

L'ABBAYE AUX DAMES

Compte tenu de la nature et de la méthodologie de la mission, l'expertise a porté sur l'analyse de l'offre de visite et sur l'impact de l'Abbaye aux Dames vis-à-vis de l'attractivité, la notoriété et l'activité touristiques de Saintes.

LES ELEMENTS D'EXPERTISES:

Des efforts considérables ont été consentis depuis de très nombreuses années dans la restauration de ce grand monument ainsi que dans ses équipements intérieurs.

Ce monument sous le label "Centre Culturel de Rencontre" accueille le Conservatoire municipal de musique et de danse ; il est équipé de salles pour séminaires, stages,...d'hébergements pour l'accueil en résidence d'artistes...

La signalétique dès la sortie de l'autoroute accorde une place remarquable à l'Abbaye aux Dames en balisant son accès à partir de la rocade notamment. Cette signalétique incite et conduit le touriste de passage ; elle souligne à tous la valeur patrimoniale du monument.

DES HANDICAPS :

Cela étant l'activité culturelle de l'Abbaye affichée " toute l'année " dans le dépliant d'appel reste peu perceptible au visiteur en haute saison estivale, même lorsque celui-ci se trouve à l'abbaye début juillet lors des Académies Musicales.

La programmation annuelle des spectacles de l'Ere du Temps, pour lesquels l'accueil a lieu à l'Abbaye aux Dames comprend à l'abbaye 5 concerts dans l'année (saison 98-99).

L'occupation de l'abbaye 10 jours/an par les Académies, festival de musique s'adressant à un public spécialisé ne peut être considérée à elle seule comme vecteur d'entraînement d'une économie ou d'une notoriété autre " au-delà des terres saintongeaises " qu'élitiste.

De la volonté même des organisateurs, les Académies Musicales de Saintes n'ont pas vocation à contribuer au développement touristique (hormis le fait que le public logeant pour cette occasion dans les hébergements marchands sera comptabilisé statistiquement comme touristes....): " *Question : Que pensez-vous d'une certaine spécialisation des festivals ?* Notre festival est court, puisqu'il dure dix jours. Ensuite, il est très à l'écart des circuits touristiques, et c'est une bonne chose : je veux dire par là que ce n'est pas un festival " de consommation " pour le grand public. C'est un festival assez pointu, et les gens viennent pour écouter pendant dix jours de la musique. " Propos recueillis par V.Brindeau le 2 février 98 ; extraits de Accents n°5 mai - août 98.

Cela est d'autant plus regrettable que la programmation musicale, de grande qualité (cf programme : les Académies Musicales de Saintes 3-12 juillet 1998)° serait pour la plus large part accessible...au dit " grand public ". Cette conception est en effet très éloignée de l'esprit qui anime les organisateurs des " Folles Journées " de Nantes par exemple. Dans ce contexte,

il paraît difficile de promouvoir des partenariats et stimuler un véritable élan pour que Saintes l'été " vive et respire la musique ".

LES PRECONISATIONS :

Un certain nombre d'évolutions seront nécessaires si l'Abbaye aux Dames doit jouer un rôle dans le domaine de l'économie touristique de la ville de Saintes. (Rappelons le niveau de fréquentation actuel : moins de 9000 entrées/an). A ce stade de la réflexion, les objectifs prioritaires suivants sont préconisés : élargir les animations et les prestations de l'Abbaye aux Dames ; réorganiser l'accueil.

Peuvent ainsi être mentionnés :

1- L'amélioration de l'accueil avec la réorganisation de l'espace " accueil, billetterie, sas d'entrée, filtrage " :

- Organiser en cohérence la billetterie d'accès à la visite de l'Abbaye, reléguée sur une table au pied de l'escalier, alors que un accueil, boutique, caisse soignés sont aménagés en avant dans le hall. La même attention doit être accordée au " client ", quel qu'il soit et quel que soit le motif de sa venue.
- Réorganiser la fonctionnalité et la gestion des flux : éviter de faire payer l'accès à la salle d'exposition située sur la droite de l'entrée alors que cet espace d'entrée est d'accès libre et déambulatoire (notamment avec la boutique et la caisse situés en avant). Le personnel est obligé sans cesse de se déplacer et de " rappeler à l'ordre " tout visiteur qui entre sans savoir dans cette salle et qui se trouve ainsi désagréablement pris en défaut. La signalétique multipliant les panneaux " accès libre, accès payant ; accueil/boutique/accès libre et expositions/visite libre du monument " (en réalité payante : 20 F), est incompréhensible et peu accueillante.
- Revoir la durée, l'organisation et le tarif de la visite guidée : deux départs par après-midi seulement, une durée trop longue et d'un tarif relativement élevé (37 F). Cette visite guidée ne correspond pas forcément à la demande de la clientèle élargie du patrimoine.
- Mettre en place un équipement permanent bar-restauration dans le bâtiment face à l'abbaye. La possibilité de se rafraîchir et de se restaurer doit être un service permanent proposé aux clientèles venant à l'abbaye, comme dans tout équipement de visite et de loisirs aujourd'hui., et pas seulement confiée à une équipe de bénévoles lors d'un festival. A ce titre il convient de prévoir une délégation de service public d'un équipement commercial faisant appel à un véritable professionnel, avec un cahier des charges précis (cf. les conventions dans le cadre des Pôles nature du Conseil Général de la Charente-Maritime).

2. Repositionner le concept du produit de visite

En dépit de l'aura très favorable dont sont dotées les abbayes en général et de la forte première impression (ou peut-être à cause d'elle ?) que procure la monumentalité de l'Abbaye aux Dames, la "visite" des salles intérieures s'avère insuffisante pour séduire et satisfaire des clientèles élargies au-delà du public amateur passionné des établissements monastiques.

L'exposition permanente "une lecture claire, chronologique, analytique, visuelle de l'histoire et de l'architecture du site" sur panneaux et textes (+ 2 maquettes), comme la "fresque historique : les principaux événements ayant jalonné la vie de l'abbaye", sur panneaux de textes et dessins sérigraphiés également, ne sont plus adaptées aux évolutions des clientèles, à leurs exigences sur le fond et la forme.

La visite guidée comprend un seul temps fort (mais peu praticable par un public nombreux et dans des conditions qui peuvent être limites) : la montée au clocher et la vision "coup de cœur" sur ses exceptionnels chapiteaux romans.

A titre général, la qualité des prestations de la visite libre ou guidée (tenue du guide, structure et durée de la visite, contenu et rythme du commentaire...), les outils de la médiation culturelle, les éléments de confort, les services à la clientèle, apparaissent très en deçà des investissements visibles consentis sur les bâtiments.