Quel aspect de l'édifice vous intéresse ? (Plusieurs réponses possibles)

- L'art religieux
- L'architecture
- L'esthétique
- L'ancienneté des éléments
- Autre, précisez.....

Q10. Au cours de votre visite, faites-vous des photos ?

- Non, →Si non, passez à la question Q12.
- Oui

Q11. Si oui, de quelle nature ? (plusieurs réponses possibles)

- Gros plans de détails à l'intérieur de l'édifice
- Vue d'ensemble de l'intérieur de l'édifice
- Vue extérieure de l'édifice
- Maisons ou autres images du village
- Autre, précisez.....

Q12. Que regardez-vous dans ces églises en matière d'art religieux ?

- Les vitraux
- Les statues
- Les tableaux
- Les éléments de décoration
- Le mobilier
- Rien
- Autre, précisez

Q13. Quelles motivations vous poussent à visiter ces églises ?

- Moment spirituel
- Intérêt pour l'architecture
- Curiosité
- Obligation de voir ce qui est conseillé par les guides
- Autre, précisez.....

Q 14. Savez-vous que les villages d'OUTINES et LENTILLES se situent sur le chemin de Compostelle ?

- Oui
- Non

Q15. Est-ce que cette information change le regard que vous portez sur ces deux édifices ?

- Pas du tout
- Un peu
- Beaucoup

LE CIRCUIT QUE VOUS SUIVEZ AUJOURD'HUI

Q16. Suivez-vous un des deux circuits des églises à pans de bois proposés ?

- Oui
- Non

Si oui, lequel ? (cocher une des deux photos)



Q17. Comment avez-vous découvert ce circuit ?

- Office de tourisme
- Internet
- Habitants
- Par hasard
- Autre, précisez.....

Q18. Combien d'églises avez-vous visité sur ce circuit ?.....

Q19. Combien d'églises prévoyez-vous de visiter après cette église ?.....

Q20. Prévoyez-vous de ne pas visiter certaines églises ?

- Non → passez à la question Q23.
- Oui

Q21. Si oui, lesquelles ?.....

Q22. Si oui, pourquoi ?

- Manque de temps
- Manque d'intérêt
- Fatigue
- Lassitude

Q23. Vous réalisez ce circuit sur :

- Une demi-journée
- Une journée
- Plusieurs jours → Combien ?.....

Q24. En réalisant ce circuit, avez-vous le sentiment de découvrir un patrimoine :

(Pour chaque proposition cochez la case qui correspond à votre réponse)

	Très	Moyennement	Pas du tout
Exceptionnel			
Unique			
Typique			
Original			
Intéressant			

L'INFORMATION (MEDIATION) DISPENSEE DANS LES EGLISES

Q25. Avez-vous lu les informations, éclairant la visite, proposées dans les églises ?

- Systématiquement
- Partiellement
- Pas du tout → Pourquoi ?.....

Q26. Est-ce que les informations ont été suffisantes ?

En quantité :

- Oui
- Non

En qualité :

- Oui
- Non

Q27. Si non, qu'auriez-vous aimé trouver comme informations ?.....

.....

Q28. Etes-vous satisfait de la visite de cette église ?

Très	Assez	Peu	Pas du tout
------	-------	-----	-------------

--	--	--	--

VOTRE VISION DU CIRCUIT DES EGLISES

Q29. Etes-vous satisfait de l'ensemble du circuit ?

Très	Assez	Peu	Pas du tout

Q30. Aviez-vous des attentes en réalisant ce circuit ?

- Oui
- Non

Q31. Si oui, ces attentes ont-elles été satisfaites ?

- Totalement
- Partiellement
- Pas du tout

Q32. Conseilleriez-vous ce circuit à un ami ?

- Oui
- Non

VOTRE VISION DE NOTRE TERRITOIRE

Q33. Comment qualifieriez-vous notre territoire ? (plusieurs réponses possibles)

- Attractif
- Typique
- Tranquille
- Authentique
- Peu intéressant
- Autre.....

Q34. D'une manière générale, jugez-vous notre territoire

	Très	Assez	Peu	Pas du tout
Accueillant				
Dynamique				
Agréable à regarder				
Reposant				
Intéressant à visiter				

Q35. L'image que vous renvoient nos églises

- Améliore
- Dégrade

- Ne modifie pas l'image que vous aviez de notre territoire avant cette visite.

VOTRE EXPERIENCE AVEC LES HABITANTS DES VILLAGES PARCOURUS

Q36. Avez-vous rencontré des habitants au cours de ce circuit ?

- Oui
 Non

Q37. Si oui, avez-vous échangé avec eux ?

- Oui
 Non

Q38. Si oui, sur quel thème ?

- Recherche de clefs pour ouvrir une église
 Besoin d'information sur l'église
 Besoin d'information sur le village
 Besoin d'information historique
 Question d'ordre pratique (besoin d'eau, recherche d'un magasin d'alimentation,...)
 Autre, précisez.....

Q39. Etes-vous satisfaits de cet échange ?

- Oui
 Non

Q40. Si non, pourquoi ?.....

VOUS...

Q41. Vous êtes...

- Un homme
 Une femme

Q42. Vous effectuez cette visite

- Seul
 En couple
 En famille
 Entre amis

Q43. Vous avez...

- Moins de 18 ans
 De 19 à 25 ans
 De 26 à 35 ans
 De 36 à 55 ans
 De 56 à 70 ans
 Plus de 70 ans

Q44. Votre activité principale est...

- Agriculteur
- Artiste
- Au foyer
- Cadre/Profession intellectuelle sup.
- Commerçant, artisan, chef d'une petite entreprise
- Chef d'entreprise (moyenne ou grande)
- Employé
- Enseignant
- Etudiant/Ecolier
- Ouvrier
- Profession libérale
- Retraité (SVP, cochez également la case de votre ancienne profession)
- Sans emploi
- Autre, précisez.....

Q45. De quelle région (ou pays) venez-vous ?.....

*Voilà, c'est terminé. Un grand merci à vous ! **Vous pouvez laisser ce questionnaire à cet endroit, je viendrai le relever dans les jours qui viennent.***

Annexe 2 : Guide d'entretien avec les visiteurs

THEMES A ECLAIRER	QUESTIONS
<p>RESSOURCE SPECIFIQUE :</p> <p>Motif premier de présence sur le territoire ou complément de séjour ?</p> <p>Vérifier l'aspect « inédit » du circuit</p> <p>Catégoriser les visiteurs (fêrus de culture ou curieux)</p> <p>Qu'est-ce qui est regardé ? (architecture, environnement,...)</p>	<p>Pouvez-vous évoquer la place de ce circuit dans vos habitudes touristiques ? (1)</p> <p><i>Ce circuit est-il la raison principale de votre visite sur le territoire ? (2)</i></p> <p><i>Avez-vous l'habitude de visiter du patrimoine religieux et ce circuit est-il inédit pour vous ?</i></p> <p><i>Quelles sont vos pratiques en matière de visites culturelles ?</i></p> <p><i>Quel aspect de l'église ou de son environnement vous intéresse ?</i></p>
<p>MOTIVATIONS MULTIPLES :</p> <p>Niveau de connaissances initial des visiteurs</p> <p>Leurs envies (recherche de sens, émotions, esthétisme,...)</p> <p>Pourquoi en visiter plusieurs ? (trie, critères de choix)</p>	<p>Pouvez-vous me parler de vos motivations pour réaliser ce circuit ?</p> <p><i>Comment vous situez-vous en matière d'art religieux, d'architecture ?</i></p> <p><i>Que recherchez-vous en visitant des édifices de cette nature ?</i></p> <p><i>Pourquoi vous êtes-vous engagés dans le circuit ? Décrivez votre parcours et les raisons de vos choix.</i></p>
<p>BESOINS EN MEDIATION ET COMMUNICATION :</p> <p>Durant la visite (déroulement, lecture ou recherche d'informations)</p> <p>Au cours du circuit (clarté et homogénéité)</p> <p>Rôle des habitants</p>	<p>Pouvez-vous me parler des informations reçues au cours de ce circuit ?</p> <p><i>Comment découvrez-vous ces édifices ? Quel besoins d'informations avez-vous ? La trouvez-vous ? L'utilisez-vous ?</i></p> <p><i>Décrivez la manière dont vous intégrez le circuit</i></p> <p><i>Avez-vous eu besoin de rencontrer des habitants ? Décrivez le contact</i></p>
<p>CHOIX DU PATRIMOINE :</p> <p>Légitimité des édifices choisis</p> <p>NIVEAU DE SATISFACTION, ATTRACTIVITE DU CIRCUIT :</p> <p>Apports de la visite</p> <p>Adéquation entre représentation, attentes et perception</p> <p>Ressenti personnel</p>	<p>Pouvez-vous me parler du choix des églises retenues dans ce circuit ?</p> <p><i>Si vous deviez conseiller ce circuit, quels édifices proposeriez-vous et pourquoi ?</i></p> <p>Pouvez-vous me faire part de vos motifs de satisfaction ou d'insatisfaction après cette visite ?</p> <p><i>Qu'est-ce que cette visite vous apporte ?</i></p> <p><i>Décrivez l'adéquation ou l'écart entre votre représentation du circuit et sa réalité</i></p> <p><i>Que ressentez-vous après une telle visite ?</i></p>
<p>IDENTITE DU TERRITOIRE :</p> <p>Répercussion du ressenti sur l'image du territoire</p>	<p>Comment décririez-vous ce territoire en termes d'image ?</p> <p><i>Quelle image du territoire renvoient les églises ?</i></p> <p><i>Sont-elles en adéquation avec l'image que vous avez du territoire ?</i></p>

(1) Question ouverte principale

(2) Question de relance au cas où l'interviewé n'aborde pas le thème

ANNEXE 3 : Trame d'entretien avec des acteurs du territoire

ENTRETIEN AVEC LA PERSONNE QUI A INITIÉ LE CIRCUIT DES EGLISES

A - DE MANIERE GENERALE ...

1- Historique des choix patrimoniaux

Valorisation et appropriation par acteurs (professionnels et habitants)

2- Réflexion globale sur le territoire

Quel patrimoine pour quel enjeu ?
Des ressources latentes non exploitées ?

3- Tendances futures

Petit patrimoine, nature,... ?

B - PATRIMONIALISATION DES EGLISES

1- Comment est-on passé d'édifices banaux à un intérêt historique ?

Impact des villages engloutis, symbolique ?

2- Statut de monuments historiques. Quand ? A l'initiative de qui ?

Ecueils, opportunités

3- Comment a été choisi le circuit ?

Acteurs ? Jeu d'influence ? Des regrets ?

4- Quelle mise en exposition ? Quelle restauration ?

Aides, actions collectives (plaques,...)

5- Légitimité du circuit

Pour les acteurs, implication des habitants

6- Comment participent-elles à l'identité du territoire ?

7- Cohérence des démarches de patrimonialisation et impact sur la construction identitaire ?

ANNEXE 4 : Trame d'entretien avec l'Evêque de Langres

Président du Conseil pour les questions canoniques. Félicitations !

Je réalise un travail de recherche sur l'influence des églises sur l'attractivité et l'identité...

Sur votre territoire : Montier, Ceffonds et Puellémontier pour les vitraux.

1 - Avez-vous des contacts particuliers de la part des acteurs du territoire à propos de ces églises mises en exposition ?

2- Quelle discussion entre autorité religieuse et laïque ? (intégrité morale et physique du patrimoine)

3- Quelle est la position de l'Eglise catholique en matière de mise en tourisme des églises ?

4- Y a-t-il des édifices « abandonnés » faute de moyens ?

5- Des édifices sauvés par la patrimonialisation culturelle, des exemples ?

6- Quelle aide pour la médiation ?

Croyants ?

Non croyants ?

7- Rendre la pastorale ordinaire et attractive ?

8- Transmettre, suggérer ou expliquer les contenus de la foi ?

9- Formation de guides ?

10- Exploitez-vous les livres d'or ? (bien rencontré plutôt que visité)

11 - Conflit entre appréciation esthétique (condition de survie) et champ religieux ?



Le rôle du patrimoine dans le développement des territoires et leur construction identitaire :

Les églises à pans de bois et le territoire du lac du Der en Champagne

UNIVERSITE DE LORRAINE

Juin 2017

MOTS CLES : Tourisme, patrimoine, culture, identité, acteurs du développement territorial.

La mise en valeur d'éléments patrimoniaux est destinée à renforcer l'attractivité touristique. Elle constitue une démarche importante, sur un territoire où le tourisme joue un rôle majeur dans le développement économique.

Le circuit des églises à pans de bois a été mis en place avec la volonté d'élargir l'offre touristique autour du lac du Der en Champagne. S'il a fait l'objet d'une large promotion à destination des touristes, le caractère libre de la visite ne permet pas de disposer d'éléments concrets concernant l'efficacité de ce produit touristique.

L'objet de la recherche consiste à analyser en quoi les églises à pans de bois constituent un élément réel d'attraction touristique et contribuent à renforcer l'image du territoire.

La méthode d'enquête s'appuie sur les livres d'or de certains édifices, des entretiens avec des acteurs du tourisme et un questionnaire auprès de touristes. Elle s'attache à rendre compte de l'impact de la mise en exposition de ce patrimoine sur la satisfaction globale des visiteurs et sur la dynamique identitaire du territoire. Cette étude s'intéresse également au suivi du processus de patrimonialisation des édifices et présente, à ce propos, quelques points de vigilance.

Plus généralement, il permet aux décideurs locaux en matière de tourisme culturel de prendre appui sur l'expérience d'une démarche de patrimonialisation jugée réussie pour mener une réflexion sur l'offre touristique à venir.

The role of heritage in the development of territories and their identity construction:

The timber-framed churches and the territory of the Der lake in Champagne.

Keywords : Tourism, heritage, culture, identity, actors of territorial development.

The development of heritage features is intended to enhance the attractiveness of tourism. It is an important step in a region where tourism plays a major role in economic development.

The timber-framed churches were set up with the aim of expanding the tourist offer around the Der lake in Champagne. Although it has been widely promoted to tourists, the unrestricted nature of the visit does not provide concrete evidence of the efficiency of this tourist product.

The object of the research is to analyze how timber-framed churches constitute a real element of tourist attraction and contribute to reinforce the image of the territory.

The method of inquiry is based on the guest books of some buildings, interviews with tourism actors and a questionnaire with tourists. It seeks to account for the impact of the exposure of this heritage on the overall satisfaction of visitors and the dynamics of identity of the territory. This study is also concerned with the monitoring of the heritage process of buildings and presents some points of vigilance in this respect.

More generally, it enables local decision-makers in the field of cultural tourism to draw on the experience of a heritage approach considered successful in order to reflect on the future tourist offer.