

SAINTES

La ville de Saintes a fait l'objet d'une double expertise, la ville elle-même et l'Abbaye aux Dames.

LES ATOUTS DE LA VILLE

Des atouts identifiés :

- Le quartier piétonnier mettant en valeur la vieille ville,

Ce quartier est ainsi propice à la flânerie, comme le note “ le Guide du Routard ”, le charme qui se dégage des rues anciennes de la ville incite à prolonger la découverte.

- La signalétique des monuments :

L'information mise en place sur les monuments de Saintes est citée à juste titre, quant à la structure de l'information, les deux degrés de lecture, la mise en forme soignée, les textes en français-anglais (l'identité et un historique du monument). Une iconographie efficace faisant appel à la reconstitution permet une mise en situation du monument dans le contexte de l'époque. Ainsi, la signalétique de l'arc de Germanicus ou celle de l'église Sainte-Eutrope est-elle un outil essentiel de la découverte et de la compréhension du monument.

Comme dans de nombreux cas, une plus grande attention mérite d'être portée sur le vocabulaire et la longueur des textes : “ monument édilitaire ” ou un personnage qui “ décline sur l'arc toute sa titulature ” par exemple ne sera pas compris par tous.

Des atouts surévalués :

- Les Arènes gallo-romaines:

A l'écart du cœur historique et animé, éloignées des autres pôles de découverte et d'animation, dans un environnement pavillonnaire récent relativement ingrat, sans possibilité de stationner à proximité, en contact avec une voie routière, les Arènes gallo-romaines (ou plutôt l'amphithéâtre), adossées au creux de la colline, en dépit d'un certain “ romantisme des ruines ”, ont un pouvoir évocateur (du fait de leurs dimensions et de leur état) relativement décevant pour la clientèle touristique non spécialisée, par rapport à d'autres sites comparatifs, même si les Arènes de Saintes représentent “ les arènes les mieux conservées de la Gaule chevelue ”.

Si un projet d'aménagement du petit bâtiment abritant la billetterie se justifie par respect des visiteurs actuels et du personnel d'accueil, cet aménagement ne sera pas en soi facteur d'amélioration et d'augmentation de l'attractivité et de la fréquentation.

➤ La communication du “ Musée ”Archéologique :

Les dénominations “ Musée ” ou “ Musée de la civilisation gallo-romaine ” pour une salle d'environ 100m², quel que soit l'intérêt des pièces présentées, ne peuvent qu'engendrer une certaine déception du visiteur non spécialisé, à la mesure de la distance qu'il aura parcouru pour venir et du temps qu'il s'attendait à y consacrer.

Il est heureux que les vestiges lapidaires sous les anciens abattoirs soient situés à proximité immédiate et que ceux-ci peuvent en quelque sorte être associés au “ Musée archéologique ” (ce qui est le cas dans le document d'appel des musées de Saintes mais qui est moins évident sur place). D'ailleurs, dans certains guides touristiques, c'est le musée lapidaire qui était auparavant ou reste nommé Musée archéologique. Cette confusion n'est pas opportune d'autant qu'il est souligné l'intérêt tout à fait remarquable de ces éléments de sculpture et d'architecture.

Le design très soigné de l'aménagement de la salle, la reconstitution du char visible dès l'entrée, la billetterie dans la même salle, la signalétique extérieure et l'entrées difficilement repérables, la césure dans le soin du traitement entre musée archéologique et musée lapidaire (sur demande d'un document de visite, une feuille sous plastique est prêtée), tout ceci laisse une impression en demi-teinte.

Des atouts sous-évalués :

➤ Les demeures urbaines des 17^{ème} et 18^{ème} siècles du cœur historique, l'ambiance des rues anciennes de la vieille ville vers le quartier ouest jusqu'au quai de Verdun et en direction de la terrasse de l'hôpital.

Et notamment les hôtels particuliers du 17^{ème} et du 18^{ème} siècles du Présidial et de Monconseil, “ musées ” du Présidial et musée Dupuy-Mestreau : des édifices d'architecture civile qui peuvent permettre aux visiteurs de pénétrer dans d'anciennes demeures de notables, meublées et ornées d'oeuvres d'art. La dénomination “ musées ” n'est pas en soi très attractive tout comme certaines conditions de visites : “ visites guidées obligatoires : 19 personnes maximum ” ; 1 départ 1 fois par heure, 4 ou 5 visites l'été par jour. Or le musée Dupuy-Mestreau dans l'hôtel de Monconseil est “ le coup de cœur culturel ” du guide du Routard.

➤ Le “ musée ” lapidaire :

L'ensemble présente un intérêt qui pourrait a priori rester insoupçonné : mais à la fois par leur diversité, la qualité des pièces, leurs volumes et leur disposition ainsi que le lieu dans lequel elles sont situées, les collections lapidaires permettent des approches thématiques variées sur la période romaine, sur l'art, le travail de la pierre, ceci dans un “ décor ” d'atmosphère, une ambiance, un éclairage qui accentuent le pouvoir d'évocation.

Les métiers et la vie quotidienne, les dieux et déesses et la mythologie, l'art et le décor (ces motifs décoratifs : acanthes, rosaces...qui seront repris dans la Renaissance et dans l'art français), sont propices à des démonstrations, à la narration, à des animations.

LES HANDICAPS AU DEVELOPPEMENT :

- La configuration de la ville très étirée, avec la volonté de relier “ à tout prix ” deux éléments du patrimoine : les Arènes à l’Abbaye aux Dames.

La pratique d’un “ sentier d’Interprétation ” linéaire, allant de l’un à l’autre, ne peut concerner qu’un public très restreint : le trajet trop long en aller et retour comprenant la traversée fastidieuse de quartier bruyant et banal (du Musée archéologique à l’Abbaye, itinéraire actuel fléché par la rue Gautier) ne pourra satisfaire une clientèle touristique élargie.

De même, proposer un “ point de départ ” de la visite dans l’Hostellerie St-Julien, “ point de départ ” basé sur une exposition permanente “ Saintes ville d’art et d’histoire ”, exposition qui “ aura pour but de favoriser la compréhension de l’ensemble urbain et se présentera, pour ses visiteurs, comme le point de référence dans la découverte concrète de la ville ”, “ *une invitation pour les visiteurs à connaître les sites et à aller les voir* ” c’est méconnaître les attentes et les comportements de la clientèle touristique du patrimoine dans sa grande majorité. Ce projet peut concerner à juste titre les habitants de la ville et valoriser les acteurs locaux du patrimoine. On ne peut le justifier en tant que “ équipement de loisirs culturels d’intérêt touristique ”.

A ce stade de la réflexion, il apparaît que la ville de Saintes disperse ses efforts et ses moyens alors que les équipements existants demandent déjà à être stimulés, animés, redéployés pour améliorer leurs retombées et leur impact sur l’activité et la notoriété touristique.

- L’Office de Tourisme, localisé “ entre deux ” sur le Cours National, à la fois reflète la ville de Saintes, dans un ancien hôtel particulier cossu du 19^{ème} siècle, en retrait dans son jardin, et réserve un accueil mitigé à la clientèle touristique arrivant dans la ville: une difficulté pour stationner, des horodateurs, un jardin à traverser, des marches, un hall à franchir pour arriver au comptoir d’information.
- Une focalisation sur l’Histoire et le patrimoine nécessaire mais pas suffisante pour développer produits et services touristiques.

L’attractivité touristique des villes ne repose pas seulement sur leur histoire, d’autant moins sur un brillant passé déchu dont témoigneraient encore les vestiges de périodes antérieures fastes. Le touriste, visiteur au sens fort du terme, est en quête et perçoit une image globale de la ville, telle que celle-ci vit aujourd’hui, telle qu’elle a su non seulement s’approprier et “ surmonter ” les aléas de son histoire, mais perpétuer une identité et s’adapter aux mutations dans l’Histoire. Un cadre de vie qui soit en quelque sorte “ une leçon de vie ”. L’ambiance de la ville est aussi importante que les monuments et... musées.

Le concept à exploiter et à valoriser doit autant faire référence à l’identité actuelle de la ville, à la qualité de la vie, à la convivialité en opposition à la “ grande ville avec ses connotations d’anonymat, d’insécurité... ” “ Une si jolie petite ville... ”, “ Une vraie petite ville... ”.

Vis-à-vis du développement touristique aussi, l'attractivité commerçante de la ville de Saintes est un atout à valoriser. Le visiteur est un chaland, en loisirs et détente qui s'approprie par ses achats les souvenirs de ses vacances ou de son périple touristique.

Ainsi l'existence de 6 marchés par semaine dans la ville de Saintes est-elle aussi un atout pour la découverte touristique...et culturelle de la ville.

La clientèle touristique même fervente du patrimoine n'est pas pour autant dans sa très large majorité une clientèle spécialisée sur un thème particulier. Au contraire, plus la clientèle possède un bagage culturel, plus elle sera curieuse de nouvelles thématiques, à partir du moment où ce pour quoi elle est venue l'aura satisfait et aura répondu à son attente.

A sa très grande majorité, l'information dont la clientèle touristique souhaite disposer, loin d'être monothématique, est éclectique afin de pouvoir choisir son programme et son itinéraire (à pied, en voiture...). Son choix s'opère selon ses centres d'intérêt bien sûr, mais tout autant en fonction de deux paramètres d'ordre pratique, par croisement entre deux données : entre la localisation et la répartition des points d'intérêt dans l'espace et selon le temps dont elle dispose. Que ce soit pour deux heures, une demi-journée ou une journée, un week-end ou un court séjour...

➤ L'incohérence des tarifs des prestations culturelles.

Quelques exemples : un droit d'entrée de 10 F, tarif individuel adulte, pour l'entrée d'un musée, en soi déprécie a priori l'intérêt de la visite. Le passeport donnant droit à 4 visites sur un an pour 20 F de même, alors que la proposition judicieuse d'un ticket groupé devrait être incitative.

Le "Musée archéologique" est vanté dans tous les documents de promotion : or l'entrée est de 10 F.

A contrario, la proposition d'une visite guidée "Saintes à vélo", un produit original qui pourrait valoriser l'image de la ville, aboutit à un prix élevé pour une famille de 4 personnes (pour 3h de découverte) : 300 F.

LES PRECONISATIONS :

- Privilégier l'image de Saintes ville romaine. Stimuler les produits de découverte et d'animation touristique sur ce thème : les monuments ne sont pas suffisants en tant que tels, ni même la mise en place de produits de visite, libres ou accompagnés.

La ville s'interroge actuellement sur l'opportunité de créer un grand équipement culturel sur l'archéologie. Le récent colloque Ptolémée 98 "Premier forum des solutions pour le développement des musées et expositions" qui s'est tenu à la Cité de la Villette en novembre dernier a montré à quel point il y avait nécessité de reconsidérer la conception de l'offre des musées pour s'adapter aux évolutions des pratiques culturelles, surmonter les échecs et connaître le succès durable en matière de fréquentation.

- Dans ce contexte, il est proposé d’orienter la politique de la ville non pas vers la création d’un nouvel équipement de visite, mais en redéployant et donnant de l’ampleur à l’offre existante à travers deux actions fortes :
 - valoriser les collections lapidaires disponibles dans un jardin et parc de sculptures (incluant des pavillons couverts) par extension du site des musées archéologique et lapidaire en direction du jardin public.
 - soutenir et relancer en permanence l’attractivité de la ville de Saintes par une grande exposition temporaire annuelle sur l’Antiquité.
- Viser le développement de la fréquentation de sites tels que les Arènes signifie développer les spectacles et les animations dans les Arènes (initiés en 97), spectacles nocturnes mais aussi des animations diurnes.
- Les initiatives sur le thème des “Fêtes romaines d’août ” sont à encourager et à déployer par des démonstrations : sculpteurs de pierres, artisans..., des courses insolites, petits spectacles, personnages costumés dans la ville..., des partenariats avec les restaurateurs pour des menus romains ...
- Poursuivre l’engagement de la ville en faveur du fleurissement et de la mise en valeur végétale :

Plusieurs agglomérations de la Charente-Maritime ont démontré l’originalité de leur savoir-faire dans ce domaine depuis de nombreuses années, avec notamment le professionnalisme exemplaire du service d’espaces verts de la ville de Marans. Sur ce thème aussi, la ville de Saintes peut mettre en valeur, par clin d’œil, la ville “ romaine ”, par des plantations évoquant conjointement une ville déjà du Sud, méridionale, et les jardins romains, ancêtres sur bien des points des nos jardins actuels (patios, pergolas, topiaires...)

- Animer davantage en saison les quais urbains de la Charente et créer un pôle d’animation fédérateur.

Ce pôle d’animation prenant appui sur les équipements culturels actuels situés sur le site des bords de Charente (“ Musée archéologique et musée lapidaire ”) pourrait en conforter et développer l’exploitation : implantation d’une antenne de l’Office de Tourisme comme cela est envisagé, extension des présentations des vestiges dans un jardin et un parc de sculptures avec pavillons permettant de compléter la présentation des collections exceptionnelles de Saintes. Le périmètre d’aménagement prendrait en considération les abords et l’environnement de l’Arc Germanicus (actuellement ceint de chaînes...).Ce pôle d’animation permettrait parallèlement de favoriser la détente et les loisirs sur les berges : terrasses au bord de l’eau, guinguette, café musique sur péniche à quai, location d’embarcations, aviron...

- Structurer et communiquer un thème de découverte du cœur de ville historique et des rues anciennes, des hôtels particuliers de Saintes : “ les demeures vous ouvrent leurs portes ”, notamment en repositionnant l’offre et en développant les services, l’accueil, les éléments de confort, les animations des “ musées ”.