



Architecture, Tourisme et Vignobles

Positionnement touristique et perspectives de développement des Universités d'Eté Architecture + Champagne

Coordination du Rapport :

Maria Gravari-Barbas

Experts UNITWIN UNESCO Culture, Tourisme, Développement

Sylvia Aulet, Université de Girona, Espagne

Lia Bassa, Université Métropolitaine de Budapest,

Aurélie Condevaux, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France

Laura Fuentes, Université Rey Juan Carlos, Madrid, Espagne

Maria Garcia Hernández, Université Complutense de Madrid, Espagne

Maria Gravari-Barbas, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, France

Petros Kosmas, Université Technique de Chypre, Chypre

Amalia Kotsaki, Université Technique de Crète, Grèce

Nuria Morere, Université Rey Juan Carlos, Madrid, Espagne

Norberto Santos, Université de Coimbra, Portugal

Anna Trono, Université de Salento, Italie

Dominique Vanneste, KU Leuven, Belgique

Organisation du Workshop: Sylvie Jolly et Elsa Gatelier

Communauté d'Agglomération de Châlons-en-Champagne

12 - 17 Juillet 2021

Table des matières

INTRODUCTION	4
1. ARCHITECTURE ET VIGNOBLES : UNE RELATION REINVENTEE	6
1.1. La séduction des micro-architectures	6
1.2. L’art fin de construire dans le vignoble	8
1.3. La "loge" en tant qu’objet architectural: du patrimoine à un objet contemporain d’architecture/paysage/art.	8
1.4. L’ architecture des loges: un concept unique à valoriser au-delà des UEAC	10
1.5. Les Universités d’été peuvent-elles représenter une valeur rajoutée pour le tourisme Châlons-en-Champagne aggro?	13
2. LES UEAC DANS LE CONTEXTE DU PRODUIT TOURISTIQUE DE CHAMPAGNE	15
2.1. Analyse du produit touristique de Châlons-en-Champagne	15
2.2. Image touristique	17
2.3. Le schéma régional de développement touristique (2018-2023) élaboré par l'Agence régionale du tourisme de la collectivité territoriale Grand Est.	19
3. FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITES ET MENACES DU POSITIONNEMENT TOURISTIQUE DES UEAC	21
1.1. Forces	21
1.2. Faiblesses	23
1.3. Opportunités	24
1.4. Menaces	25
4. GOVERNANCE DES UNIVERSITES D’ETE	26
4.1. Analyse de la situation actuelle	27
<i>4.1.1 La Gouvernance actuelle des Universités d’été</i>	27
<i>4.1.2. Problèmes identifiés</i>	28
4.2. Evolutions possibles	29
4.2.1. Propositions pour une association	29
4.2.2. <i>Actions de l’association pour une gouvernance plus forte</i>	30
4.2.3. <i>Gouvernance a un niveau international/nationale: réseaux</i>	31
CONCLUSIONS	33
SEPT PROPOSITIONS POUR LES UEAC ET LE TOURISME	35
REFERENCES	37

GLOSSAIRE

CAC	Communauté d'Agglomération de Châlons-en-Champagne
CRT	Comité Régional du Tourisme
DRAC	Direction régionale des Affaires Culturelles
ENSAN	Ecole Nationale Supérieure de Nancy
MACA	Maison de l'Architecture Champagne Ardenne
PNR	Parc Naturel Régional
UEAC	Universités d'été Architecture et Champagne
VUE	Valeur Universelle exceptionnelle



Figure 1 : La loge dans le paysage © Maria Gravari-Barbas

INTRODUCTION

Située au nord-est de la France, à environ 150 km de Paris, la région viticole de Champagne est un espace en partie protégé depuis l'inscription des « Coteaux, Maisons et Caves de Champagne » sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO, en juillet 2015, au titre des paysages culturels évolutifs vivants¹. Fondée sur la particularité de son système agro-industriel, sa Valeur Universelle Exceptionnelle repose sur trois critères. L'un d'eux (iv) est relatif à la structuration paysagère et architecturale, tant aérienne que souterraine, induite par la chaîne de production et caractérisée par les vignes, caves et édifices industriels. Le Bien inscrit regroupe trois sites témoins constituant la zone centrale. En sus de la zone tampon destinée à protéger le Bien, un périmètre plus large dit « zone d'engagement » a été instauré.

Correspondant à l'aire d'appellation AOC/AOP Champagne, cette zone a pour but de mettre en place une gestion cohérente et pertinente en termes de protection patrimoniale, paysagère, environnementale, touristique et culturelle.

L'agglomération de Châlons-en-Champagne est partie intégrante de la zone d'engagement, bien qu'elle ne soit pas comprise dans l'aire d'appellation Champagne. Située en marge des « Côteaux, Maisons et Caves de Champagne », Châlons Agglo souhaite s'inscrire pleinement dans la dynamique de développement touristique que connaît la Champagne depuis son inscription sur la Liste du patrimoine mondial.

Circonscription administrative regroupant 46 communes pour plus de 80 000 habitants (dont un peu plus de 46 000 pour la ville de Châlons-en-Champagne), Châlons Agglo est un territoire à dominante rurale et à vocation essentiellement agricole. Grande place de commerce des vins de Champagne au XV^e siècle, Châlons-en-Champagne ne possède plus aujourd'hui qu'une seule maison de négoce. Depuis la fermeture sur son territoire des sites de défense⁴ et des services de l'administration d'Etat dans les années 2014 et 2015, Châlons-en-Champagne souffre d'un « *triple choc psychologique, économique et démographique* »². Désireuse de renouer avec l'économie du Champagne et de prendre part à la dynamique d'attractivité territoriale engendrée par l'inscription des Coteaux, Maisons et Caves de Champagne, l'agglomération châlonnaise souhaite se positionner en matière d'œnotourisme.

En 2016, Châlons Agglo saisit l'opportunité de créer, sur son territoire, une formation en architecture orientée sur la valorisation du patrimoine bâti vitivinicole champenois, en lui donnant une dimension touristique. C'est ainsi que, depuis 2017, elle organise chaque année les Universités d'été Architecture et Champagne (UEAC). La création des UEAC est née d'une volonté de pallier l'absence de formation en architecture en Champagne-Ardenne, région connaissant la plus faible densité d'architectes de France. Le siège de l'Ordre des Architectes de Champagne-Ardenne et la Maison de l'Architecture de Champagne-Ardenne étant localisés à Châlons-en-Champagne, l'agglomération châlonnaise fut choisie pour accueillir cette formation.

Durant deux semaines, un groupe d'une vingtaine d'étudiants et de professionnels de divers horizons est formé afin de concevoir et de réaliser des microarchitectures à partir de matériaux de récupération, en réponse à une commande d'un exploitant ou d'une commune.

Installés ensuite dans le vignoble, sur des parcelles publiques ou privées, ces objets architecturaux sont destinés à valoriser le patrimoine paysager et architectural champenois, et certains sont mis en tourisme.

L'idée de la production d'un objet architectural en lien avec le patrimoine local et qui serve l'inscription de la Champagne par l'UNESCO a émergé. Consulté sur cette idée, le conseil scientifique de l'association « Mission Coteaux, Maisons et Caves de Champagne – Patrimoine Mondial » a proposé

¹ L'introduction reprend plusieurs éléments du texte de cadrage de Sylvie Jolly et Elsa Gatelier dans le cadre de la préparation de ce WS.

² Propos de Bruno Bourg-Broc, ancien Président de Châlons Agglo, recueillis par le quotidien *Le Monde* pour un article du 10 février 2019. Source : https://www.lemonde.fr/politique/article/2019/02/11/quand-chalons-en-champagne-a-perdu-ses-militaires-et-sa-fierté_5421863_823448.html

de revisiter la « loge de vignes » et ses usages. En trois ans, 18 loges ont été conçues et disséminées dans le vignoble champenois.

En 2021, alors que s'achevait un premier cycle d'Universités d'été, Châlons Agglo s'est interrogé sur le devenir de ce concept. Pour les prochaines années, Châlons Agglo souhaite faire évoluer le concept « Architecture et Champagne » en imaginant d'autres emblèmes architecturaux. Elle souhaiterait également l'ancrer dans l'écosystème local, en l'articulant avec les autres projets et formations existants et en développant l'innovation par la recherche.

C'est dans ce contexte que Châlons Agglo a accueilli les experts du réseau UNITWIN - UNESCO "Culture, Tourisme, Développement" lors de la 4^e édition des UEAC, pour être soutenue dans cette réflexion et bénéficier de propositions pratiques.

Le réseau UNITWIN-UNESCO « Culture, Tourisme, Développement »³ a été fondé en 2012 au sein de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et en relation avec la Chaire UNESCO du même nom. Il réunit en 2022 trente universités situées en Europe, Asie, Afrique, Amérique du Nord et du Sud. Le réseau UNITWIN-UNESCO fonctionne comme un *think tank*, spécialisé dans des questions en rapport avec le tourisme, le patrimoine et le développement local. Il partage des expériences d'enseignement, de formation et de recherche appliquée ; il produit et diffuse des modules d'enseignement dispensés par plusieurs universités du réseau dans le contexte de MOOCs; promeut des coopérations régionales par une mobilité académique, des jumelages, le soutien à la mise en place de programmes de formation et d'échanges, notamment dans les pays du Sud; et organise de conférences scientifiques internationales biennales sur des thématiques en rapport avec le tourisme et le patrimoine mondial.

La Communauté d'Agglomération de Châlons-en-Champagne (CAC) a demandé aux experts UNITWIN-UNESCO de formuler des recommandations afin que les Universités d'été deviennent :

- un outil d'ancrage local des compétences d'enseignement et de recherche en architecture spécialisé/dédié à la valorisation du patrimoine viticole (paysager, rural, industriel, architectural) à travers le tourisme
- un fort déclencheur d'un écosystème Architecture-Patrimoine vitivinicole-Tourisme capable de se développer au-delà de ses frontières.

Plusieurs chercheurs de divers pays et de nombreuses disciplines, membres du réseau UNITWIN – UNESCO, ont ainsi séjourné à Châlons et dans la région dans la semaine du 12 au 17 Juillet 2021. Ils ont visité les loges réalisées dans le cadre des trois éditions précédentes des Universités d'été, pris connaissance du contexte de préparation des loges de la 4^e édition, et ont rencontré plusieurs acteurs de l'agglomération sur le terrain ou dans le cadre de tables rondes organisées. Ce sont les résultats de cette expérience courte mais intensive qui sont restitués dans ce rapport.

Le Workshop a été organisé par Sylvie Jolly et Elsa Gatelier qui ont préparé le programme en collaboration avec la CAC et qui ont accompagné les experts pendant la totalité de leur séjour. Le programme détaillé du séminaire est présenté en annexe 1.

³ <https://chaire-unesco-culture-tourisme.pantheonsorbonne.fr/reseau-unitwin-unesco-culture-tourisme-et-developpement>

1. ARCHITECTURE ET VIGNOBLES : UNE RELATION REINVENTEE

1.1. La séduction des micro-architectures

ELOGE DU PETIT

« Du premier abri primitif fait de branchages à la perfection du pavillon de thé japonais, de la cabane suburbaine bricolée du jardinier du dimanche à la haute technicité de la capsule spatiale, de la simplicité de l'igloo à la tente de camping, la petite échelle se décline en architecture en de multiples projets et objets rivalisant d'inventivité et de poésie. Mais le petit n'est pas qu'un refuge pour l'imaginaire architectural plus contraint face à la complexité de la grande échelle. Le petit peut représenter une alternative radicale face à la standardisation du quotidien, à l'arbitraire de la mise aux normes. Par les contraintes qu'il doit satisfaire ou qu'il se fixe, il correspond aussi souvent à un autre modèle économique faisant appel, par exemple, à l'auto-construction, à la récupération de matériaux, au transfert de technologies, développant une créativité qui ne se nourrit pas que de la culture établie et admise, mais cherche au contraire à être au contact de la diversité des modes de vie, des situations sociales, géographiques, des contextes humains »⁴.

La micro-architecture séduit de plus en plus les femmes et les hommes des sociétés contemporaines occidentales. Cabanes, pavillons, loges, représentent un rêve d'enfant actualisé aujourd'hui dans le contexte d'une vie urbaine et d'un habitat de plus en plus fonctionnalisé. C'est ce qui explique sans doute le développement notable d'un ensemble d'initiatives à la fois commerciales (les ventes de cabanes « clé-en-main se multiplient) ; événementielles (des 'festivals' de construction de mini- ou microarchitectures) ou professionnelles et éducatives (lancement de concours de construction de microarchitectures ou invitation d'architectes célèbres pour les concevoir). Car, après tout, « la cabane représente un espace de liberté, toujours ouvert sur le flux, la vie parallèle »⁵.



Figure 2 : Mini Maousse 2014 : Another ground, GUM / Ecole Nationale Supérieure d'Architecture Paris-Val de Seine © Dominique Delaunay

Ainsi, dès 2004, la Cité de l'Architecture, lançait Mini Maousse⁶, un concours créé par Fiona Meadows, « qui invite une jeune génération d'étudiants en Architecture, Art, Design, Paysage et Ingénieur à s'engager dans un processus de recherche-action », dans une approche pluridisciplinaire à destination

⁴ <https://fiona-meadows.com/L-ELOGE-DU-PETIT>

⁵ Marie Godfrain, in <https://www.archistorm.com/dossier-special-micro-architecture/>

⁶ <https://fiona-meadows.com/MINI-MAOUSSE>

des jeunes professionnels. Ce concours, qui a lancé en 2021 son huitième édition, et dont l'objectif est de concevoir une petite architecture « qui doit faire le maximum » est une preuve complémentaire de la séduction qu'exerce aujourd'hui le format des « mini-architectures » auprès des professionnels et étudiants en architecture mais également du grand public. La construction des mini-architectures démontre que la petite échelle « peut se décliner en architecture à travers de multiples projets et objets rivalisant d'inventivité et de poésie ». Le concours Mini-Maousse se présente ainsi comme une plateforme de réflexion proposant un symposium réunissant chercheurs et acteurs du monde construit, dans le cadre d'un concours d'idées avec un jury prestigieux et de nombreux experts, mais aussi comme un laboratoire expérimental pour réaliser des prototypes à l'échelle 1 associé à une école d'ingénieurs.

Plus récemment, c'est le CAUE de Meurthe-et-Moselle, a lancé le concours « Micro-architectures »⁷ avec l'intention de réinventer « la cour d'école de notre enfance ».

Bien avant cela, en 2000, et dans le contexte prestigieux du Hyde Park à Londres, la Serpentine Gallery a lancé l'événement du Serpentine Pavillon, construit dans le parc par une personnalité architecturale de renom et ouvert au public pendant les 3 mois d'été. Bien qu'éphémère, le Serpentine Pavillon est devenu l'un des événements architecturaux les plus attendus à Londres et dans la communauté architecturale mondiale. Chacun des 20 pavillons précédents a apporté une création architecturale mais aussi un concept puissant, suscitant la réflexion, et laissant une marque indélébile et un message fort à la communauté architecturale. Après leur courte vie estivale, les Serpentine pavillons continuent d'être partagés par le biais de photographies et de conférences sur l'architecture. Le concept du pavillon 2021, œuvre de l'agence *Counterspace* basée à Johannesburg et dirigée par Sumayya Vally s'inspire des lieux passés et présents de rencontre, d'organisation et d'appartenance dans plusieurs quartiers de Londres importants pour les communautés diasporiques et interculturelles. Ainsi, en réponse à la disparition progressive des espaces communautaires informels dans la ville, le Pavillon rend hommage aux lieux de référence présents ou disparus des communautés (mosquées, librairies coopératives, lieux de divertissement et de culture, restaurants ou événements tels que le carnaval de Notting Hill).



Figure 3 : Serpentine Pavillon 2019, architecte Junya Ishigami

C'est dans ce contexte général qu'il convient de rattacher la construction des loges dans le cadre des UEAC : une tendance générale, témoignant de la rencontre certaine avec les sensibilités et les attentes de la société contemporaine, mais déjà à l'origine d'initiatives nombreuses, de plus en plus sophistiquées, et émanant d'acteurs d'une notoriété certaine.

⁷ <https://www.caue54.fr/action/135-Micro-architectures>

1.2. L'art fin de construire dans le vignoble

Les vignobles sont des paysages particulièrement précieux, à la fois financièrement (la valeur foncière des parcelles de vigne est significativement plus élevée que celle d'autres terrains agricoles) et symboliquement.

Les paysages viticoles sont en effet des paysages à part dans la diversité des paysages du monde. Ils ne sont pas uniquement des paysages modelés par et pour la vigne, ce sont aussi des lieux de vie, de savoir-faire transmis de génération en génération, mais parfois aussi de haute technologie, de traditions et de célébrations, d'architecture religieuse, vernaculaire ou ostentatoire, de chaix ou de caves... Les grands vignobles ont toujours été très conscients de leur image de marque ; c'est ce qui par exemple a poussé les bordelais à créer leurs châteaux et les champenois leurs riches hôtels particuliers urbains, et qui crée une association extraordinaire entre les éléments naturels et le paysage anthropique d'une sophistication souvent extrême (Collectif, 2003 ; Pigeat, 2000). « *Les paysages viticoles ne peuvent donc être que profondément culturels, c'est-à-dire marqués par une culture du plaisir* » (Luginbühl, 2005 : 14).

Comme le rappelle l'Institut de la Vigne et du vin, ces paysages « *sont aujourd'hui porteurs d'enjeux agroécologiques (bonnes pratiques environnementales – maintien de la qualité des eaux, contribution à la conservation des sols, maintien et développement d'une biodiversité particulière), économiques (image promotionnelle du vin, tourisme, foncier), sociaux (cadre de vie, identité locale, médiation), culturels et patrimoniaux (rites, pratiques, sentiers, paysage et architecture) (...) (Ces paysages) présentent l'intérêt de fédérer la profession autour d'un sujet identitaire et rassembleur à toutes les échelles : parcelle, exploitation, région et national* »⁸.

La qualité des éléments bâtis dans les vignobles n'est ainsi pas négociable. Plusieurs grands vignobles ont pleinement intégré des réglementations importantes visant à préserver les qualités de ces paysages⁹. Cela explique également sans doute pourquoi il y a tant d'initiatives de star-architecture (Gravari-Barbas, 2014), ainsi que des œuvres de designers et d'architectes dans différents vignobles autour du monde. Plusieurs exemples peuvent être donnés dans la Rioja, la Napa Valley ou le Sud de la France.

Toutefois, la qualité ne signifie pas forcément de matériaux précieux ou ostensibles, mais une approche architecturale qui embrasse globalement et intègre le contexte dans lequel elle prend place afin de créer une relation dialogique avec le paysage (à travers les matériaux de construction, les formes, l'aménagement paysager...). Ces considérations sont cruciales, encore plus dans les paysages viticoles culturels de l'UNESCO, car la VUE est centrale.

1.3. La "loge" en tant qu'objet architectural: du patrimoine à un objet contemporain d'architecture/paysage/art.

Les loges, constructions de petite taille dans le vignoble, étaient édifiées pour permettre au propriétaire de s'abriter et de stocker du matériel. Construites avec des matériaux divers issus du territoire ou de récupération, dans la plupart des cas par le propriétaire de la vigne et sans l'intervention d'un architecte. Ces auto-constructions, simples et fonctionnelles, sont d'une très grande diversité. Les dénominations en témoignent : Loge, cabane, cabanon, maisonnette, baraque, petite baraque... Parfois les maçons donnent aux loges la forme d'une petite maison. La taille et les matériaux définissent les usages qui en étaient faits. Elles pouvaient être en dur ou non. Les loges en dur pouvaient accueillir du matériel mais aussi le cheval ou les outils.

⁸ <https://www.vignevin.com/paysages/paysages-viticoles/>

⁹ Voir par exemple le Guide Paysage du vignoble de Lavaux en Suisse (http://www.cil-lavaux.ch/wp-content/uploads/2016/06/Guide_Lavaux_2016.pdf)

La mécanisation progressive du travail dans le vignoble, le remplacement du cheval par le tracteur et la plus grande accessibilité de la vigne qui n'implique plus des séjours ou des nuitées sur place ont progressivement rendu les loges moins utiles. A partir notamment des années 1950-60 les cabanes commencent à disparaître. Le foncier devient de plus en plus cher et la loge entre en concurrence avec les pieds de vigne qu'on pourrait y planter. Elles sont ainsi démolies par leurs propriétaires pour laisser la place à de nouvelles plantations. Etant peu ou pas reconnues en tant que patrimoines, voire même parfois considérées comme des verrues dans le paysage. Plusieurs ont disparu au cours des dernières décennies. En Champagne, les loges ne sont par exemple pas dans la dénomination de la VUE du Bien UNESCO. Dans la région, le premier mouvement de reconnaissance a plutôt été initié par le Parc Naturel Régional de la Montagne de Reims.



Figure 4 : loge de vigne traditionnelle, Touraine¹⁰

Pourtant, au cours des dernières années, on assiste à un mouvement de réapparition des loges dans les vignobles et à leur réinvestissement par les viticulteurs. On est moins dans l'agriculture intensive et on retrouve l'importance de la vigne dans l'élaboration du vin. Les viticulteurs accordent plus d'importance à la matière première, au raisin, et tendent à faire valoir le paysage de la vigne. On insiste davantage sur la viticulture et plus seulement sur la vinification. Cela va de pair avec la valorisation du concept du terroir, central dans la production du vin.

La loge réapparaît ainsi comme l'endroit idéal pour mettre en valeur le terroir. D'un espace fonctionnel et de stockage, elle devient un lieu de mise en valeur du produit élaboré. Elle se transforme en dispositif essentiel de la monstration du processus de création du vin et donc de l'œnotourisme. On y accueille ses clients ou les touristes, on y organise des dégustations, voire même des courts séjours au cœur du vignoble.

D'autres évolutions s'esquissent également : on réinstalle des chevaux, on recharrie, on laboure les vignes, et par conséquent on a de nouveau besoin d'outils... Les loges permettent également de camoufler des équipements installés dans les vignes (par exemple de l'éclairage pour ceux qui font des vendages de nuit).

Cet ensemble d'évolutions conduit à un réinvestissement de la loge en tant qu'objet architectural de la vigne. De modeste auto-construction, la loge tend désormais à devenir un objet dessiné par des

¹⁰ <http://terredetouraine.canalblog.com/archives/2013/09/24/28078821.html>

architectes et des designers. Elle conserve toutefois du modèle originel la petite taille et les matériaux recyclés dans une approche qui est aussi de plus en plus alignée sur des valeurs écologiques.

La loge de vignes associe ainsi des mythes fondateurs (la cabane primitive) avec la sophistication d'un produit dessiné par des créateurs. Elle réunit un ensemble de qualités très en rapport avec les attachements de la société contemporaine : située dans un paysage historiquement travaillé par l'homme, investi par des valeurs symboliques, au centre de la production d'un produit qui fascine (le vin et plus particulièrement ici le champagne), construite avec les matériaux recyclés qui eux aussi véhiculent des messages (des tonneaux de vin, des parties de constructions anciennes, des pressoirs), de petite taille et de confort rudimentaire permettant aux citadins de construire une nouvelle relation avec la nature... Les loges de vignes se trouvent ainsi réinvesties d'un ensemble de qualités actuelles et servent de véhicule à des narratives diverses... auxquelles se rajoutent, dans le cas des loges des UEAC, celles de leur production par des jeunes créatifs dans un processus de cocréation inédit et original.

1.4. L' architecture des loges: un concept unique à valoriser au-delà des UEAC

Les loges sont un élément du paysage à plusieurs niveaux, dimensions et échelles qui acquière une signification différente selon l'échelle et les connexions utilisées pour les observer. En observant la distribution spatiale des loges (figure 5), on voit des semis de points répartis dans une région. On peut facilement imaginer que ces points sont les nœuds interconnectés d'un système de liens matérialisé par des routes et/ou des pistes dans l'espace utilisées pour la marche, le vélo et, dans une certaine mesure, la voiture. Ces systèmes d'interconnexion sont particulièrement intéressants dans une société qui se tourne vers des loisirs plus actifs, ouvrant des possibilités d'exploration active du paysage et de rencontres informelles entre visiteurs et habitants.

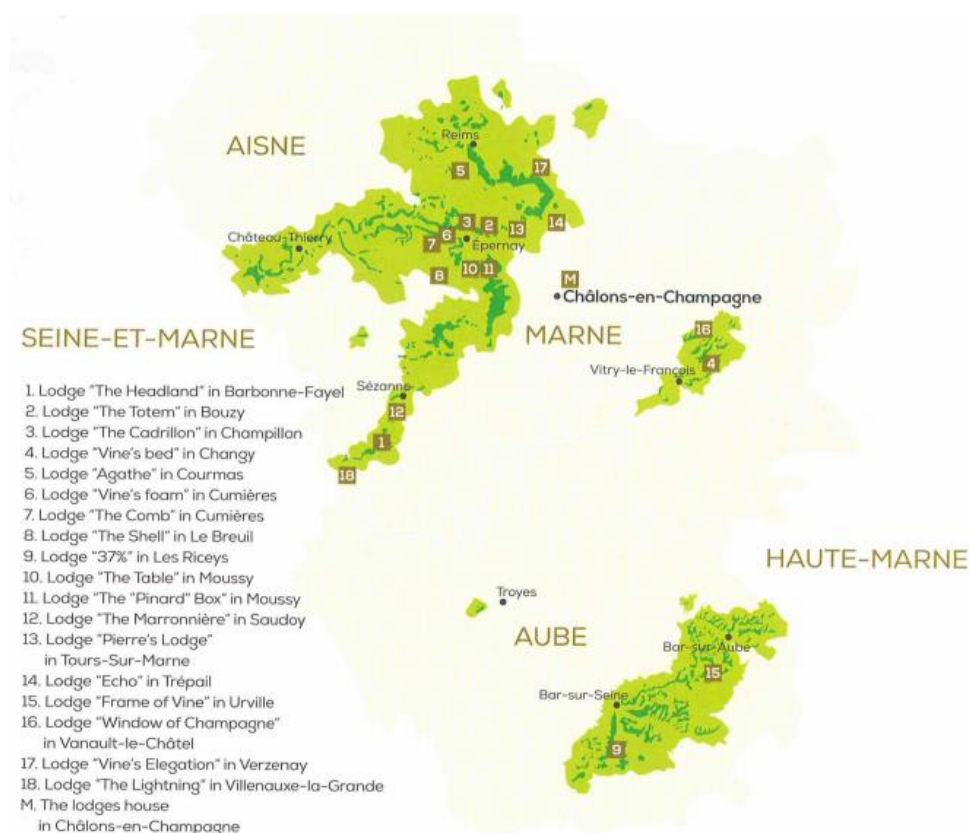


Figure 5 : Répartition spatiale des loges dans la région de Champagne. Source: CHALONS en Champagne AGGLO (s.d). Vineyard Lodge. Architectures in Champagne. (p. 23). UEAC.

En zoomant (Figure 6), on voit qu'une loge est un élément parmi d'autres constituant l'ADN du paysage champenois – paysage très spécial puisqu'il porte le label Patrimoine mondial de l'UNESCO. Il ne s'agit pas seulement de la vigne, mais aussi du rapport aux villages (leurs églises, cafés, lieux de sociabilité, etc.), à la topographie et à l'occupation des sols, ainsi qu'aux usages et pratiques dans les vignobles. À ce niveau, la loge participe et contribue à la Valeur Universelle Exceptionnelle du paysage viticole inscrit sur la liste de l'UNESCO.

La loge fait partie du patrimoine matériel mais aussi immatériel puisqu'elle incarne et représente des techniques de construction passées et actuelles. Trop souvent, le partage de l'histoire sur le savoir-faire de la production du champagne commence dans les halls de production des vigneron et les caves des Maisons de Champagne. Or, il ne fait pas oublier que le début de l'histoire se situe dans le vignoble avec les vignes, les raisins et les loges dans une chaîne d'interdépendances. Si nous voulons que ce paysage culturel continue à avoir un sens pour les générations actuelles et futures, il faut prendre en compte la complexité du paysage dans toutes ses composantes ainsi que les pratiques et les acteurs que celles-ci représentent.

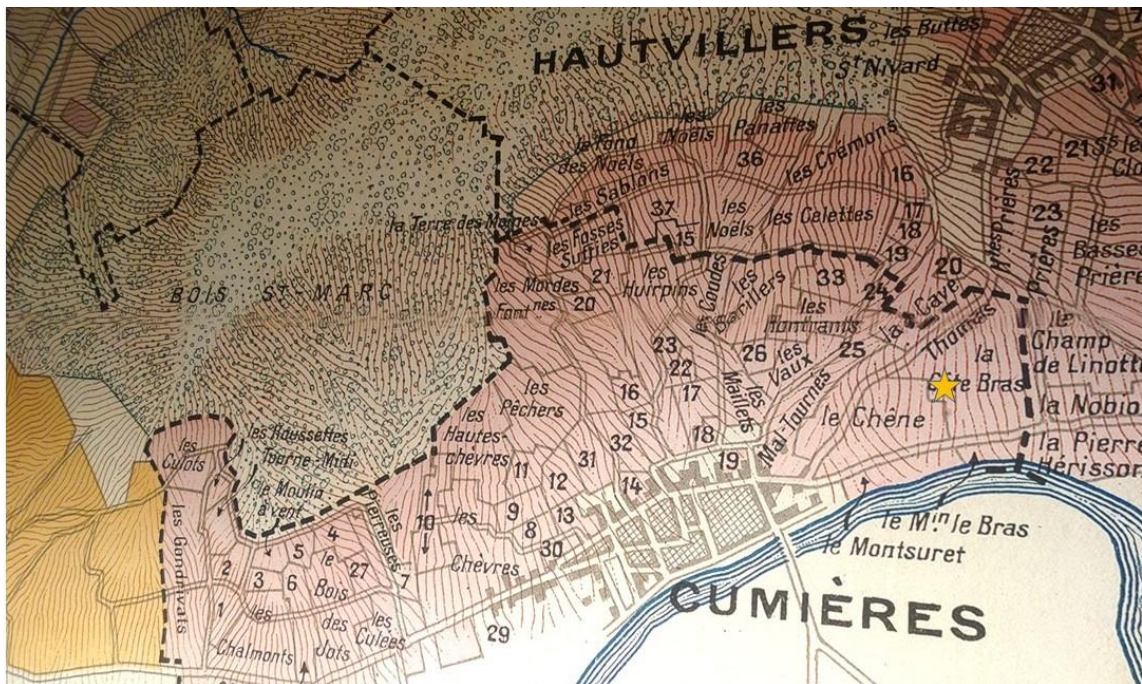


Figure 6. Des loges en lien avec le paysage à l'échelle locale (★ loge Joseph Perrier). Source : Détail d'une carte murale au centre d'accueil de Joseph Perrier

Enfin, en zoomant encore plus, on découvre la loge comme un objet à part entière : un îlot matérialisé dans un océan de vignes. Les usages et pratiques traditionnels étaient (et sont) en adéquation avec le design simple mais évolutif des loges. Le tourisme et les loisirs sont de nouveaux usages qui pourraient alimenter de nouveaux modes de conception.

La société ne vit pas un phénomène nouveau : elle est constamment en transition. Si l'architecture a su survivre lorsque d'autres métiers ont disparu, c'est parce qu'il dispose de cette capacité à s'adapter, à innover, à épouser les mouvements sociétaux et à accompagner. (Jomain & Bressy, 2021 :7)¹¹

Cela implique que le design ainsi que les utilisations des loges présentent une différenciation dynamique dans un continuum allant du traditionnel et simple au contemporain et sophistiqué. Les loges anciennes ne perdent pas leur droit d'exister mais les loges modernes adaptent la typologie architecturale de la loge aux besoins contemporains, comme cela est mentionné dans la citation ci-dessus.

¹¹ Jomain, L & Bressy, V. (2021). Convergence entre la transition environnementale et la profession d'architecte. *Architecture & Territoires*. Dossier Pratiques alternatives : les collectifs. N°75, 6-7.

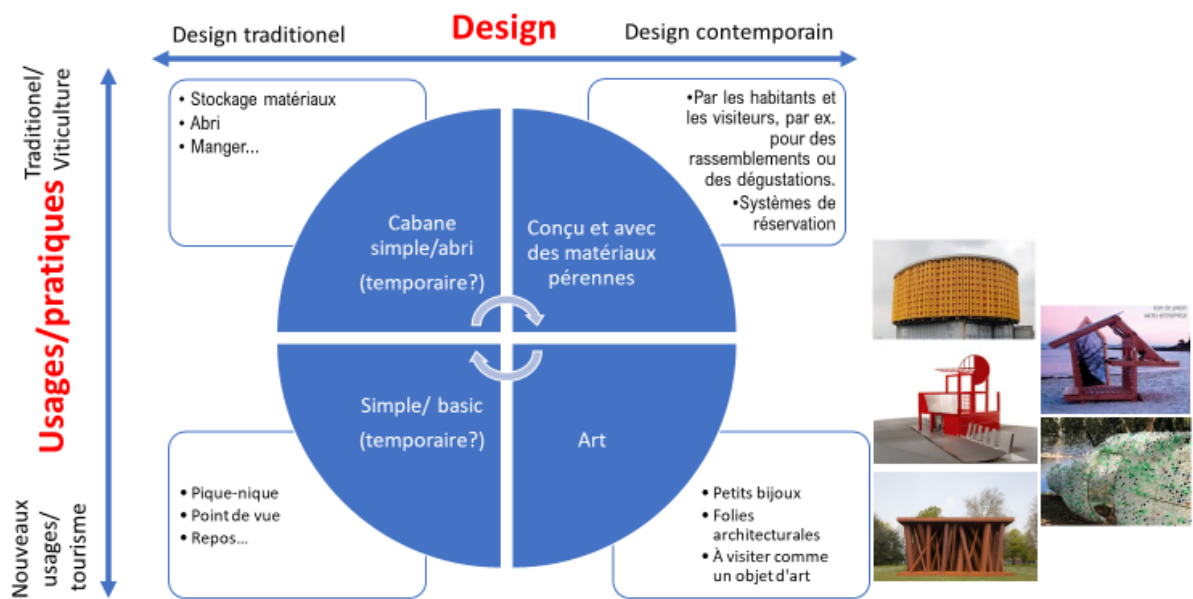


Figure 7 : Continuité de l'utilisation et de la conception des loges. © Dominique Vanneste, juillet 2021

L'accent mis sur une contribution plus importante de la conception architecturale pour certaines loges, considérées comme "Objets d'art" dans la typologie proposée dans la Figure 7, impliquerait par exemple une collaboration avec l'Ecole Nationale Supérieure d'Arts et Métiers de Châlons ouvrant des perspectives intéressantes. Dans cette optique, les loges peuvent être utilisées comme point d'ancrage pour des événements artistiques et des expositions, ce qui est d'ailleurs déjà le cas pour certaines loges (Figure 8).



Figure 8 : Les loges et l'art : une correspondance. Exemple 'La loge table', Moussy. © Dominique Vanneste, juillet 2021

L'architecture de petites loges démontables ou les installations vidéo sur les loges pourraient être un point d'entrée pour des marchés touristiques au-delà de la région de la Champagne, que ce soit en France ou à l'étranger. Par exemple, certaines biennales et triennales d'architecture pourraient être un forum intéressant pour parler de la qualité de l'architecture des loges d'abord et, à partir de là, faire passer des

messages sur le paysage viticole (Patrimoine mondial) de la Champagne et ses produits. Dans ce cas, l'architecture jouerait le rôle de déclencheur enrichissant l'imaginaire de la région essentiellement perçue comme une région de production de champagne et, par conséquent, encouragerait un développement touristique plus orienté vers le tourisme rural, le tourisme lent ou le géo-tourisme.

1.5. Les Universités d'été peuvent-elles représenter une valeur rajoutée pour le tourisme Châlons-en-Champagne aggro?

Depuis 2017, la communauté d'agglomération de Châlons-en-Champagne (CAC) et la Maison de l'architecture de Champagne-Ardenne organisent les UEAC. Les étudiants bénéficient d'une formation accélérée pendant 13 jours - ce qui est en soi très unique. Ils conçoivent (2 jours) et construisent (7 jours) ces prototypes exclusifs en atelier avant de les mettre en place (2 jours) dans les paysages typiques de la Champagne. La CAC met à la disposition des étudiants et des jeunes architectes un « atelier », lieu très bien équipé, pour la période de construction. L'hébergement se fait à Châlons et les repas sont organisés pour la plupart dans l'atelier. Les professeurs et les "compagnons" viennent également sur place transmettre leur savoir.



Figure 9 : « L'Atelier », lieu de construction des loges, © M. Gravari-Barbas

Chaque micro-architecture est conçue et construite par une équipe de quatre stagiaires pour les besoins spécifiques d'un vigneron particulier, accompagnée d'un superviseur pédagogique. En 2021, Simon Teyssou était le parrain de l'atelier, et le thème retenu était celui de la " réutilisation ".

Les UEAC offrent une opportunité d'échange fertile et rare entre le monde académique, professionnel et culturel qui mériterait être davantage développée. Elles sont appréciées des étudiants du monde entier car ils présentent un fort potentiel d'innovation et la possibilité d'une matérialisation du projet dessiné.

Après des périodes de lock-down, pendant lesquelles le travail d'équipe et la pratique étaient impossibles, les UEAC offrent l'occasion de reprendre des activités collégiales et une pratique de l'architecture concrète en plus de l'enseignement théorique général reçu dans les écoles (architecture,

génie civil, viticulture, commerce...). La participation au cours d'été est validée par les universités comme un stage.



Figure 10 : L'Atelier, étape de familiarisation avec les matériaux, © M. Gravari-Barbas



Figure 11 : L'Atelier, conception des loges, © M. Gravari-Barbas

Les UEAC offrent un programme éducatif précis et strict qui peut servir d'exemple innovant pour d'autres types de cours d'été. Il s'agit également d'une formation qui a un rapport avec le tourisme, et qui attire l'attention des étudiants en architecture, des professionnels de l'agriculture (vignerons) et des experts en gastro- et œnotourisme sur cette forme particulière d'enseignement.

Ainsi, à Châlons, une cinquantaine d'étudiants en architecture en provenance du monde entier, sont invités à concevoir de nouvelles loges de vigne à installer dans les paysages emblématiques des terres champenoises, classées au patrimoine mondial de l'UNESCO. Le concept des UEAC est extrêmement fort, séduisant et attrayant : Les étudiants en architecture passent du papier à la réalité et imaginent, construisent et installent 8 loges de vigne sur 8 parcelles, en fonction des besoins spécifiques des vignerons et avec l'appui de professionnels (architectes, Compagnons du travail, artisans...).

Les loges nouvelles sont construites à partir de matériaux locaux tels que la brique, la craie, la pierre, le bois et chacun d'entre eux est réinterprété par une idée spéciale basée sur la demande du propriétaire du vignoble commanditaire. L'objectif est que la visite des pavillons constitue un programme spécial, complémentaire à la dégustation de vin, formant ainsi un véritable produit touristique local. La plupart de ces pavillons sont des constructions respectueuses de l'environnement, qui font non seulement partie du paysage culturel, mais qui sont aussi des endroits d'où l'on peut le mieux l'admirer.



Figure 12 : L'Atelier, présentation d'une loge avant installation dans le vignoble © M. Gravari-Barbas

2. LES UEAC DANS LE CONTEXTE DU PRODUIT TOURISTIQUE DE CHAMPAGNE

2.1. Analyse du produit touristique de Châlons-en-Champagne

Dans de nombreuses discussions, l'œnotourisme est de plus en plus important pour le présent et l'avenir de l'industrie du vin, car il est considéré comme un bon moyen d'attirer de nouveaux acheteurs et marchés. Cependant, le développement de l'œnotourisme n'est pas considéré central l'industrie du vin des lieux les plus réputés de la région de Champagne. Certains pourraient dire que la réputation de vins pétillants aussi prestigieux n'ont pas forcément besoin du tourisme. La réputation du vin de Champagne a est en effet très considérable, la demande totale de vin de Champagne dépassant l'offre totale.

Ce vin effervescent est considéré comme un générateur économique majeur parmi la filière française des vins et spiritueux. En 2019, la production totale a atteint plus de 244 millions de bouteilles, dont 73,5 % proviennent des maisons de champagne (y compris les négociants en vins) et 26,5 % des vignerons et coopératives (Comité Champagne, 2020). Plus de la moitié de la production de champagne (53,6 %) était destinée à l'exportation, ce qui représente 20 % du total des marchés d'exportation des ventes de vins français. Les quatre principaux acheteurs sont les États-Unis, le Royaume-Uni, la Russie et le Japon. Le prix moyen d'un vignoble de raisin de champagne valait au moins 1,5 million d'euros par hectare, ce qui en fait la terre vinicole la plus valorisée au monde. Par rapport à la première destination touristique du vin, Bordeaux, la valeur est 60 fois plus élevée.

Cela pourrait également expliquer le fait que le développement du tourisme viticole n'est pas la cible principale des producteurs de vin de champagne pour augmenter leurs ventes. Il est en effet très difficile de répondre à la question de savoir si l'impact du développement de l'œnotourisme dans la région ajoute une valeur supplémentaire significative à un produit vinicole déjà très apprécié comme l'est le vin de Champagne.

Toutefois, quand on prend au mot le fait que "le champagne ne vient que de la Champagne", comme l'affirme avec force le Comité Champagne¹², le tourisme du vin (ou œnotourisme ou vinitourisme) ressort comme un des produits touristiques principaux de la région de Champagne. La région viticole de Champagne est la deuxième région viticole la plus populaire après Bordeaux avec 17% des touristes du vin. Les recettes totales du tourisme dans la région atteignent 630 millions d'euros. 110 millions d'euros d'investissements directs dans l'industrie hôtelière champenoise ont permis de créer 11 700 emplois directs. Le nombre de visiteurs en 2017 s'est élevé à 7,3 millions de visiteurs avec 14,8 millions de nuitées. La plupart des arrivées proviennent de pays tels que les États-Unis, la Belgique, les Pays-Bas et d'autres pays d'Europe du Nord. Bien que la région ne soit qu'à une courte distance, 90 miles à l'est de Paris, ce qui peut facilement offrir des évasions de la ville, seuls quelques Parisiens visitent la région Champagne à des fins œnotouristiques. Toutefois, seulement 5% de l'hébergement total est agrotouristique. De plus, les consultations avec les acteurs locaux ont montré qu'il n'existe pas de cadre institutionnel spécifique définissant les spécifications d'un hébergement agrotouristique. Une initiative très importante introduite par les décideurs locaux est que tous les professionnels qui reçoivent des invités/visiteurs doivent être approuvés par le Comité Champagne ou l'Office du tourisme. Tout producteur de champagne recevant des invités/visiteurs doit être agréé par le Comité Champagne en affichant un programme de qualité.

Cependant, le développement de l'œnotourisme met en valeur la valeur universelle exceptionnelle de la Champagne, qui va au-delà de la quantité de la demande de vin. Comme il a été indiqué dans l'une des visites d'étude effectuées par les membres du réseau UNITWIN de l'UNESCO, *"de nombreux consommateurs de vin dans le monde connaissent le champagne en tant que produit, mais la plupart d'entre eux ne savent pas qu'il existe des régions spécifiques qui donnent un profil particulier au champagne"*. D'autre part, les visites d'étude ont montré que les vignerons, les maisons de champagne et les coopératives des cinq principales régions de production du champagne (Reims et sa région, Épernay et sa région, la vallée de la Marne, la Côte des Bar et les Coteaux Vitryats) peuvent offrir des expériences œnotouristiques uniques qui révèlent de nombreux secrets derrière ce lien - *pourquoi les vins les plus appréciés au monde sont si intimement liés à leur terre d'origine*¹³. Notamment en mettant en valeur la Valeur Universelle Exceptionnelle du paysage culturel du vignoble champenois.

De nombreuses collines champenoises avec leur mosaïque de "micro-terroirs" et leurs villages peuvent offrir des promenades et des randonnées uniques. Les maisons et les caves souterraines, entourées de crayères créées après la Révolution française au milieu des années 1800, sont inscrites sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO et offrent de magnifiques visites, des ateliers de vinification, des nuitées dans les châteaux, etc. La région de Champagne est également un lieu unique à visiter, notamment grâce à ses sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO, tels que l'avenue de Champagne à Épernay, les vignobles historiques d'Hautvillers, avec la colline Saint-Nicaise à Reims, la cathédrale Notre-Dame, l'ancienne abbaye de Saint-Rémi et le palais de Tau. Cette reconnaissance

¹² <https://www.champagne.fr/en/homepage>

¹³ *ibid*

prestigieuse reçue par l'UNESCO a un fort potentiel pour accroître davantage l'intérêt pour la région de la Champagne en stimulant l'oénotourisme.



Figure 13 : Figures-clé du tourisme en Champagne

2.2. Image touristique

La France est une destination européenne populaire, pourtant - malgré la grande réputation de son produit spécial - la région de Champagne n'est pas suffisamment visitée.

Selon les données fournies par les différentes études réalisées par la Région Grand Est, les principales raisons de visiter la Champagne sont les suivantes :

1. Les vignobles, coteaux, maisons et caves à vin de Champagne et la cathédrale de Reims sont classés au patrimoine mondial de l'UNESCO.
2. Six circuits touristiques dans le cadre de la Route Touristique du Champagne, avec plus de 600 km de circuits balisés.
3. 3.450 km de sentiers pédestres et cyclables et 60 circuits sont disponibles pour emmener les touristes à travers les vignobles et autour des grands lacs.

Coteaux, Maisons et Caves de Champagne, Patrimoine mondial de l'UNESCO

La région de Champagne, à seulement une heure de Paris, offre aux voyageurs des expériences uniques et étonnantes, à la fois au-dessus et au-dessous du sol. Le site inscrit englobe les sites où s'est développée la méthode exceptionnelle de production de vins mousseux sur le principe de la fermentation secondaire en bouteille depuis le début du XVIIe siècle jusqu'à son industrialisation précoce au XIXe siècle. Le bien est constitué de trois ensembles distincts : les vignobles historiques de Hautvillers, Aÿ et Mareuil-sur-Aÿ, la colline Saint-Nicaise à Reims, et l'avenue de Champagne et le Fort Chabrol à Epernay. Ces trois composantes - le bassin d'approvisionnement formé par les coteaux historiques, les sites de production (avec leurs caves souterraines) et les centres de vente et de distribution (les Maisons de Champagne) - illustrent l'ensemble du processus de production du champagne. Le bien témoigne clairement du développement d'une activité artisanale très spécialisée qui est devenue un complexe agro-industriel.

Ce processus peut être complété par la valeur touristique du site qui peut être fortement développée et augmentée dans un futur proche.

La visite de la région de Champagne offre des expériences spécifiques

- La chance unique de voir l'ensemble du processus de production, depuis la vigne jusque dans le verre.
- En surface, les vignobles et les villages peuvent scintiller au soleil, offrir des salles de dégustation et des expositions de produits,
- Dans les caves, on peut découvrir des centaines de kilomètres de tunnels qui restent à une température fraîche.
- Des milliers de bouteilles tapissent les murs des caves, certaines grossièrement taillées dans la craie des carrières à l'époque romaine.
- Il existe un vaste éventail de maisons de champagne et de vigneronnes à visiter. L'avenue de Champagne, à Épernay, vous offre la possibilité de déguster du champagne tout en vous émerveillant devant l'alignement impressionnant de maisons de champagne, de manoirs de style Renaissance et de monuments historiques.

Dans ce contexte, les UEAC représentent une opportunité, reliant l'éducation à la production, mais présentant également un aspect touristique très important : elles peuvent offrir aux vignobles une attraction unique d'hospitalité tout en étant un événement éducatif reconnu au niveau international.

Le graphique ci-dessous montre les principales activités touristiques réalisées par les visiteurs. Comme on peut le voir, la principale activité est la visite des grottes et des vignobles, effectuée par tous les visiteurs. Les autres activités comprennent la visite d'autres sites touristiques, la randonnée, la visite de sites commémoratifs et, également, la participation à des événements tels que le festival œnotouristique "Champagne and You" qui révèle les trésors de la vallée de la Marne, avec plus de 30 vigneronnes qui proposeront des dégustations de leurs meilleurs crus sur l'esplanade du château médiéval de Thierry, dans l'ouest de la vallée de la Marne.

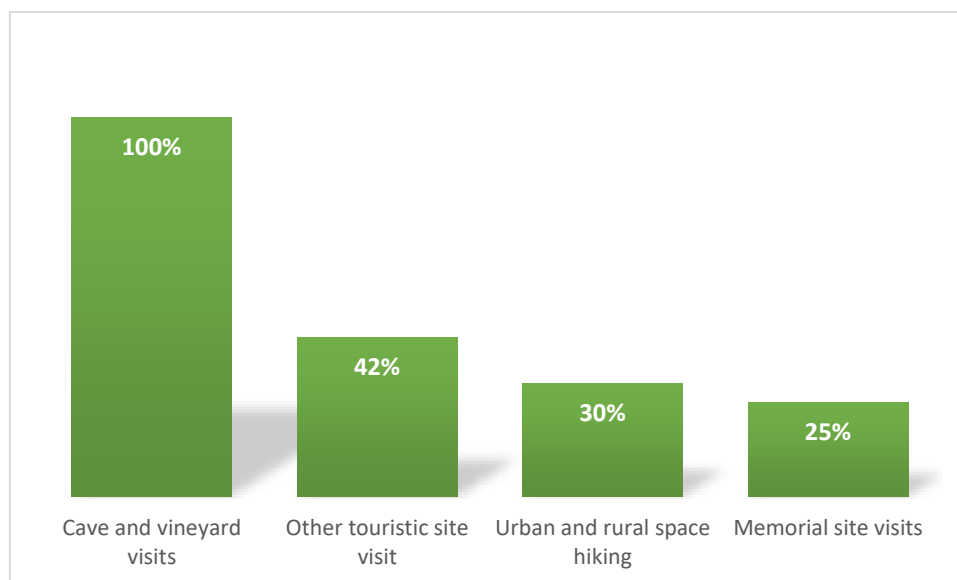


Figure 14 : Motivation des visiteurs en Champagne

Image de la destination¹⁴

En 2016, une étude de marché auprès de 2885 œnotouristes potentiels a montré que 91% avaient une connaissance de la destination Champagne, 97% avaient une position positive à son égard.

¹⁴https://www.champagne.fr/assets/files/oenotourisme/20190321_livre_blanc_oenotourisme-en-champagne_version-longue.pdf?fbclid=IwAR1YBV87rjE63WoI4F7KoNhwEnO7jbx-ppag94dLYpfrG76KS_euJ4Ot74U

Les trois premiers mots qui faisaient référence au territoire étaient : patrimoine œnologique (75%), patrimoine naturel (18%) et patrimoine historique (8%). Le graphique X présente certains des principaux résultats de cette étude d'image. Comme on peut le voir, la plupart des répondants sont d'accord sur le fait que la Champagne est une région célèbre pour son vin et ses vignobles ; mais d'autres aspects liés au tourisme comme la gastronomie, l'histoire ou le paysage sont moins connus.

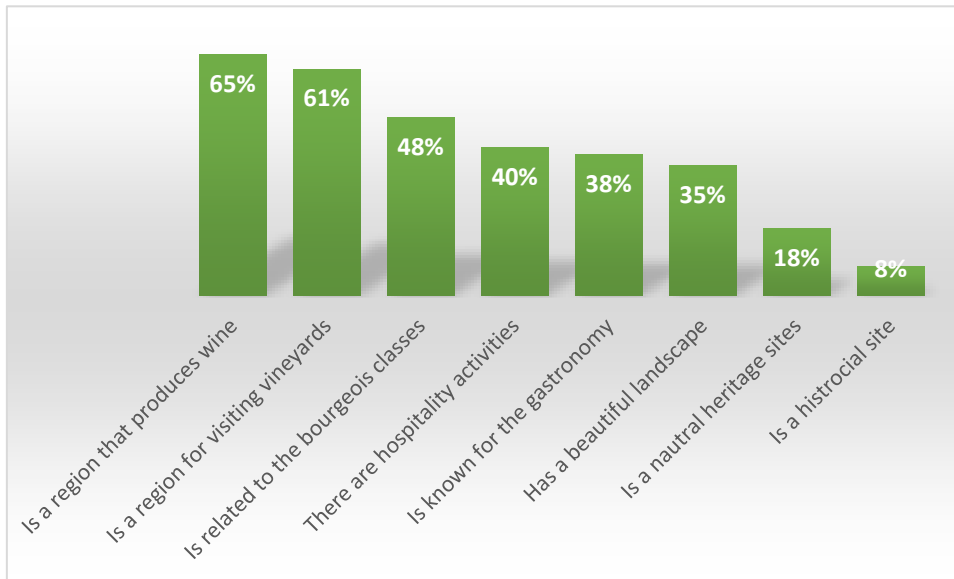


Figure 15 : Perception de la Région Champagne

2.3. Le schéma régional de développement touristique (2018-2023) élaboré par l'Agence régionale du tourisme de la collectivité territoriale Grand Est.

Son objectif fondamental est de développer cette destination touristique dans les années suivantes et d'augmenter le nombre de visiteurs. Le nouveau plan régional de développement touristique (2018-2023) s'articule autour de :

- 5 plans d'actions : attractivité et investissement, performance, innovation, transfrontalier, gouvernance et destinations.
- 5 destinations composent le territoire touristique régional dont la Champagne.
- 6 itinéraires touristiques " signatures " (>600km) (tels que le tourisme de mémoire, le tourisme de déambulation, le tourisme culturel et patrimonial, l'œnogastronomie, l'écotourisme, le tourisme de bien-être et de bien-être (pourtant, moins de 2 pages concernant la gastronomie...)).

Aujourd'hui, le vignoble champenois et les points de repère établis dans le paysage ainsi que leur fonction sont présentés comme des destinations touristiques. Le style architectural contemporain des nouveaux gîtes permet de continuer à développer un véritable parcours touristique. La valorisation de ce patrimoine architectural et du savoir-faire si riche de la Champagne prendra sa source à Châlons-en-Champagne où l'idée est de construire une Maison des Loges, qui pourra également devenir une destination touristique.

L'observation de la réalité champenoise en matière de tourisme a permis d'identifier quelques points faibles, qui sont les suivants :

- Peu d'activités liées au patrimoine rural, telles que des expositions d'artisanat local, des interactions avec les producteurs alimentaires locaux, etc.
- Le désengagement des vignerons champenois des actions locales (festivals et événements de tourisme œnogastronomique).

- L'absence d'un réseau champenois (tourisme, culture, nature) incluant d'autres parties prenantes en plus de celles impliquées dans la fabrication du vin (champagne).

- Les caves de Champagne se concentrent davantage sur l'offre d'une atmosphère de consommation et de divertissement et sont peu connectées à leur milieu (vignoble, culture de la vigne, écosystèmes)..

Plusieurs actions pourraient être menées pour améliorer le tourisme lié au vin et au champagne parmi lesquelles :

Proposition 1 : établir une stratégie pour le tourisme œnogastronomique

Le vin fait partie de la gastronomie de la région mais, comme le montrent les différents plans touristiques proposés, dans le cas de la région Champagne, la stratégie se concentre sur le vin et les vignobles. Une approche plus intégrative concernant la gastronomie devrait être développée, ce qui implique, au moins, trois actions :

- Définir une stratégie claire pour le tourisme œnogastronomique,
- Travailler sur le développement de produits touristiques œnogastronomiques.
- Augmenter l'effet réseau du Champagne en intégrant d'autres acteurs.

Cela doit aller de pair avec une meilleure identification du profil du visiteur. Les œnotouristes doivent être clairement définis, car ils ont chacun différents types d'exigences :

- Les "Geeks" du vin : Ils veulent tout savoir. La connaissance et la dégustation du vin sont le seul but de leur visite.

- Les gastro-touristes : Les expériences gastronomiques et viticoles sont des éléments importants de leur séjour dans la région.

- Le touriste occasionnel (du vin) de passage : Ils visitent pour diverses raisons et considèrent "*Nous sommes dans une région viticole, alors allons visiter un vignoble*".

Il est dans l'intérêt des hôtes locaux d'accroître leurs connaissances sur les types, les motivations, les besoins et le niveau de satisfaction de leurs visiteurs.

Proposition 2 : identifier l'offre œnotouristique.

Comme on le voit dans d'autres destinations viticoles, l'œnotourisme ne se limite pas à la visite de caves et à la dégustation de vins, mais il va plus loin et comprend, par exemple, un centre d'accueil, un musée du vin ou un centre d'interprétation, une route du vin qui intègre la région et permet la mobilité dans la zone ainsi que l'organisation d'événements liés au vin.

Dans le cas de la région Champagne, disposer d'une route ou d'un sentier reliant les différents espaces, ou même disposer de différentes routes, pourrait contribuer à l'organisation de l'offre. De plus, ces parcours pourraient également inclure les vignobles où l'on peut voir les constructions de chaque école d'été d'architecture.

Proposition 3 : développer le travail sur le patrimoine immatériel associé

- Les repas festifs (liés à la déclaration des repas français comme patrimoine immatériel par l'UNESCO),
- Les fêtes du vin (élaborer le récit des traditions de production du champagne et du vin),
- La visibilité du patrimoine historique et des sites historiques,
- La diversification de la narration (femmes, producteurs, histoire locale).

Dans cette région, il y a également le défi de travailler sur la durabilité, et il y a quelques producteurs qui travaillent avec l'agriculture écologique. Dans cette zone, il faudrait développer davantage d'activités liées à la communauté locale, comme l'agrotourisme, afin de créer un tourisme durable. Dans ce but, il serait également intéressant d'augmenter les "expériences pratiques", l'appréciation esthétique et la créativité, ainsi que l'authenticité, qui se manifeste par l'interprétation, la célébration et les expressions du patrimoine champenois. Les impacts souhaités comprennent des avantages pour les

individus, les résidents, les lieux, l'agriculture/viticulture et la destination elle-même. Une plus grande attention devrait être accordée à la tendance à la production biologique dans les récits.

3. FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITES ET MENACES DU POSITIONNEMENT TOURISTIQUE DES UEAC

L'analyse des Universités d'été Architecture et Champagne, a reposé sur un ensemble de méthodologies croisées : Analyse bibliographique notamment en rapport avec les paysages de la vigne et vin et leur valorisation ; prise de connaissance des documents institutionnels en rapport avec le tourisme et le patrimoine dans la région, ainsi que le projet des UEAC ; visite de plusieurs loges construites au cours des 3 premières éditions de Universités d'été ; entretiens avec des acteurs *in situ* et dans le cadre de tables rondes et ateliers organisés ; observation du processus de production des loges de la 4^e édition et rencontres avec les étudiants.



Figure 16 : Les loges dans le paysage. © MACA

L'analyse du positionnement des UEAC dans le contexte de l'offre touristique de la région a été faite dans un premier temps par l'intermédiaire de la méthode SWOT. Cette méthodologie d'analyse organise les principales conclusions obtenues en 4 quatre rubriques: *Forces* et *Faiblesses* (ensemble des aspects internes du projet des UEAC qui peuvent être plus ou moins maîtrisés y sur lesquels on a une capacité directe d'action) et *Opportunités* et *Menaces* (aspects externes, liés au contexte, qui échappent à la capacité d'action de la gestion du projet, mais dont on peut en profiter ou dont on doit tenir compte).

Sont restitués ci-après de façon synthétique les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces des UEAC d'été en tant qu'élément susceptible de participer à la dynamique touristique territoriale.

1.1. Forces

Fo.1. POSITIONNEMENT. Le programme des UEAC, positionne l'agglomération de Châlons-en-Campagne comme centre de création culturelle contemporaine autour du produit touristique-viticole. Profitant de ressources externes (vignobles qui sont situés en dehors de son territoire administratif), le programme des loges permet de créer une relation entre Architecture Contemporaine – Vignes – Champagne qui contribue à renouveler (ou à redimensionner) l'image touristique de l'œnotourisme dans

la région. En ce sens, les UEAC contribuent actuellement à produire un changement dans la façon d’appréhender le paysage de la vigne et du vin. De nouvelles ressources touristiques font leur apparition dans le paysage (les loges) complétant et diversifiant les traditionnelles visites des caves. Du point de vue touristique en particulier, les UEAC positionnent Châlons Agglo grâce au lien original et créatif entre les vignobles, le champagne et l’architecture.

Fo.2. EDUCATION. Les UEAC représentent un nouvel outil qui peut apporter une valeur ajoutée à la CAC en rapport avec le projet éducatif du futur Campus universitaire. Elles constituent une expérience unique dont certaines composantes existent à très peu d’endroits (i.e. le festival des Cabanes à Annecy, Bellastock...). En plus, les futurs professionnels qui viennent de différents endroits en France notamment développent un lien émotionnel avec Châlons-en-Champagne. En ce sens, et d’un point de vue touristique, les UEAC positionnent Châlons Agglo dans le tourisme éducatif, que ce soit à un niveau régional ou national – possiblement international.

Fo.3. PROJET-PROCESSUS. Les UEAC ont déclenché un processus d’engagement des différents acteurs, mettant en relation les nouvelles générations de viticulteurs avec de jeunes architectes. L’implication et l’engagement de la jeunesse suppose un point très fort du processus, créé et encouragé par les Universités d’été. D’un point de vue touristique, ce processus est une force pour la région, mais exige une communication plus efficace, transférée à la population impliquée mais aussi aux visiteurs.

Fo.4. NETWORKING. Les UEAC ont créé et consolidé un réseau de collaboration entre différents acteurs institutionnels liés directement au «territoire Champagne» tels que le Comité Champagne, le MACA, les producteurs de vins ou la mission UNESCO. Elles ont aussi mis en relation un réseau de formateurs de différentes Ecoles d’architecture ainsi que des métiers (menuisiers, etc.). Ceci représente un capital social considérable pour la CAC.

Fo.5. RESULTATS POSITIFS ET UN INTÉRÊT CROISSANT. Les trois premières éditions des UEAC ont légué sur le territoire 18 loges qui renforcent le lien entre les vignerons et les étudiants. Il s’agit de loges “contemporaines” avec de nouvelles fonctions qui revisitent ou réinventent les loges de vignes traditionnelles. De fait, les viticulteurs semblent de plus en plus intéressés par ce projet.



Figure 17 : Discussion des projets en cours d’élaboration avec les experts © Maria Gravari-Barbas

1.2. Faiblesses

Fa1. MANQUE DE MONITORING. On perçoit une certaine faiblesse dans le suivi et le monitoring des UEAC et le programme des loges en termes de durabilité du projet et aussi en termes d'impacts économiques, environnementaux et socio-culturels. Il semble que cette initiative génère des impacts positifs importants (*supra* Forces identifiées). Cependant, on ne dispose pas encore de données d'une analyse en profondeur de l'impact des UEAC et de leur intérêt en termes éducatifs (niveau universitaire), culturels (société locale) et touristiques (viticulteurs et entrepreneurs locaux).

Fa2. INCERTITUDES SUR LA VIABILITÉ DU PROJET. Ce manque d'information dû aux faiblesses de l'analyse de l'impact est à mettre en relation avec les doutes de la part de certaines institutions sur l'utilité des Universités d'été et le projet des loges. On manque aussi un plan de marketing du projet qui pourrait assurer la visibilité.

Fa3. INCERTITUDES SUR LE FINANCEMENT DU PROJET. En relation avec le point précédent, on perçoit des doutes sur la faisabilité, la pérennité et la pertinence du financement des UEAC de la part des acteurs locaux, ce qui peut impacter la durabilité du projet à moyen terme. Le projet manque en particulier une analyse financière détaillée.

Fa4. ABSENCE D'UNE COMMUNICATION APPROPRIÉE des UEAC qui se manifeste dans les aspects suivants:

- a) On perçoit un **faible engagement local** avec les UEAC, à l'exception de quelques vigneronns très fortement engagés.
- b) Il semble exister aussi une **faible perception** de l'importance du processus par les acteurs. Le lien entre les étudiants, les jeunes architectes et les producteurs est très intéressant. Cependant, il ne s'agit pas de valoriser uniquement les résultats (les loges construites), mais aussi le processus dynamique de cocréation par les acteurs et la réflexion et le partage d'information. On n'insiste pas suffisamment sur l'importance des UEAC en tant que processus de cocréation partagée et élaborée conjointement par un ensemble d'acteurs.
- c) Il n'existe pas une **communication des résultats et des impacts** des «Universités d'été» sur l'agglomération et sur la région. Ceci est regrettable compte-tenu de l'intérêt de ce projet et de la mobilisation des acteurs qui y participent.
- d) Enfin, il y a une **relation insuffisante** entre les UEAC et sa place dans le positionnement touristique de la région. D'une part, il existe un déséquilibre entre l'image de la destination Champagne et les initiatives naissances récentes des vigneronns qui utilisent les loges comme service ou produit touristique. D'autre part, on ne profite pas non plus en termes de communication touristique de l'existence des UEAC comme écosystème créatif lié à une nouvelle dimension touristique durable d'œnotourisme dans la région.

Fa5. DIMENSION TOURISTIQUE NAISSANTE DU PROJET DES UNIVERSITÉS D'ÉTÉ et des **LOGES**. Compte-tenu de l'inscription spatiale des Universités d'été, il y a plusieurs faiblesses en relation avec le tourisme :

- a) **DISTANCE.** Les distances entre les loges rendent difficile la création d'un produit touristique intégré (par exemple une route pour visiter toutes les loges dans les vignobles). Le lien avec les villages est distendu et relativement négligé, malgré le fait qu'ils font partie intégrante du patrimoine culturel. Les villages peuvent véhiculer une certaine impression de fermeture.
- b) **LIEN AVEC LE PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO.** La relation avec le patrimoine mondial est distendue, et pas suffisamment valorisée.
- c) **SERVICES TOURISTIQUES.** Il y a un manque de relation entre les loges et des services touristiques fondamentaux. Il n'y a pas de services touristiques à proximités des loges (signalisation, accès, points d'approvisionnement ...).
- d) **RESSOURCES SOUS-EXPLOITÉES.** D'autres ressources autour des vignes demeurent sous-exploitées (patrimoine culturel, espaces naturels, patrimoine ethnographique, attributs touristiques,...) et il n'y a pas de liaison entre le produit touristique, les loges et d'autres

ressources y compris même dans la propre ville de Châlons (telles que l'École du Cirque) susceptibles de créer aussi une offre éducative plus intégrée et complète. La demande actuelle est focalisée principalement sur l'expérience touristique classique (caves et ventes de vin).

- e) **IMAGE.** En termes d'image touristique, celle-ci n'a encore aucune relation avec l'initiative de création culturelle contemporaine autour des loges. De fait, du point de vue de l'**image touristique communiquée**, la relation entre les Universités d'été, le projet des loges et l'image de la destination n'est pas claire. De même, du point de vue de **la perception de l'image par la demande**, on a remarqué un manque d'image perçue par les touristes en relation avec les UEAC.

1.3. Opportunités

O1. INSCRIPTION UNESCO EN 2015. L'inscription des « Côteaux, Maisons et Caves de Champagne » sur la liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO a renforcé le positionnement touristique de Champagne. Elle représente également une opportunité pour le développement de l'œnotourisme durable dans les vignobles. En fait, l'inscription a renforcé la collaboration entre les acteurs, les a amenés à partager le même objectif et à travailler ensemble à travers la relation Architecture - Paysage de Vignes - Tourisme, ce qui a déclenché l'intérêt des acteurs œnotouristiques locaux et a attiré de nouveaux visiteurs susceptibles d'aller plus loin que la visite classique des principales Maisons de Champagne ou des sites comme Epernay.

O2. DEMANDE DE PERENISASTION des UNIVERSITES d'ETE DE LA PART D'UNE PARTIE DE LA COMMUNAUTÉ ET DE QUELQUES INSTITUTIONS DE L'AGGLOMÉRATION. Une partie de la communauté (jeunes viticulteurs, ainsi que certaines institutions (MACA, Comité UNESCO...) souhaitent la pérennisation des Universités d'été et du programme des loges. Ils se rendent compte de cette opportunité pour le développement économique-touristique pour la région, mais aussi comme une initiative inédite voire exceptionnelle, contemporaine et intéressante dans le contexte de l'offre éducative et culturelle de l'Agglomération.

O3. DIFFÉRENTIATION REGIONALE. Les UEAC et les loges offrent à Châlons la possibilité de se différencier des autres sites de Champagne en tant que lieu unique de formation et de de cocréation architecturale en rapport avec le vignoble. Elles peuvent servir comme attraction pour d'autres universités d'été liées à l'art, et même pour d'autres sujets comme la production agricole bio.

O4. Cette forme d'**EDUCATION "outdoors"** est une opportunité pour créer des réseaux avec d'autres projets locaux, régionaux, internationaux autour du patrimoine et de l'architecture contemporaine. Il y a déjà des exemples intéressants à prendre comme référence ou à contacter (Escuelas Taller Espagne par exemple). Ce type d'éducation est aussi un moyen pour acquérir une expérience pratique toujours exigée dans la recherche d'emploi et peut être valorisé comme une formation de référence pour les étudiants en architecture et les jeunes diplômés, en France et ailleurs.

O5. DIVERSIFICATION ECONOMIQUE ET TOURISTIQUE. Les UEAC et le programme des loges peut encourager d'autres initiatives de vigneronnes liées directement ou indirectement (ressources gastronomiques, accueil de visiteurs etc.) et d'autres types de tourisme (agrotourisme).

O6. SYNERGIE AVEC LES TENDANCES TOURISTIQUES ACTUELLES. Les UEAC et le programme des loges est cohérent avec les tendances touristiques actuelles, compte-tenu de la demande croissante d'œnotourisme ainsi que du discours institutionnel appuyant le développement de ce type de tourisme. On reconnaît des tendances tournées vers une consommation touristique du territoire au sens large. Le concept de paysage culturel vitivinicole de Champagne est relié aux motivations naissantes de visiteurs pour connaître le patrimoine culturel territorial au sens large. Ces visiteurs recherchent des expériences touristiques fondées sur des nouvelles ressources touristiques, peu utilisées jusqu'à présent, telles que les vignobles eux-mêmes.

O7. NOUVELLES GÉNÉRATIONS d'habitants locaux. Ces générations ont des nouvelles idées et se montrent très réceptifs envers des initiatives comme celle-ci. Même si tous les viticulteurs et les entrepreneurs ne participent pas activement aux UEAC, il existe une certaine sensibilité sociale qui incite certains acteurs locaux à s'intéresser à des concepts-clé des UEAC au-delà du vin et de l'architecture contemporaine, mais aussi la durabilité, le recyclage et la réutilisation des matériaux, le

slow tourism, la production écologique, etc. On remarque aussi une implication active des femmes dans la viticulture et dans les nouvelles activités en rapport avec les loges, ce qui constitue une opportunité intéressante pour la projection sociale et la continuité du Projet.

08. EXPÉRIENCES INTERNATIONALES. Il existe de nouvelles expériences internationales intéressantes en relation avec le patrimoine et d'autres cadres innovateurs éducatifs (Itinéraire culturel Intervitis, *Global Wine Tourism Organization - GWTO*, *Escuelas taller España*¹⁵, *Travesías por América*¹⁶) (créer de réseaux qui rendent possible l'échange d'expériences et de connaissances constituent une opportunité pour la projection internationale et l'enrichissement des UEAC).

09. OENOTOURISM LAB. Il existe déjà un Laboratoire d'Œnotourisme¹⁷, support innovateur en œnotourisme dans le département de la Marne. L'existence de ce laboratoire est une opportunité pour encadrer des projets internationaux concernant les produits touristiques liés aux loges dans les vignobles. L'Œnotourisme Lab dispose d'un programme d'incubation de start-ups, le ThincLab de Châlons-en-Champagne, (avec un laboratoire de fabrication, un centre de recherche, un programme de coaching spécialisé ainsi qu'un réseau d'experts locaux et internationaux).

1.4. Menaces

M1. CONCURRENCE DE PLUS EN PLUS FORTE entre les « Universités d'Été » et d'autres offres éducatives notamment estivales. Dns le milieu académique, il existe une forte concurrence entre nombreuses offres de cours et de séminaires. Même si les Universités d'Été proposent un modèle d'éducation «de terrain» très stimulant et formateur pour les étudiants, le facteur coût joue un rôle souvent déterminant qui peut être à la défaveur des UEAC. Pour se démarquer, il convient non seulement de proposer une offre éducative très stimulante, mais aussi des conditions économiques et de financement attractives (ex. bourses).

M2. FORTE CONCURRENCE entre régions œnotouristiques. Les Universités d'été acquièrent leur plein sens dans le contexte d'une région œnotouristique particulièrement renommée comme la Champagne. Cependant, l'œnotourisme est à la hausse et l'offre dans les régions vitivinicoles est de plus en plus importante, même dans des régions qui ne comptent pas sur une tradition touristique préalable. Même si la visite des caves est une pratique assez ancienne, le nombre d'espaces muséalisés ou aménagés pour les visites, la dégustation ou l'hébergement dans les vignobles ont augmenté considérablement ces derniers temps. La concurrence augmente en France, mais aussi dans les pays européens voisins. D'autre part, les visites d'architectures contemporaines, en particulier construites par des architectes de renom, est une tendance qui s'affirme. Dans ce contexte, il faut déterminer très nettement la place qu'occupent des initiatives comme les UEAC qui conjuguent la formation universitaire à partir de la cocréation architecturale intégrée dans le patrimoine paysager territorial. Il est ainsi nécessaire de définir très précisément la possible dimension touristique et les publics cibles susceptibles de s'y intéresser.

M3. Incertitudes quant au SUPPORT INSTITUTIONNEL. Le soutien institutionnel est un facteur-clé pour le développement et la durabilité du projet. La faiblesse des liens de collaboration interinstitutionnels (UEAC-MACA-Agglomération) représente également une menace pour la stabilité, durabilité et la continuité de cette initiative qui est, en principe, intéressante et enrichissante pour la région du point de vue éducatif, culturel et touristique.

L'analyse SWOT révèle ainsi un très grand potentiel pour les UEAC mais également une grande fragilité qui n'est pas liée au concept lui-même, son sens et sa pertinence, mais dans sa relativement faible appropriation par l'ensemble des acteurs locaux dont le rôle est précisément de le soutenir de façon enthousiaste et engagée.

¹⁵ <https://www.aecid.es/ES/d%C3%B3nde-cooperamos/alc/programas-horizontales/programa-de-escuelas-taller>

¹⁶ <http://www.pucv.cl/uuaa/dgvm/programas-vcm/travesias>

¹⁷ <https://www.oenotourismelab.com/>

4. GOUVERNANCE DES UNIVERSITES D'ETE

Face au constat d'un affaiblissement des prérogatives et des capacités d'intervention de l'État au profit d'autres acteurs, la notion de gouvernance apparaît comme une forme plus souple de pouvoir politique que Le Galès (2019) définit comme " un processus de coordination d'acteurs, de groupes sociaux et d'institutions, en vue d'atteindre des objectifs définis et discutés collectivement. "

Un régime de gouvernance donné associe et combine trois grands domaines d'organisation des sociétés : l'un centré sur le secteur public, avec l'État comme élément central, un autre centré sur le marché (avec les valeurs associées à l'initiative privée), et un troisième, décentralisé, fondé sur les relations sociales de proximité, parfois considéré comme appartenant à la société civile. La sphère académique est ajoutée comme un secteur à part entière dans le modèle de la quadruple hélice. Tout cela fait ressortir le besoin d'une approche plus inclusive, liée à une économie basée sur la technologie (Carayannis & Campbell, 2009). Dans cette économie, nous devons prendre en compte, entre autres, les "médias", les "industries créatives", la "culture", les "valeurs", les "styles de vie", l'"art". En outre, Maruccia, Solazzo, Vecchio et Passiante (2020) proposent également l'introduction d'une cinquième sphère "Nature" qui élargit et adapte davantage le modèle en le valorisant dans la perspective que les sociétés considèrent toujours de manière approfondie leurs environnements naturels. Les Universités d'été Architecture & Champagne doivent s'ancrer dans cette structure intégrée pour atteindre une meilleure gouvernance."

Ces définitions sont utilisées dans le champ des sciences politiques pour penser la manière dont les sociétés s'organisent et distribuent le pouvoir à grande échelle, mais elles doivent également être appliquées à des échelles plus locales et nous permettent de comprendre les actions dans une perspective ouverte, attentive à la contribution de chacun dans la réalisation de ces actions.

La gouvernance peut être comprise à différents niveaux et nous avons choisi, dans le cas de ce travail, de nous concentrer sur la gouvernance de l'école d'été elle-même, afin de répondre à la question de savoir comment les acteurs se coordonnent pour atteindre leurs objectifs, quels sont les rôles respectifs dans l'organisation de l'école d'été des différents acteurs, y compris le gouvernement local, le secteur privé, le monde universitaire et les communautés.

Nous considérons cette gouvernance à la fois comme les cadres normatifs et formalisés dans lesquels s'inscrit la prise de décision, et comme l'ensemble des actions qui influencent la relation entre les moyens et les fins.

Les éléments essentiels de ce modèle, comme il a été dit, sont la gouvernance et les acteurs.

Pour la gouvernance, il est fait référence aux modèles d'interaction dont la cohérence et l'efficacité de notre modèle dépendent, avant tout, de la coordination horizontale et verticale entre une pluralité d'acteurs institutionnels et sociaux, ainsi que de leur capacité à partager des objectifs, à négocier des accords et à coopérer pour les atteindre tous (Freeman 2010).

Dans le processus de gestion, il est nécessaire de considérer trois moments de participation des acteurs qui se traduisent par les étapes suivantes :

- Légitimer les décisions qui sont prises, en rendant le processus décisionnel plus transparent.
- Augmenter la base de connaissances pour la prise de décisions en exploitant les connaissances locales et non professionnelles.
- Développer de nouvelles alternatives de gestion plutôt que de simplement accepter ou rejeter celles proposées par les experts.

L'adoption de stratégies guidées se heurte à la dynamique imprévisible des changements qui constituent la toile de fond du travail et il existe une tension entre le besoin de conservation et de protection et la demande d'innovation et de développement.

Les expériences menées dans le monde entier montrent que les approches participatives peuvent apporter toute une série d'avantages différents, allant de "l'implication d'un plus grand nombre de personnes" à "l'instauration d'une plus grande démocratie". La participation doit impliquer les gens non seulement dans la mise en œuvre de mesures spécifiques, déterminées de l'extérieur, mais aussi en

termes de conception et de planification (Selman 2004). L'engagement de la population locale ainsi que l'engagement des visiteurs forment une unité active qui peut stabiliser un développement approprié et la durabilité de la zone.

Il est vraiment important d'explorer la structure et la capacité des réseaux et la nature de la coopération et de la concurrence entre les gouvernements locaux et les réseaux. On doit également considérer le rôle de ces réseaux dans la gouvernance économique et environnementale et leur impact sur l'élaboration des politiques ainsi que leur influence sur la gouvernance multi-niveaux. Les outils de gestion doivent impliquer les acteurs et les institutions aux niveaux local, national et international.

Un rôle important est joué par la fourniture d'informations et l'effort de sensibilisation des communautés locales.

Dans les pages suivantes, nous formulerons des propositions pour créer un cadre de gouvernance multi-scalaire capable de relever les défis de la préservation du patrimoine culturel et de la pérennisation du modèle pédagogique et de recherche des universités d'été dans des contextes locaux et régionaux. Elles doivent viser à répondre à une vision renouvelée de la structure.

4.1. Analyse de la situation actuelle

4.1.1 La Gouvernance actuelle des Universités d'été

La gouvernance actuelle est établie par une convention, anciennement tripartite et désormais bipartite, liant les principaux partenaires que sont la MACA (Maison de l'Architecture Champagne Ardenne) et la Communauté d'Agglomération de Châlons en Champagne. Cette convention, renouvelée annuellement, fixe les objectifs du projet et définit explicitement les rôles et engagements de chacun des partenaires, notamment en termes techniques, administratifs et financiers. La MACA et Châlons Agglo travaillent tout au long de l'année sur l'organisation des universités d'été, en s'appuyant notamment sur des réunions formelles telles que les COPIL (comités de pilotage) et les COTHEC (comités techniques).

A ce cadre formel s'ajoutent des relations plus ou moins formalisées entre différents acteurs qui participent également à la gouvernance de l'action au sens décrit ci-dessus. Parmi ces acteurs activement impliqués, dont certains prennent part aux COPIL et COTHEC de préparation, et/ou participent aux 12 jours de l'école d'été, on peut citer l'ENSAN (Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Nancy), qui était signataire de la convention depuis quelques années, le Comité Champagne, qui participe à l'information des vignerons et à la sélection des candidats, la Mission UNESCO, la DRAC, et la Région Grand Est qui apporte ou a apporté un soutien financier et, pour la DRAC, a participé au lancement du projet. L'événement est rendu possible par le soutien apporté par de nombreux acteurs, notamment les architectes, impliqués en tant qu'encadrants et restés attachés à ce projet au fil des années. Les vignerons et les étudiants sont également des acteurs clés, qui sont actuellement plus les cibles et les utilisateurs du projet que les décideurs.

En ce qui concerne la gouvernance, une des forces majeures est l'implication d'un grand nombre d'acteurs, qui ne comptent pas leur temps et leur énergie dans ce projet original et stimulant. L'un des défis, comme nous le verrons, est de disposer d'un modèle de gouvernance qui puisse répondre à cette implication.

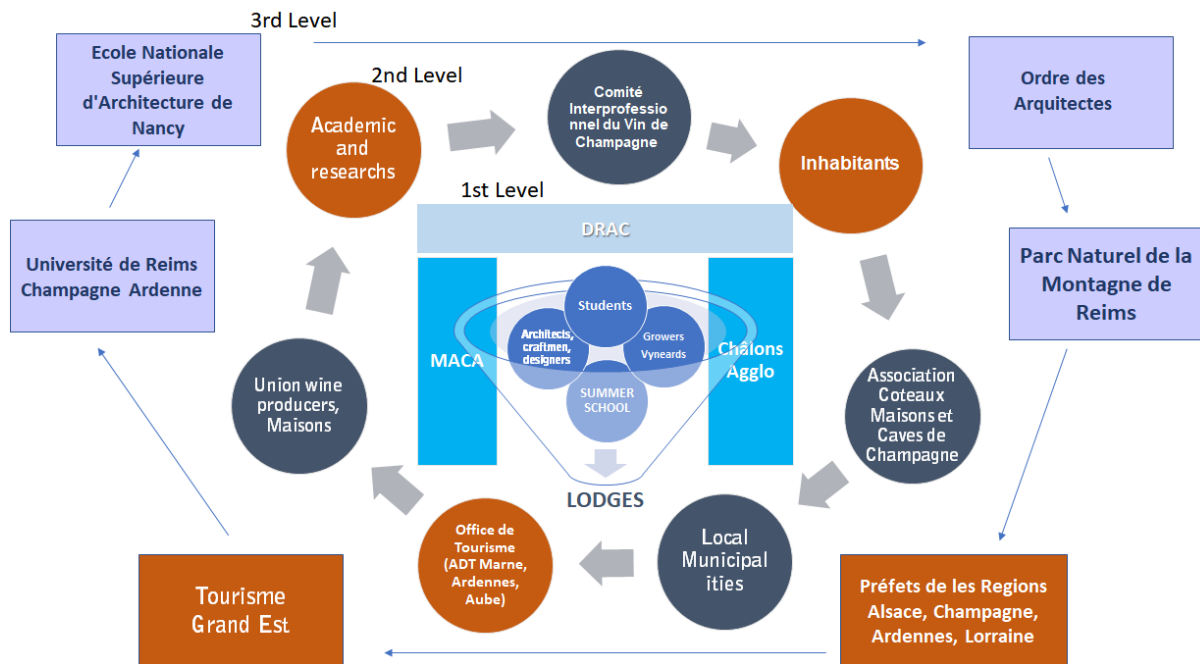


Figure 18. La Gouvernance des UEAC

La figure 17, représente la gouvernance actuelle de l'université d'été. En orange, nous avons représenté les acteurs qui ont actuellement moins ou pas de participation dans la gouvernance de l'école d'été.

4.1.2. Problèmes identifiés

Les rencontres que nous avons eues lors du Wokshop nous ont permis de constater une divergence d'objectifs et d'attentes autour du projet, notamment entre les principales parties prenantes, qui sont les deux acteurs liés par convention. Certains acteurs du territoire s'interrogent sur la pertinence de soutenir un projet dont le produit final ne reste pas sur le territoire. En effet, les Loges, après leur brève exposition à la fin des Universités d'été, sont destinées à être placées dans les vignobles de Champagne situés à plusieurs dizaines de kilomètres de l'agglomération de Châlons. Ainsi, l'un des principaux objectifs des Universités d'été, à savoir en faire un levier d'attractivité et de rayonnement pour le territoire de Châlons tant au niveau régional/local en tissant des liens avec le vignoble qu'au niveau national, n'est que partiellement atteint. La visibilité auprès des habitants et leur implication tend à se limiter à des catégories d'acteurs directement impliqués (architectes et artisans, vigneron, etc.), tandis que les acteurs du tourisme n'ont pas pris part à l'événement lui-même (bien que l'utilisation œnotouristique des gîtes fonctionne bien).

La MACA et certains des organisateurs de l'école d'été insistent sur l'originalité d'une expérience unique et soulignent l'importance du processus de fabrication et d'apprentissage lui-même, qui a autant de valeur que le produit fini (les lodges). Ils sont également conscients de l'attrait de cette formule, et ont reçu des demandes d'autres territoires pour accueillir un événement similaire ailleurs. Un sentiment de manque de soutien pour le projet a été souligné par certains acteurs. Ils prônent un mode d'apprentissage collaboratif et actif qui est rare dans le domaine de l'architecture.

La communication entre les différents acteurs souffre de ces différences de vision et d'objectifs. Le système actuel, qui demande un investissement humain important (en temps et en nombre de personnes) non seulement pendant l'événement mais aussi tout au long de l'année, nécessite des mécanismes de soutien importants pour les acteurs qui gèrent et mettent en œuvre le projet.

Afin d'évoluer vers une bonne gouvernance, il est nécessaire de discuter à la fois de l'ambition et des objectifs du projet, et de redéfinir la structure d'action et de contrôle. Atteindre les objectifs premiers assignés à l'événement nécessiterait de travailler sur une plus grande implication des acteurs qui peuvent y contribuer (par exemple, les acteurs du tourisme, les habitants, les élus, etc.) Pour cela, nous proposons un modèle de gouvernance.

4.2. Evolutions possibles

4.2.1. Propositions pour une association

La gouvernance pourrait s'appuyer sur une association loi 1901. Cela permettrait de donner un cadre formel à une gouvernance non plus seulement bi-partite mais multi-partite. En effet, les organes de gouvernance sur lesquels repose le modèle associatif (conseil d'administration, comité exécutif, membres) permettent d'impliquer formellement un grand nombre et une grande diversité d'acteurs dans le processus de décision. La structure associative permettrait également l'emploi d'un salarié dédié. Enfin, l'association répond à des objectifs non lucratifs et est donc appropriée dans l'objectif de partager des connaissances et des savoir-faire à un large public, ainsi que de mener des actions de diffusion et de sensibilisation au patrimoine local. A ce titre, elle nous semble plus appropriée qu'une société coopérative (SCOP), option évoquée lors des débats. Toutefois, si les objectifs assignés à la manifestation étaient redéfinis vers des finalités plus commerciales, alors le cadre ci-dessus devrait être revu.



Figure 19 : Proposition pour une association

Concrètement (figure 18), nous proposons que l'association fonctionne sur la base d'un conseil d'administration élu parmi ses membres. Ce conseil pourrait être composé de 11 à 14 personnes issues des secteurs identifiés comme étant impliqués dans la réalisation des universités d'été : MACA, la Communauté d'agglomération de Châlons, la Mission UNESCO, l'Ordre des architectes, la DRAC, le CIVC, la région Grand Est, des enseignants-chercheurs en architecture et éventuellement d'autres domaines (design, tourisme, etc.), des représentants des étudiants, des communes rurales et du secteur touristique (le représentant pourrait être issu des offices de tourisme concernés et/ou des CRT), des collectivités locales. Ce conseil d'administration élira les membres du " bureau " (président, éventuellement vice-président, secrétaire et trésorier) qui assureront les missions de représentation, d'administration et de gestion budgétaire de l'association, et mettront en œuvre les orientations décidées par le conseil d'administration.

Les décisions seront prises de manière collégiale par le Conseil d'administration, dont la fréquence sera déterminée par les statuts (par exemple par exemple 3 à 4 fois par an). Le conseil d'administration peut organiser, s'il le juge nécessaire et pertinent, des comités (comités techniques, comités de pilotage) ou des " commissions ", associant des membres du conseil d'administration et éventuellement des membres de l'association ou des experts extérieurs, afin de réfléchir et de travailler sur des tâches spécifiques (communication, conservation des loges, etc.).

La spécificité de l'organisation de l'association lui permet de s'appuyer sur ses membres, à la fois en donnant un statut aux personnes qui participent activement à l'événement et en leur donnant l'occasion de s'exprimer, et en se tenant au courant de la vie de l'association par le biais des Assemblées générales (qui ont normalement lieu une fois par an).

Enfin, la structure de l'association peut être un tremplin adéquat pour engager un employé à temps partiel ou à temps plein, selon les besoins évalués, afin de soutenir le directeur de l'Université d'été et les membres du Conseil d'administration dans la mise en œuvre des objectifs fixés. Ceci peut se faire avec l'aide des programmes régionaux d'aide à l'emploi pour les associations.

4.2.2. Actions de l'association pour une gouvernance plus forte

La région Grand-Est, région administrative dans laquelle se situe le territoire analysé, bénéficie d'une position géographique relativement favorable à d'intenses mobilités et mises en réseau nationales et internationales. Cette institution administrative apparaît cependant sous-représentée dans la sphère de la gouvernance, ainsi que dans les autres entités et institutions régionales et suprarégionales.

Depuis sa première édition, la structure de l'Université d'été Architecture & Champagne a intégré des organisateurs (Châlons en Champagne Agglo et Maison de l'Architecture Champagne-Ardenne), des partenaires importants (Comité Champagne ; Région Grand-Est, plusieurs départements ; Coteaux, Maisons & Caves de Champagne - Patrimoine Mondial) et la contribution des Vignerons, Maisons, Coopératives et Communes, apparemment, il y a une certaine dissonance et une implication différenciée qui peut être la raison d'une certaine entropie et de difficultés pour la bonne exécution de cette Université d'été innovante et créative. Par conséquent, il est important d'élargir le champ de la participation des acteurs, en y incluant la population locale, en combinant la représentation de ceux qui collaborent déjà à l'événement avec d'autres qui, étant absents ou inconscients, peuvent être des obstacles à la bonne gestion et au succès de l'Université d'été.

Il est donc important que l'adhésion à l'association soit ouverte à d'autres acteurs. Nous avons eu l'impression que les acteurs du tourisme étaient apparemment absents de l'événement : les acteurs de l'hébergement et du transport, les activités de loisirs comme le vélo, l'équitation, les guides interprètes, les interprètes de la nature et des paysages, etc. et les espaces naturels protégés (comme le Parc de la Montagne de Reims) doivent être plus significativement présents et interactifs dans l'Université d'été et dans les propositions afin d'avoir une gouvernance appropriée et bonne.

Comme nous l'avons dit plus haut, il est essentiel d'impliquer les habitants et les communautés locales. Il est évident qu'ils doivent être informés des programmes et des actions, mais ils doivent également être inclus dans plusieurs décisions et propositions, surtout si les actions et les interventions se déroulent dans leur propre "cour". Comme ils sont les dépositaires d'histoires, d'habitudes, de coutumes et de traditions, cooptez-les pour les partager, en explorant la collecte de souvenirs et d'expériences émotionnelles et authentiques en relation avec le territoire, ce qui est sans aucun doute stratégiquement pertinent. Cela pourrait se faire avec le soutien du PNR (Parc Naturel Régional). Cette proposition peut être réalisée plus facilement en promouvant des fam-trips (voyages de familiarisation) avec les habitants pour expliquer comment chaque pavillon a été pensé, réalisé et positionné dans le paysage.

Dans le même ordre d'idée, l'association devrait renforcer son image et son positionnement local. Nous proposons de construire des centres d'interprétation des lodges (IE) dans deux localités/zones qui ont déjà des lodges sur leur territoire. Notre recommandation est d'en créer un à Ay et un autre à Châlons-en-Champagne. L'IE, avec l'aide de représentants des municipalités locales, devrait organiser des réunions/forums au sein des communautés locales et des parties prenantes intéressées par l'école d'été. Ces rencontres peuvent informer et promouvoir les écoles d'été, tout en fonctionnant comme un outil de diffusion et de promotion pour le Bureau des visiteurs.

Cependant, nous voulons souligner l'importance d'encourager l'adhésion des écoles d'architecture en France et à l'étranger. Les écoles membres et les écoles d'architecture en général doivent être sensibilisées à l'importance de préparer les étudiants à l'Université d'été. De même, il est essentiel de

développer le parrainage avec les différents acteurs. Nous supposons que le développement de partenariats particulièrement significatifs avec les écoles d'architecture et de tourisme, les autres Maisons d'Architecture, les autres institutions éducatives intéressées.

Nous identifions également quelques actions pour remplir les objectifs ci-dessus en promouvant et en faisant la diffusion de certains événements remarquables :

- Inviter un "parrain" pour l'événement d'une autre école chaque année.
- Créer un partenariat pour la sélection des étudiants (inviter les écoles à proposer 2 étudiants)
- Organiser des voyages d'études pour d'autres écoles (architecture, tourisme, marketing et communication).
- Faire circuler l'exposition "18 lodges" dans les écoles d'architecture
- Faire circuler les vidéos de communication dans les écoles intéressées
- Donner aux lauréats le rôle d'"ambassadeurs" ou diffuser leur expérience (par exemple en soutenant le transport vers différentes écoles) pour présenter le projet.

La région Champagne dispose sans aucun doute d'une excellente capacité d'attraction, alliant les qualités territoriales à l'hospitalité de ses entreprises familiales, qui représentent un pourcentage élevé des entreprises touristiques opérant sur le territoire. Les caractéristiques distinctives du paysage, la richesse du patrimoine culturel et la gamme considérable de produits agroalimentaires constituent un potentiel d'éléments stratégiques d'un "système local organisé", dans lequel les opérateurs publics et privés et les communautés locales pourraient agir pour améliorer la compétitivité du secteur touristique régional avec une série d'outils de partage, de coopération et de communication, ainsi que d'innovation et de créativité. Il est certain que l'université d'été, en construisant ce réseau d'acteurs et sa capacité de gouvernance à plusieurs niveaux, peut faciliter la réalisation de ce résultat.

4.2.3. Gouvernance à un niveau international/nationale: réseaux

Dans le même contexte que les références faites ci-dessus, il est important d'accroître la valeur de la présence de l'Université d'été dans les organisations et forums internationaux dont le mérite est reconnu. Dans cette optique, deux propositions sont faites ici, qui peuvent évidemment être élargies, pour une intégration dans des réseaux et des programmes internationaux.

- Mise en réseau avec d'autres parcours

Il nous semble pertinent qu'il puisse y avoir une collaboration avec la Route Iter Vitis, du Conseil de l'Europe. Comme ces itinéraires culturels ont pour objectif de comprendre et de promouvoir le patrimoine des différents pays et cultures d'Europe et de valoriser le patrimoine culturel partagé et vivant, l'itinéraire culturel Iter Vitis, certifié en 2009, présente une énorme pertinence thématique pour la valorisation de cette université d'été.

Les principaux sujets de ces itinéraires sont les caves, les vigneronnes, les vignobles, les personnes associées à cette tradition, les techniques de culture, la vinification, le stockage et le transport, ainsi que les mythes et les symboles qui entourent cette riche culture. Ce système culturel, économique et social est toujours ancré dans le territoire local/régional et ses communautés. Il met l'accent sur les composantes de la culture locale, souvent exprimées par diverses formes de coutumes orales, les bâtiments traditionnels qui se combinent avec d'autres propositions innovantes associées au monde du vin, au milieu rural et à l'environnement naturel. Puisque ces objectifs sont au cœur de l'école d'été, négliger la relation avec les itinéraires culturels nous semblerait inapproprié.

- Stimuler et financer les échanges

Un partenariat avec le programme Leonardo da Vinci¹⁸ pourrait permettre de financer la participation d'étudiants internationaux à l'université d'été. Cet objectif est en accord avec les principes du programme qui veut améliorer les compétences, les connaissances et les aptitudes des participants, même avec un séjour à l'étranger. De même, cela permettrait la mise en œuvre d'autres objectifs, comme la coopération entre les organisations, les activités visant à améliorer la qualité et la reconnaissance de la formation professionnelle.

L'université d'été est orientée vers le développement des compétences et de la formation et le programme Leonardo da Vinci (LdV) soutient le financement de stages et de projets de partenariat pour améliorer la qualité de la formation en Europe. C'est pourquoi nous pensons que l'attention portée à ce programme est cruciale pour promouvoir, valider et internationaliser l'université d'été. Grâce à LdV, nous pouvons espérer un soutien aux initiatives de "mobilité" permettant aux personnes de se former dans un autre pays, au développement de pratiques innovantes et aux réseaux se concentrant sur des thèmes d'actualité dans le secteur.

Un autre point des propositions conjointes concerne l'éventail des bénéficiaires. Les étudiants, les architectes et autres créatifs peuvent bénéficier de la LdV parce qu'ils peuvent intégrer des experts de différents niveaux, des stagiaires de la formation professionnelle initiale aux personnes déjà diplômées, en passant par les professionnels de la FEP et toute personne issue d'organisations connexes.

La création d'un jumelage avec une autre école d'été peut être le point de départ d'une internationalisation et/ou d'un réseau international. L'établissement d'un partenariat avec des initiatives comparables dans d'autres pays (BACCO, Université d'Udine dans le nord de l'Italie, Summer School Serbia) permettrait de gagner en visibilité à l'échelle internationale, et de partager des expériences qui aideraient à perfectionner certains aspects organisationnels et à créer des échanges stimulant la créativité. Ces partenariats peuvent être mis en œuvre en invitant les organisateurs et les participants d'autres écoles d'été.

Pour conclure l'analyse de l'importance du réseautage dans la gouvernance, nous voudrions exprimer une dernière remarque concernant une question importante.

Tout le monde sait que les fonds et les subventions sont indispensables pour réaliser un événement comme cette Université d'été, notamment un espace de compétence et de formation. C'est pourquoi le mécénat est inévitable et indispensable. Par conséquent, compte tenu de l'intérêt commercial, la viabilité financière d'une entreprise au niveau national et régional pourrait être créée sur la base des idées et des expériences décrites ci-dessus.

¹⁸ <https://www.europarl.europa.eu/luxembourg/fr/jeunes/activite-pour-jeunes/leonardo-da-vinci.html>

CONCLUSIONS

L'Architecture dans les vignobles : une relation à construire, enrichir et développer à tous les niveaux d'engagement.

L'ajout d'une dimension symbolique et expérientielle à la réalité architecturale des loges s'impose. Ceci doit être stimulé par une collaboration multidisciplinaire, ne se limitant pas seulement sur le champagne - même si celui-ci est le produit-phare) **impliquant pleinement le paysage culturel dans toutes ses dimensions : naturelles, culturelles, anthropiques**. Cette collaboration repose beaucoup sur le *storytelling*, qui doivent être définis, développés, diffusés et déclinés dans toutes leur dimensions.

Formaliser le rapport entre les loges et leurs propriétaires

Les UEAC en tant que format éducatif, créatif et innovant, sont **une propriété intellectuelle** qui doit être protégée. Par ailleurs, la qualité des loges (la qualité des matériaux et leur vieillissement) doit rester un objectif des UEAC, du moment où les loges ne sont pas seulement un projet éducatif, mais aussi des constructions qui s'installent de façon pérenne dans le paysage champenois inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Une **charte** dressant les droits et obligations des propriétaires de pavillons qui font appel aux UEAC pour concevoir et construire leur loge est indispensable. Cette charte peut aborder tout d'abord des questions telles que la restauration et la conservation. La qualité de la conception ainsi que la qualité des matériaux utilisés peuvent y être discutées plus en profondeur. La charte doit également aborder l'utilisation et l'animation des loges, cet aspect étant, *in fine*, essentiel pour la pérennité des loges.

'Rendre à César ce qui est à César' : Expliciter l'importance du lieux de création des loges

Il est important de valoriser non seulement le résultat final du projet (la loge) mais surtout le processus et le contexte de leur production. Ce contexte est ancré à **Châlons qui est ainsi valorisé comme le laboratoire (architectural et social) de ce projet original**. Un tel livre devrait accorder une attention particulière à l'ensemble du processus de collaboration avec les propriétaires des pavillons, avec les étudiants et les encadrants des UEAC, en examinant les buts et les objectifs, les visions, les principes, l'argumentaire, etc.

Développer la relation avec les communautés locales

En outre, il est important de continuer à considérer les loges comme faisant partie d'un paysage fortement liée à la communauté locale. L'implication de la communauté locale peut créer un sentiment d'appartenance de ces objets nouveaux-venus que sont les loges, même si elle n'est pas propriétaire en termes juridiques. Les habitants sont à même de transmettre leurs vécus et pratiques, et même leurs souvenirs sur les loges aux étudiants et aux autres membres de la communauté (par exemple, les nouveaux entrepreneurs touristiques installés dans la région). Une bonne compréhension du passé est toujours une base solide pour la planification et la conception de l'avenir, ce qui implique que la thématisation du renouvellement ou de la reconception des pavillons pourrait servir les aspirations de la communauté locale d'une part et les nouvelles activités (par exemple le tourisme) impliquant des visiteurs et de nouvelles parties prenantes d'autre part.

S'ouvrir au monde

Enfin, la création **d'un réseau international sur l'architecture dans les paysages viticoles**, permettant d'échanger des expériences avec d'autres régions d'Europe et du monde, pourrait porter la collaboration à un niveau supérieur.

Cet ensemble de dimensions doivent être prise en compte et développées dans les prochaines années afin de s'assurer de la pérennité du projet, de son adoption par toutes les parties prenantes, et des retombées pour ceux qui investissent déjà lourdement dans les UEAC.



Figure 20 : L'Atelier, présentation d'une loge réalisée © Maria Gravari-Barbas



Figure 21 : L'Atelier, attribution des diplômes des Universités d'été, Architecture et Champagne © Maria Gravari-Barbas

SEPT PROPOSITIONS POUR LES UEAC ET LE TOURISME

1. Repréciser le concept des UEAC

Les Universités d'été représentent un concept unique. Quelques initiatives ponctuelles pourraient être mise en place pour le stabiliser et lui donner une pleine reconnaissance.

- Stabiliser le modèle économique de l'Université d'été.
- Réfléchir avec les parties prenantes afin d'accentuer la dimension internationale de l'Université d'été. Le recrutement des étudiants doit être un outil de communication en soi.
- Plus généralement, travailler sur la communication de l'Université d'été (avant, pendant et après les ateliers).
- Développer l'interdisciplinarité (inclure des étudiants en arts appliqués, architecture du paysage, tourisme, marketing & communication).
- Enrichir le champ d'action de l'Université d'été, en invitant les étudiants à travailler davantage avec les acteurs locaux, à travailler sur le storytelling du processus de conception/création et pas seulement sur le produit final (les lodges)... (en faire une mission plus complexe visant des produits plus complexes qui impliquent davantage d'acteurs).

2. Développer les loges au-delà des Universités d'été

- Valoriser les loges existantes sur le territoire par leur inscription dans la Route des Vins ; sur le web, par la création d'un site internet ; symboliquement, par le récit de leur production.
- Réaliser une publication sur les lodges, un " livre signature " du projet, expliquant la démarche, présentant les participants, les propriétaires de lodges, les acteurs de la communauté locale...
- Intégrer la loge dans une gamme plus large d'éléments patrimoniaux (églises, cafés de campagne, musées locaux, anciennes loges,...), afin de créer un récit paysager. Les lodges peuvent être considérés comme des points de connexion. Les loges comme prototype de petits éléments patrimoniaux de soutien + soutien pour comprendre la valeur universelle unique du label UNESCO.
- Créer un tableau des obligations du propriétaire, tant en termes de restauration et de conservation que d'animation.
- Créer des réseaux avec les producteurs locaux, au-delà des producteurs de vin (panier repas) ; impliquer la communauté, créer un sentiment général d'appartenance et de propriété (en termes de prise en charge de l'entretien).
- Discuter avec les parties prenantes sur les thèmes possibles des lodges (les thèmes doivent être définis de façon ascendante par les parties prenantes afin de garantir qu'ils sont conformes aux attentes de la communauté, tout en pensant aussi aux marchés touristiques plus éloignés.
- Identifier les moyens de partager l'utilisation des lodges avec les autorités locales (par exemple pour faciliter les réservations).
- Assurer un support pour les personnes privées (vignerons et autres) qui prennent de la responsabilité pour l'organisation de l'utilisation publique et le maintien des loges.

3. Créer un "Centre d'expertise et de réflexion sur l'architecture et le paysage viticole".

Ce centre de réflexion pourrait travailler sur :

- les différentes dimensions de l'architecture & du vignoble en réunissant des experts, des chercheurs et des universitaires, des acteurs locaux (vignerons, riverains) .
- l'exploration de la relation entre l'architecture et le territoire (par exemple, comment une architecture de qualité dans le paysage viticole peut attirer de nouveaux types de touristes...)
- la création d'un forum d'échange (comme les cafés de rencontres informelles) entre les acteurs en relation avec l'architecture.
- l'organisation de conférences et d'expositions en relation avec le thème A&V
- la création d'une expertise plus globale sur les paysages viticoles de l'UNESCO mais avec un focus sur le champagne ("il ne s'agit pas de 'vin' mais de patrimoine" ; il ne s'agit pas du territoire mais des gens ; c'est un mode de vie").
- l'organisation de "classes" sur l'architecture et les vignobles pour les écoles
- le lancement de programmes d'apprentissage tout au long de la vie (LLL) sur l'architecture et les vignobles ciblant les producteurs de vin, les propriétaires de vignobles...

4. Créer un centre d'interprétation sur le paysage champenois, en y intégrant les loges

Celui-ci pourrait fonctionner comme une plate-forme pour rassembler l'ensemble des parties prenantes pour mettre en valeur le sens du paysage champenois et ses pratiques (y compris touristiques) en intégrant ces constructions originales que sont les loges.

5. Créer un réseau sur l'architecture, l'art, le vignoble.

Ouvrir, sur la base de l'expérience de la Campagne, le "Centre d'expertise et de réflexion sur l'architecture et le paysage viticole" à d'autres paysages viticoles en Europe et au-delà. Le réseau UNITWIN pourrait contribuer à cette mise en réseau, au moins pour les questions d'architecture/paysage viticole et de tourisme (Argentine, Autriche, Chypre, Italie, Grèce, Espagne....).

6. Produire un « livre signature » sur les loges et les UEAC

Celui-ci e présenterait pas uniquement le produit final – la loge – mais également ses principaux protagonistes – le rencontre inédite entre les étudiants, les viticulteurs, les acteurs locaux, le paysage et ses pratiques. Dans le cas de ce projet le processus est aussi important que l'objet architectural.

7. Créer un prix international de la meilleure architecture dans les vignobles

Création d'un prix international de la meilleure architecture sur un paysage viticole. Le prix ne concernerait pas seulement les architectures construites en Champagne, mais dans le monde entier. La valeur ajoutée pour la Champagne pourrait être le fait que le prix serait annoncé et attribué sur le territoire de Châlons.



Figure 22 : Visite des experts d'une loge. Juillet 2021 © Maria Gravari-Barbas

REFERENCES

- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F., 2009, 'Mode 3' and 'Quadruple Helix': Toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *International Journal of Technology Management*, 46(3), 201-234. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2009.023374>
- Collectif, 2003, Paysages de vignes et de vins. Patrimoine, enjeux, valorisation. Actes du Colloque International, Abbaye Royale de Fontevraud, 2, 3, 4 juillet, 316p.
- Bellandi M., Donati L., Cataneo A., 2021, Social innovation governance and the role of universities: Cases of quadruple helix partnerships in Italy, *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 164.
- Freeman R. E. 2010, Strategic management: a stakeholder approach. Cambridge, Cambridge University Press.
- Le Galès, P., 2019 « La gouvernance », in L. Boussaguet, S. Jacquot et P. Ravinet (dir.) Dictionnaire des politiques publiques, Références (Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.) , <https://www-cairn-info.ezpaarse.univ-paris1.fr/dictionnaire-des-politiques-publiques--9782724625110-page-297.htm>
- Gravari-Barbas M., 2014 « Winescapes : Tourisme et artialisation, entre le local et le global », in *CULTUR*, ano 08 - n° 02 – Julho/2014. www.uesc.br/revistas/culturaeturismo
- Maruccia, Y., Solazzo, G., Vecchio, P. D., & Passiante, G., 2020, Evidence from Network Analysis application to Innovation Systems and Quintuple Helix. *Technological Forecasting & Social Change*, 161, 120306. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120306>
- Pigeat J.P. (2000). Les paysages de la vigne. Solar, Paris, 159p.
- Selman P. 2004, Community participation in the planning and management of cultural landscapes. *Journal of Environmental Planning and Management*, Taylor & Francis Journals, vol. 47(3), pages 365-392.

