

ROCHEFORT

LES ATOUTS IDENTIFIES

- Sur le plan de l'attractivité touristique, Rochefort bénéficie à l'évidence de son implantation à proximité de l'océan, entre les deux pôles de forte notoriété que constituent La Rochelle et l'île d'Oléron, dans une région bien desservie par le réseau autoroutier.

Sa position en retrait du littoral, dans une boucle de la Charente, au milieu des marais, constitue à la fois son originalité et sa personnalité, ainsi que la justification du développement, à partir de 1665, du "plus magnifique arsenal du royaume".

Cet arsenal, mis en chantier sur ordre de Louis XIV, et l'ensemble des bâtiments de la Marine qui l'accompagnent, est à l'origine de la plupart des nombreux atouts culturels dont bénéficie Rochefort, atouts qui se trouvent reconnus au travers du label "Ville d'Art et d'Histoire". La mise en produits, la promotion et la commercialisation d'activités de découvertes ont été progressivement élargies à d'autres thématiques, ce qui permet à Rochefort de proposer actuellement une gamme de services à la clientèle individuelle comme à la clientèle de groupes d'un niveau et d'une qualité véritablement professionnelles.

Principal pôle d'attractivité culturelle et touristique, la Corderie Royale et le Centre International de la Mer se situent au coeur de l'arsenal de Colbert, entre la rivière et la ville aux rues tracées au cordeau par les architectes militaires du 17^{ème} siècle.

- Des implantations industrielles et commerciales sont venues perturber le site et le rendre moins lisible, mais la formidable dimension de la Corderie Royale suffit à elle seule pour que le visiteur se sente dans un site d'exception.
- L'unité de lieu qui rassemble notamment la Corderie et le Centre International de la Mer, le Musée de la Marine et la double forme de radoub dans laquelle va renaître l'Hermione, frégate du 18^{ème} siècle, constitue un atout indéniable.
- Le chantier de l'Hermione, ainsi que les activités développées au Centre International de la Mer contribuent judicieusement à rendre vivant un site qui aurait pu n'être qu'un "conservatoire". La diversification des points d'intérêt et d'animation sur le site global de l'Arsenal est un atout stratégique majeur sur le long terme : la Corderie Royale, élément fondateur et moteur conserve un rôle emblématique ; dans l'avenir elle sera un élément du dispositif global.
- La disponibilité avec la maison de Pierre Loti et le Musée des Commerces d'Autrefois (musée des Métiers de Mercure) de deux équipements de visite complémentaires qui d'une part correspondent à l'évolution des centres d'intérêt des visiteurs (découverte d'une demeure, d'un cadre de vie personnel, d'un décor intérieur ou bien reconstitution d'une ambiance et de la vie quotidienne d'une époque), qui d'autre part ne sont pas si éloignés qu'il peut y paraître de l'image globale du site : l'un souligne bien entendu le

voyage, l'exotisme ; l'autre suggère par les produits, par les emballages, le commerce, l'échange de marchandises et par les " boutiques " révèle une certaine urbanité.

- La ville elle-même, accueillante et fleurie, à dimension humaine, au climat agréable, donne une impression de tranquille sérénité appréciée par les visiteurs ; elle est cependant perçue un peu morose, malgré les efforts d'aménagement réalisés : les palmiers plantés dans la rue Victor Hugo et dans une partie de la rue de la République, constituent un bon exemple de ce qui peut être fait pour rendre la ville plus " riante ", en restant parfaitement cohérente avec son positionnement historique.
- La situation particulière de Rochefort au milieu d'un espace naturel sensible constitué par le marais et la Charente, a suscité la création de l'Espace Nature, centre d'information et de services sur l'environnement, la mise en place de sentiers (Chemin de Charente), de circuits, d'animations et de visites sur des sites de nature, tous infrastructures et équipements qui contribuent à la diversification de l'offre touristique.
- La qualité et la diversité de la documentation touristique et culturelle mise à disposition des clientèles s'avèrent tout à fait remarquables et sans équivalent dans les autres sites et villes ayant fait l'objet de cette analyse. Les concepts, slogans, mises en forme et iconographie sont gages de véritables préoccupations d'accueil et de services adaptés, de valorisation de l'offre, d'adéquation entre image, produits et communication, de dynamisme et d'une volonté de développement touristique ainsi que d'un engagement total de la collectivité dans ce domaine. Ainsi l'Office du Tourisme est doté par la ville d'un budget efficient (1,4MF et un budget total pour 1997 de 3,7 MF).

LES ATOUTS SUREVALUES

- Rochefort " *station thermale* " ne peut se mesurer à la plupart des stations thermales françaises et il n'apparaît pas opportun de " brouiller " en quelque sorte l'image de la ville en communiquant sur cette activité, certes réelle, mais secondaire en terme d'attractivité touristique.
- Si la diversité des sites et lieux de visite constitue un atout incontestable, leur niveau de qualité et d'attractivité s'avère à l'expérience très inégal.

Ainsi, le musée d'Art et d'Histoire n'incite pas le visiteur à y pénétrer : sa façade en mauvais état, sur laquelle est apposée un panneau d'affichage miteux, mérite une plus grande attention et une restauration (ce qui n'est pas le cas, à l'inverse, du Musée des Métiers de Mercure, de la Maison de Pierre Loti ou encore de l'Espace Nature).

Quant au Pont Transbordeur de Martrou, chef d'oeuvre d'architecture métallique édifié en 1900, dernier vestige de ce type d'ouvrage en France, celui-ci ne dispose pas de parking de proximité (la signalisation n'indique d'ailleurs qu'un parking pour les cars), n'offre aucun service aux visiteurs (sanitaires, ...) et ses abords sont peu soignés.

Si ces mêmes visiteurs souhaitent découvrir le Conservatoire du Bégonia (visites guidées uniquement), ils ne trouveront pour les guider qu'une signalisation peu efficiente, n'auront à

l'entrée du site que des informations extrêmement limitées n'incitant pas à entrer et découvrir cet équipement.

Enfin le visiteur qui, à l'aide du dépliant " Rochefort – Ville d'Art et d'Histoire ", recherche le Musée de la Vieille Paroisse, doit faire un effort pour comprendre qu'il s'agit en fait du Musée Archéologique. Quasiment jamais ouvert, gratuit, ce musée en l'état s'intègre mal dans l'offre culturelle de la ville.

- Le Jardin des Retours s'avère plus séduisant sur le plan du concept, du vocabulaire et du discours qu'en " pratique " et richesse de la découverte. La profusion et la complexité des dénominations, les difficultés de repérage, de localisation et d'identification dans l'espace de " jardins " qui, hormis pour l'aire des gréements et le labyrinthe " des batailles navales ", sont plutôt perçus comme des esplanades engazonnées accompagnées de quelques plantations d'alignements (jardin des Amériques, Jardin de la Galissonnière...), érodent l'intention de " *raconter l'histoire de l'arsenal de Rochefort et célébrer le retour des grandes expéditions au XVIIème et XVIIIème siècle, rentrant au port les cales chargées de plantes inconnues* ".

L'Aire des Gréements, évocation contemplative et poétique, désoriente une partie des visiteurs attirés là par les silhouettes des gréements dépassant des frondaisons. L'échelle de cet espace, rapidement " surfréquenté ", l'impossibilité au visiteur de se projeter ou de s'impliquer (interdiction absolue de " grimper " sur les gréements, notamment pour les enfants, surveillance permanente rendue nécessaire sur le site), l'insuffisance de supports informatifs pour contrebalancer une certaine incompréhension du " mode d'emploi " de cet espace, le relatif manque d'entretien et essoufflement des végétaux dans les tontines, sont en deçà de l'attente du visiteur qui ne peut réellement considérer le Jardin des retours et ses composantes comme " *un théâtre de verdure en perpétuel mouvement* ", " *une introduction à l'art botanique* ", " *une invitation au jeu " dans des paysages exotiques* ". L'accès au Labyrinthe reste peu favorisé : d'ailleurs il est fermé au public entre midi et 14h.

- Par contre les séquences en bord de fleuve ont dorénavant atteint leur maturité : la végétation ourlant les cheminements le long de la Charente accompagne le promeneur dans une succession de perspectives ouvertes et fermées qui créent un rythme et en renouvellent l'attrait. Pratiqué à pied ou à vélo, le cheminement en bord de Charente est un axe préférentiel de liaison entre les pôles de visite de l'Arsenal.

LES HANDICAPS AU DEVELOPPEMENT

- Quand 68 % des français connaissent la Rochelle et 36 % Royan, ne serait-ce que de nom, ils ne sont que 17 % à connaître Rochefort (enquête T.M.O. – 1996). La ville est donc encore pénalisée par une relative insuffisance de notoriété.
- Une image et des produits de découverte culturelle qui présentent le risque d'être un peu trop focalisés sur la nostalgie d'un riche passé historique. L'attractivité de Rochefort sur le plan touristique ne peut se contenter d'une vision patrimoniale : la vie et l'animation (ou

son insuffisance) de la ville aujourd'hui participe autant au degré d'intérêt que manifesterait vis-à-vis de Rochefort la clientèle touristique. L'exemple proche de La Rochelle est sur ce point probant.

- L'existence de trois équipements muséographiques abordant pour partie des thèmes analogues (Musée de la Marine, Corderie Royale, Musée d'Art et d'Histoire) sans que le visiteur dispose clairement a priori d'une lisibilité suffisante de l'offre de ces trois équipements pour établir et choisir son programme en connaissance de cause. Il y a ainsi parfois confusion entre la Corderie et le Musée de la Marine.

Or loin d'être concurrentiels, ces trois équipements doivent être en mesure de développer des synergies et réunir leurs potentialités, notamment pour des manifestations et des événements à thèmes.

- La quasi-absence de "bateaux", de navires sur le site : le bassin de plaisance est à l'écart et distinct dans son ambiance. D'où l'impact majeur aussi auprès des visiteurs du chantier Hermione, de l'Aire des gréements, des maquettes de bateaux et de la construction navale au musée de la Marine, pour nourrir leur imaginaire.
- L'espace et l'échelle du site de l'Arsenal, la distance relative entre l'Arsenal et le centre ville, la "coupure" engendrée par la présence des bâtiments et des emprises militaires entre le pôle d'attractivité touristique et le cœur urbain, diluent la fréquentation et les flux, sans création d'un lieu animé et privilégié de déambulation et de concentration touristique... nécessaire à toute destination. Ce manque est accentué par le fait que les commerçants eux-mêmes ne semblent pas vouloir s'impliquer dans la dynamique touristique de la ville.

D'autres faiblesses, tenant à des considérations pratiques, peuvent également être évoquées :

- Surtout l'inefficacité de la signalisation touristique (accès au centre-ville, panneaux de signalisation des lieux de visite disparates, discontinuité du jalonnement, signalétique interne déficiente permettant d'accéder au chantier de l'Hermione,...) accentue la césure entre le cœur urbain animé et le site de l'Arsenal en bord de Charente : le visiteur n'est pas accueilli et conduit clairement dans la ville.

LES PRECONISATIONS

- L'image de Rochefort, actuellement encore quelque peu brouillée, est à réaffirmer en mettant effectivement en avant l'Arsenal dans son ensemble (la Corderie en étant l'élément emblématique parmi d'autres), associé à la notion de ville maritime, (un arsenal pouvant également être une fabrique d'armes et de matériels militaires), associé à la construction et à l'armement des navires.

- Les liaisons fonctionnelles avec la Charente et son estuaire sont encore insuffisamment “ lisibles ” pour le visiteur.

La présence de bateaux sur la Charente doit être une réalité et pas seulement une image sur les documents de promotion (la Belle Poule devant la Corderie royale).

- De même le Musée de la Marine et l’ancienne Ecole de Médecine Navale méritent une meilleure insertion dans le site “ Arsenal ”. Le contenu de l’offre de visite, c’est-à-dire les “ menus ” des divers équipements et leurs services doivent être énoncés et explicités.
- La question du devenir du Musée de l’Aéronautique Navale doit également être considérée, la base de l’Armée de l’Air qui l’abrite devant être fermée. Si la ville de Rochefort peut développer sa fréquentation touristique sans ce musée, il n’en est pas moins vrai que les raisons historiques qui ont amené à sa création, ainsi que les liens technologiques qui existent encore aujourd’hui (un site de l’Aérospatiale est implanté sur une partie de l’ancien arsenal), militent pour une prise en compte du Musée de l’Aéronautique Navale dans l’offre culturelle de la ville.
- La thématique des jardins mérite également la plus grande attention afin d’une part de faire coïncider la réalité de l’offre à la communication, d’exploiter les attentes et les comportements des visiteurs et des clientèles vis-à-vis de l’attrait d’espaces extérieurs (frais, ombragés, luxuriants... surtout à la belle saison), de valoriser l’exotisme botanique propre à l’histoire de Rochefort.

Cette thématique permet également d’élargir les cibles de clientèles, de “ fidéliser ” davantage les clientèles de proximité et de diversifier les pratiques de loisirs. Les espaces de détente et de repos dans des cadres botaniques privilégiés sont en définitive rares : le jardin botanique de l’Ecole de médecine navale n’existe plus. La terrasse jardin du Café des Longitudes, certes élégante, reste confidentielle et exigüe.

- L’échelle du site de l’Arsenal, les distances entre les pôles d’animation et de visite incitent à proposer de diversifier les modes de circulation et de découverte des pôles éclatés de l’Arsenal. La ville de Rochefort a pris une judicieuse initiative avec la création d’un point de location vélos à l’Espace Nature sur la place Colbert.

Cette initiative mérite d’être diffusée sur le site de l’Arsenal en lui donnant parallèlement un caractère ludique : mise à disposition de vélos, tandems, tricycles ...à partir des parkings.

- En matière d’animation urbaine, complément indispensable et indissociable pour les clientèles touristiques de l’appréciation et de l’attractivité touristique de Rochefort, la fonction de la place Colbert, pôle d’animation phare de la ville, est à renforcer.

Des améliorations qualitatives s’imposent (notamment en ce qui concerne les commerces situés au centre de la place).

Le plan de circulation piétonne, en cours de réalisation, doit tenir compte non seulement des lieux de visite et des éléments du patrimoine, mais également et avant tout des lieux de vie et d’animation urbaine.

De même, une entrée majeure à l'Arsenal est à valoriser, comme un axe de liaison et d'animation urbaine stratégique entre la place Colbert et l'entrée de l'Arsenal. La Porte du Soleil paraît légitimement pouvoir assurer cette fonction touristique.

- La Charente, encore trop peu exploitée, mérite une réflexion particulière. La faisabilité de la création d'un circuit court de promenade en bateau vers Tonnay-Charente, dans l'esprit d'un "bateau passeur" plus que d'une vedette à passagers (à condition de valoriser le front du fleuve) ou vers l'embouchure, pourrait être étudiée.

Les vues sur le port de commerce, l'aménagement d'un belvédère sur le port, avec un commentaire sur son histoire, ses caractéristiques et son activité actuelle, constitueraient un produit complémentaire valorisant une facette importante de l'économie locale, tout en répondant à la curiosité que manifestent de nombreux touristes envers les espaces portuaires.