

UNIVERSITE DE NEUCHATEL • INSTITUT DE GEOGRAPHIE  
Espace Louis–Agassiz 1 • CH – 2001 Neuchâtel

***Etude de terrain***

**POLIGNY**

***MAI 2006***

***Corpus de textes***



# TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	1
<i>Gaëlle Serquet</i>	
ÉCOLES ET FORMATION SCOLAIRE .....	3
<i>Léa Petitjean et Martine Kaeser</i>	
LA VIE ASSOCIATIVE CULTURELLE DE POLIGNY.....	15
<i>Johanne Stettler, Nadir Scheuner et Daniello Methke</i>	
IMMIGRATION ET COMMUNAUTÉS ÉTRANGÈRES À POLIGNY .....	31
<i>Luigi Scorrano et Kevin Gertsch</i>	
LE TOURISME À POLIGNY .....	45
<i>Régine Cattin et Tania Letté</i>	
PRODUIT DU TERROIR : LE COMTE.....	55
<i>Aurélie Défago et Jérôme Faivre</i>	
EXPLOITATION ET COMMERCIALISATION DU TERROIR VITICOLE POLINOIS .....	71
<i>Philippe Boulanger et Jérôme Prétat</i>	
ESPACE PUBLIC ET MOBILIER URBAIN DE POLIGNY .....	83
<i>Florianne Charrière et Aline Vautravers</i>	
LA REHABILITATION DES ESPACES SACRÉS .....	107
<i>Muriel Gaillard et Maude Reitz</i>	
LES TRANSPORTS À POLIGNY .....	119
<i>Tania Iovine et Chiara Schaller</i>	
LE COMMERCE POLINOIS .....	129
<i>Raoul Kaenzig et Mathieu Pittet</i>	



# INTRODUCTION

Gaëlle Serquet, assistante

Chaque année, l'Institut de géographie de l'Université de Neuchâtel organise un exercice sur le terrain pour ses étudiants de 3<sup>e</sup> année. Ainsi, durant cinq jours, les participants sont confrontés aux réalités et aux problèmes concrets que rencontre le chercheur dans ses recherches.

Le but premier de cet exercice est de compléter la formation théorique reçue durant l'apprentissage académique de la branche par une expérience pratique de recherche. C'est au travers d'une étude et de l'analyse géographique d'une commune que l'étudiant aura l'occasion d'expérimenter les diverses techniques d'enquête.

La géographie humaine permet d'aborder une large gamme de phénomènes liés par le fait que tous ont une incidence sur l'espace et traduisent les relations qui peuvent se former entre un espace et ses habitants. Dans leurs questionnements, les étudiants ont appréhendé ces relations avec comme angle d'approche une perspective local-global : comment une petite ville comme Poligny s'inscrit-elle dans des ensembles plus grands (région, monde) ?

L'exercice de terrain s'est déroulé en trois phases distinctes :

- 1) dans un premier temps, un séminaire d'étude a été organisé. Les étudiants ont pu commencer à "défricher" les sujets et à faire connaissance avec le terrain d'étude choisi. Les étudiants se sont mis par deux et chaque groupe ainsi formé s'est attelé à un sujet particulier : le patrimoine, le tourisme, les services, etc. Ensuite, lors d'une présentation orale devant les autres participants, chaque équipe a énoncé son projet de recherche, ses hypothèses et la manière dont elle envisageait son travail durant les cinq jours de présence sur le terrain ;
- 2) dans un second temps, les étudiants ont réalisé à proprement parler leurs enquêtes sur le terrain et ont ensuite rédigé un rapport dans lequel ils exposent leurs résultats. Ces textes constituent la matière de ce fascicule qui reflète, en quelque sorte, la somme et l'achèvement d'un travail commun ;
- 3) dans un troisième temps, ils ont présenté oralement une synthèse des résultats obtenus au cours de leur travail de terrain.

Les précédents terrains ont été réalisés en Valais, à la Brévine, Saignelégier, Tavannes, Boncourt et Saint-Ursanne en Suisse et, en France, à Cluny, Arbois, Ornans, Abondance, Baume-Les-Dames, Munster, Salins-les-Bains, Morez ou encore Ronchamp. Pour l'exercice de terrain de l'année 2006, le choix de la commune d'étude s'est porté sur Poligny dans le Jura français.

Cette commune, qui compte un peu plus de 5'000 habitants, présente des caractéristiques propres à intéresser le géographe. En effet, riche d'une tradition agro-alimentaire, la ville se présente comme la capitale du Comté et est l'un des trois sites de formation de l'Ecole Nationale d'Industrie Laitière et des Biotechnologies de la région. Ceci lui confère le privilège d'être une cité estudiantine tournée vers l'avenir tout en ayant su préserver son patrimoine

historique (monuments, églises, etc.). Poligny est ainsi une cité riche pour le chercheur qui décide de s'y attarder.

Mais Poligny c'est aussi ses commerces, ses vins, son Comté, ses touristes, ses communautés étrangères, ou encore sa vie associative. Autant de thèmes que les étudiants ont abordés par groupes de deux au cours de leur séjour polinois.

Il nous reste encore à remercier au nom de l'Institut de géographie et de tous ses étudiants, les autorités ainsi que les habitants de Poligny qui ont eu la gentillesse de participer aux entretiens et de consacrer du temps pour répondre aux nombreuses sollicitations des étudiants. Ces remerciements s'adressent aussi à l'équipe de l'Hôtel Les Charmilles et à celle du Nouvel Hôtel qui nous ont chaleureusement hébergés durant cette semaine. Les Professeurs de l'Institut de géographie de l'Université de Neuchâtel, les étudiants et la soussignée sont particulièrement reconnaissants à toutes ces personnes d'avoir permis la réalisation de ce travail dans des conditions optimales.

# ECOLES ET FORMATION SCOLAIRE

Léa Petitjean et Martine Kaeser

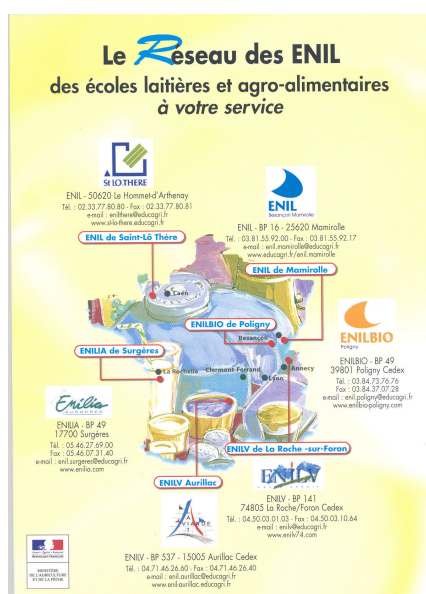
## 1. INTRODUCTION

La commune de Poligny offre deux possibilités de formations spécifiques, à savoir le Lycée Polyvalent et Hôtelier Hyacinthe Friant et l'Ecole Nationale d'Industrie Laitière et des Biotechnologies. Nous nous proposons, dans ce travail, de montrer en quoi la particularité locale d'une de ces écoles se rattache à un phénomène plus global. Bien qu'elles soient toutes les deux de dimensions internationales, nous avons choisi d'axer notre travail sur la deuxième. Nous avons privilégié l'étude de cet établissement, d'une part car, il nous a été présenté en cours et, d'autre part, parce que nous savons que deux de nos collègues font une recherche sur le Comté, Poligny en étant la capitale. Dans ces conditions, nous pensons pouvoir mettre en commun nos résultats et apporter une certaine cohérence au travail de terrain.

Avant de passer à la problématique et à la question de départ, voyons quelles sont les caractéristiques de cette école et comment nous pouvons la définir.

### 1.1. Présentation de l'Ecole Nationale d'Industrie Laitière et des Biotechnologies (ENILBIO)

Cette école n'est pas unique en France. Après quelques investigations, nous pouvons nous rendre compte qu'il en existe six autres du même type, à savoir, l'ENIL de Saint-Lô Thère, L'ENIL de Mamirolle, L'ENILV de la Roche-sur-Foron, L'ENILV Aurillac, ENILIA de Surgères, et l'ENILBIO de Poligny. La carte ci-dessous nous permet de constater leur répartition au sein du territoire français :



Grâce au site internet de l'école qui nous intéresse ([www.enilbio-poligny.com](http://www.enilbio-poligny.com)), nous avons pu recueillir les informations suivantes. L'ENILBIO est associée à deux autres entités qui sont les

suivantes : l'Ecole Nationale d'Industrie Laitière (ENIL) de Besançon Mamirolle et l'Institut des Sciences, des Biotechnologies et de l'Agroalimentaire de Franche-Comté (ISBA). La première s'est diversifiée dans les formations aux analyses biologiques (agroalimentaires, médicales ou pharmaceutiques) ainsi que la gestion de l'eau. Les deux ENIL se sont fédérées pour créer l'IBSA afin d'harmoniser leur développement et répondre au mieux à la demande de formation. L'ENILBIO s'est quant à elle diversifiée dans la formation agroalimentaire en dehors du lait (par exemple, en Innovation en produits alimentaires et plats cuisinés en partenariat avec le Lycée Hôtelier de Poligny ou en génie biologique pour les boissons fermentées) et dans l'autonomisation des process (procédés de fabrication industrielle).

Depuis 1889, la mission de l'ENILBIO est de former le personnel des industries agroalimentaires et des biotechnologies. Elle accueille environ 300 étudiants et stagiaires dans les secteurs cités ci-dessus. De plus, chaque année 300 personnes de plus sont formées dans le cadre de la formation continue. Depuis plusieurs années, l'école a établi de multiples contacts avec les pays étrangers. De ce fait, elle a réalisé un grand nombre de missions. Les techniciens formés par l'ENILBIO sont présents sur les 5 continents. L'établissement mène des actions de coopération internationales. Ainsi, les étudiants ont la possibilité de faire des stages et des voyages d'étude à l'étranger, et réciproquement l'école accueille des étudiants venus d'ailleurs.

Le temps moyen de formation est de deux ans, et les débouchés sont multiples, tant dans l'industrie laitière qu'au niveau de l'agro-alimentaire en général. On peut par exemple au sortir de cette école travailler dans une boucherie, un choucroûterie, ou encore une fromagerie, que ce soit au niveau artisanal ou industriel.

## 1.2. Problématique

Nous nous intéressons à la relation local-global mais avant de poursuivre définissons ces concepts phares. D'après Rallet (1999, p.35), « *l'espace économique des entreprises, à savoir l'ensemble des relations économiques qu'elles nouent avec d'autres agents, a depuis longtemps dépassé leur espace géographique, c'est-à-dire leur région ou leur ville d'implantation. Ce qui est nouveau, c'est le contenu des deux termes, globalisation et localisation. Du côté de la globalisation, les phénomènes marquants sont le passage du cadre d'action des entreprises à une autre échelle, celle du monde. (...) Du côté de la localisation la caractéristique nouvelle est que les lieux, villes ou régions, ne sont plus singularisés par des ressources passives (matières premières, production agricole) mais comme des ressources construites par l'organisation territoriales des acteurs et les politiques de développement local* ».

Toujours selon Rallet (1999), il ne faut actuellement plus considérer des espaces nationaux comme indifférenciés mais comme étant des ensembles de localisations ayant des caractéristiques particulières. Cela signifie que lorsqu'une industrie investit en France, elle investit en réalité dans une région ou une ville spécifique. Des courants de recherche se sont attachés à expliciter certaines formes et les conditions d'un développement fondé sur la valorisation des spécificités et des synergies locales. De plus, il ajoute qu'aujourd'hui il y a davantage de politiques de décentralisation en France ceci afin de renforcer les pouvoirs de collectivités locales.

Dans ce contexte général, il ne faut pas oublier que la mobilité des personnes et des informations s'est accrue grâce aux transports à grande vitesse et aux réseaux de télécommunications.

En outre, « *les relations de proximité géographiques jouent toujours un rôle car elles sont, dans certains domaines, irremplaçables.* » (Rallet, 1999, p.37)



Nous pouvons mettre en parallèle certains aspects de la théorie de Rallet avec notre travail de terrain, à savoir la spécificité de la région de Franche-Comté et la singularité de cette école qui se qualifie comme étant internationale. Cette réflexion sur ce rapport entre globalisation et localisation nous amène les questionnements suivants:

Premièrement, nous aimerions comprendre pourquoi cette école a été implantée dans cette région particulièrement. Est-ce dû à la spécificité, à l'image de la région, à une tradition technologique, à une évolution historique particulière, etc. ?

Ensuite, nous allons nous atteler à savoir comment nous pouvons rattacher Poligny et cette école à une échelle nationale voire internationale.

Nous pouvons donc formuler notre question de départ ainsi :

**Pourquoi l'école s'est implantée en Franche-Comté, et plus particulièrement à Poligny, et comment l'inscrire dans un réseau à la fois local et global ?**

Pour répondre à cette question nous émettons plusieurs hypothèses. Tout d'abord, nous pensons que les savoirs faire locaux liés à la région de la Franche-Comté, qui est une région agricole et rurale, ont influencé le développement de l'ENILBIO. De plus, la région jouit de grands espaces verts favorisant l'élevage des bovins et la culture de céréales. En rapport à la spécificité de cette région, ce n'est pas un hasard que cette école soit très spécialisée quant à la formation qu'elle dispense.

Nous pensons également que la présence de cet établissement dynamise la commune de Poligny d'un point de vue économique et culturel.

Notre dernière hypothèse est qu'il draine vraisemblablement des étudiants d'autres régions et de plus, a certainement des relations au niveau national et international avec d'autres entreprises. En effet, le site internet de l'école ([www.enilbio-poligny.com/](http://www.enilbio-poligny.com/)) mentionne des missions à l'étranger et des projets européens ainsi que la participation à des programmes de l'union européenne.

### **1.3. Méthode**

Pour mener cette étude, nous avons eu recours aux méthodes qualitatives et quantitatives.

En ce qui concerne les méthodes qualitatives, nous avons effectué des entretiens semi directifs. Nous avons donc utilisé un enregistreur qui n'a malheureusement pas très bien fonctionné. La plus grande partie des propos recueillis a donc consistée en un matériel écrit, soit une prise de notes manuscrites. C'est pour cela que notre travail ne contient pas de citations d'entretiens, notre intention étant de ne pas déformer les propos des informateurs.

Nous avons néanmoins effectué quatre entretiens qui ont duré en moyenne une heure. Un avec Denis Chatot, qui est directeur adjoint de L'ENILBIO, le directeur général Serge Abadie étant indisponible, un autre avec Dominique Bonnet, premier adjoint au Maire et professeur à l'ENIL, un troisième avec Catherine Appel, chargée de recrutement à l'ENIL, et enfin, nous avons vu Pierre Tinguely, ancien Maire de Poligny et directeur retraité de l'ENIL.

La manière dont nous avons procédé pour réaliser ces entretiens est la suivante : nous avons, avant de partir pour Poligny, pu prendre contact avec D. Chatot et obtenir un rendez-vous avec lui. C'est la seule personne que nous ayons réussi à joindre. Toutes les autres interviews ont été organisées sur place. A ce sujet, nous tenons à dire que le travail de terrain est plein de rebondissements, et qu'il laisse beaucoup de place à l'improvisation. En effet, nous sommes arrivées à Poligny avec un entretien de prévu, et de fil en aiguille, nous avons rencontré des gens qui nous ont eux-mêmes mis en contact avec d'autres etc., ce qui nous a permis au final de récolter diverses informations utiles à notre recherche.

Pour ce qui est du guide d'entretien, nous l'avons élaboré de façon à ce qu'on parle d'abord de la relation qu'entretient l'ENIL à un niveau local ce n'est qu'ensuite que nous abordons la partie plus globale. C'est la méthode dite de la pyramide. (Voir guide d'entretien en annexe, point 6.1).

Sur place, nous avons prospecté en voiture, ce qui nous a permis de nous rendre compte par nous-même, par exemple, des problèmes de parage à Poligny.

Nous sommes en outre allés visiter l'école, les différents bâtiments qu'elle comprend et la façon dont les étudiants travaillent. Cette visite nous a été proposée par C. Appel, qui a également eu l'amabilité de nous mettre en relation avec P. Tinguely.

Pour ce qui est de l'utilisation des méthodes quantitatives, nous avons choisi de réaliser une carte de la France, où sont représentées en cercles proportionnels les provenances des étudiants de l'ENIL. Pour cela nous avons utilisé philcarto, programme dans lequel nous avons introduit des données en fichier excel. Toutes ces données concernant le département d'origine des élèves nous ont été fournies à l'ENIL, une partie par la secrétaire et la partie qui nous manquait par D. Chatot. Nous pensions pouvoir démontrer ainsi la dimension plus globale que peut prendre l'ENIL. Vous le verrez dans le commentaire de la carte, nous nous sommes rendu compte que, finalement, les provenances sont plutôt régionales.

Enfin, pour clarifier notre travail, nous avons pris le parti de mettre en fin de ce dossier un tableau synoptique de nos résultats. Il tente de synthétiser les différentes dimensions que nous voulions donner à cette étude.

## 2. ANALYSE

Le thème « école et formation » est un sujet important dans l'étude de la ville de Poligny. Il est en effet crucial de ne pas passer à côté de cette problématique, car la ville de Poligny compte 5088 habitants et a une proportion d'étudiants très importante, à savoir environ 500 jeunes, répartis entre le lycée Friant et L'ENIL.

Poligny est donc une cité fortement estudiantine, de ce fait il est très intéressant de voir pourquoi l'ENIL a été implantée à cet endroit et en quoi elle dynamise et apporte des changements à la ville.

La région de Franche-Comté comprend quatre départements, à savoir le Doubs, le territoire de Belfort, le Jura et la Haute-Saône. Poligny appartient au département du Jura et elle est la sixième ville du département. Cette petite ville est, selon D. Bonnet, au cœur du Jura historique et a un fort potentiel économique de part notamment sa situation géographique. En effet, elle se situe au carrefour de la nationale 5 qui est l'autoroute reliant Paris à Genève et la nationale 83 qui lie Strasbourg à Lyon.

Comme nous l'avons déjà vu, Poligny est une ville très jeune et a développé un pôle agro-alimentaire constitué, entre autres, d'un institut de recherche agronome et d'une école nationale d'industrie laitière.

Cette spécificité favorise l'économie de la ville en offrant entre autres de nombreux emplois.

Comme décrit dans la problématique, nous allons tenter de comprendre comment l'ENIL s'inscrit dans un réseau local à savoir la région de Franche-Comté et plus particulièrement la commune de Poligny. Pour cela, il faut tout d'abord saisir pourquoi la région a favorisé la naissance d'un tel établissement. Les entretiens que nous avons effectués avec nos informateurs nous ont permis de répondre en partie à notre question de départ.

## **2.1. Relations entre l'ENILBIO et la région de Franche-Comté**

Nous pensons de prime abord que la région de Franche-Comté de part son climat, ses espaces verts et l'élevage de bétail a été un territoire propice au développement de l'industrie laitière et fromagère. Cette hypothèse a été corroborée par P. Tinguely. C. Appel a en outre ajouté que la tradition fromagère est très ancrée dans cette région. En 1888, la première école de fromagerie a été créée à Mamirolle et en 1889 la seconde a été fondée à Poligny. P. Tinguely nous a expliqué l'historique et la genèse de ces écoles. L'industrie fromagère de la région est au départ très disséminée. En effet, presque chaque village avait sa fromagerie (petite fromagerie). Nous sommes à l'époque des découvertes de Louis Pasteur (c'est-à-dire à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle). Il fallait d'une part, améliorer la technologie employée par les fromagers et améliorer la qualité du lait. La région de Franche-Comté étant une région de production laitière mais faiblement peuplée, elle n'avait pas de centre de consommation. Ceci a engendré une production d'un fromage à pâte dure qui se conserve longtemps et qui est facile à transporter (le Comté). Comme la conservation du lait était difficile et qu'il caillait souvent en été, il a fallu créer un établissement de perfectionnement des techniques fromagères. La deuxième raison pour laquelle ces écoles se sont développées à cette époque est que l'enseignement scolaire en France devient obligatoire et on prend conscience de l'importance de la création de ce genre d'école.

## **2.2. Pourquoi Poligny ?**

Il existait de nombreuses coopératives laitières où le lait était transformé et c'est à leur demande que les écoles de Mamirolle et de Poligny ont été créées afin de former les artisans fromagers. Effectivement, ce sont ces deux villes qui ont été choisies pour les raisons suivantes. Avant tout, il faut savoir que chaque département voulait créer son école mais ce sont Mamirolle et Poligny qui les ont remportés car elles avaient à disposition les infrastructures nécessaires à l'accueil d'étudiants. Notons encore que 2 villes du département du Jura, Champagnole et Poligny, étaient en conflit pour obtenir l'une de ces écoles mais c'est Poligny qui a gagné car son conseil a mis à disposition l'eau gratuitement ainsi qu'une parcelle sur la place du « Champ de Foire ». En plus, la commune de Poligny est située au centre du département.

## **2.3. Implications de l'école au niveau local**

Au fur et à mesure de notre visite dans la ville, nous avons constaté que l'ENILBIO que nous avons imaginé être située en périphérie est en fait en plein centre de la cité. Cet emplacement a suscité en nous quelques interrogations. En effet, on remarque une discontinuité du bâti qui concerne d'une part l'éclatement de l'institution en plusieurs bâtiments et d'autre part, la diversité des architectures (ancienne, en rénovation et moderne). Nous avons mis en annexe une illustration de ce phénomène (voir point 6.2). L'explication de cette rupture nous est donnée par P. Tinguely. Il avance qu'avant 1985, l'école appartenait à l'Etat tandis qu'en 1986, à la suite des politiques de décentralisation intervenue en France, le pouvoir et la propriété de l'ENILBIO a été transférée à la région de Franche-Comté. Au fil des ans, avec le développement du pôle agro-alimentaire et la spécialisation laitière de plus en plus poussée sur le secteur, la question de la rénovation des bâtiments est apparue. La municipalité a dû décider s'il fallait garder les bâtiments d'origine et les rénover ou alors en construire des nouveaux en périphérie de la ville. La décision a été de conserver le tout dans le lieu d'origine car s'il avait été déplacé à l'extérieur, les répercussions en terme économique et de dynamisme sur la ville auraient beaucoup diminué. En effet, la mairie a pensé que les étudiants se seraient organisés à l'extérieur. Ceci montre que la population estudiantine amène beaucoup à la ville. C'est ce que nous allons développer dans le chapitre suivant.

## 2.4. Apport de l'ENILBIO à la ville de Poligny

Le nombre d'étudiant grandissant, il a fallu construire des logements afin de pouvoir tous les accueillir. C'est pourquoi une cité étudiante a été bâtie, ce qui représente 150 studios aménagés. Les propriétaires privés ont aussi mis à disposition des logis qu'ils ont aménagés dans leur maison ou leur appartement. Il y a donc une adaptation du marché de l'habitat en faveur des étudiants.

En outre, la présence des étudiants dynamise le commerce local. En effet, D. Bonnet observe une adaptation des magasins et des commerces à la population estudiantine. Il souligne l'ouverture d'un établissement de restauration rapide du type Kebab, d'une laverie automatique et d'une structure adaptée à l'office du tourisme consistant en un point d'information jeunesse (PIJ) ainsi qu'un centre de documentation et d'informations, tout ceci ne serait pas utile s'il n'y avait pas ou peu d'étudiant. C. Appel nous a aussi parlé d'un magasin spécialisé dans le matériel nécessaire au travail en industrie laitière, par exemple des bottes, des blouses blanches, des charlottes, des t-shirts blancs, etc. Tout cela sans compter que les étudiants reçoivent occasionnellement la visite de leurs parents et de leur famille qui sont eux-mêmes consommateurs de produits de la région. Toutefois D. Bonnet ajoute que les riverains se plaignent des nuisances occasionnées par les étudiants et particulièrement la gêne que provoquent les voitures tampons et le parcage de longue durée. Effectivement, un certain nombre d'étudiants viennent en voiture, la dépose le lundi matin et la déplace seulement le vendredi soir quand ils partent. D'ailleurs à ce sujet, la ville de Poligny semble être très active durant la semaine mais le week end, elle reste vide.

En ce qui concerne l'implication de l'école dans la vie polinoise, C. Appel a mentionné qu'elle participe à différentes actions et manifestations, notamment la Fête du Comté et la Fête de la St-Patrick, dans le cadre desquelles les étudiants organisent des activités comme par exemple la vente de la bière qu'ils ont fabriquée, la confection des costumes pour le défilé, etc. Elle a aussi évoqué le fait que l'école et la ville de Poligny sont un support au festival Rurart. Celui-ci est le dispositif d'animation et de développement culturel du CRIPT (complexe régional d'information pédagogique et technique) Poitou-Charentes. Le festival quant à lui se consacre aux nouvelles images et aux formes expérimentales de création numérique. En outre, avec le concours de Nemo (le rendez-vous multimédia d'Arcadi (Action régionale pour la création artistique et la diffusion en Ile-de-France)), ils coproduisent un dvd qui comprend douze films ainsi que de nombreux outils pédagogiques d'éducation à l'image offrant des clés de lecture des œuvres numériques, à destination des lycéens des établissements d'enseignement agricole. Notre interlocutrice défend aussi son école et sa ville en disant qu'elle offre une qualité de formation et de vie qu'on ne trouve pas dans une grande ville et qu'il existe des liens étroits entre les étudiants, de même qu'entre les étudiants et les professeurs, ce qui favorise une ambiance plutôt familiale. Ces propos sont bien sûr ici à nuancer, toutefois on peut remarquer qu'une école de cette importance, à savoir de relativement grande taille peut s'allier, par certains aspects, très bien avec Poligny, c'est-à-dire une ville de dimension modeste.

Nous venons de voir qu'il existe de nombreuses interactions entre l'école et la ville de Poligny, il est aussi intéressant de remarquer qu'il y a différents partenariats avec les autres écoles que compte la ville. Notamment une formation commune entre le Lycée Polyvalent et Hôtelier Hyacinthe Friant et l'ENILBIO qui consiste à la conception et à la réalisation de plats cuisinés industriels. Cela permet de transférer un savoir-faire artisanal (qui vient du Lycée) en savoir-faire industriel (à l'ENILBIO). Pour faire le lien avec les propos de Rallet que nous mettons en avant dans la problématique, ces savoir-faire constituent des ressources construites par l'organisation territoriales des acteurs et les politiques de développement local. De plus, un établissement commun de restauration a été mis en place pour les deux établissements cités ci-dessus. D. Bonnet parle ici de partenariat de structure.

D. Chatot a ajouté à ces informations qu'il existe une formation d'un an par apprentissage qui est un certificat de spécialisation de responsable de fromagerie en fabrication traditionnelle orientée sur la fabrication du Comté. Ce certificat est conduit en partenariat avec le CIGC (Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté) et le CTC (Comité Technique du Comté) ainsi qu'avec l'école de Mamirolle. Le but étant de former des fromagers du Comté. La plupart du temps ce sont des jeunes originaires de la région qui s'y intéressent. Selon D. Chatot, ils ambitionnent de travailler dans la région de Franche-Comté. Effectivement, il existe un savoir-faire traditionnel à Poligny et dans les alentours. L'ENIL participe à la transmission de ce savoir et à la fabrication de ce fromage. En effet, environ 6000 litres de lait sont traités quotidiennement et servent à faire du Comté (4 meules par jour). On peut ajouter que l'ENIL est non seulement une école mais aussi une entreprise puisqu'elle commercialise une partie de sa production. Une grande part de la production totale est affinée à Poligny d'où l'appellation de la ville comme étant la Capitale du Comté. En outre, une grande partie des fromagers du Comté font de la formation continue à l'ENIL. Ajoutons à cela qu'elle est le seul lieu de fabrication du Comté à Poligny, les autres fromageries étant uniquement des centres d'affinage. Au-delà de l'industrie laitière, notons enfin que l'école a élargi son domaine de compétence à l'agro-alimentaire au sens large depuis une vingtaine d'années.

## **2.5. L'inscription de l'ENIL à un niveau plus global**

Comme nous l'avons vu au début de l'analyse, Poligny se situe près des grands axes de transports. Cela ouvre la ville à un réseau national et international ce qui permet la venue d'étudiants d'autres départements, cela permet également qu'ils rentrent chez eux pour la plupart. A ce propos, nous avons choisi de représenter la provenance des étudiants sur une carte de la France, divisée selon les départements. Nous pouvons remarquer que la majorité des élèves viennent des régions proches du Jura et de la Franche-Comté en général. La proportion des étudiants qui viennent de départements plus éloignés est faible. Toutefois, il faut nuancer cela en soulignant qu'il y a tout de même un certain nombre d'étudiants étrangers à l'ENIL. Ils ne sont pas représentés sur cette carte, mais l'effectif total compte un étudiant qui vient de Guyane, un de la Réunion, trois de Mayotte, deux de Tunisie, quatre de Chine, et un de Belgique. L'ENIL draine donc majoritairement des jeunes de provenance plutôt locale, mais l'établissement est néanmoins connu nationalement et internationalement.

En plus de cette constatation, nous avons pu déterminer que l'école s'inscrit dans un réseau plus global et ceci de plusieurs manières.

Il faut savoir avant tout que ce genre d'enseignement n'est pas répandu partout dans le monde ; rappelons d'ailleurs qu'il n'en existe que six au niveau national. Ces établissements forment un réseau de formation en industrie laitière. Effectivement, la plupart du temps c'est une formation en biologie dispensée à l'université qui délivre ce genre d'enseignement. C. Appel nous informe tout de même que l'ENIL est en partenariat avec ces universités (Besançon, Dijon et Nancy).

D. Bonnet en tant que responsable des relations internationales à l'ENIL nous a éclairé sur un certain nombre d'aspects concernant les liens que peut avoir l'école avec d'autres pays. Par exemple des missions à l'étranger qui correspondent à des expertises techniques, des conférences ou des transferts de technologies. Il cite un collègue qui a fait récemment un concours de fromage en Argentine. Il est lui-même en collaboration avec la Russie pour implanter une fromagerie.

Grâce à ces missions, les professionnels élaborent des réseaux sociaux qui débouchent sur d'autres relations et accords entre l'ENIL et d'autres pôles agro-alimentaires. Cela se concrétise, par exemple, par de nouvelles places de stage offertes aux étudiants. Il y a environ dix possibilités de stages de trois mois en entreprises en Suisse, en Italie, en Allemagne, en

Angleterre, en Colombie et au Québec. D'ailleurs, l'école accueille également des étudiants ou même des professionnels pour les mêmes motifs au sein de l'une des six ENIL existantes. En effet, l'ENIL de Poligny propose par exemple de faire un stage de fabrication de crèmes glacées et sorbets.

Un des buts de l'école est de coller le plus possible aux exigences des professionnels des métiers liés à la production laitière. D'ailleurs, l'école est ponctuellement mandatée par des entreprises pour faire des recherches au niveau des techniques mais aussi pour alimenter le marché de l'emploi en formant chaque année des professionnels des métiers du lait et en liens avec l'industrie agro-alimentaire. Précisons que d'après P. Tinguely, la majorité des débouchés reste sur le territoire français.

Toutefois, l'attrait pour cette école est en baisse et il est nécessaire de faire des efforts en matière de recrutement. D'ailleurs, une tentative en ce sens est déjà menée au travers d'une brochure explicative des métiers du lait et dans le domaine de l'agro-alimentaire ainsi que par la présentation de l'ENIL dans les écoles.

### 3. CONCLUSION

Cette étude concernant les écoles et formations à Poligny nous a permis de comprendre certains mécanismes liés aux relations locales et globales de l'ENIL.

Cette recherche, par le biais de la méthode qualitative, nous a donné la possibilité, au travers de nos entretiens de répondre en partie à notre question de départ qui était la suivante : **Pourquoi l'école s'est implantée en Franche-Comté, et plus particulièrement à Poligny, et comment l'inscrire dans un réseau à la fois local et global ?**

Tout d'abord, nous avons compris que l'implantation de l'école en Franche-Comté est due à une tradition fromagère considérablement ancrée dans la région. Nous sommes bien conscientes que cette tradition est très ancienne, et qu'elle s'est construite progressivement. Nous n'avons toutefois pas développé cette évolution historique dans ce travail car cela aurait été trop long et fastidieux vu le temps qui nous était imparti.

En ce qui concerne l'ancrage de l'ENIL au niveau local, nous avons vu qu'elle a de nombreux liens avec l'économie de Poligny et qu'elle dynamise la ville aussi culturellement (participation aux fêtes et manifestations).

Toutefois, il semble que le secteur de l'industrie laitière et agro-alimentaire draine de moins en moins d'étudiants, et que l'école rencontre moins de succès que par le passé où elle avait une reconnaissance au niveau national et international ainsi qu'une grande renommée. Ceci risque de poser un certain nombre de problèmes notamment en ce qui concerne le nombre des appartements destinés aux étudiants à Poligny, qui risque d'être trop important par rapport à la demande à l'avenir.

Nous avons également souligné les liens qu'elle entretient avec les autres institutions scolaires de niveau supérieur qui existent à Poligny. Notamment avec le Lycée Polyvalent et Hôtelier Hyacinthe Friant.

De plus, nous avons pu constater qu'il y a aussi des relations entre l'ENIL et la filière locale du Comté, la principale étant une formation spécifique de la fabrication de ce fromage au sein de l'établissement.

L'objectif de ce travail était de mettre en évidence l'inscription de l'ENIL dans un réseau local et global. Nous avons démontré à ce sujet qu'elle a effectivement des relations tant au niveau national avec les différentes autres ENIL de France et les partenariats avec certaines

entreprises, qu'au niveau international en ce qui concerne les missions et les stages par exemple.

En ce qui concerne le travail de terrain, nous tenons à ajouter que cette expérience nous a été très bénéfique et que le contact avec un objet concret a été un apport très important dans notre formation. Nous avons en effet beaucoup apprécié effectuer les investigations nécessaires à l'élaboration de notre recherche et nous avons appris énormément en faisant cette étude.

## 5. BIBLIOGRAPHIE

**Rallet**, Alain. 1999 : Développement local et globalisation. *Sciences humaines* no 90. pp 34-37

**Tinguely**, Pierre. 1998 : Historique de l'ENIL de Poligny, dans « L'enseignement agricole à 150 ans, 1848-1998 », Contribution historique de la Franche-Comté, imprimerie Simon, 25290 Ornans, 2001, pp. 227-245

**Tinguely**, Pierre, **Bailly** Jean. 1998 : L'école de laiterie de Poligny de 1945 à nos jours, dans « L'enseignement agricole à 150 ans, 1848-1998 », Contribution historique de la Franche-Comté, tome II, imprimerie Simon, 25290 Ornans, 2001, p151-174

<http://www.rurart.org/PROJETS/NEMO/festivalnemo.html>

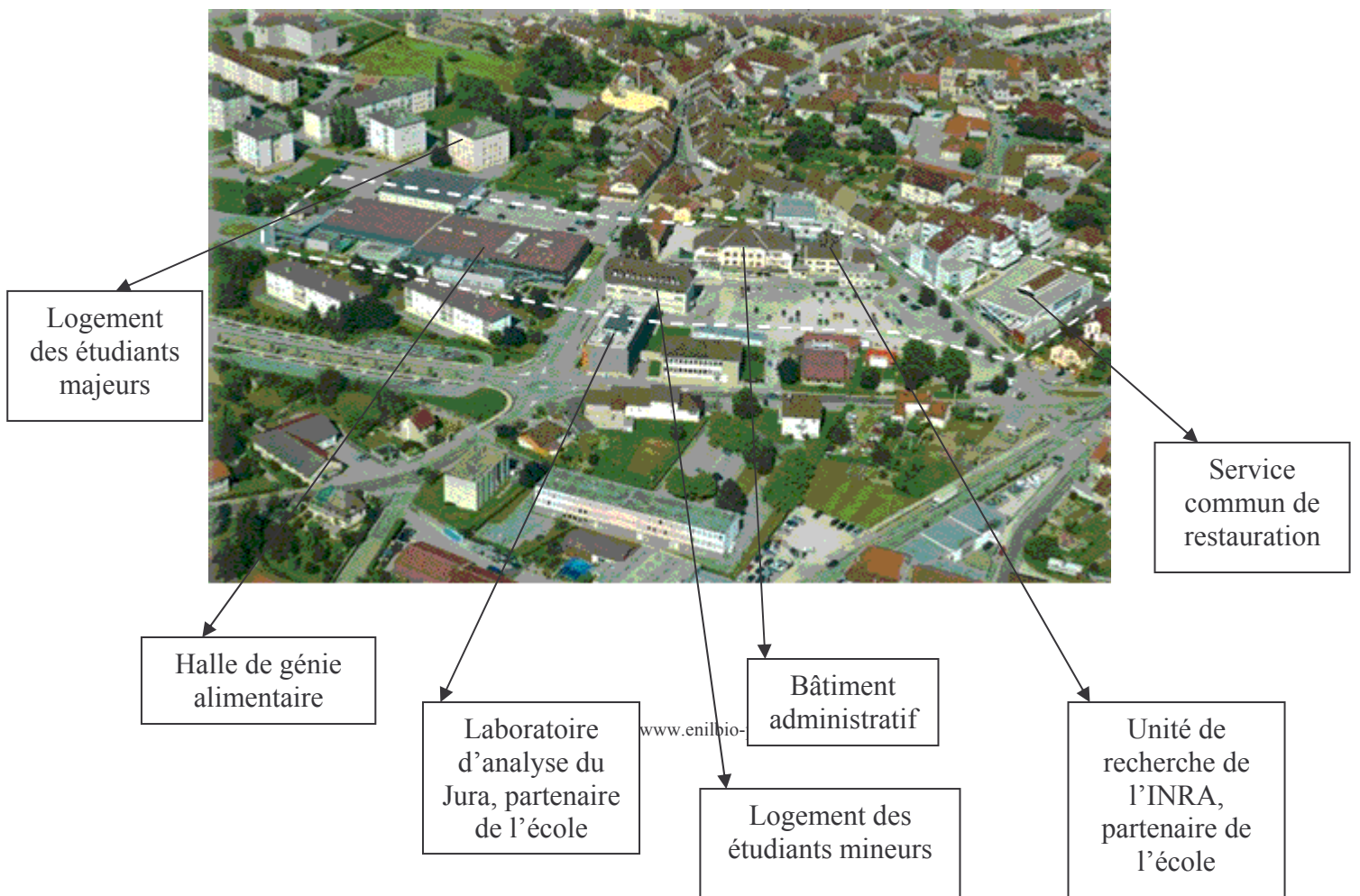
[www.enilbio-poligny.com](http://www.enilbio-poligny.com)

## 6. ANNEXES

### 6.1. Guide d'entretien

1. Quels sont les liens que l'ENIL entretient avec le Lycée Friant ?
2. Quel est l'apport de l'ENIL à la ville de Poligny ?
3. Est-ce que les logements destinés aux étudiants ont été construits exprès pour eux ?
4. Quels sont les apports des étudiants au niveau économique et au niveau des commerces pour la ville ?
5. Qu'est-ce que l'ENIL apporte à la région ?
6. Quelle est la provenance des étudiants de l'ENIL, de quels départements viennent-ils ?
7. Quel genre de coopération entretient l'ENIL avec les entreprises et de quel type d'entreprise s'agit-il ? Est-ce que ce sont des entreprises d'envergure régionales, nationales ou encore internationales ?
8. Quels sont les projets, les missions et les mandats dont parle le site internet de l'ENIL ? De quoi s'agit-il ?

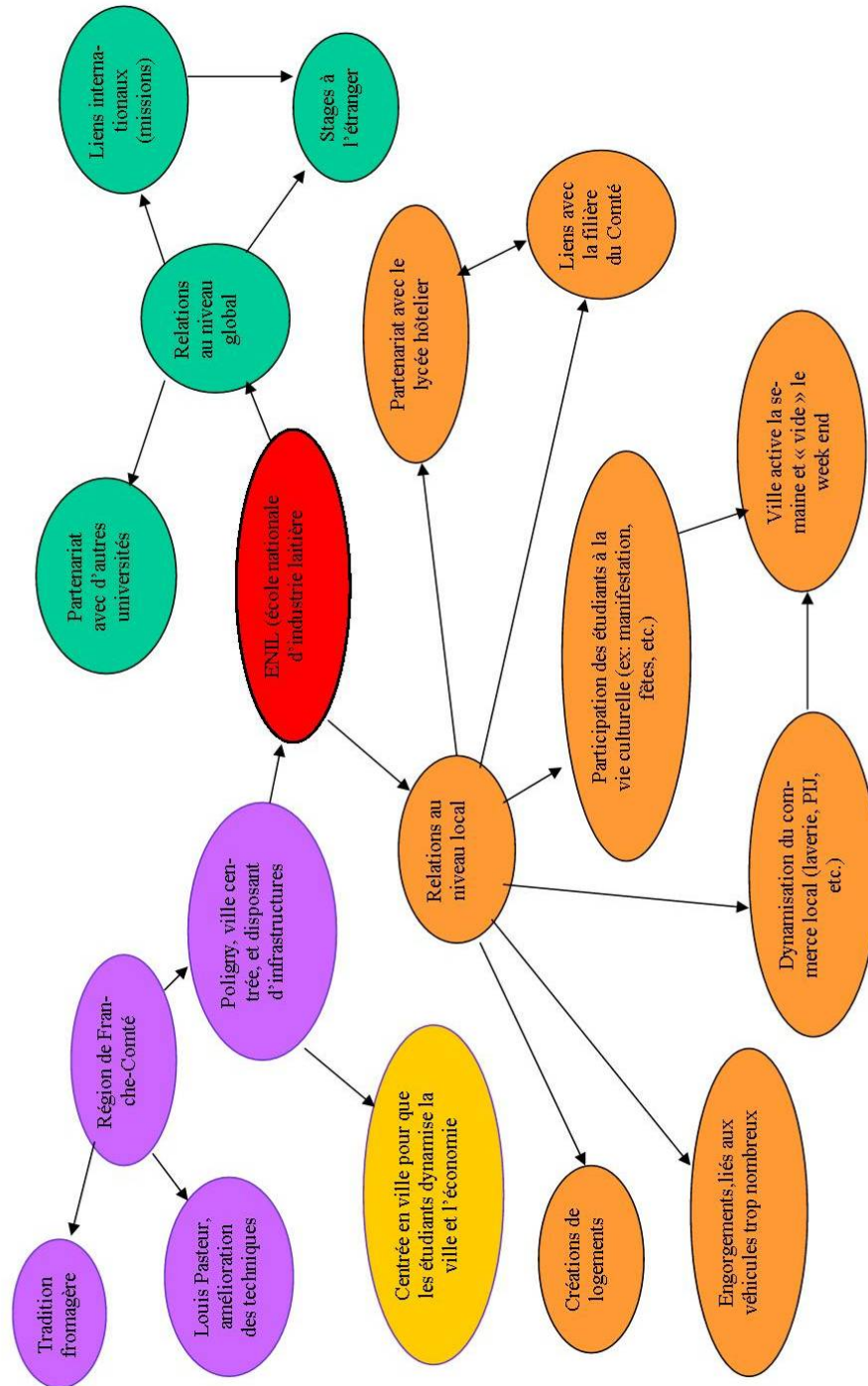
## 6.2. Localisation de l'ENIL au sein de la ville de Poligny



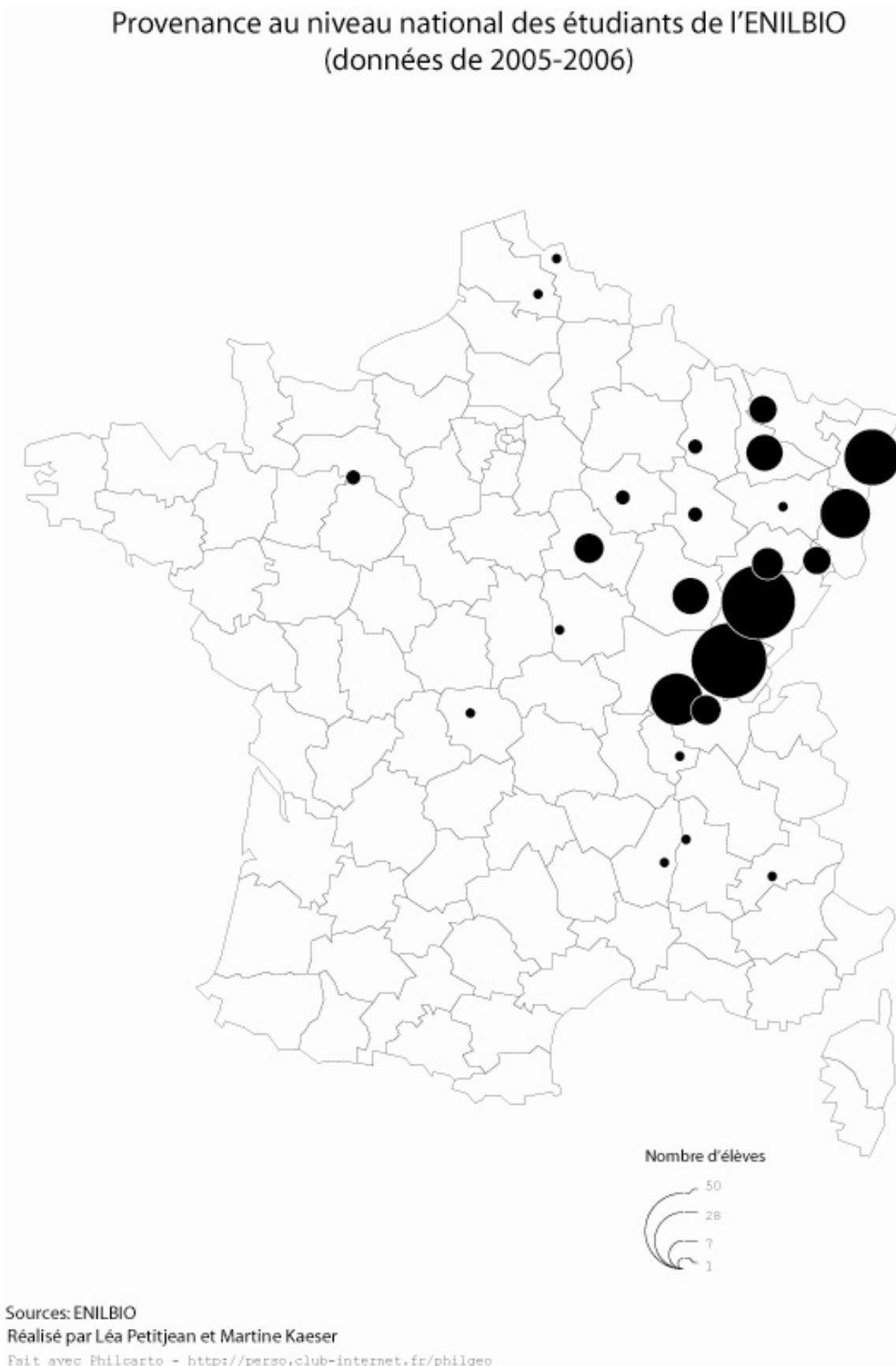


### 6.3. Schéma synoptique de notre travail

Tableau synoptique de nos résultats



#### 6.4. Carte de la provenance des étudiants de l'ENIL



# LA VIE ASSOCIATIVE CULTURELLE DE POLIGNY

Johanne Stettler, Nadir Scheuner et Daniëlo Methke

## 1. QUESTION DE DEPART ET INTRODUCTION

***Quels types d'offres une ville de petite taille comme Poligny est-elle capable de proposer sur le plan culturel ? Quel est le degré d'implication de la population envers celles-ci?***

Ancienne ville fortifiée et capitale du Comté, Poligny, qui se trouve dans le Jura français, compte environ 5000 habitants. Une petite ville donc, qui comme tant d'autres cités héritières d'un riche patrimoine, se trouve confrontée à ce problème : préserver et vivre avec le passé mais également assurer le futur pour que la ville reste attrayante à tous les niveaux.

Notre étude va porter sur la vie associative dans la ville de Poligny. Vu le peu de temps disponible, nous avons décidé de nous limiter à l'étude de la vie culturelle (le mot « culturel » étant ici employé dans un sens restreint, celui servant à regrouper ensemble toutes les catégories artistiques, du folklore à la « haute culture », et étant principalement associé au domaine des loisirs et à une activité intellectuelle) car nous pensons qu'en faisant une étude de la vie associative dans son intégralité nous ne pourrions pas interviewer assez de personnes pour pouvoir livrer une analyse suffisamment approfondie.

## 2. PROBLEMATIQUE

### 2.1. Cadre théorique

Il nous paraît utile de tout d'abord rappeler quelques généralités au sujet des associations. Une association est un groupement de personnes de tous âges et milieux sociaux qui ont décidé d'agir ensemble. En France, les associations ne sont pas considérées comme des entreprises, ceci afin de leur éviter une fiscalité trop lourde. De plus, « *la vie associative est un reflet de la société et en accompagne les transformations.* » (DEFRASNE 1995 : 33) En théorie, les associations sont censées remplir certaines fonctions. Elles sont tout d'abord un foyer d'innovation : « *Elles ont vocation à souligner les besoins non satisfaits et à traduire les aspirations nouvelles.* » (DEFRASNE 1995 : 81). Deuxièmement, les associations sont une forme de participation. En effet : « *Si l'engagement syndical ou politique ne fait plus recette(...), il n'en reste pas moins que les citoyens tiennent à participer à la vie collective (...). Les associations prétendent alors jouer un rôle de médiation entre les citoyens et l'Etat (...). Elles sont par là une expérience concrète de la démocratie, l'expression libre et contrôlée des différences au sein du groupe, et des écoles de responsabilité où l'on acquiert le sens de l'animation, du travail en commun, de la prise de parole et de décision.* » (DEFRASNE 1995 : 83)

Pour ces raisons, la forme associative a très fortement été préférée à la forme institutionnelle dans le domaine de la culture. En effet, dès les années soixante : « *Les aspirations nouvelles trouvent difficilement leur expression dans les structures anciennes, partis ou syndicats, elles*

*vont entraîner un développement du mouvement associatif. Ce sont les associations qui vont assurer le transfert de l'idée au vécu (...) pour le souci de l'environnement, le refus de l'urbanisme des cités et des grands ensembles. De même pour l'expression de nouveaux besoins dans le domaine des loisirs, de la culture, du sport. (...) on oppose une nouvelle façon de vivre ensemble, une convivialité où s'expriment librement des différences, bref, une démocratie au quotidien. » (DEFRASNE 1995 : 40)*

Mais cette vision doit tout de même être relativisée car trop idéaliste. Tout d'abord, la réalité du terrain ne la confirme pas. Même si en théorie les associations sont censées émaner spontanément de la demande citoyenne en marge des institutions (processus bottom-up), il arrive bien souvent que ces dernières jouent quand même un rôle, en incitant à créer certaines associations (processus top to down) ou en décidant de donner des subsides, de prêter des équipements, etc. selon leur définition de l'utilité publique, à une association plutôt qu'à une autre. En effet, l'intervention de l'Etat s'est faite croissante depuis l'instauration de la loi de 1901 qui accorde la liberté d'association en France (c'est à dire le droit aux associations de vivre libres en dehors du contrôle préalable de l'Etat), non seulement à cause d'« *une longue tradition autoritaire et centralisatrice* » mais aussi car « *au fur et à mesure que se sont multipliées les associations dont la mission était soutenue par les pouvoirs publics, il est devenu naturel de demander des subventions. Celles-ci ont fini par prendre une place importante dans le budget de l'association dont, souvent, elles conditionnent la survie.* » (DEFRASNE 1995 : 47) La collaboration est donc nécessaire selon les cas : « *Il y a des associations qui vivent essentiellement pour et par leurs adhérents et qui tiennent à leur indépendance (...) Mais de nombreuses associations œuvrent dans l'intérêt général. Il est donc naturel que les élus confient à celles-ci des missions de service public. (...) Les relations s'établissent donc sur la base d'un compromis entre le souci d'autonomie des responsables associatifs et la volonté de puissance des élus.* » (DEFRASNE 1995 : 53) Dans le cas où l'on collabore avec les élus, il n'est pas toujours facile de définir des objectifs (sauf quand il s'agit d'un cas évident, comme par exemple l'achat d'un équipement de santé), mais moins dans d'autres cas. Concernant le domaine culturel, « *la rupture est survenue lorsque des associations se sont cantonnées dans la diffusion de spectacles alors que les élus avaient prévu la création, la formation, l'animation des quartiers.* » (DEFRASNE 1995 : 55)

Deuxièmement, selon DEFTRASNE (1995 : 31), qui parle essentiellement de la France dans son ouvrage, la loi 1<sup>er</sup> juillet 1901 « *est pensée pour accroître les contraintes imposées aux ordres religieux* » en les plaçant « *hors du droit commun* », et ce n'est qu'involontairement qu'elle est « *novatrice parce qu'elle rompt avec une tradition de méfiance en instaurant une totale liberté d'association* ». La vision décrite dans le premier paragraphe n'est donc pas aussi naturelle qu'il n'y paraît, elle est aussi fortement liée au contexte historique et légal français.

De plus, l'implication dans une association ne semble pas présenter une attirance égale selon l'âge ou la provenance sociale. Selon DEFTRASNE (1995 : 84), la participation « *est le fait d'une minorité de citoyens possédant un bon niveau d'instruction, un certain statut social, des valeurs sûres, disposant de temps, aimant les contacts et sensibles à une certaine prise de pouvoir et à une notoriété sociale. Si l'on met à part les jeunes qui forment les gros bataillons des clubs sportifs et les personnes âgées qui cherchent à occuper leurs loisirs, la participation des adultes n'est en rien un phénomène de masse.* » D'un point de vue statistique, l'on observe que : « *Les classes moyennes adhèrent plus volontiers : les ouvriers et employés sont deux fois moins nombreux que les cadres, les professions libérales, les enseignants. Les jeunes choisissent de préférence les clubs sportifs (65%), mais en dehors de ceux-ci, ils s'engagent relativement peu. Les personnes âgées, avec l'allongement de la vie, l'abaissement de l'âge de la retraite, le refus de la solitude, sont beaucoup plus présentes qu'autrefois.* » (DEFTRASNE 1995 : 71) BRUTSCH (1998 :18), dont l'article traite des grandes associations en Suisse, parle

même d'un déclin de la vie associative : « *les formes de la démocratie associative sont aujourd'hui complètement dépassées.* » Pourtant, l'importance des loisirs ne fait que croître historiquement parlant : « *Sans cesse élargi par l'évolution du cadre législatif relatif au temps de travail (allongement des congés payés, réduction de la durée hebdomadaire du travail), il [le domaine des loisirs] occupe une place de plus en plus grande dans le déroulement de la vie quotidienne et sa gestion est une des préoccupations majeures de nos contemporains.* » (MATHIEU, PRAICHEUX 1992 : 3) Ces deux affirmations seraient donc contradictoires si l'on omettait d'ajouter que la nature du rapport entre le citoyen et l'association est de plus en plus consumériste : « *De l'ASLOCA à l'ATE en passant par le WWF, on sait bien que c'est le service qui fidélise le fichier, pas la participation à la vie de l'association* » (BRUTSCH 1998 :18) et qu'une tendance à l'individualisme, la diminution de l'importance des valeurs communes et le développement de la société de consommation contribuent à détourner les citoyens de la vie associative (dans son sens démocratique) : « *Aujourd'hui, société du loisir oblige, on ne va plus écouter Jaurès, on va au cinéma ou on regarde la TV. On ne va plus à une réunion, on va faire du tennis.* » (BRUTSCH 1998 :18)

Quand il décrit plus spécifiquement l'évolution des associations à la campagne, DEFASNE (1995 : 36) nous explique que, face à la désertion des habitants pour la ville, « *si le village survit, il le doit à ses associations, sociétés de chasse ou de pêche, foyers ruraux, équipes sportives, ... (...) Les municipalités se battent pour conserver leur école, café, commerce. Elles ont compris l'intérêt des associations qu'elles subventionnent selon leurs moyens.* » Il ajoute que, dès les années cinquante, « *une partie des habitations devenaient des résidences secondaires, mais il ne fallait pas trop compter sur ces hôtes de passage pour animer le pays. Dans la banlieue des villes, les villages se transformaient encore plus profondément avec l'arrivée des travailleurs de la ville, (...) attirés par la campagne et le bas prix des terrains.* » L'association peut dans ce cas être un « *facteur d'intégration* » pour les nouveaux résidents travaillant en ville et aspirant à s'intégrer au village d'accueil. Il reste tout de même à signaler que la participation « *est plus forte en ville qu'à la campagne parce qu'en milieu urbain la sociabilité est à créer. Elle concerne surtout les individus qui doivent s'adapter à un milieu hétérogène, mouvant.* »

## 2.2. Questions de recherche

En regard des lectures que nous avons effectuées et de nos réflexions, nous pouvons formuler les questions de recherche et hypothèses suivantes :

- Typologie des associations culturelles : Il faudra bien entendu, dans un premier temps, décrire la vie associative culturelle de Poligny (afin de connaître toutes les structures qui s'y sont mises en place). Il s'agira donc de décrire le genre de spectacles, expositions, prestations de services (p.ex. cours) que les associations interrogées (et, dans la mesure du possible, celles que nous n'aurons pas la possibilité de questionner) proposent.
- Typologie des personnes s'impliquant dans la vie culturelle polinoise en tant que membres ou simples spectateurs : Il s'agira de voir quel type de public est visé par les associations culturelles polinoises et quel type de personnes est membre ou se rend effectivement aux représentations, expositions, etc. Nous utiliserons à cet effet un certain nombre de critères : âge, profil socioéconomique, niveau d'éducation, éventuellement anciens habitants vs nouveaux résidents, Français vs population étrangère.

- Implication de la population : elle est, dans une certaine mesure, un indicateur du dynamisme de la commune. Nous allons donc tenter de percevoir si la population polinoise est prête à s'impliquer dans la vie associative locale et si cette implication est en baisse comme le disent la plupart des auteurs. Si tel est le cas, nous tenterons de discerner les raisons de cette baisse et, si c'est le contraire qui se passe, nous chercherons les spécificités locales derrière cet état de fait.
- Les associations répondent-elles efficacement aux besoins, demandes de la population? L'offre est-elle adaptée à la demande ? Il se peut que, dans une petite ville comme Poligny, les moyens humains et financiers soient trop limités pour répondre à toutes les attentes (qui, de manière générale, ont tendance à de plus en plus s'accroître et se diversifier dans le domaine des loisirs). Il s'agira donc ici de voir si une petite ville possède la capacité de satisfaire toutes les aspirations de sa population ou si des structures plus larges doivent forcément être sollicitées. Si ceci est le cas, nous tenterons de les identifier. Nous avons recensé une petite dizaine d'associations de type culturel dont nous pouvons dire qu'elles représentent tous les grands courants artistiques (un cinéma, plusieurs associations musicales et théâtrales,...) mais la petitesse de Poligny risque de faire que ces associations revêtent un caractère trop généraliste et ne contentent pas ceux qui désirent quelque chose de plus spécifique ou de haut niveau. Il convient ici d'invoquer le modèle de Christaller (la culture pouvant être apparentée à un service puisqu'elle fournit des spectacles, expositions, etc. qui sont un bien de consommation). En effet, il est fort probable que les habitants doivent se rendre dans des localités plus importantes, aux infrastructures plus grandes et modernes et à l'offre plus diversifiée, les « places centrales ».
- Aire d'influence des associations polinoises : Il s'agira de voir si les habitants viennent de Poligny seulement, ou alors de la région environnante voire même des grandes villes proches. Poligny compte tout de même environ 5'000 habitants et doit donc également étendre son aire d'influence sur les communes avoisinantes de moindre taille. Il se peut également que certaines associations aient pris le parti de se concentrer sur un domaine très spécifique et possèdent dès lors une aire d'influence beaucoup plus large.
- Questions liées au financement des associations : Il s'agira de voir de quelle manière les associations se procurent les liquidités nécessaires à la réalisation de leurs projets. Il s'agira de voir si elles sont capables de subvenir à leurs moyens toutes seules ou si elles ont besoin d'une aide extérieure. Il faudra donc discerner dans quelle mesure les associations polinoises émanent de la volonté populaire ou de l'incitation par les autorités et également si celles-ci sont enclines (et selon quelles conditions) à donner des subsides, prêter des équipements, etc. aux associations culturelles, qui ne peuvent pas être considérées, de manière évidente, comme d'utilité publique. Il s'agira également de voir si les associations sont composées de bénévoles ou de professionnels, ce qui nous semble être un bon indicateur pour discerner si les associations émanent d'un processus top to down ou bottom-up. Signalons encore que le domaine de la culture est un des premiers touché par les coupes budgétaires, en particulier lors de mauvaises conjonctures, et que ce facteur pourrait contribuer à diminuer la qualité et la quantité de l'offre culturelle polinoise.

### 3. METHODOLOGIE

Nous avons obtenu les informations voulues de deux manières :

#### 3.1. Des entretiens semi-directifs

Avec les présidents de quatre associations citées ci-après, d'une durée de 30 à 35 minutes chacun. Ceci afin d'obtenir l'avis de personnes qui ont une vision d'ensemble et de bonnes connaissances sur le sujet puisque de par leurs fonction elles sont appelées à gérer ces structures.

#### 3.2. Des dialogues plus ou moins informels avec les habitants

Des habitants pris au hasard dans la rue (« micro-trottoirs »). Nous avons conscience des limites de ce genre de démarche (les personnes interrogées n'ont souvent pas les connaissances, le temps ou la volonté pour répondre avec toute l'exactitude et les précisions nécessaires) mais ceci nous a malgré tout été utile pour nous donner une idée de l'avis des habitants eux-mêmes.

Sur le terrain, nous avons donc approché des habitants de Poligny (pour la plupart dans la rue et d'autres dans les cafés). Nous avons interrogé deux femmes de 50-60 ans, un homme de 40 ans, une femme de 30 ans, et six étudiantes de 16-20 ans. Ces entretiens n'ont pas duré plus de 10 minutes chacun.

### 4. RESULTATS DE RECHERCHE

#### 4.1. Présentation des associations rencontrées

- ARTISTES ET PATRIMOINE :

Président : Bruno Tosi

L'association Artistes et Patrimoine a été fondée en 1993. Elle compte une vingtaine de membres. Il y a un noyau fondateur et des membres qui gravitent autour. Cette association a pour but de favoriser des rencontres entre les artistes et le public notamment par le biais d'expositions de peintres, de sculpteurs, designers, etc. Trois artistes exposeront cette année. En plus de cela, l'association s'occupe de gérer des stages d'initiation aux techniques artisanales (techniques du vitrail, d'encadrement, des mosaïques) plutôt destinés aux amateurs mais parfois aussi aux futurs professionnels. Des visites guidées de l'atelier sont aussi organisées.

Bruno Tosi en est le président, « *non pas à vie, mais faute de candidats* », depuis le début. Il est maître verrier, travaille dans le domaine du vitrail et de la restauration, s'orientant de plus en plus vers la création. Il essaye de faire bénéficier ceux se trouvant autour de lui de ses connaissances dans le domaine artistique par le biais de stages, expositions, etc. Il a par ailleurs écrit un livre sur son domaine qui s'est vendu à plus de 10'000 exemplaires. Il dit consacrer 15-20% de son temps pour l'association et les stages de formation.

- LA MONTAINE : association artistique et musicale

Président : Jean-Alphonse Leboucher

Jean-Alphonse Leboucher est président de La Montaine et directeur de l'école de Musique de Poligny, qui se compose de plus de 200 élèves venant essentiellement de Poligny et de la communauté de communes. Elle a été construite dans les années 80 au moment où les écoles de musique se sont municipalisées (donc prises sous la direction de la Mairie). Avant cela, il existait seulement des formations associatives, d'où une forme quelque peu hybride entre l'école et l'association. La Montaine est une association bénévole composée d'un orchestre et d'une chorale. Elle propose des activités musicales essentiellement sur Poligny mais essaie aussi de se déplacer et de faire des échanges avec d'autres régions de France ou même d'Allemagne. Les musiciens font des spectacles harmoniques de musique populaire, des marches, des valse qui existent depuis la Révolution réécrites aujourd'hui sous une forme plus originale et contemporaine. Par exemple, ils ont monté dernièrement un projet, « Nicolas de Flue » de Honegger, en partenariat avec d'autres chorales et orchestres de la région, qui a très bien marché, c'était un oratorio (opéra sans mise en scène) avec un grand chœur populaire composé d'enfants, d'hommes et de femmes et accompagné d'un orchestre populaire.

- MI SCENE : association théâtrale

Présidente : Elisabeth Seigle-Ferrand

Cette association est composée d'amateurs de théâtre. Elle existe depuis 3 ans. L'association est régie par une quinzaine de membres, tous bénévoles actifs au sein du conseil d'administration, et il y a pour l'instant quatre comédiens. Le lieu de rencontre de toutes les personnes actives dans Mi Scène se situe dans une ancienne cave, aménagée en salle de répétition à la Grand Rue. Avec l'accord et la participation de la ville Mi Scène réalise ses propres créations et programme également des spectacles professionnels à raison d'une ou deux fois par mois sur Poligny. Par exemple, la dernière pièce en date montée à Poligny était « Inventaire » de Philippe Minyana et « Les Bonnes » de Jean Genet est en préparation en ce moment. Mi scène a également développé un partenariat avec Scène du Jura, qui est une association qui gère les théâtres de Lons-Le-Saunier, Dôle et Champagnole. Cette mise en relation de plusieurs villes au niveau du théâtre apporte beaucoup à Mi Scène au niveau du professionnalisme et permet de varier les programmes car un bus est mis à disposition des habitants de Poligny et les amène aux différents théâtres. Mi scène adhère également à d'autres associations jurassiennes qui lui permettent de se mettre en relation avec d'autres troupes amateurs.

- THEATRE DE MEMOIRE : association théâtrale

Présidente : Annie Gay

L'association Théâtre de Mémoire a pour objectif de mettre en théâtre et de faire (re)découvrir l'histoire locale (utilisation d'un personnage ou d'événements de l'histoire locale pour les replacer dans l'Histoire en général). L'association comprend une quarantaine de membres. Elle est née l'an dernier autour d'un projet : une déambulation dans les rues polinoises pour raconter l'histoire du cœur historique de la commune du 15<sup>e</sup> siècle jusqu'à la Révolution. Les spectacles se déroulent le soir en été sur des places du patrimoine polinois (cour des Ursulines, monastère des Clarisses,...) avec un budget important pour les lumières.

Annie Gay est historienne et écrivain locale (enseignante retraitée). Elle a écrit le scénario lors de la fondation de l'association. Elle a déjà participé à deux autres projets similaires ces quinze dernières années.

Signalons encore les autres associations qui n'ont pas été retenues pour une interview, faute de temps : La Séquanaise (activités culturelles et extraculturelles diverses), Art'Pol (expositions), un cinéma (proposant des films de type box-office) et le Moulin de Brainans (à 7 km de



Poligny, concerts de musiques actuelles). Nous n'avons ici évoqué que les associations spécifiquement dédiées au domaine artistique, il est fort probable qu'il existe d'autres associations (ethniques par exemple) organisant des spectacles, etc.

## 4.2. Implication de la population

### 4.2.1. Typologie des personnes

Le **Théâtre de Mémoire** rassemble en général une population plus âgée et qui porte un certain attachement à sa région. Annie Gay (AG) témoigne, « *Le spectacle, c'est quand même incontestablement les seniors (...) Les gens qui connaissent l'histoire...enfin, qui ont envie de découvrir l'histoire de leur ville. Les jeunes viennent dans la mesure où il y a des jeunes qui jouent...donc ils viennent voir leurs copains jouer.* » Elle ajoute qu'il faut que ce soit des gens attachés à l'identité de leur village, « *C'est quand même un théâtre populaire ... la population qui vient voir elle est cultivée dans la mesure où elle connaît l'histoire mais, en même temps, elle est populaire... C'est aussi pour ceux qui ont envie de connaître l'histoire, qui connaissent pas et qui ont envie de découvrir quelque chose... C'est pourquoi on est peut-être plus populaire que d'autres théâtres. Plus populaire dans ce sens où vous avez des gens qui sont avides de connaître d'une manière ludique l'histoire de leur ville...et, en même temps, il y a des gens qui connaissent l'histoire et qui ont envie de voir comment elle a été mise en scène*». L'an dernier, le dernier spectacle du Théâtre de Mémoire a très bien marché. Il s'est déroulé dans le monastère des Clarisses, qui a une capacité de 100 personnes, et a réuni plus de 120 personnes par soir (sur 2 week-ends). Annie Gay nous explique qu'il y a une majorité de quadragénaires et plus vieux qui assistent aux représentations. Selon elle, peu de jeunes sont attirés par l'offre théâtrale. Il y a quelques jeunes parmi les acteurs, il y a aussi eu une fois un groupe de flûtistes avec seulement des jeunes. « *Et ça les intéresse malgré tout. Je pense qu'il faut les amener à ça ...C'est intéressant à développer car je pense que c'est un lien vers les jeunes générations*». Mais, pour elle, les jeunes vont plutôt au Moulin de Brainans, « *Chacun a son domaine* », conclut-elle, compréhensive.

Au niveau du public qui assiste aux représentations de **Mi Scène**, Elisabeth Seigle-Ferrand (ESF) constate que la plupart des gens qui viennent ont entre 30 et 50 ans. La jeunesse est vraiment peu représentée malgré des prix très raisonnables. En effet, la place est à 5 euros. Elle explique, « *Les jeunes sont plus branchés musique, ils vont plus au Moulin de Brainans par exemple qui est une scène de musiques actuelles, avec une programmation superbe dans la région, donc y'a très peu de jeunes qui sont branchés théâtre.* »

Ce qui peut également poser problème à son avis est que le théâtre s'adresse à une certaine catégorie de personne, elle dit avec regret, « *Ca me désole de répondre ça franchement, mais il est vrai que le théâtre s'adresse vraiment à une catégorie de personne, enfin des gens un peu plus cultivés, qui s'intéressent à la culture.* » Elle ajoute, « *C'est pour ça qu'on essaie de bosser avec les enfants et les adolescents, parce qu'il nous semble que c'est le public de demain et que si on les sensibilise au théâtre, à ce qu'on peut dire avec le théâtre, ce qu'on peut ressentir quand on est au théâtre, ce sera gagné quoi !* »

Selon Jean-Alphonse Le Boucher (JLB), **La Montaine** vise un public particulier lors des concerts, « *Oui, malheureusement. C'est surtout un public parents-amis des élèves, ça ne va pas plus loin.* » Par contre, cela peut quand même différer lorsque le concert ou le compositeur est connu, il explique, « *Lorsqu'on intéresse des gens à l'extérieur de Poligny, comme des connaisseurs ou autres, c'est quand on fait une pièce comme Nicolas de Flue qui est d'Honegger, donc de grands compositeurs. Mais sans ça non, on n'attire pas vraiment, on reste dans notre milieu.* »

Les jeunes selon lui ne sont pas du tout intéressés par ce genre de concert. Par contre, il pense que, « *Ils sont intéressé pour jouer, parce que l'équipe que j'ai, sur quand même 60 musiciens on va dire 80% ont entre 16 et 20 ans. Donc quand on fait un concert avec l'harmonie, la fanfare bon ben se sont les parents ou quelques amis mais on n'attire pas la population de Poligny dans son ensemble. Je pense qu'il y a même une partie de la population de Poligny qui ne connaît pas bien La Montaine, la fanfare.* » Et au niveau de la culture ce qui est très bien fait pour les jeunes selon lui est l'association de la Séquanaise où ils font de la musique, de la poterie etc. C'est la maison des jeunes de Poligny qui représente vraiment bien tout le tissu social des habitants.

Au niveau des profils socioéconomique, pour JLB Poligny est constitué essentiellement de fonctionnaires, de professeurs car les écoles sont importantes à Poligny. Il y a peu de jeunes en dehors des étudiants, peu d'ouvriers donc on peut dire que les personnes qui ont un revenu assez confortable viennent voir les spectacles. Ceci serait beaucoup dû au départ de la jeunesse dû au manque de travail. Il cite un exemple personnel, « *Ca fait depuis 27 ans que je suis là, et j'ai formé 45 trompettistes, et... il en reste 2 ! Ca veut dire qu'il n'y a pas de travail. Comme la société bouge beaucoup il est donc de plus en plus difficile de garder les associations et de faire des choses avec les gens. (...)* Et lorsque je dis qu'il y a beaucoup de fonctionnaires ici, c'est-à-dire que ces fonctionnaires ils viennent de l'extérieur de Poligny pour travailler ici, donc que dès qu'ils sont en week-end, ils repartent. »

Avec les expositions d'**Artistes et Patrimoine**, Bruno Tosi (BT) nous explique ce qu'il cherche à faire, « *On cherche, et c'est pas un gros mot, la vulgarisation, c'est à dire que tout le monde puisse avoir accès à l'art. Y'a pas de raison que l'art soit réservé à une élite ou à un ghetto* ». Par contre, il avoue tout de même que les gens qui viennent aux expositions portent de l'intérêt à son art et sont au courant de ce qu'il fait.

Par rapport à l'âge des gens qui viennent aux expositions, il constate, « *C'est quand même au-dessus de 35 ans...quand même, hein.* » Par contre, lors des stages, il y a une forte proportion de jeunes, même de mineurs (parce qu'ils prévoient de s'inscrire dans une école d'art ou pensent travailler dans le métier du vitrail). Le problème, en Franche-Comté, selon Bruno Tosi, c'est que les jeunes se croient artistes avant même d'avoir fait une école. Il y a une multiplication énorme d'expositions, de gens qui ne sont pas compétents et qui exposent en toute impunité. Il ajoute, « *Il faut que les jeunes fassent l'effort de passer par une école, j'ai beaucoup d'exemple de jeunes qui sont venus apprendre les techniques et qui se sont rendu compte que l'art du vitrail est un art monumental.* »

Concernant le profil socioéconomique des gens venant aux expositions, le maître vitrier pense que Poligny est une ville assez représentative de la population française, on dit « Pour voir comment la France a voté, il faut regarder Poligny », donc Poligny est représentative de toutes les catégories socioprofessionnelles pour Bruno Tosi. Il dit, « *Alors, ce qui se passe, c'est que certaines personnes n'osent pas venir ici parce qu'on a une image de marque, je ne sais pas pourquoi, un petit peu élitiste...enfin, c'est pas un gros mot non plus, élitiste (...)* Et il y a des gens qui n'osent pas franchir le seuil de la porte mais, une fois qu'ils ont franchi le seuil de la porte, on les accueille le plus gentiment possible, sans faire de différences. Car dans la galerie, on a des œuvres, ça commence à un ou deux euros. On ouvre vraiment le panel ».

#### 4.2.2. Participation de la population polinoise

AG de **Théâtre de Mémoire** n'a pas fait de commentaire sur ce sujet.

ESF de **Mi Scène** ne nous a pas parlé de la population polinoise en particulier mais de la fréquentation actuelle. Elle nous dit que l'effectif de spectateurs est bon avec pour l'année 2005 plus de 1000 personnes venues assister aux représentations. « *On arrive à peu près à 50 spectateurs par scène, ce qui est fort ! Parce que la première année où on a commencé le*

*théâtre, on a fait des spectacles à 6 ! Donc ça commence gentiment à prendre de l'envergure. » Il a fallu s'accrocher au départ mais aujourd'hui on constate que la fréquentation du théâtre Mi Scène est en hausse.*

Pour **La Montaine**, JLB nous donne son point de vue sur la fréquentation de la population lors de ses concerts, « *On joue des choses que les gens connaissent ou qu'ils ne connaissent pas, pour pouvoir faire évoluer le public parce que c'est un public grosso modo non averti. C'est pas des gens qui vont aux concerts le public qui vient nous voir, y'en a très peu qui vont au concert. Comme les jeunes, ils vont au Moulin de Brainans, ou ils vont à Dijon à la Vapeur. Les gens qui connaissent bien la musique, qui veulent de l'opéra, ils vont à Besançon ou Dijon.* » Il nous explique, en plus, que le pourcentage de population qui assiste aux concerts est à 80% polinoise et 20% des régions alentours et cela seulement sur de grands événements sinon il estime que peu de gens se déplacent, il mentionne par exemple un concert joué samedi dernier, « *On a fait un concert samedi, et y'avait quoi 200 personnes ? C'est bien, mais c'est pas beaucoup pour 60 musiciens, ça veut dire que c'est que des parents et des amis qui viennent. Ce n'est pas des gens de l'extérieur, mais quand on a fait Nicolas de Flue, là oui, on a fait 700 personnes.* »

Et voici ce que pense BT d'**Artistes et Patrimoine** concernant la participation des habitants, « *J'ai rompu avec la coutume d'autrefois d'inviter tous les présidents d'association avec un buffet, etc. Bon, c'est sûr qu'ils venaient tous pour bouffer et puis boire (...) Alors on a moins de monde, mais on a plus de gens authentiques.* » La fréquentation moyenne est de 3000 personnes par an dans son atelier-galerie. Ca inclut les clients réguliers, qui viennent ici pour des cadeaux pour les différentes fêtes, et aussi ceux qui viennent à la galerie pour découvrir les artistes. Il ajoute, « *La clientèle polinoise, évidemment, elle est intéressante, sympathique mais, évidemment, on ne va pas se limiter à la clientèle polinoise, sinon on aurait mis la clé sous la porte depuis longtemps* ». BT nous dit être lui-même grand consommateur de théâtre, musique mais, concernant la population, il nous dit, « *Il est vrai qu'on voit souvent les mêmes personnes, que ce soit au théâtre, aux concerts d'orgue, aux expositions (...) Je pense que quelqu'un qui veut s'intéresser à la culture, il peut. Il y a des conférences, des concerts, du théâtre...c'est pas mal. Evidemment, ça pourrait toujours être plus. Moi, je serais demandeur de plus. Mais je ne me situe pas...dans la moyenne.* »

#### 4.2.3. Réponse aux besoins de la population (selon les présidents d'association)

AG du **Théâtre de Mémoire** ne s'est pas exprimée sur le sujet.

Pour ESF de **Mi Scène**, l'offre culturelle proposée à Poligny est satisfaisante. Le seul véritable enjeu selon elle, est d'intéresser les jeunes. Elle raconte, « *Lorsque je pose la question à des jeunes collégiens, est-ce que vous êtes déjà allés au théâtre ? Ils me répondent tous non ! Ou alors ils me disent oui mais à la troupe du foyer rural de leur village. Ils vont rarement plus loin.* »

Pourtant l'offre que propose Mi Scène est variée et fréquente, de bons moyens publicitaires sont mis en œuvre afin d'attirer le public alors comment expliquer que les jeunes ne viennent pas ? ESF conclut en quelques mots, « *Moi le constat que je fais c'est que ça ne les intéresse pas. Lorsqu'on leur demande s'ils connaissent des auteurs de théâtre, ils répondent tous Molière. Et ça c'est de notre faute en tant qu'adultes parce qu'on les embête avec des choses qui les intéressent pas. Il faut les amener à découvrir le théâtre contemporain, qui est peut-être plus facile au niveau du langage pour les jeunes, c'est un langage actuel et nous avec Mi Scène on les fait travailler sur ce genre de texte.* »

Par contre, lorsque ESF nous parle de l'avis général de la population de Poligny sur les offres culturelles locales, elle pense que la population n'est pas entièrement satisfaite, « *Je pense qu'on pourrait faire beaucoup mieux mais c'est vrai qu'on est quand même très limité au*

*niveau argent, il nous en faudrait plus. Aussi on est limité de part le lieu parce que c'est un petit lieu avec des spectacles de petite forme donc on tourne toujours autour du même sujet, autour du même genre de spectacles.* » De plus, les polinois qui sont abonnés aux théâtre de Lons-le-Saunier ou de Dôle ne viennent pas forcément à Poligny. Elle ajoute, « *Il serait prétentieux de dire que l'on satisfait la demande des habitants de Poligny* ».

L'offre culturelle proposée par la ville de Poligny est pour JLB de **La Montaine** insatisfaisante mais c'est surtout une affaire de finances, « *Je pense qu'il n'y a pas de moyens, y'a nous, et le théâtre mais ça reste « sympathique ». Ce n'est pas d'un haut niveau.* » Il faudrait savoir où est le problème et pour lui la position des politiques pourrait également en être un (savoir dans quel domaine va l'argent, par exemple).

BT d'**Artistes et Patrimoine** ne s'est pas exprimé sur le sujet.

#### 4.2.4. Aire d'influence de ces associations

AG du **Théâtre de Mémoire**, nous parlant de son dernier spectacle : « *Il n'y avait pas que des gens de Poligny, je pense, il y avait aussi des gens de l'extérieur, surtout Dôle, Salins, Arbois.* » L'aire d'influence, c'est donc Poligny et les villages alentours, il y a également beaucoup de Dôlois car le théâtre a mis plusieurs fois l'histoire de Dôle en scène (il y a 2 ans et d'autres fois).

Pour définir l'aire d'influence du théâtre **Mi Scène** on peut dire qu'il y a surtout des polinois mais pas uniquement : « *Il y a des gens qui viennent des alentours, des villages environnants. Euh y'a aussi des gens qui viennent de Champagnole* » nous dit ESF. Des personnes peuvent parfois venir de plus loin s'ils connaissent quelqu'un par exemple dans la pièce.

JLB de **La Montaine**, à propos de l'affluence lors des concerts de polinois : « *Donc quand on fait un concert avec l'harmonie, la fanfare bon ben ce sont les parents ou quelques amis mais on n'attire pas la population de Poligny dans son ensemble. Je pense qu'il y a même une partie de la population de Poligny qui ne connaît pas bien la Montaine, la fanfare.* »

Pour BT de **Artistes et Patrimoine**, les clients peuvent venir de loin. La semaine passée, par exemple, il est allé en Hollande chez des gens qui ont une maison de campagne et qui voulaient un vitrail. Il raconte que la provenance des amateurs d'art, qui achètent aussi volontiers, ne se limite pas au Jura. Il y a par exemple une forte proportion de gens qui viennent du Nord Pas-de-Calais mais aussi de Marseille, Bordeaux, Suisse, Allemagne, Angleterre, Belgique. Il a également rencontré des Américains et des Japonais.

Il y a 475 ateliers en France (2000 personnes dans le métier). Ce métier n'est donc pas quelque chose de si spécifique que ça. Mais ce qui fait que l'association ait une si grande aire d'influence, c'est qu'ils sont très peu en France à ouvrir un tel atelier, qui permet au public de voir comment le travail est effectué : « *Y'a beaucoup de confrères qui restent enfermés derrière leur porte, qui ne font que restaurer les vitraux des cathédrales. Moi, je suis fier de montrer directement ce que je fais.* »

### 4.3. Le financement des associations

L'association **Artistes et Patrimoine** peut demander des subventions car elle est une association loi 1901 mais, comme le dit Bruno Tosi : « *On ne le fait pas systématiquement mais, on peut être amenés, quand il y a une grosse expo, à demander une subvention...de la région, de la commune. Ça fait plusieurs années qu'on ne l'a pas fait, puisque on a une trésorerie...qui est très modeste, mais qui est très saine.* » En effet, l'association arrive à éviter d'avoir des frais trop importants grâce au mécénat de Bruno Tosi, qui prête bénévolement ses locaux, classés monuments historiques, tant que les expositions ne nécessitent pas un espace

plus vaste. A part cela les autres dépenses restent modestes : « *Bon, ben, les dépenses, c'est un peu de vin blanc et des petits gâteaux quand on fait un vernissage entre nous...et puis de l'affichage, c'est tout.* » Quand on lui demande s'il arrive donc à couvrir les dépenses de l'association avec ses activités professionnelles et donc sans faire appel aux politiciens, Bruno Tosi nous répond : « *Oui, je fais un peu de mécénat au sein de l'association (...) Moi, j'ai pas une mentalité d'assisté et puis de demander tout le temps des subventions à droite à gauche* ». A Poligny, il y a alternance des maires : un de droite maintenant, avant un communiste, encore avant de droite mais : « *Moi...Ce sont des critères qui n'interfèrent pas...dans mon travail et dans la vie associative...dans l'association dont je suis président en tous cas. Je fais partie de la commission culturelle municipale, j'y étais du temps du maire communiste, j'y suis encore du temps du maire de droite. Donc, pour moi...c'est pas des choses qui m'intéressent...* » Bruno Tosi nous explique quand même que ce genre de critères peut avoir de l'importance en nous exposant l'exemple du ministre de la Culture régional qui a récemment décidé de donner moins pour le patrimoine et plus pour les intermittents du spectacle.

Selon Jean-Alphonse Leboucher, président de **La Montaine**, il y a quelques subventions mais elles sont insuffisantes pour couvrir tous les besoins de l'association. Il reste très vague mais répond quand même : « *Oui c'est une association. C'est-à-dire que si on a un concert, il va y avoir une ou deux personne/s pour nous aider à transporter le matériel et à mettre les gradins mais après le concert c'est avec des camions que l'association va aller chercher dans une entreprise. Y'a pas d'aide à ce niveau-là.* » Il compare son association à Mi Scène qui, visiblement, est plus aidée par la municipalité : « *Mi scène c'est beaucoup plus de spectacles, alors que l'association La Montaine fait elle-même ses spectacles donc elle ne cherche pas d'autre programmation. C'est une association qui fait des répétitions toutes les semaines avec des gens et au bout de 6 mois on fait un concert. Ca va pas plus loin. Alors que Mi Scène va faire venir des artistes, ils ont un lieu, des subventions de la Direction des Affaires Culturelles, etc. Alors, La Montaine elle aussi elle a des aides mais à côté c'est tout petit.* » Il peut selon lui aussi y avoir beaucoup de décisions politiques qui déterminent la culture. Les moyens mis en œuvre pour promouvoir la culture dépendent souvent de l'appartenance politique : « *On défend souvent beaucoup plus le patrimoine, les pierres, les cailloux, les églises. On va dépenser beaucoup plus d'argent pour ça que pour la jeunesse par exemple. A savoir : est-ce qu'il faut une salle de cinéma, du théâtre le mercredi pour les jeunes, de la musique beaucoup plus ouverte ou avoir des éducateurs, des gens qui soient autour des jeunes, c'est quand même la politique qui le décide, c'est pas les acteurs qui le décident.* » Jean-Alphonse Leboucher parle encore du fait que, sous Mitterrand, les subventions pour la culture étaient plus importantes et expose finalement l'exemple du dernier maire communiste qui a tout misé sur le sport, construisant des équipements de pointe que le président de La Montaine estime démesurés.

**Mi Scène** a dû demander au départ l'autorisation du maire pour pouvoir se créer, ce qu'il a volontiers accepté. Sans l'obtention des locaux nécessaires aux rencontres, répétitions, Elisabeth Seigle-Ferrand estime que ce théâtre n'aurait pas existé. Outre les 15 membres bénévoles qui soutiennent cette formation, l'association est bien épaulée par la Ville de Poligny, le Conseil général et le Conseil régional. Elisabeth Seigle-Ferrand nous explique l'organisation de cette entité : « *On est à peu près une quinzaine dans le conseil d'administration et on travaille autour de la programmation, on va voir des spectacles, on en parle entre nous, on choisit, on discute d'un budget, on dépose les budgets, on rencontre les politiques pour avoir l'argent qu'on a demandé etc.* » Il faut mentionner que la ville n'entre pas en compte dans le choix de la programmation de Mi Scène, qui définit ses spectacles plutôt en fonction de l'avis de ses membres et du public. Ce n'est pour elle pas facile de satisfaire la demande des habitants avec de petits budgets mais la troupe fait tout son possible pour que toute la trésorerie soit utilisée uniquement pour la programmation : « *Avec le peu de*

*moyens qu'on a, on fait à peu près tout : on nettoie les WC, on fait à manger, on fait le ménage, on programme, on range, on porte, on déménage, on fait tout, tout bénévolement quand même. »*

Lorsqu'on lui demande quelles sont les conditions nécessaires à l'élaboration des spectacles du **Théâtre de Mémoire** au niveau financier, Annie Gay nous explique tout d'abord qu'une partie est assurée par le bénévolat des membres. En effet, c'est elle qui écrit les scénarios et la troupe est composée de membres bénévoles. Cependant, il lui paraît tout à fait naturel de faire appel au milieu politique pour recevoir des subventions : *« Au départ, il y a un projet et pour porter ce projet ben il faut une association pour...avoir des subventions pour porter ce projet...pour pouvoir faire face aux frais (...) Toutes les associations sont subventionnées, bien sûr...Moi, j'ai reçu une subvention de la ville, du Conseil Général. »* L'association doit en effet faire face à certains coûts qui seraient insurmontables sans aide extérieure. Il y a notamment pour les spectacles un budget très élevé pour les lumières, pour lesquelles des professionnels sont engagés et : *« Dès qu'on engage des professionnels, tout l'argent récolté passe à les payer. »* L'aide des politiciens locaux lui semble indispensable : *« La mairie assure toute la logistique dans une ville comme ici. C'est à dire elle nous prête des salles, elle nous prête des techniciens ...et, quand on fait des spectacles, il faut barrer la route...bon, je veux dire que tous les services techniques sont véritablement...coopératifs (...) Dans un spectacle comme ça, si la ville ne part pas avec le porteur de projet, ce n'est pas possible, y'a rien. »* Et, si la municipalité s'engage, il faut veiller à ne pas être en déficit, il faut un budget sérieux, faire un devis de la communication, des lumières, du metteur en scène et puis, en face, il faut des recettes. Elle déplore quand même de ne pas avoir reçu toutes les subventions qu'elle avait demandées (à d'autres organismes), son rêve serait de faire un spectacle équivalent à celui du Puy du Fou (Vendée), qui mettrait en scène l'histoire de la Franche-Comté. Elle déplore également le manque de personnes prêtes à s'engager en tant que porteurs de projet, chose qui lui paraît essentielle car, sans des gens vraiment passionnés, il lui paraît impossible qu'un projet d'ordre culturel aboutisse, notamment car les subventions sont restreintes et donc peuvent rapidement décourager quiconque ne serait pas prêt à s'engager à fond.

## 5. CONCLUSIONS

L'offre culturelle polinoise existe bien, nous avons constaté que des représentations théâtrales, des concerts musicaux, et des expositions d'arts sont proposés à la population. Une offre relativement variée pour une petite ville de 5000 habitants. Nous pouvons affirmer ceci après avoir rencontré les présidents d'associations de théâtre (Mi Scène et Théâtre de Mémoire), de musique (La Montaine) et d'art (Artiste et patrimoine). Tous sont très impliqués dans ce qu'ils font et nous avons constaté qu'ils ont vraiment envie de faire partager leur passion aux gens et surtout de leur faire plaisir. Il faut encore mentionner que ces associations ne sont pas les seules offres de type culturel que l'on trouve à Poligny. Il en existe bien d'autres telles que le cinéma, l'association de la Séquanaise (maison pour les jeunes), le Moulin de Brainans (concerts pour les jeunes), Art'pol (expositions) et éventuellement d'autres encore. Ne restant que cinq jours sur Poligny, notre choix s'est porté sur seulement quatre associations, celles qui nous semblaient représentatives de la ville selon les quelques informations préalables que nous détenions.

Concernant l'implication de la population dans la vie culturelle, on ne peut pas dire qu'elle soit extrêmement forte ni vraiment faible, mais l'on peut néanmoins affirmer qu'elle varie en fonction de l'âge. Selon notre constat, il apparaît que les personnes au-dessus de 35 ans s'intéressent plus aux associations polinoises. Il faut cependant relativiser en mentionnant le fait que la jeunesse s'intéresse beaucoup plus à la musique qu'au théâtre ou à la sculpture, et

que le principal lieu musical drainant la jeunesse, le Moulin de Brainans, se trouve en rase campagne hors de Poligny, à seulement 7 km (nous n'avons pas eu le temps d'établir si cette mise à l'écart est due aux probables nuisances sonores ou à d'autres raisons, historiques par exemple). L'implication varie également selon le niveau socioéconomique, permettons-nous cette lapalissade : la culture intéresse plus les gens cultivés.

Ces associations, et leurs présidents le confirment, attirent donc surtout des personnes plus âgées qui éprouvent un certain intérêt pour le théâtre, la musique populaire et l'art. La jeunesse s'intéresse à d'autres formes de culture, qui se trouvent souvent à l'extérieur de la ville. Les jeunes la délaissent de ce fait. Nous avons interrogé quelques jeunes étudiants (entre 16 et 18 ans) sur la question. Ils qualifient la ville de « *pourrie, sinistre et pas accueillante* », ils ajoutent : « *A Poligny même, on ne fait rien. A part lorsque l'école organise quelque chose, comme une sorte de théâtre ou un concert. C'est vrai qu'ils nous proposent ce genre d'activités, mais c'est souvent ailleurs comme à Besançon.* » et n'hésitent pas, dans la mesure du possible, à se déplacer dans des villes comme Dijon, Dôle ou Besançon.

L'hypothèse de la baisse du tissu associatif n'a pas pu réellement être infirmée ou vérifiée car la majeure partie des associations interviewées existent depuis trop peu de temps pour avoir une vision diachronique de l'implication de la population envers elles. Cette jeunesse des associations pourrait même indiquer une augmentation du tissu associatif. En tout cas, un certain renouvellement est en train de s'opérer à Poligny.

L'offre culturelle polinoise existe bien, offre une certaine variété, mais a ses limites. En effet, les personnes interrogées évoquent toutes les villes de taille moyenne proches (entre 10 et 30 km : Dôle, Champagnole,...) ou de grande taille un peu plus éloignées (entre 50 et 100 km : Dijon, Besançon,...) comme compléments à l'offre polinoise voire même plus rarement comme unique lieu de destination.

Au niveau du financement, on remarque, contrairement à l'idéal légal et théorique voulant qu'une association évolue en marge des institutions politiques et ne soit pas assimilable à une entreprise, que les limites du monde associatif avec les mondes politiques et entrepreneuriaux sont assez floues. En effet, tous les présidents d'association rencontrés doivent faire appel aux diverses formes de subventions ou alors assurer le financement grâce à des activités professionnelles. Cependant, le bénévolat joue aussi un rôle très important, certainement plus que dans le cas de la culture que dans le cas d'autres types d'association, comme nous le résume Annie Gay. « *Ca se monte par affinité, par passion, ça se monte parce qu'on a envie de réussir ensemble, et puis après...voilà, il faut l'argent...parce qu'il y a un minimum de choses incontournables, c'est là le problème.* » Les associations étudiées ne renoncent donc au bénévolat que lorsqu'il est impossible d'éviter une dépense coûteuse (par exemple la location de salles). Même si l'on remarque que les institutions politiques ont une influence, celle-ci reste modeste et peu autoritaire, on peut donc dire que la vie associative culturelle polinoise est nettement plus issue d'un processus bottom-up que top to down. Nous ne pensons donc pas comme Brutsch que les formes de la démocratie associative sont dépassées, mais plutôt qu'elles traînent bon gré mal gré dans leur sillage certains éléments des domaines économiques et politiques.

Pour terminer, nous pouvons dire qu'il y a de l'offre à Poligny, et qu'une certaine catégorie d'habitants s'y intéresse. Nous constatons également qu'il y a une réelle envie des associations de promouvoir leurs projets et qu'ils sont dans la majeure partie aidés ou tout au moins soutenus par les autorités dans ce but. Néanmoins, la petitesse de la ville pose problème, car la jeunesse ne reste pas et il y a peu de renouvellement de population, et donc peu de nouvelles personnes qui pourraient s'intéresser à la culture. Il reste donc à la ville de Poligny et à ses associations, (comme le fait déjà Mi Scène) de se concentrer plus activement sur le potentiel culturel-artistique de sa ville et, dans la mesure du possible, de mettre en œuvres les moyens

nécessaires pour qu'elle regagne un plus vif intérêt de la part de l'ensemble de la population pour des activités de loisirs culturels qui méritent vraiment d'être connus et fréquentés.

## 6. BIBLIOGRAPHIE

**Brutsch, F.** 1998 : « *Internet et vie associative : Passer du XVIIIe siècle au troisième millénaire.* » Domaine Public 1353.

**Defrasne, J.** 1995 : *La vie associative en France.* Paris : Presses universitaires de France.

**Le guide du routard.** 2006 : *Franche-Comté.* Hachette.

**Mathieu D., Praicheux J.** 1992 : *Les géographes et le tiers temps : sports, loisirs, aménagements.* Laboratoire de géographie humaine et régionale de l'Université de Franche-Comté

**Ville-poligny.fr (site officiel de Poligny)**

## 7. ANNEXES

### 7.1 Grilles d'entretien

#### 7.1.1. Présidents d'association

Présentez-nous votre association, ses buts, le genre de spectacles, prestations de services, etc. que vous proposez. Vous limitez-vous à organiser des spectacles, expositions, ou bien alors est-ce que vous montez vous-mêmes des spectacles, organisez des cours ? Dans quelle mesure votre association est-elle composée de bénévoles et/ou de professionnels ? Dans quelle mesure votre association est-elle composée de membres passifs/actifs (c.à.d. les gens qui s'impliquent dans l'organisation, les décisions par rapport à ceux qui assistent simplement aux représentations, expositions) ?

Visez-vous un public particulier ? Si la réponse est non, remarquez-vous une différence selon la tranche d'âge, le profil socioéconomique, ... (plus de membres d'un certain type) ? Remarquez-vous une différence de participation entre les gens habitant depuis longtemps dans le village et les nouveaux résidents ?

Comment jugez-vous la participation des habitants (faible, élevée,...)? Est-elle en baisse ? Pourquoi ? Est-ce que vous pensez quand même qu'en matière de qualité, niveau des prestations (cela pouvant être un seul aspect spécifique) vous pouvez concurrencer ce qui se trouve dans les grandes villes environnantes ?

Les membres ou simples spectateurs viennent-ils de Poligny seulement ? Aussi de la région alentours ? Ou alors même d'encore plus loin ? Pourriez-vous nous délimiter votre aire d'influence ? Est-ce que vous pensez qu'à Poligny la culture est mieux représentée que dans



les villages alentours ? Ou alors cette question n'a pas de sens car de toutes façons il y a des logiques de réseaux ?

Quels sont vos rapports avec les institutions politiques (de la ville, du département,...) Etes-vous subventionnés, les institutions vous prêtent-elles des lieux pour les représentations, des équipements ? Sans trop entrer dans les détails, quelle part (%) de votre financement cela représente-t-il environ ? Dans quelle mesure des subventions plus ou moins grandes affecteraient les capacités de votre association ? Etes-vous tenus à certaines obligations, contraintes, pour recevoir ces subventions ?

### 7.2.2. *Habitants de Poligny*

Dans quelle mesure participez-vous à la vie culturelle ? Activement ? Si oui, à quoi ?

Que pensez-vous de l'offre proposée à Poligny ?

Est-ce que cela vous arrive de vous déplacer plus loin pour assister à une représentation, concert ? A quelle fréquence ?

Quelles sont selon vous, les personnes qui participent le plus à la vie culturelle, musique, théâtre etc. ?

### 7.2.3. *Les jeunes*

Quelle image avez-vous de la vie associative de Poligny ?

Est-ce que vous y portez de l'intérêt ?

Vous y participez ? Si oui à quoi ?

Le choix est-il suffisant ? Sinon que faites-vous ?

Est-ce que vous vous déplacez ailleurs ? Si oui, où ?



# IMMIGRATION ET COMMUNAUTÉS ÉTRANGÈRES À POLIGNY

Luigi Scorrano et Kevin Gertsch

## 1. INTRODUCTION

Le thème de notre étude de terrain porte sur l'immigration et les communautés étrangères à Poligny. Dès lors, il nous semble intéressant de comprendre les mécanismes qui, d'une part, influent sur la venue des migrants étrangers dans la ville et qui, d'autre part, régissent les rapports intra- et extra-communautaires.

Sur les cinq mille quatre-vingt-huit habitants de Poligny, plus de quatre cent cinquante personnes sont des étrangers. Trois communautés principales sont représentées : les Portugais, les Maghrébins (terme englobant les nationalités tunisienne, marocaine et algérienne) et les Turques. D'après les informations que nous avons pu recueillir auprès de la Mairie, les Portugais représentent plus de deux cents personnes, les Algériens et Marocains (il n'y a pas de Tunisien à Poligny) à eux deux aussi environ deux cents personnes, tandis que la Turquie est représentée par une cinquantaine de personnes (une vingtaine de familles selon le président de l'association Turque, M. Topal). Ces chiffres semblent assez réalistes, bien que la Mairie n'ait pas réussi à nous présenter des données plus précises.

Les autres nationalités étant négligeables (notamment quelques Italiens et Anglais), notre recherche s'est donc naturellement concentrée sur ces trois communautés.

Notre travail se place dans la problématique de l'intégration et nous avons fait le choix de nous intéresser principalement aux moyens employés par les communautés afin de s'intégrer plus facilement et de garder ses liens avec son pays d'origine.

La première chose sur laquelle nous devons nous pencher sera de comprendre le terme « intégration », qui est extrêmement complexe et dont les définitions peuvent facilement varier. Loin de nous l'ambition d'entamer une recherche poussée sur l'intégration des étrangers à Poligny, néanmoins nous pouvons dresser un tableau descriptif sur plusieurs sujets, comme la localisation des lieux de résidence et le rôle tenu par les différentes associations afin de permettre des relations intra- et extracommunautaires.

Notre travail va donc se présenter de la manière suivante : la première partie sera consacrée à la problématique de l'intégration, à l'exposition de nos questions de départ et de nos hypothèses et au cadre méthodologique. La seconde sera consacrée à notre travail à proprement parler. Finalement, la troisième et dernière partie comprendra la conclusion et la bibliographie.

## 2. PROBLEMATIQUE

Notre travail a le besoin de s'inscrire dans un contexte plus global que le simple territoire local de la ville de Poligny. En effet nous nous retrouvons face à un phénomène qui n'est pas limité uniquement à notre terrain d'étude mais qui peut être également juxtaposé à d'autres échelles plus grandes. De ce fait notre problématique sera la suivante :

*Comment une communauté étrangère parvient-elle à s'intégrer et à conserver ses différences au sein d'un territoire donné ?*

La première chose à faire dans le cadre d'un sujet portant sur l'intégration est de donner une définition la plus claire possible.

Selon toutes nos recherches dans la littérature existante, définir l'intégration des immigrés est extrêmement compliqué. Ne serait-ce qu'en ce qui concerne le vocabulaire utilisé, on retrouve des termes comme intégration, assimilation ou insertion, tous ayant « une connotation affective ou idéologique différente » [Garson et Thoreau *in* Dewitte, 1999]. Nous prendrons l'exemple du mot "assimilation", qu'un Français aura peine à utiliser car il a trop de connotations coloniales et ethnocentriques. De plus il faut faire attention à ne pas mélanger ou rapprocher trop rapidement les mots immigration et intégration, car comme le dit Philippe Dewitte dans son introduction du livre *Immigration et intégration, l'état des savoirs*, « l'immigration ne débouche pas toujours sur l'intégration, et celle-ci ne concerne pas que les immigrés et les étrangers ».

Pour comprendre l'intégration, il nous semble donc important de comprendre le contexte dans lequel l'immigrant arrive, c'est-à-dire dans ce cas-ci, la France. En effet, la France est un pays qui entre dans le modèle d'installation durable, situé entre le modèle d'installation définitive ou de peuplement (par exemple les USA) et le modèle de migration temporaire liée au travail (par exemple l'Allemagne) [ibid.]. De plus, il ne faut pas oublier que l'immigration française d'après-guerre est un héritage du colonialisme et donc les lois sur la citoyenneté, reflétant cet héritage, sont beaucoup plus complexes qu'ailleurs. Et, contrairement à d'autres Etats coloniaux comme l'Angleterre qui s'est peu souciée de son Empire colonial, la France s'est donné comme objectif de répandre sa culture et ses institutions, d'où une approche plus « assimilatrice » [Schnapper *in* Dewitte, 1992]. C'est donc dans ce contexte que les immigrants Maghrébins, Portugais et Turques sont arrivés en France. Il est aussi intéressant de noter que la politique française tente de ne pas créer des quartiers ethniques en vertu du principe d'intégration [Cohen *in* Dewitte, 1999].

## 3. QUESTION DE RECHERCHE

Notre question de départ et ses sous-questions engloberont les thèmes principaux évoqués précédemment :

*Quels rôles les associations des communautés étrangères présentes à Poligny jouent-elles dans la vie de ces dernières au sein de la commune ?*

- *Quelles actions sont menées par les différentes communautés afin de conserver des liens entre leurs membres ?*
- *Y a-t-il une localisation résidentielle des communautés étrangères ?*

Ces deux sous-questions sont censées restreindre la portée de notre recherche qui se voudra donc plus une description de ces deux phénomènes. La question de l'intégration étant si complexe, comme nous l'avons vu dans l'introduction, que la tâche à laquelle nous nous attellerions serait gargantuesque étant donné que nous n'avons passé que quatre jours à Poligny.

#### 4. CADRE METHODOLOGIQUE

Afin de répondre au mieux à notre question de départ, nous avons privilégié la méthode des entretiens semi-directifs et avons créé un guide d'entretien de manière à structurer nos différentes interviews et à repérer similitudes et différences entre les intervenants. Grâce à notre visite sur le site internet de Poligny, nous avons défini les acteurs avec lesquels nous nous sommes entretenus après avoir pris contact par téléphone.

Notre premier entretien s'est déroulé avec le président de l'association culturelle des travailleurs de Turquie de Poligny, M. Aydin Topal. Il nous a exposé de façon claire et précise le fonctionnement de la communauté turque au sein de la commune.

Nous avons ensuite rencontré le premier adjoint au Maire, M. Bonnet. Entretien qui nous a permis de saisir la position des autorités vis-à-vis des communautés étrangères et la façon dont elles se plaçaient vis-à-vis de ces dernières.

La rencontre avec un membre de l'association musulmane a été plus difficile. De nombreux téléphones ont été nécessaires pour décrocher un entretien avec un de ses membres. Nous avons finalement pu discuter avec M. Hassan El-Hajjaji lors d'une rencontre qui fut très brève en raison du manque de temps de notre interlocuteur.

Finalement, nous avons programmé une interview avec M. Manuel Almeida, président de l'association culturelle et sportive des Portugais. Il ne s'est pas présenté à notre rendez-vous, sans s'excuser pour autant. Après avoir tenté de le contacter à nouveau par téléphone, sans succès, nous nous sommes rendu de manière spontanée au local de l'autre association portugaise de Poligny. Nous y avons trouvé cinq membres jouant aux cartes et avons engagé une discussion avec ceux-ci. Notre entretien semi-directif s'est donc spontanément transformé en une discussion avec de nombreux intervenants dirigée par nos questions.

Comme nous venons de le décrire, notre recherche de sous n'a pas été des plus aisées néanmoins, nous avons pu tirer de nos entretiens un grand nombre de renseignements utiles à notre recherche.

#### 5. LES ETRANGERS A POLIGNY : TROIS COMMUNAUTES PRINCIPALES

La ville de Poligny compte trois communautés étrangères principales, à savoir les communautés portugaise, turque, et maghrébine (composée d'Algériens et de Marocains). L'analyse des différents entretiens effectués lors de notre séjour dans la commune visera surtout à dégager un aspect descriptif des relations entre les communautés elles-mêmes ainsi qu'entre les communautés et les autorités. Nous chercherons également à comprendre les mécanismes (organisation, buts) faisant fonctionner les associations.

##### 5.1. Contexte d'immigrations des trois communautés

En premier lieu, il nous faut décrire brièvement le contexte d'émigration vers la France des trois communautés présentes à Poligny :

### 5.1.1. *L'immigration portugaise*

L'émigration portugaise est un phénomène séculaire qui s'est développé parallèlement au mouvement des découvertes maritimes du pays dès le XVe siècle. Le phénomène migratoire s'est orienté aux quatre coins du monde avec une incidence particulière sur le Brésil jusqu'aux années 1960. À cette époque, l'émigration portugaise se tourne vers l'Europe. Entre 1950 et 1971, l'émigration portugaise vers la France n'a cessé de croître : d'environ 20'000 en 1954, les Portugais étaient 760'000 en 1975. À partir du milieu des années 1970, le mouvement s'est ralenti peu à peu.

La plupart des migrants sont partis pour travailler et améliorer leurs conditions de vie. Les Portugais envisage d'abord leur séjour en France comme temporaire mais les transformations qu'induit leur immersion dans la société d'accueil lui impriment parfois un caractère définitif. [Leandro, 1995]

### 5.1.2. *L'immigration maghrébine*

Après la deuxième Guerre mondiale, et ce dans le cadre du processus général de décolonisation, les ex-puissances colonisatrices se sont pour la plupart ouvertes assez librement à leurs anciens ressortissants. Ce fut le cas en France. On peut dire qu'à partir des années soixante, la France, tout comme d'autres pays européens, est marquée par un recrutement intensif de main-d'œuvre peu qualifiée en provenance du sud de l'Europe et de l'Afrique du Nord. L'expansion rapide de l'Europe de l'ouest nécessite beaucoup de travailleurs étrangers. Jusqu'au début des années septante, ce sont donc les exigences de l'économie qui déterminent pour l'essentiel l'immigration.

Après le premier choc pétrolier, on assiste à une augmentation des restrictions imposées à de nouveau migrants. L'immigration officielle se réduit et seuls, pour l'essentiel, les regroupements familiaux sont autorisés. La politique de retour, visant à encourager et à aider ceux qui veulent rentrer dans leur pays d'origine, orchestrée par bon nombre d'états ne rencontre que très peu de succès. En effet, très souvent, les opportunités offertes par les pays d'origine ne semblent pas suffisamment attractives et une fois la famille du migrant réunie dans le pays d'accueil, il devient de plus en plus improbable que celle-ci reparte. [Lathion, 1999]

### 5.1.3. *L'immigration turque*

Alors que l'Allemagne reste le pays dans lequel le plus grand nombre d'immigrés turcs est présent (près de deux millions de personnes), la France est devenue le deuxième pays d'accueil des Turcs. Il faut savoir que le communauté turque présente un paysages très hétérogène : diversité ethnique, religieuse et linguistique.

La notion de famille est très forte chez les Turcs et c'est effectivement le regroupement familial et les naissances sur sol français qui font grandir le nombre de Turcs en France. Selon l'INSEE, le nonante pour-cent de la population à moins de cinquante-cinq ans, ce qui démontre qu'elle est très jeune.

Il y a eu deux vagues migratoire principales chez les Turcs : les migrant dits « économiques » du début des années septante et les réfugiés politiques venus en France suite au coup d'Etat militaire survenu en septembre 1980.

Les Turcs ont très rapidement exprimé le désir de montrer leur spécificité et, dès le début des années quatre-vingt, de nombreuses associations ont vu le jour ainsi que différents lieux de cultes. Les Turcs ont toujours eu le désir de garder leurs origines et leurs coutumes, comme en sont la preuve la prolifération des restaurants turcs et des médias turcs pouvant s'acheter en

France. Les jeunes issus des deuxièmes générations doivent donc faire face à cette volonté des plus âgés de rester passablement ancrés aux traditions.

Comme pour les deux communautés décrites plus haut, les Turcs prévoyaient un séjour des plus restreints et ont du accepter l'idée de rester plus longtemps en France en raison des jeunes et de la situation économique et politique turque assez défavorable. [Dewitte, 1999]

## **5.2. Descriptifs des associations**

Les trois communautés de Poligny ont chacune leur propre association, fonctionnant toutes les trois de façon extrêmement différente.

### *5.2.1. Association portugaise*

La communauté portugaise est celle qui possède les associations les plus structurées, avec listes de membres, cotisations et locaux. Existant depuis vingt-six ans, la communauté possédait tout d'abord une seule association qui s'est fractionnée en deux différentes il y a une dizaine d'années pour des raisons que nous n'avons pas pu découvrir. Les Portugais que nous avons rencontrés étant restés très évasifs sur le sujet. Néanmoins nous pouvons nous rendre compte que les associations sont devenues partie intégrante du paysage associatif de la ville. Le fait que plusieurs membres de ces associations soient Français et que plusieurs activités soient organisées par les associations le témoigne.

### *5.2.2. Association culturelle des travailleurs de Turquie*

Les Turcs ont une association qui a particulièrement évolué dans le temps. En effet, avant la création d'une association turque à Poligny, une seule se trouvait à Lons-le-Saunier et ressemblait beaucoup à celles des Portugais, avec cotisations et listes de membres. Par la suite, désirant une association qui soit le plus laïque possible et ouverte à toutes les personnes venant de Turquie, plusieurs membres vivant à Poligny ont décidé de créer l'« Association culturelle des travailleurs de Turquie ». Celle-ci ne possède pas de local, le siège social étant le lieu de résidence de son président, M. Topal. Cette association se base plutôt sur des liens informels entre les divers membres. L'arrivée de nouveaux migrants turcs, jeunes pour la plupart, ayant doublé le nombre de familles aux alentours de la ville (d'une dizaine à une vingtaine de foyers), crée une volonté nouvelle de se développer en une institution plus formelle.

### *5.2.3. Association musulmane*

La dernière association ne se base pas sur un critère national ou régional mais revêt plutôt un caractère religieux. L'« association musulmane », comme son nom l'indique, n'accepte en son sein que de membre suivant rigoureusement les préceptes du Coran. C'est la raison pour laquelle le nombre des membres y étant affilié reste faible en proportion de la population pouvant être concernée, c'est-à-dire une trentaine de membres sur une population maghrébine de deux cents personnes.

## **5.3. Rôle tenu par les associations**

Si nous suivons le processus de migration d'un migrant, nous pouvons nous rendre compte, selon nos observations, que les associations étrangères de Poligny tiennent trois rôles successifs principaux : rendre le choc culturel, à l'arrivée du migrant, moins brutal ; faciliter l'intégration ; conserver les liens du migrant avec son pays d'origine. Il faut aussi noter que ces trois phases ne dépendent pas d'une politique explicite, mais l'aide qu'elles apportent au migrant est le corollaire de l'implantation d'une communauté de sa région d'origine dans son lieu d'arrivée.

### 5.3.1. *Atténuation du choc culturel*

Lors de l'arrivée d'un migrant dans un pays étranger, le choc culturel peut être très important. Le fait de trouver des personnes ayant la même culture, parlant la même langue et ayant les mêmes habitudes (alimentaires par exemple), atténue considérablement la sensation d'isolement du migrant. Dans ce contexte, l'association peut apporter un soutien supplémentaire.

Le cas de M. Topal illustre aisément ce premier stade. Lors de son arrivée en France, il avait déjà passé deux ans en Allemagne, il ne connaissait pas du tout la langue. C'est grâce à l'association turque de Champagnole, ville dans laquelle il est arrivé, qu'il a pu trouver un travail et apprendre la langue tout en profitant de la présence de gens de sa culture.

### 5.3.2. *Facilitation de l'intégration*

La phase suivant le phénomène d'acclimatation est celle de l'intégration. Et là aussi l'association semble pouvoir aider le migrant. C'est un effet qui ne semble pas affecter le migrant directement, mais par le biais des différentes activités de l'association et des personnes qui la fréquentent, l'individu peut arriver à entrer dans la communauté de la ville et à y avoir un rôle.

Prenons par exemple le cas de la communauté Portugaise qui, dans le cadre de ses associations, propose plusieurs grands bals et repas tout au long de l'année. Ces fêtes semblent avoir un tel succès que les Français viennent en plus grand nombre que les Portugais eux-mêmes, ce qui est une preuve du degré d'intégration de cette communauté et de ses membres. De plus, il n'y a pas uniquement des Portugais membres de l'association, mais également des Français, ayant tissé de liens d'amitié avec la communauté.

### 5.3.3 *Maintien des origines et des traditions*

La dernière phase est celle qui veut que le migrant puisse retrouver un « morceau de pays » dans le cadre de l'association par le biais de la langue parlée, des discussions qui y sont entreprises, de la nourriture qu'il peut y manger, etc. De plus, le fait que les enfants de deuxième générations puissent savoir ce qu'est leur pays d'origine et apprendre la langue est aussi un facteur de maintien des traditions.

Cette dernière phase est la plus visible à Poligny, car les diverses communautés sont implantées dans la ville depuis de nombreuses années. Plusieurs exemples sont facilement repérables, de la présence de deux Kebabs, lieux de retrouvailles des Turcs, en passant la possibilité de manger portugais lors des fêtes de l'association, à la volonté plusieurs fois exprimée par le président de l'association turque lors de notre entretien de créer une classe afin d'y apprendre la langue.

Les associations semblent donc être un plus à la vie des différentes communautés, par leurs capacités à recréer un bout du pays d'origine des différents migrant. De plus, elles semblent pouvoir aider la communauté à se fondre dans le paysage culturel de Poligny, et, par ce biais, rendre l'intégration plus aisée.

Il est à noter qu'aucune de ces associations n'entre dans un réseau plus global. Des liens informels sont en place avec d'autres groupements du même type provenant des régions avoisinantes, lors d'organisations de manifestations. Cependant, il est impossible de distinguer un organe supérieur qui chapeauterait un réseau d'associations du même type.



## 5.4. Relations entre communautés et autorités

En ce qui concerne ce point, les trois communautés sont assez dissemblables. Alors que les Portugais paraissent être en d'excellents termes avec la Mairie, les Maghrébins donnent l'impression de ne pas avoir réellement de rapports avec les autorités et les Turcs, eux, semblent être en conflit, certes de manière non explicite, avec la municipalité.

### 5.4.1. Les Portugais

Ils ont pu avoir accès à deux locaux et, comme nous l'avons dit précédemment, ils participent activement à la vie de Poligny. Nous avons pu visiter un de ces locaux, qui est en fait l'ancien Hôtel de la Gare, désaffecté depuis cinquante ans. Sur ce bâtiment, nous avons pu voir le premier point de discorde entre municipalité et une communauté. La Mairie nous a fait l'éloge de sa générosité en disant qu'elle avait donné le local à l'association et qu'elle lui avait par la même occasion donné le matériel pour faire les réparations nécessaires :

*« C'est la ville qui leur a aménagé le local en face de la gare, on leur a payé le matériel et c'est eux qui ont fait les travaux » (...)*

Les Portugais que nous avons rencontrés nous ont dit, eux, que la maison était en ruines lorsqu'on la leur a concédée et qu'ils ont eu pour cinquante mille euros de réparations. Nous n'avons pas eu le temps d'entrer plus profondément dans la controverse et, malgré ce point de désaccord, les relations entre les autorités et les communautés portugaises semblent assez positives.

### 5.4.2. Les Turcs

Les Turcs, quant à eux, semblent être totalement à l'opposé des Portugais. Selon les dires de M. Topal, ils ont fait plusieurs demandes afin d'avoir un local et la Mairie le leur a toujours refusé. Les membres de l'association pensent donc se débrouiller seuls afin de trouver un espace de rencontre à aménager. Un autre point qui nous a marqué est le fait que, durant notre entretien avec M. Bonnet, il oubliait continuellement de parler des Turcs et nous devions constamment lui demander qu'il réponde à nos questions par rapport aux trois communautés. Ces indices tendraient à nous montrer que la situation entre les ressortissants turcs et les autorités n'est pas des plus cordiales. Cependant, il nous est impossible de l'affirmer de manière absolue puisque nous n'avons pas rencontré d'autres représentants de la commune. Encore une fois, le manque de temps nous a empêché de creuser plus profondément autour de cette piste.

### 5.4.3. Les Maghrébins

En ce qui concerne la communauté maghrébine, aussi bien le représentant de l'association musulmane que le vice-Maire nous ont dit que les relations étaient bonnes et les deux n'ont pas manqué de faire la comparaison avec les problèmes et les émeutes qui ont éclaté dans les banlieues des grandes villes : Poligny est une petite ville tranquille et les communautés autochtones et étrangères semblent vivre assez harmonieusement. Nous devons néanmoins rapporter qu'aucune des deux personnes avec lesquelles nous nous sommes entretenues n'a approfondi le discours.

Comme nous avons pu le voir, ce sujet laisse un grand nombre de questions sans réponse ou du moins avec des réponses partielles.

### 5.5. Questions de générations

Lors de nos divers entretiens, nous avons cherché à comprendre de quelle manière les différentes générations appréhendent leur situation d'étranger dans la commune. De façon générale, il en ressort les mêmes conclusions pour les trois communautés.

La première génération a dans chaque cas rencontré quelques difficultés à nouer des liens avec la population locale ; il a fallu du temps à la première vague d'immigrés avant de se sentir partie intégrante de la vie du pays et de la ville. Il nous faut toutefois rappeler que leur séjour en France ne devait être, selon leur but, que temporaire et qu'ils ne voyaient aucun intérêt à assimiler les us et coutumes locales. (Selon M. El-Hajjaji, plusieurs Maghrébins présents à Poligny depuis de nombreuses années n'ont toujours pas appris le français car leur but reste de retourner au pays)

Cependant, le séjour en France se prolongeant pour diverses raisons, la première génération a dû petit à petit adopter ce mode de vie. Nous avons pu rassembler une liste certainement non-exhaustive de facteurs ayant poussés les migrants à s'installer durablement en France et, dans ce cas, à Poligny. La première raison est la conjoncture politico-économique peu favorable dans les pays d'origine (cas des Kurdes venus de Turquie dans les années 1980). Secondement, malgré le fait que l'immigré vivant depuis de longues années à Poligny garde des liens sentimentaux forts avec sa région d'origine, il considère la France comme son pays d'adoption et n'éprouve plus besoin d'un retour définitif au pays. Enfin, le dernier facteur explicatif est la présence d'une deuxième génération étant née ou ayant grandi à Poligny. En effet, celle-ci ayant été élevée en France, selon le modèle scolaire français et ayant une majeure partie d'amis français, il devient difficile, pour une famille, d'envisager un éventuel retour.

Alors que la première génération a exercé des métiers exigeant de basses qualifications et engendrant un revenu faible, les jeunes ont eu accès à l'éventail complet des formations moyennes et supérieures. Nos interlocuteurs étrangers ne manquaient d'ailleurs pas de souligner la « réussite » scolaire et professionnelle de leur *progéniture* (« *Mon fils a réussi.. !* »).

Par ailleurs, nous soulignons que la deuxième génération a tendance à quitter Poligny pour des villes plus attractives à des fins professionnelles alors que les parents n'ont pas eu le désir de partir. Ceci est démontré de façon frappante par les deux pères de famille que sont M. Topal et M. El-Hajjaji : Les deux ayant quatre enfants, sur les huit, deux seulement sont restés à Poligny, les deux seuls qui n'ont pas fini leurs études. Sinon on décompte, entre autres, deux jeunes en Suisse, un à Genève, l'autre à Zurich.

### 5.6. Localisations résidentielles

Nous avons cherché à savoir si on pouvait dégager une logique de répartition spatiale des lieux de résidences des communautés à l'intérieur de la ville.

Il est tout à fait impossible de mettre en évidence une telle logique concernant la communauté portugaise puisque celle-ci est disséminée sur tout le territoire communal habitant aussi bien dans des appartements que dans des maisons individuelles comme nous l'ont appris les membres de l'association.

Lors de notre premier entretien avec M. Topal, nous avons appris qu'il existait un quartier HLM au cœur de Poligny. Il en est ressorti que la plupart des familles turques et maghrébines habitaient sur ce territoire aux côtés de Français en situation précaire comme nous l'a confirmé M. Bonnet :

« *La communauté algérienne et marocaine est principalement dans les HLM vers le petit magasin que nous avons au cœur de ville (...) et aussi la communauté turque* ».

Ce fait semble être dû aux différences salariales entre les communautés. En effet, selon M. Bonnet, la plupart des immigrés maghrébins ou turcs ont dû se contenter de postes « *d'ouvriers de base* », ce qui les a empêché d'investir dans des logements de plus standing. Cependant, notre interlocuteur a mis en avant le fait qu'il s'agissait d'une zone de rencontre, avec une place de jeu aménagée par la commune. De plus, selon lui, les habitats collectifs sont de taille modeste en comparaison avec d'autres HLM de plus grandes villes ce qui contribue à donner un cadre de vie agréable à ses habitants.

M. Topal, habitant lui-même dans le quartier HLM, le « *ghetto* » selon ses termes, pense à l'inverse que ce genre d'habitat perpétue les différences entre étrangers et classes pauvres d'un côté, et classes moyennes ou supérieures d'un autre côté. Ayant demandé à maintes reprises de pouvoir déménager dans d'autres bâtiments, il s'est toujours vu refusé ses demandes sans explication précise.

Nous pouvons donc mettre en évidence une certaine concentration des localisations résidentielles des communautés maghrébine et turque, en règle générale, au sein du quartier HLM de Poligny. Deux raisons principales sont à évoquer. D'une part, la plupart de ces résidents ne sont pas au bénéfice de salaires élevés et il est difficile pour eux de subvenir aux besoins de familles pour la plupart nombreuses. D'autre part, cette concentration permet aux membres d'une même communauté de tisser des liens informels autres que ceux qui pourraient être tissés au sein d'une association par exemple. Les habitants peuvent recréer des liens avec des personnes du même pays d'origine par ce biais-là, ce qui motive certains à ne pas partir du quartier. Bien sûr, des exceptions existent et il serait faux de penser que tous les membres de ces communautés logent à l'intérieur de ces logements.

## 6. CONCLUSION

En définitive, nous n'avons fait que décrire les quelques phénomènes que nous voulions approfondir dans notre question de départ. Nous avons pu comprendre de quelle façon une association pouvait aider une communauté à s'intégrer dans une ville et à garder des contacts entre ses membres et avec le pays d'origine. Il ne faut pas oublier que notre recherche se voit placée dans un contexte global d'immigration et que de très nombreux facteurs tels que la politique d'immigration française et les différentes situations conjoncturelles des pays d'origine des migrants viennent s'insérer dans une analyse plus approfondie. C'est pour cela que nous nous sommes bornés à ne faire que décrire le rôle des associations, les rapports entre les communautés et les autorités, les différences entre les générations et les localisations résidentielles.

L'association n'est pas seulement un lieu de retrouvailles où l'on passe un bon moment, mais aussi le moyen pour un immigré de ne pas être totalement dépaycé. De plus l'aide apportée par une association va encore au-delà, vu qu'elle permet de faciliter la recherche d'un travail et la création de liens avec la communauté autochtone (voir les Français membres de l'association portugaise).

Les rapports entretenus avec la commune ne sont en aucun cas aussi tendus qu'ailleurs en France, pour deux raisons principales : la taille de Poligny et le nombre relativement restreint d'étrangers.

En ce qui concerne les différences entre les générations, nous voyons d'une part une première génération qui avait comme but principal de rentrer au pays et qui a progressivement accepté l'idée de vivre en France sur une très longue durée, aussi de par la naissance de leurs enfants

sur le sol français. D'autre part, la deuxième génération a adopté la France comme son propre pays et voit son pays d'origine comme sa deuxième patrie.

Pour terminer, nous pouvons affirmer qu'une concentration résidentielle des communautés maghrébines et turques est à mettre en évidence dans les logements à loyers modérés de la commune pour des raisons économiques mais également communautaires.

Notre analyse a surtout visé à décrire des mécanismes liés à la façon dont les migrants organisaient leur vie entre sentiments d'appartenance à une communauté d'un même pays d'origine et intégration dans la commune de Poligny. Nous sommes toutefois tout à fait conscients de ne pas avoir mis en évidence la façon dont l'intégration se manifeste au sein de la ville et quels sont les rapports avec la population locale.

## 7. BIBLIOGRAPHIE ET SOURCES

### 7.1. Ouvrages :

**Dewitte Philippe** (sous la direction de), 1999 : *Immigration et intégration - l'état des savoirs*. Paris : La découverte.

**Leandro Maria-Engracia**, 1995 : *Au-delà des apparences – les Portugais face à l'insertion sociale*. Paris : L'Harmattan.

**Lathion Stéphane**, 1999 : *De Cordoue à Vaulx-en-Velin – Les musulmans en Europe et les défis de la coexistence*. Chêne-Bourg, : Georg.

### 7.2. Sites internet :

<http://www.insee.fr>

<http://www.ville-poligny.fr>

## 8. ANNEXES

### Annexe 1 : locaux de l'association portugaise



### Annexe 2 : quartier HLM avec la gendarmerie dans la périphérie



## Annexe 3 : quartier HLM



## Annexe 4 : grilles d'entretien

**Associations**a) Questions personnelles

- Depuis combien de temps habitez-vous en France ? Et à Poligny ?
- Êtes-vous né(e) en France ?
  - o Si oui, 2<sup>ème</sup> / 3<sup>ème</sup> génération ?
- Pourquoi habiter en France ? (Dans quel but ?)
- Seul ou en famille ?
- Quelles sont, selon vous, les différentes communautés étrangères représentées à Poligny ?

## b) Associations

- Présentez-nous en quelques mots votre association...
  - o Historique de l'association... Dans quel but a-t-elle été créé ?
- Quel est votre rôle au sein de l'association que vous présidez ?
- Quels en sont les membres ?
  - o Des familles ? Des jeunes ? Hommes ? (...)
- Représente-t-elle toute la communauté ou seulement une frange de la population ? (travailleurs, sportifs....)
- Votre association entre-t-elle dans un réseau plus global ? (régional, départementale ou même nationale)
- De quelle manière l'association lie-t-elle ses différents membres entre eux ? (manifestations organisées ? célébration de la fête nationale ? échoppes ...?)
  - o Nourriture, communication dans la langue du pays d'origine ?
- Lieux fréquentés par les membres de la communauté ? (et pas seulement de l'association)
- Localisation des lieux de résidences ?
- Pensez-vous que votre communauté (et non association) est bien intégrée au sein de la population locale ?
  - « Qu'est-ce que l'intégration pour vous ? »

## **Premier Adjoint au Maire**

- o Quel poste occupez-vous au sein de la Mairie ? Quelles sont vos responsabilités ?
- o Dans le cadre de votre travail, quels sont vos rapports avec les communautés étrangères ? (en quoi pouvez-vous nous être utile ?)
- o Qu'en est-il des différentes communautés étrangères vivant à Poligny ?
  - o Données statistiques sur le nombre d'étrangers ? Nombres d'associations ? Localisation des lieux de résidence ?

→ Poligny, ville d'étrangers ?

- Quels sont les rapports entre les associations et les autorités ?
  - Mesures d'intégration ?
- Lieux particuliers fréquentés par les membres de certaines communautés ?
- Localisations résidentielles ?
- Les communautés étrangères sont-elles bien intégrées dans la vie associative de la ville ? (pas de politiquement correct)
- « Qu'est-ce que l'intégration pour vous ... ? »



# LE TOURISME A POLIGNY

Régine Cattin et Tania Letté

## 1. INTRODUCTION

La France est la première destination touristique mondiale. Avec 75,1 millions d'arrivées d'étrangers en 2004, le tourisme national participe à la croissance économique du pays. Cet apport financier est recherché dans les régions rurales, car elles disposent de moins de ressources. La Franche-Comté a donc mis l'accent sur ce secteur d'activité depuis de nombreuses années. En misant sur la beauté de ses paysages pittoresques et sur sa topographie, elle a développé de nombreux types de séjours (ski, pêche, randonnée, thalassothérapie, etc.). Mille et une routes se dessinent dans cette région. La Route historique Pasteur, la Route des mille étangs, la Route des Vins du Jura, la Route des villages fleuris, les Routes du Comté ou encore la Route des sapins se rencontrent et s'entremêlent pour offrir une plus grande diversité touristique.

Poligny fait partie des petites cités comtoises et possède le label « *station verte de vacances* », qui signifie qu'il s'agit d'une commune de l'espace rural ou de la montagne qui présente un attrait naturel. Signataires d'une charte de qualité, les dix stations vertes de vacances dans le département du Jura assurent l'accueil et le séjour des touristes dans un environnement préservé. Se désignant comme la capitale du Comté, Poligny offre également de multiples activités en rapport avec ce fromage et sa fabrication, dont notamment la visite de la Maison du Comté. Grâce à son vignoble, elle attire les amateurs de vin, à qui de nombreuses dégustations sont proposées. Un autre atout touristique est son patrimoine historique et culturel, notamment ses églises du IX et XIIIe siècles, ses fontaines et ses hôtels particuliers.

## 2. PROBLEMATIQUE

L'approche étudiée cette année étant celle des réseaux, de l'imbrication du global dans le local et inversement, nous avons décidé de nous focaliser sur les différents « circuits » touristiques proposés et suivis à Poligny.

Un de nos objectifs est la description de ces divers « circuits » empruntés par les touristes. Nous aimerions saisir deux dimensions : ce que les touristes visitent et pourquoi. Nous pensons regrouper les activités qui nous semblent proches dans des catégories plus larges pour obtenir des circuits. Tout ce qui concerne les visites de musées et le patrimoine culturel, dont les monuments historiques par exemple, sera rassemblé dans les circuits historiques. Toutes les activités liées à la nature, telles que la randonnée, le VTT ou encore la visite de grottes, correspondront aux circuits « verts ». Les circuits gastronomiques regrouperont la découverte des produits du terroir, tant la dégustation de vins que celle de spécialités culinaires. Les circuits comprenant un mélange des activités décrites ci-dessus seront considérés comme mixtes. Nous aimerions également saisir les raisons qui ont poussé les touristes à choisir leurs activités.

Dans un cadre plus général, ces circuits vont s'inscrire dans différents réseaux emboîtés les uns dans les autres. Notre deuxième objectif est de voir à quels réseaux ils appartiennent et dans quelles échelles les particularités locales de Poligny et ses environs peuvent s'intégrer.

Un troisième et dernier objectif est de dégager un profil-type du touriste de chaque circuit. Par profil-type, nous entendons l'origine, l'âge, le type d'hébergement, la durée du séjour, le sexe, ses motivations, etc. Une longue durée de séjour et un statut familial caractérisent peut-être le tourisme vert, par exemple.

Cependant, nous avons dû modifier notre approche lors du terrain, car nous avons rencontré plusieurs obstacles. Nos objectifs ont par conséquent évolué de la manière suivante :

Nous allons étudier l'offre touristique, c'est-à-dire les circuits proposés aux touristes en visite à Poligny, à la place de ceux empruntés, pour notre premier objectif. En effet, la saison pendant laquelle s'est déroulée notre semaine de terrain ainsi que le temps qu'il a fait (pluie pendant les trois premiers jours) n'étaient pas appropriés pour la rencontre de touristes. Nous nous sommes donc tournés vers les différents acteurs du secteur touristique à Poligny, afin d'avoir accès aux différents circuits proposés.

Notre deuxième objectif n'est guère modifié, si ce n'est qu'il s'agira d'étudier l'imbrication de ces circuits proposés aux touristes dans différents réseaux.

Pour les raisons expliquées ci-dessus, nous avons abandonné l'idée de nous focaliser sur un profil-type de touriste par circuit, pour essayer de dégager les caractéristiques générales des touristes en visite à Poligny, sans se préoccuper du circuit emprunté.

### 3. QUESTION DE RECHERCHE ET HYPOTHESES

« Quel type de touriste rencontre-t-on à Poligny et dans ses environs et quels circuits touristiques lui sont proposés ? »

Par cette question de départ, nous aimerions mettre en évidence les différentes possibilités d'activités touristiques et saisir les circuits locaux et régionaux dans lesquels la commune s'inscrit. En complétant ces deux dimensions par les caractéristiques générales des touristes qui visitent la commune, nous aimerions pouvoir définir le type de tourisme pratiqué à Poligny.

Nos hypothèses sont les suivantes :

- Les circuits les plus proposés sont ceux relatifs au Comté et aux produits du terroir.
- Les motifs de séjour des touristes correspondent aux particularités locales, telles que le Comté.
- Poligny est inscrite dans un réseau touristique régional.

### 4. METHODOLOGIE

En premier lieu, l'accueil de la mairie par Mr. Bonnet nous a aidé à introduire notre thématique.

Dans un deuxième temps, nous avons effectué deux entretiens semi-directifs, respectivement de 75 minutes et de 20 minutes, avec une directrice d'hôtel et la responsable de l'Office du Tourisme.

La responsable de l'Office du Tourisme nous a renseigné sur la provenance des touristes du camping et de ceux étant passé à l'Office (statistiques de l'été 2005). Concernant les circuits, elle nous a simplement invités à regarder dans les prospectus disponibles à l'Office.

La directrice de l'hôtel avec qui nous sommes entretenues occupe cette fonction depuis 1979. Son expérience est donc très intéressante. Ses informations, très riches et complètes, nous ont permis de découvrir des circuits touristiques différents de ceux proposés par l'Office du Tourisme. Elle a dessiné sur une carte les circuits préférés qu'elle propose à ses clients, peu satisfaits de l'Office du Tourisme d'après elle. Elle nous a également renseignées sur la provenance et les caractéristiques de ses clients, sur les raisons de leur visite, ainsi que sur leur durée de séjour.

Puis nous avons pu effectuer trois courtes entrevues avec des touristes grâce à la coopération de l'employée de la Maison du Comté. Elle a gentiment accepté de nous laisser rejoindre les touristes lors de la dégustation du Comté qui clôt la visite du musée, afin que nous puissions nous entretenir avec eux. Elle nous a également présenté quelques statistiques sur la fréquentation de la Maison du Comté et le profil des touristes qui ont visité le musée. Malgré notre détermination, nous n'avons rencontré dans Poligny que deux touristes (suisse) devant le Caveau des Jacobins bien que nous ayons patienté plusieurs fois devant les principaux lieux touristiques.

Pour essayer d'avoir tout le matériau nécessaire à l'analyse de notre sujet, nous nous sommes également entretenues avec un viticulteur, un autre directeur d'hôtel, et une employée du Caveau des Jacobins. Etant donné qu'ils ont également un contact quotidien avec les touristes, nous avons pu obtenir davantage d'informations concernant les caractéristiques des touristes, comme leur provenance par exemple, ainsi que sur certains circuits régionaux.

Nous avons complété notre méthodologie par la photographie, pour exposer les sites les plus importants, par l'utilisation de cartes, pour illustrer les différents circuits touristiques, ainsi que par la consultation d'ouvrages généraux sur le tourisme.

## 5. ANALYSE

### 5.1. Description des circuits proposés aux touristes

Les circuits proposés aux touristes appartiennent à des réseaux différents, que nous avons regroupés en trois échelles : locale, départementale et régionale.

#### 5.1.1. Les circuits locaux (Poligny et le Comté de Grimont)

##### A. Circuit de la vieille-ville de Poligny

Plusieurs monuments historiques importants sont indiqués dans ce circuit proposé par l'Office du Tourisme de Poligny.



Cloître de l'ancien hôpital

En premier lieu, le circuit présente l'église de Mouthier-le-Vieillard, classée Monument Historique. Elle fut fondée à partir du 9<sup>ème</sup> siècle et recèle encore de grandes richesses, telles que la collection de statues de l'Ecole Bourguignonne du 15<sup>ème</sup> siècle par exemple.

La deuxième étape du circuit est l'ancien hôpital, fondé au 17<sup>ème</sup> siècle, où subsiste le cloître ainsi que l'Apothicaire, datant du 18<sup>ème</sup> siècle et classée

## Monument Historique.

Ensuite, le circuit amène à la Tour de Paradis, vestige des remparts entourant la ville à partir du 13<sup>ème</sup> siècle.

Puis, au centre de la Place des Déportés, se trouve la statue du Général Travot, né à Poligny en 1767 et distingué notamment lors des guerres de pacification de la Vendée.

L'étape suivante du circuit est l'Ancien Couvent des Jacobins, fondé en 1278 par Alix de Méranie. Fermé à la Révolution, il abrite maintenant le Lycée Hôtelier H. Friand. Il subsiste la chapelle, occupée depuis 1906 par la coopérative viticole.

Ensuite, le circuit mène à un ensemble d'Hôtels particuliers, anciennes maisons bourgeoises du 18<sup>ème</sup> siècle principalement.



**Collégiale St-Hippolyte**

Puis, il propose la visite de la Collégiale St-Hippolyte, bâtie en 1945 grâce à un bourgeois de la ville. Cette église comprend également une collection de statues de l'Ecole Bourguignonne.

En face de cette collégiale se trouve le Monastère Sainte-Claire. Construit à la même époque que la Collégiale, il abrite aujourd'hui une communauté de Sœurs Clarisses.

Le circuit passe ensuite par la Tour de la Sergenterie, vestige des fortifications du 15<sup>ème</sup> siècle.

Les Ateliers-Galerie du Vitrail constituent l'étape suivante. Ils sont installés dans les abattoirs, classés Monuments Historiques.



**Hôtel de Ville**

Ensuite le circuit propose l'Hôtel de Ville (16<sup>ème</sup> siècle) et les Lavoirs de la ville.

Finalement, il amène à la Cour des Ursulines, fondée en 1614, et se termine en proposant une dernière étape à la Croix du Dan.

### B. Sentier découverte de la Croix du Dan

La Croix du Dan est un peu le symbole de Poligny, car c'est la première chose que l'on voit en se rapprochant de la ville, plus particulièrement la nuit, lorsqu'elle est illuminée. Elle date de 1870 et est en fer forgé. Son mystère réside dans le fait qu'il n'y ait pas trace de sa construction. La légende veut qu'un jeune homme, à la suite d'un chagrin d'amour, se soit jeté de la falaise avec son cheval et sa famille, très pieuse, aurait fait élever cette croix en rachat de sa faute.

### C. Circuits pédestres

Dans Poligny et ses environs (Comté de Grimont), il existe dix-huit sentiers de randonnées pédestres et VTT. Voici les deux circuits qui nous ont été recommandés par nos différents interlocuteurs :



- Le Trou de la Lune

Ce circuit regroupe à la fois des monuments historiques et des sites naturels. En 2h30, cinq kilomètres de marche permettent de découvrir Poligny et ses alentours. Au départ, il passe par la Tour de la Sergenterie et par la grotte du Pénitent, que l'on disait jadis habitée par un ermite, pour arriver enfin au Trou de la Lune.

- La Culée de Vaux

Ce sentier est une variante du GR59, grande randonnée qui traverse le département du Jura du nord au sud par le Revermont, sur environ 225km. Les GR font partie d'un réseau national de grandes randonnées. Cette marche, d'environ 3h30, permet de découvrir la Culée de Vaux ainsi qu'une cascade et le point de vue de la Croix du Dan. Le sentier mène ensuite les randonneurs à la Croix de Saint-Savin, où divers rochers aux formes étranges possèdent des histoires légendaires, dont par exemple la « *Pierre qui vire* », un monument celtique qui tournerait sur lui-même une fois tous les cent ans.

### 5.1.2. Les circuits départementaux (Pays du Revermont, Jura)

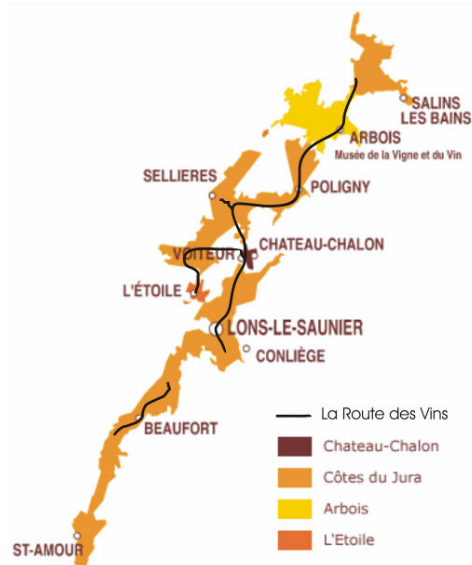
#### A. Le circuit des saveurs et des savoir-faire

Ce circuit de 150km se situe dans le Triangle d'Or, qui comprend Arbois, Poligny, Salins-les-Bains et de nombreuses communes environnantes. Chaque commune du circuit a installé un panneau avec la carte du circuit pour se repérer géographiquement. Et chaque artisan a posé sur sa façade un panneau pour indiquer sa participation. Les saveurs et savoir-faire sont divisés en cinq domaines : vignes et vin (le vignoble, les cépages, les appellations, les producteurs) ; fromages (les fromages, les traditions, les fruitières, les fromageries) ; produits du pays (l'agriculture, l'apiculture, l'accueil à la ferme) ; artisanat d'art (le verre, la faïence) ; et découverte (l'histoire, le patrimoine, les sites, les musées). Quarante-sept professionnels se sont regroupés autour d'une charte de qualité afin de valoriser les saveurs et les savoir-faire suivants : vins du Jura, Comté, Morbier, fromage de chèvre, miel, accueil à la ferme, faïence, verre, lait, sel, etc. Ce circuit peut devenir une découverte ludique et originale de la région, grâce à la mallette proposée dans les Offices de Tourisme, comprenant différents jeux et une cassette qui raconte contes et légendes tout au long du parcours dans le Triangle d'Or.

A Poligny, ce circuit indique le producteur Xavier Reverchon, le Caveau des Jacobins et le Domaine Morel Thibaut pour les vignes et les vins ; la visite guidée de la fromagerie Vagne pour les fromages ; l'atelier de Bruno Tosi pour l'artisanat d'art et enfin comme découvertes, la Maison du Comté et la visite des laboratoires et de l'atelier de transformation laitière de l'ENILBIO.

#### B. La Route des Vins du Jura

Le département du Jura est traversé par une bande de terre de 80km qui accueille les vignes du Revermont. La Route des Vins du Jura part d'Arbois pour se terminer aux environs de Beaufort. Quatre AOC géographiques (Côtes du Jura, l'Etoile, Arbois et Arbois-Pupillin, Château Chalon), deux AOC produits (Crémant du Jura et Macvin du Jura), et cinq cépages (Chardonnay, Savagnin, Poulsard, Trousseau et Pinot Noir) traduisent la richesse et la diversité du vignoble. Les vins du Jura sont proposés en 7 déclinaisons : le rosé du Jura, les rubis du Jura, les blancs, le Vin Jaune (vendangé tardivement et vieillit en fût de chêne



au moins 6 ans et trois mois), le Vin de Paille, le Macvin du Jura et le Crémant du Jura. Ce circuit propose de nombreux endroits où l'on peut découvrir vignes, caves et fruitières afin de déguster les spécialités régionales.

### C. Les circuits alternatifs

Ces circuits, aux nombreuses variantes, sont proposés par la directrice d'hôtel avec qui nous sommes entretenues. Ces circuits ne sont pas établis officiellement mais répondent à une demande de la part des touristes en visite à Poligny selon elle.



Circuit N°1 en violet :

Ce circuit de 28km, faisable en voiture ou à vélo, est celui que la directrice d'hôtel considère comme incontournable. D'après elle, la route de Poligny à Château-Chalon offre de superbes paysages. Elle suggère de visiter la grotte avec la vierge à Frontenay, puis d'aller à Château-Chalon, village médiéval connu pour le Vin jaune et magnifique du point de vue touristique, car il est entouré de vignes. Ensuite, le circuit conduit à Baume-les-Messieurs, où elle conseille de visiter l'abbaye et les grottes. Depuis Baume-les-Messieurs, il semble que la route offre une vue magnifique jusqu'à Crançot. Pour ceux qui veulent faire toute une journée, il est possible de faire une variante, en vert sur la carte, depuis Crançot et de partir en direction de Mirebel. Après une visite du village de Châtillon-sur-l'Ain, elle suggère de voir les cascades du Hérisson et le belvédère des quatre lacs. Sur la route du retour, elle propose également de visiter les grottes de Moidons et de Planches, le Cirque du Fer à cheval avant de revenir sur Arbois. Cette route de Montrond à Arbois est selon elle le coin le plus joli. Finalement, on rejoint la Route des Vins pour revenir à Poligny.

Circuit N°2 en jaune :

Ce circuit suit la Route des Vins de Poligny à Salins-les-Bains par Arbois. Après une visite d'Arbois, on peut découvrir les forts Saint-André et Bellin. Elle propose de visiter les vieilles Salines à Salins-les-Bains et le musée qui raconte l'histoire du sel à Arc-et-Senans, puis de repartir sur Ornans afin de découvrir les sources du Lison et la Taillanderie. Ensuite le circuit amène les touristes sur la Route des Sapins. Elle suggère de passer par Nozeroy car les remparts de ce village sont très bien conservés. La dernière étape du circuit est la cascade de la Billaude.

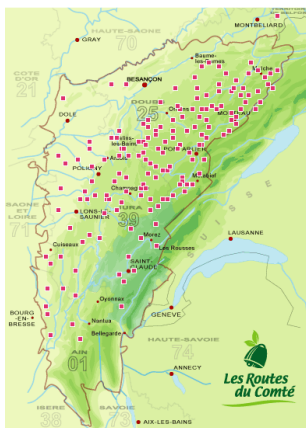
Circuit N°3 en bleu :

Ce circuit de 85km mène à Saint-Claude pour la visite des musées de la pipe et du diamant, avec un crochet par Arlay, connu pour son château, ses vins et ses rapaces.

Circuit N°4 en orange :

La directrice de l'hôtel conseille aux touristes qui s'intéressent à la culture de visiter Dole, la ville natale de Louis Pasteur. Son patrimoine étant très riche, elle suggère de visiter la cathédrale, les fortifications et les vieux quartiers.

### 5.1.3. Circuits régionaux (Franche-Comté)



#### Les Routes du Comté

Ce circuit, qui traverse toute la Franche-Comté, comprend des fermes, des fruitières et des caves d'affinage que l'on peut visiter. Des activités de pleine nature directement liées à la découverte des paysages et des pratiques agricoles régionales sont proposées ainsi que des « étapes gourmandes » constituées de points de vente de produits régionaux, de vigneron et de différentes formes de restauration. Les Routes du Comté font découvrir et comprendre le travail des producteurs de lait, des fromagers, des affineurs, des restaurateurs, etc.

## 5.2. Le tourisme à Poligny

Nous allons voir ici qui sont les touristes qui fréquentent Poligny, ainsi que leurs caractéristiques principales, c'est-à-dire leur motif de séjour, leur composition, leur origine, etc., pour saisir le type de tourisme qu'il y a à Poligny.

### 5.2.1. La provenance des touristes

D'après tous nos entretiens, la majeure partie des touristes à Poligny provient de France. Les statistiques que nous avons recueillies font aussi état de ce cas de figure. En effet, si l'on prend en compte les statistiques 2005 du camping, les français sont les touristes les plus présents lors de la saison estivale (juillet-août-septembre). Ils devancent d'ailleurs les touristes hollandais,

deuxième nationalité en termes de nuitées. On retrouve les mêmes observations dans les statistiques de l'Office du tourisme : les touristes français représentent 82% de la fréquentation globale d'avril à septembre 2005. De plus, les demandes d'informations à l'Office du tourisme les plus nombreuses émanent principalement de la région Île-de France, puis du Grand-Est et du Nord de la France. D'après nos entretiens, les touristes visitant le Caveau des Jacobins et la maison du Comté sont aussi d'abord français. Nous avons pu constater cela sur le terrain : en effet, les seuls touristes que nous avons rencontrés étaient tous français (Var, Auvergne et Alsace), excepté un Bâlois, qui passait par là uniquement pour acheter du vin et du fromage.

En ce qui concerne les touristes étrangers, on constate des différences selon l'activité touristique proposée. Au niveau des nuitées hôtelières et de la visite du Caveau des Jacobins et de la Maison du Comté, il y a une fréquentation majoritaire des allemands, puis des belges et des hollandais. Par contre, les touristes étrangers fréquentant l'Office du tourisme et le camping sont en premier lieu hollandais.

### 5.2.2. Type de séjour

D'après tous les matériaux récoltés, on peut dire que les touristes en visite à Poligny effectuent de courts séjours dans la région. Au camping, la durée moyenne du séjour français est plus longue que celle des étrangers (2,5 jours contre 1,7 jour). Si on le compare aux autres campings du département y compris ceux de même catégorie, les touristes du camping de Poligny restent moins longtemps. Cela peut indiquer que le camping de Poligny correspond davantage à un lieu de passage qu'à un lieu de séjour. La durée de séjour des touristes interrogés est également de quelques jours au plus. Cependant, certains ne faisaient que passer.

La saison la plus prisée pour les touristes est avant tout l'été. Cela se constate non seulement par le nombre de personnes s'adressant à l'Office du Tourisme, mais aussi par le nombre de touristes au camping ainsi que par les informations obtenues lors de nos entretiens. Dans cette dimension, une distinction est également perceptible entre les touristes français et étrangers. Ces derniers viennent principalement en été, alors que les français se déplacent généralement durant une période plus longue, d'avril à octobre parfois. Ce constat est le même dans les statistiques de la Maison du Comté.

Comme beaucoup d'autres communes rurales, la commune de Poligny dispose de ressources touristiques importantes mais pas suffisantes pour répondre à un tourisme de masse. Elle est avant tout un lieu de passage, plus qu'un lieu de séjour. On peut dire qu'à Poligny, il s'agit d'un tourisme de courts séjours car la majorité des séjours décrits correspond à la définition des courts séjours de Baron-Yellès (1999, p.34) : « *le court séjour d'agrément correspond aux déplacements effectués pour une durée inférieure à trois nuits au maximum* ».

### 5.2.3. Motifs de leur visite

Plusieurs raisons de séjour apparaissent chez les touristes en visite à Poligny. Tout d'abord, la région du Revermont est particulièrement appréciée pour ses paysages et les possibilités d'activités qui en découlent, comme le sport, la randonnée ou encore la visite de sites naturels. Pour la responsable de l'Office du Tourisme, Poligny et sa région attirent surtout des touristes recherchant cette image de « *vacances vertes* ». Elle ajoute que les gens ne viennent pas pour le vin, puisque c'est davantage Arbois qui est prisée, étant considérée comme la capitale du vin. D'après elle, le patrimoine ne serait pas non plus un motif de séjour, puisqu'il n'est pas connu nationalement ou internationalement. L'employée de la Maison du Comté partage cet avis, mais ajoute une nuance : les gens ne viennent pas dans la région pour le Comté, mais pour le tourisme vert. Par contre, les touristes venant à Poligny sont avant tout là pour découvrir ce fromage, puisque c'est l'une des curiosités principales de Poligny. Un autre motif revenant souvent selon nos différents interlocuteurs est la gastronomie, c'est-à-dire tout ce qui



concerne le vin, le fromage et les produits du terroir. En effet, beaucoup de visiteurs suivent la Route des Vins. Ce constat, nuancé par celui de la responsable de l'Office du Tourisme, est partagé par l'employée du Caveau des Jacobins et les deux directeurs d'hôtels. Tous sont d'accord pour dire que l'un des principaux motifs de séjour est le vin.

Les motifs de séjour des touristes que nous avons rencontrés sont l'achat de vin, la découverte du Comté, le hasard et le magasin de modélisme. Nous ne pouvons donc pas tirer de résultats significatifs de ces motifs puisqu'ils ne concernent que quelques rares personnes.

#### 5.2.4. Poligny, lieu de passage

Le résultat principal est que les touristes sont surtout de passage à Poligny. Nous avons en effet constaté cela lors de nos entretiens et dans les statistiques des durées de séjours. Tous nos interlocuteurs s'accordent sur le fait que les touristes ne séjournent pas longtemps à Poligny, et que souvent même, ils n'y restent qu'une nuit ou pas du tout. Parfois, ils s'y arrêtent lors de leur voyage, par exemple quand ils descendent dans le Sud, car ils doivent se reposer. Ils en profitent pour visiter, comme deux touristes rencontrées à la Maison du Comté. Venant d'Alsace, elles descendaient dans le Sud lorsqu'elles ont décidé de s'arrêter pour dormir. Le lendemain matin, elles ont profité de visiter la vieille-ville, la Croix du Dan et quelques spécificités de Poligny. Elles ont décidé de rester dans la région, puisqu'elles appréciaient l'endroit. Une autre touriste, de séjour à Champagnole avec sa famille, n'est venue qu'une journée, pour visiter la Maison du Comté avec sa fille. Les derniers touristes rencontrés étaient bâlois et ne se sont arrêtés que pour acheter du vin et du fromage en remontant de Bourg-en-Bresse.

## 6. CONCLUSION

D'après nos constats, peu de circuits organisés sont suivis par les touristes, excepté la Route des Vins, qui attire de nombreux amateurs. Le tourisme à Poligny peut donc être qualifié de tourisme viti-vinicole, composé de découvertes de vignobles, ainsi que de visites de caves. L'autre résultat principal concernant le tourisme est qu'il se caractérise par une courte durée de séjour, lorsque les touristes ne font pas que passer par Poligny. Finalement, il existe une infinité de circuits et de variantes possibles, qui sont imbriqués les uns dans les autres. En effet, nous avons pu constater par la description des circuits que Poligny fait partie de nombreux réseaux touristiques (locaux, départementaux et régionaux).

Un autre constat que nous avons pu extraire de ce travail de terrain est l'importance des produits sous label dans le tourisme. Les produits du terroir (Comté, Vins du Jura) sont dans leur majorité des AOC, et Poligny elle-même fait partie du label « *station verte de vacances* ».

L'espace rural est devenu un objet de découverte et une destination de plus en plus choisie. Selon Baron-Yellès (1999), l'une des conséquences de ce phénomène est que les touristes, qui visitent la campagne française, proviennent de plus en plus des catégories moyennes et supérieures et peuvent pratiquer des séjours courts ou longs, qui ne sont pas les seuls séjours qu'ils organisent au cours d'une année. Cet espace fait l'objet de nouveaux types de représentations, l'image sportive du randonneur laisse place à une image plus familiale par exemple. Par conséquent, il est investi de valeurs sociales nouvelles : la nature, le sauvage, l'authentique, le patrimoine, la tradition....

## 7. BIBLIOGRAPHIE

**Baron-Yellès, N.** 1999 : *Le tourisme en France. Territoires et stratégies*. Paris : Armand Colin

**Clary, D.** 1993 : *Le tourisme dans l'espace français*. Paris : Masson

**Mesplier, A.** 1999 : *Le tourisme en France. Etude régionale*. Rosny : Bréal

**Millet, G.** 2005: *Le Doubsmag' : vers de nouvelles aventures*, Printemps-Eté n°40. Besançon : Agence pour le développement économique et touristique du Doubs.

**Praicheux, J.** 1997 : *Images de Franche-Comté : L'hôtellerie : une expression de l'attractivité régionale*. N°15. Besançon : Association pour la cartographie et l'étude de la Franche-Comté.

# PRODUIT DU TERROIR : LE COMTE

Aurélie Défago et Jérôme Faivre

« L'AOC, c'est avant tout une 'manière d'être'. Les Franc-comtois essaient, à travers l'AOC, de préserver leur manière de vivre » (Jean-Jacques Bret)



Source : [http://www.comte.com/nouvelles\\_comte/ndc\\_50\\_printemps\\_2005.pdf](http://www.comte.com/nouvelles_comte/ndc_50_printemps_2005.pdf)

## 1. PROBLEMATIQUE

### 1.1. Introduction

Le Comté est un produit régional et traditionnel de la Franche-Comté. C'est « un fromage au lait cru à pâte pressée cuite » et est le premier fromage français d'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), puisqu'il possède ce label depuis 1958. (Comte.com). La notion d'AOC se réfère au terroir et garantit que le produit porte la signature de son lieu d'origine. C'est notamment par leur caractère local que les produits du terroir se distinguent des produits issus de la production industrielle. Ceux-ci reflètent en effet une tradition, une culture locale, une politique ainsi qu'un certain savoir-faire. Dans un monde soumis à la globalisation, les produits locaux permettent de revaloriser le monde rural et de maintenir une production

agricole. Finalement, ils répondent à une demande nouvelle des consommateurs, en perte de confiance vis-à-vis de l'industrie agro-alimentaire, car ils transmettent une image de qualité.

## 1.2. Question de recherche

Comment la promotion du fromage « Le Comté » est gérée et en quoi le produit contribue-t-il au développement de sa région, la Franche-Comté ?

### Questions secondaires :

- Un produit du terroir comme le Comté peut-il être fabriqué à grande échelle ou les méthodes artisanales doivent-elles être respectées ?
- Quel est le marché visé par les producteurs, le public cible ?
- Qui gère la production et la distribution du Comté ?
- Quels outils promotionnels sont utilisés ?

## 1.3. Hypothèses

- Le Comté est l'objet d'une stratégie de gouvernance locale, c'est-à-dire qu'il s'appuie sur un groupement de producteurs locaux qui défendent et promeuvent son appellation.
- Le Comté véhicule l'image de son lieu d'origine. (conditionnement du produit, publicité)

## 1.4. Méthodologie

- Recherche bibliographique :

Ce travail de recherche s'inspire d'articles traitant de marketing territorial, de produits du terroir, d'AOC, du lien « local-global », ainsi que de documents traitant spécifiquement du fromage « Le Comté ».

- Entretiens semis-directifs

Les entretiens semi-directifs nous semblent les mieux adaptés à notre problématique. Ils permettent aux interlocuteurs d'ajouter des informations auxquelles nous n'aurions pas songé, tout en restant dans le cadre voulu.

Nous avons obtenu une entrevue avec :

- La Chargée de communication du CIGC qui nous a fait une visite commentée de « La Maison du Comté ». Elle nous a apporté des informations intéressantes concernant la promotion touristique du Comté et le développement de son image. Elle a également pu nous renseigner sur la nature et la provenance des visiteurs.
- Le directeur du CIGC (le Comité interprofessionnel du Gruyère le Comté), Monsieur Bret, qui nous a parlé plus de l'organisation du CIGC et de ses particularités.
- Un contrôleur conseil de l'INAO (Institut National des Appellations d'Origine), Monsieur Jean-Marie Desbiez. Nous avons obtenu des informations intéressantes sur l'AOC et les contrôles qui lui sont liés pour assurer le respect de son cahier des charges.
- Le directeur de la cave d'affinage de Juraflore qui nous a parlé plus particulièrement de la distribution du Comté sur le marché.

## 1.5. Faisabilité

Nous ne pourrions pas nous concentrer sur la totalité des aspects liés au Comté, nous nous limiterons à ceux qui ressortent le plus souvent de nos entretiens. Comme notre sujet est très proche d'un thème touchant à l'économie, nous allons veiller à conserver sa dimension géographique.

## 2. LES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTROLEE (AOC)

### 2.1. Définition

L'Appellation d'Origine contrôlée (AOC) est « *une mention qui identifie un produit tirant son authenticité et sa typicité de son origine géographique* » (Hinnewinkel 2004 : 2). Cette typicité découle généralement de plusieurs facteurs : les matières premières nécessaires à la fabrication du produit doivent être cultivées sur place, le 'savoir-faire' de fabrication doit être local et le producteur doit être installé dans la région depuis longtemps. Ces conditions permettent à chaque AOC d'être reliée à une aire géographique délimitée. Afin d'obtenir cette mention pour leur produit, les producteurs doivent, en France, s'organiser en syndicat de défense de l'appellation et faire une demande auprès de l'institut National des Appellations d'Origine (INAO), qui après enquête, décidera d'octroyer ou non la mention. L'AOC permet aux syndicats de producteurs de défendre 'un terroir', ou en d'autres termes, « *un espace géographique dont ils ont fait reconnaître les limites par voie judiciaire* » (Hinnewinkel 2004 : 2). Il revient aux syndicats la tâche de définir « *les conditions de production devant permettre la meilleure expression des qualités de ce terroir* » (Hinnewinkel 2004 : 2). Ces derniers devront également tout mettre en œuvre pour conserver mais aussi 'faire vivre' ce terroir.

### 2.2. Modes de distribution

Les produits de terroir AOC ne sont pas des produits locaux au sens strict du terme car ceux-ci passent par des filières de distribution longues alors que les produits locaux traditionnels sont vendus directement sur les marchés par leurs producteurs. De plus, les produits de terroir sont rattachés à un savoir-faire spécifique à un lieu et ont un ancrage culturel fort, ce qui n'est pas le cas des produits locaux. Par exemple, un foie gras produit à la ferme, donc local, n'est pas considéré comme un produit de terroir si aucune tradition locale n'intervient dans sa fabrication. Cependant, si leurs modes de distribution et d'autres de leurs aspects diffèrent, ces deux types de produits partagent un point commun dans le sens où ils sont en quelque sorte « *une alternative aux produits industriels* » (Amilien a 2005 : 2). En effet, depuis les années 1990, l'industrie agro-alimentaire, « *concentrée et productiviste* » (Amilien a 2005 : 3) subit un phénomène général de défiance de la part des citoyens, qui perdent confiance en la qualité des produits issus de la production de masse. Cette remise en question du système agro-alimentaire prend principalement source dans les crises alimentaires survenues en fin de siècle passé, telles que le syndrome de la 'vache folle' ou 'le poulet à la dioxyne'. Les consommateurs se tournent alors de plus en plus vers des produits censés répondre à des exigences de qualité accrues, tels que les produits 'bio' et locaux, et les AOC, qui sont la garantie de procédés de fabrication supérieurs à ceux des produits purement industriels. Les marques et les appellations d'origine, en se démarquant du système alimentaire industriel, permettent donc aux produits affiliés « *une différenciation* » (Amilien b 2005 : 3). A l'inverse des produits locaux traditionnels, ils visent ainsi le consommateur urbain, c'est-à-dire celui qui

est censé ne pas connaître les produits et qui « *a besoin de repères et de confiance* » (Amilien b 2005 : 3).

### 2.3. Accès au marché

Dans un marché qui se globalise de plus en plus, les produits alimentaires traditionnels doivent faire leur place. L'AOC, qui requiert un regroupement de producteurs d'un même produit afin de le représenter, est une des solutions qui offre plus ou moins directement la possibilité de se positionner sur le marché. En effet, la réunion de producteurs leur confère un plus grand pouvoir et permet à des produits qui étaient consommés exclusivement dans une région d'accéder au marché et ainsi d'être distribués sur un plus vaste territoire. L'AOC apparaît donc comme un moyen de maintenir une activité agricole dans des régions où le secteur primaire aurait été mis en danger face à la concurrence de l'industrie agroalimentaire. Elle permet également de perpétuer des traditions ancrées dans un territoire et d'offrir une gamme de produits plus large aux consommateurs. Finalement, selon les auteurs de *La Bataille des AOC en Suisse*, « *en optant aujourd'hui pour l'AOC, les professionnels favorisent un ancrage dans le territoire qui contraste avec les tendances 'déterritorialisantes' de la globalisation.* »

### 2.4. Facteur de développement économique régional

Les AOC, en maintenant et en développant une activité agricole, bénéficient également aux autres activités économiques locales qui leur sont liées : fournisseurs de matière première, sous-traitants, tourisme, restauration etc. Les produits AOC fonctionnent comme « *des ambassadeurs de leur région* » (Boisseaux et Barjolle 2004 : 108) et contribuent à son attractivité économique. Ils permettent également de créer des emplois qualifiés dans le milieu agricole grâce aux groupements de professionnels ou syndicats qui apportent des compétences nouvelles dans la production et la distribution d'un produit. De plus, l'organisation de producteurs en syndicats leur permet de prendre des décisions qui répondent mieux aux intérêts de leur région que si elles étaient prises par des acteurs extérieurs, tels que des investisseurs étrangers.

## 3. LE COMTE

### 3.1. Présentation

Le Comté est un fromage au lait cru à pâte pressée cuite. « *Dès le XIIIème siècle, la transformation du lait s'effectue dans le cadre de coopératives, les 'fructeries' devenues 'fruitières'* ». (Monnet et Gaiffe 1998 : 2) Cette tradition s'est perpétuée jusqu'à nos jours puisque selon Hélène Mouchard, « *85% des fruitières sont aujourd'hui des coopératives* ». Jean-Jacques Bret nous indique que

*« La fruitière est l'un des éléments distinctifs du Comté. Celle-ci permet de 'conserver une structure artisanale', et son organisation en coopérative induit chez les acteurs un plus grand intérêt pour la réussite collective de l'AOC. Comme une appellation d'origine contrôlée doit être légitimée par la 'collectivité locale', les producteurs, en s'organisant en coopératives, font acte de leur volonté de travailler ensemble ».*

D'ailleurs, comme le précise Monsieur Jean-Marie Desbiez, la création de l'AOC Comté n'a pas été décidée en réaction à la concurrence industrielle, « *c'est une suite logique de la volonté déjà ancienne des hommes de travailler ensemble* ». En 1958, la spécificité du Comté et son lien au terroir sont reconnus par un décret définissant l'appellation d'origine contrôlée Comté. Aujourd'hui, c'est le premier fromage français d'appellation d'origine contrôlée en

tonnage, avec une production annuelle d'environ 50'000 tonnes. Derrière lui, « *le Cantal a une production de 18'000 tonnes* » (INAO). Le territoire du Comté est très précisément délimité par son AOC. Ce territoire « *recouvre une large portion du Massif du Jura dans sa partie franc-comtoise et inclut une petite portion de l'Ain* ». (CIGC, cf. Annexes B). Selon Jean-Jacques Bret,

*« La délimitation de la zone AOC Comté a été très conflictuelle. Afin de définir le territoire du fromage Le Comté, il a fallu en effet constater que le terroir et les pratiques de production étaient cohérents. Il a fallu déduire des diverses observations une véritable logique du territoire ».*

Jean-Marie Desbiez surenchérit les propos du directeur du CIGC. Ainsi, selon lui,

*« On ne peut pas obtenir une AOC par un simple 'claquement de doigts'. En France, le combat pour l'obtenir est long. Les acteurs concernés doivent vraiment démontrer des liens entre eux ainsi qu'un réel ancrage historique dans le terroir ».*

Récemment, une étude menée par l'Université de Besançon a montré que chaque terroir avait sa spécificité propre. Ses recherches ont distingué plusieurs zones de crus différentes liées aux spécificités de la terre, du climat et de la flore. Elles ont ainsi apporté la preuve que le milieu naturel différencie le produit final et que le Comté 'mérite' son AOC. « *Le fromage d'une petite région naturelle aura toujours ce 'petit quelque chose' d'original permettant de la rattacher à son berceau d'origine* » (Monnet et Gaiffe 1998 : 5). L'Etude a retenu six familles d'arôme différentes car, selon ses conclusions, il existe réellement des identités de goût entre un fromage et son terroir. Pour préserver ces identités, chaque fromagerie doit collecter son lait dans un rayon de 25 kilomètres au maximum. Cette mesure permet de conserver des petites unités de production, qui ne sont pas compatibles avec une production massive centralisée.

Le Comté est une composante déterminante de l'activité économique du Massif jurassien comme le souligne Jean-Jacques Bret : « *Le Comté occupe une place prépondérante dans l'agriculture franc-comtoise [...] Il a une importance première dans l'économie jurassienne* ». Le Comté joue notamment un rôle prépondérant dans le secteur de l'emploi, dans l'aménagement du territoire, dans l'entretien du paysage ainsi que dans le respect de l'environnement. En effet, l'AOC permet de « *préserver l'activité agricole d'une région défavorisée, de lui donner des chances de survie* » (Jean-Jacques Bret). C'est d'ailleurs pour cette raison que l'interprofession Comté est apparue et a perduré :

*« Les hommes se sont groupés par obligation économique. Pour faire du fromage de garde, la solidarité entre les hommes était nécessaire [...] Il y a une solidarité entre les hommes mais aussi les générations. Cela est nécessaire pour que l'agriculture puisse perdurer ».* (Hélène Mouchard).

L'appellation d'origine contrôlée contribue parallèlement à la création de plusieurs emplois qui lui sont indirectement ou directement reliés tels que dans la restauration et le tourisme. Hélène Mouchard nous apprend ainsi que la *Maison du Comté* est visitée non seulement par des français, mais aussi « *des hollandais, des allemands, des suisses et des belges* ». Toutefois, ces visiteurs sont souvent de passage dans la région, le Comté n'est pas forcément le but de leur séjour.

En se conformant aux règles strictes élaborées dans le cadre de l'AOC, les producteurs perpétuent également des pratiques qui contribuent à l'aménagement et à l'entretien du paysage. Par exemple, faire pâturer les vaches permet de protéger les prairies. Le fait que chaque vache doive disposer d'un hectare pour paître a également ses répercussions sur le territoire et son aménagement... Nous allons examiner plus en détail comment s'organisent la production, la gestion, la distribution et la promotion du Comté.

### 3.2. La filière Comté

Plusieurs acteurs interviennent dans la production du Comté : « *les producteurs de lait qui se regroupent dans 3250 exploitations agricoles laitières, les transformateurs dans 180 ateliers de fabrication dits fruitières, les affineurs et les commerciaux dans 20 maisons d'affinage et de commercialisation* » (La filière Comté). Chacun d'entre eux doit suivre des règles précises pour être membre de la filière Comté. Par exemple, seul le lait des vaches de race montbéliarde peut être collecté pour l'élaboration du Comté. De plus, chaque vache doit pouvoir disposer d'un hectare, être nourrie en prairie naturelle en été et par le fourrage local en hiver. Ces conditions doivent être remplies pour assurer un bon taux de matière grasse dans le lait. Monsieur Jean-Marie Desbiez, contrôleur à l'INAO, souligne que le cahier des charges de l'AOC est particulièrement exigeant pour les producteurs : « *Les conditions de production sont plus importantes que pour des fromages non-AOC* ». Cependant, ce dernier souligne également que « *les producteurs trouvent aussi leur compte par la suite [...] Par exemple, le lait AOC Comté est vendu à 35 centimes d'euros, ce qui est supérieur au prix d'un litre de lait classique* ».

Depuis 1963, l'interprofession, dite le Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté (CIGC) réunit les acteurs de la filière pour défendre et promouvoir l'AOC. C'est une particularité du Comté car, en principe, les appellations sont gérées en France par un syndicat.

Pour Jean-Jacques Bret,

*« C'est la logique collective qui prévaut dans une AOC. Cette logique passe en France par des groupes de professionnels, des 'interprofessions' et n'est donc pas dans les mains de l'Etat [...] Afin que les AOC se développent, elles doivent être [en France] portées par des organisations locales ».*

Le CIGC est donc en quelque sorte « *l'incarnation de l'entreprise Comté* » (Jean-Jacques Bret). L'interprofession assure la cohésion interne de la filière en organisant notamment des réunions où tous les acteurs de la filière sont conviés, en mettant sur pied des sessions de formation et en publiant un journal « *Les Nouvelles du Comté* ». Le directeur de l'entreprise *Juraflore* explique que le « *CIGC fonctionne par compromis. Quand il y a conflit d'intérêt, des compromis doivent être trouvés. [...] En général, les solutions trouvées ne sont pas trop mal* ». Jean-Jacques Bret mentionne également que « *les membres de l'interprofession doivent parvenir au compromis [...] Cela signifie que chaque collègue représenté au CIGC [producteurs, affineurs, etc.] doit être en accord avec la modification apportée* ».

Toute une série de tâches sont également attribuées au Comité : la réglementation constitutive de l'AOC Comté, sa protection juridique, sa représentation politique sur les plans national et international, la recherche relative au Comté, sa promotion et la gestion du marché du Comté. L'objectif principal du CIGC est de garantir que les exigences de l'AOC soient respectées.

*« En d'autres termes, l'interprofession doit assurer au consommateur le respect de ses attentes en termes d'environnement, de procédés artisanaux non industrialisés, de produit naturel et authentique et permettre aux producteurs attachés à un terroir difficile comme le Jura d'y exercer une activité économique pérenne, facteur d'aménagement du territoire et de protection des paysages »* (CIGC).

Par contre, « *il n'est pas de la compétence du CIGC de gérer directement les actes commerciaux, il ne s'immisce pas dans le domaine commercial* » (Jean-Jacques Bret). Ainsi, il n'aide, par exemple, pas directement les acteurs à accéder au marché.

Pour résumer, le Comité interprofessionnel permet une certaine logique collective. Jean-Jacques Bret admet qu'« *il est important d'avoir une image commune. [...] S'il n'y a pas de logique collective, on peut craindre l'anarchie. Il faut donner une place à la logique collective* ». Cependant, le directeur du CIGC nuance ses propos :



*« Mais attention... Une AOC ne peut pas fonctionner si les opérateurs sont peu nombreux. Une multiplicité des marques, une offre diversifiée, sert le produit. [...] Il faut en fait trouver un juste milieu. S'il y a trop de logique collective, la grande distribution pourrait être tentée de faire baisser les prix, au détriment des producteurs ».*

En effet, les producteurs doivent vendre leur différence, et non un produit considéré comme homogène. L'idéal pour la filière Comté est donc à la fois de penser collectivement et d'encourager un certain dynamisme économique en diversifiant l'offre.

### **3.3. La distribution du Comté**

Le CIGC n'a pas de fonction commerciale, c'est aux caves d'affinage que revient cette tâche. Le prix des fromages, leur classement et leur écoulement sur le marché est donc à leur charge. Tout d'abord, le prix des fromages s'établit en fonction des ventes du mois précédent, le prix du marché est la moyenne pondérée des ventes. Comme le prix varie en fonction des ventes, les affineurs achètent des meules une fois par mois et ils ne règlent aux fromagers que le 80 % du prix directement. Les 20 % restant sont payés trois mois plus tard pour que les producteurs de lait et les fruitières puissent bénéficier de la plus-value en cas d'augmentation des prix, ou dans le cas contraire, supporter leur baisse. Ce système permet d'impliquer indirectement le reste de la filière dans la commercialisation du Comté.

En ce qui concerne la mise en marché, un classement commercial est réalisé suivant la notation obtenue par les fromages. Le directeur de la cave d'affinage *Juraflore* apporte des explications : *« les Comté qui obtiennent une note inférieure à 12 sont déclassés, entre 12 et 15 ils sont marqués d'une bande marron, qui indique que leur qualité est moyenne, et de 15 à 20 par une bande verte, gage de qualité supérieure »*. Le 80-90 % des Comté écoulés sur les marchés sont marqués par une bande verte. Les ventes dépendent des besoins des distributeurs qui se réfèrent à la demande de leur clientèle. Certains recherchent, par exemple, des Comté bon marché, ils vont donc préférer une note inférieure. La chargée de communication du Comté, Hélène Mouchard, souligne que la note attribuée au Comté n'est qu'un élément indicatif. Beaucoup dépend des goûts de chaque consommateur. Ainsi, certains préféreront un Comté qui porte une bande marron plutôt que celui qui porte une bande verte. Tous les Comté, quelque soit leur note « garantissent une qualité élevée ». D'ailleurs, Monsieur Bret, remarque : *« Le Comté n'est pas un bien de consommation courante [...] Il représente avant tout un achat festif. [...] Les français consomment en moyenne 2,1 kg de Comté par an, [ce qui n'équivaut pas à une consommation régulière] »*.

Finalement, 80 % des produits sont écoulés dans la grande distribution et 20 % dans des réseaux traditionnels. Même les Hard Discount s'intéressent au Comté. Selon le directeur de *Juraflore*, *« ils choisiront néanmoins des Comté 'bande verte' de classe inférieure, ceux qui sont notés aux alentours de 15-16 »*. De plus, la majorité des fromages sont vendus en France, *« près d'un ménage français sur deux achète du Comté »* (CIGC). Seul 7 à 8 % du volume est exporté : *« dans des pays voisins tels que l'Allemagne et la Belgique mais aussi outre-mer, aux USA, au Canada ou encore au Japon »* (Directeur *Juraflore*). La filière Comté doit donc faire face à une demande importante, la production n'a d'ailleurs cessé d'augmenter. En une décennie, elle est passée de 35'000 tonnes à 50'000 tonnes (CIGC).

Selon le directeur de la cave d'affinage *Juraflore*, ce succès n'a pas empêché le respect du cahier des charges de l'AOC qui est l'un des plus stricts au monde. La qualité a donc été maintenue malgré une production relativement massive. Selon lui, la taille ne s'oppose pas à une fabrication artisanale. Une des raisons à cela est le nombre très élevé d'ateliers de production et leur dispersion sur le massif jurassien, qui empêche une certaine concentration de ceux-ci, et en conséquence, une industrialisation du processus d'élaboration des fromages.

### 3.4. La réglementation constitutive de l'AOC Comté

Pour garantir au consommateur un produit authentique, les opérateurs de la filière ont convenu des disciplines de production de plus en plus strictes. C'est dans le cadre interprofessionnel du CIGC que se préparent et se négocient les étapes successives de la réglementation. Après cette première phase qui nécessite plusieurs années d'études et de négociations, le CIGC s'adresse à l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO) qui est chargé de vérifier si l'appellation d'origine contrôlée est applicable au Comté. Jean-Marie Desbiez nous confie *que « dans de nombreux cas, l'INAO refuse même d'ouvrir le dossier de demande »*, car il juge d'entrée que *« les conditions nécessaires à l'obtention d'une AOC ne seront pas remplies »*. Ce n'est bien sûr par le cas du Comté... Le domaine de compétences de l'INAO est large. Celui-ci doit estimer si la délimitation de la zone AOC est réalisée selon des critères de cohérence géographique et d'antériorité des pratiques. En d'autres termes, il doit constater s'il y a adéquation entre un territoire et une tradition, ou un 'savoir-faire' transmis d'une génération à une autre.

Plus concrètement, l'INAO vérifie aussi la définition des pratiques des différents acteurs engagés dans la filière Comté. L'Institut établit si les producteurs, transformateurs et affineurs respectent les règles du cahier des charges, élaborées par l'interprofession. Ainsi, les producteurs doivent limiter l'intensité de leur production et bannir l'ensilage afin de préserver la diversité floristique des prairies. Cela permet au lait d'être marqué dans son goût. Sa composition devient alors *« l'expression du terroir »*. Le transformateur se doit de conserver un maximum la vocation artisanale du produit. Le tour de main du fromager est alors préservé, ce qui assure un ensemencement du lait essentiellement basé sur la microflore naturelle. Toute pasteurisation et tout rajout d'additifs et colorants sont interdits. Finalement, l'affineur et le pré emballeur, afin de fournir aux consommateurs un produit longuement mûri en cave, doivent *« prodiguer des soins personnalisés aux meules des Comté tout au long du lent processus de l'affinage »* (CIGC).

Le respect de ces règles est contrôlé par l'INAO en personne. *« Le rôle de l'INAO est d'encadrer les règles [définies] dans le cahier des charges [...] Le CIGC est sous sa tutelle »* (Jean-Marie Desbiez). Deux agents Comté sont chargés de s'assurer que la réglementation de l'AOC est respectée à tous les stades de l'élaboration du produit, de l'exploitation du producteur de lait jusqu'à l'étal du point de vente. Cependant, la tâche de l'INAO ne se réduit pas à contrôler les méthodes de production. Celui-ci organise également des analyses sensorielles et des examens en laboratoire afin de s'assurer que le produit réponde en permanence aux normes prédéfinies dans le cahier des charges. Jean-Marie Desbiez confirme cet état de fait :

*« L'INAO ne se charge pas seulement de contrôler les conditions de production. Il fait également des contrôles 'agrément-produit' par la dégustation une fois par mois [...] et des analyses en laboratoire ».*

Finalement, le sérieux de la profession implique que le Comité interprofessionnel mène également ses propres contrôles sur le terrain. *« Il y a un autocontrôle du CIGC »* (Jean-Jacques Bret).

### 3.5. La protection juridique de l'AOC Comté

*« Comme tout produit haut de gamme, le Comté peut être l'objet de tentatives de copie ou de 'parasitisme' »* nous rapporte Jean-Jacques Bret. Il est donc nécessaire que son appellation soit protégée. En France, le Comté est protégé comme élément du patrimoine national. *« La loi française punit les contrefaçons et les tentatives d'appropriation induue du nom »* (CIGC). En Europe, une protection du nom de l'AOC est garantie sur tout le territoire communautaire. Et

sur le plan international, « *les pouvoirs publics s'efforcent d'obtenir l'extension des accords TRIPS, assurant une protection du nom des AOC viticoles, à l'ensemble des autres secteurs agroalimentaires* » (CIGC). Il n'y a donc pas encore de protection du nom de l'AOC Comté au niveau international. Cependant, dans la plupart des pays, le CIGC a déposé un logo 'Comté clochette', comme marque privée, ce qui lui permet d'agir en cas d'usurpation du nom. Un article tiré de la brochure *Les Nouvelles du Comté*, n.53 réfère à un cas de fraude traité par la cour d'appel de Colmar. En effet, l'emballage du Gruyère commercialisé par la société LIDL, qui portait l'indication 'fabriqué en Franche-Comté', pouvait, selon la partie plaignante, porter à confusion avec le Comté en personne. La cour de Colmar a donné raison au CIGC. Des dommages et intérêts lui ont été versés et l'emballage du Gruyère a dû être modifié (cf. Annexes C).

Selon Monsieur Bret, le Gruyère français, sans AOC, peut entrer en concurrence avec le Comté pour plusieurs raisons. Tout d'abord, pour garantir la qualité du produit, le CIGC limite les tonnages de Comté fabriqué. Chaque producteur de lait se voit ainsi attribuer un certain quota de lait à produire pour la filière Comté. Le reste de lait peut donc être utilisé par exemple pour fabriquer du Gruyère, dont la qualité sera très semblable à celle du Comté. De plus, en périphérie de la zone du Comté, les producteurs élaborent aussi du Gruyère qui est très proche du Comté. La production de Gruyère entre en concurrence directe avec le Comté et peut pratiquer des prix plus bas puisqu'elle n'a pas besoin de suivre le strict cahier des charges de l'AOC.

### 3.6. La gestion du marché du Comté

L'un des objectifs principaux de l'Interprofession du Comté est de privilégier la qualité plutôt que la quantité, tout en répondant aux attentes du marché. Un équilibre entre la demande du marché et la préservation de la qualité est donc recherché. Les stocks doivent être de qualité et en équilibre avec la demande. L'insatisfaction des consommateurs génèrerait « *une baisse de la rémunération, qui ne permettrait plus de gérer les surcoûts liés à un territoire difficile et une discipline d'élaboration de l'AOC exigeante* » (CIGC). L'équilibre du marché entre l'offre et la demande est donc une condition nécessaire qui passe par plusieurs étapes. La première d'entre elles est la connaissance du marché à l'aide de statistiques, où le comportement des consommateurs fait l'objet d'un suivi permanent et où la structure de la population des acheteurs de Comté est constamment analysée. La seconde est l'adaptation de l'offre à la demande, où un plan de campagne fixe les objectifs de croissance et d'accueil de nouveaux producteurs. Ces objectifs sont définis en fonction de l'état des stocks. La troisième concerne la mise en place d'actions de lutte contre des crises potentielles.

Pour obtenir un produit de qualité, les méthodes de fabrication artisanales, conformes au cahier des charges de l'AOC sont essentielles. Elles empêchent un débordement du côté de l'agriculture intensive. Jean-Jacques Bret confirme cette situation :

*«Le phénomène de concentration et d'industrialisation reste lent dans la filière Comté. Celle-ci est encore composée majoritairement de maisons 'traditionnelles'. Les nombreuses exigences stipulées dans le cahier des charges restent en effet un frein à l'industrialisation ».*

Cela signifie-t-il pour autant que la production du Comté est artisanale à 100%? Aux yeux de Jean-Jacques Bret, celle-ci ne l'est pas totalement :

*« Bien que la production de Comté reste majoritairement artisanale, la filière connaît cependant certaines mutations. Ainsi, la fonction technique d'affinage n'est apparue qu'au XIXème siècle. Plus récemment, de grands groupes laitiers ont pénétré le marché du Comté et des PME, chargées de le commercialiser, ont vu le jour. Parmi*

*ces nouvelles logiques, l'on peut observer un regroupement « affineurs-nouveaux groupes laitiers ».*

Ainsi, ce serait avant tout les affineurs qui seraient industriels... Le directeur de la cave d'affinage *Juraflore* semble nous le confirmer :

*« L'élaboration du Comté est artisanale. Cependant, la concentration de la distribution en France oblige une certaine industrialisation de l'affinage, dans les sens où les Comté doivent être à un moment ou un autre massivement regroupés pour être ensuite distribués. Les caves d'affinage sont les plus aptes à assurer cette fonction [de concentration] ».*

Ainsi, la gestion du marché menée par le CIGC permet de concilier l'élaboration d'un produit haut de gamme tout en écoulant le Comté sur un large marché, 55'000 tonnes étant produites chaque année...

### **3.7. La promotion et le développement de l'image du Comté**

Depuis les années '80, le Comté bénéficie d'importants soutiens publicitaires qui ont contribué à une augmentation régulière de ses ventes. En 1990, selon Monsieur Bret du CIGC, le Comté a connu une baisse de ses ventes importantes, cet événement a suscité une réorientation des stratégies publicitaires. Cela montre que l'image que véhicule le Comté est un élément essentiel et qu'elle doit être redéfinie en fonction des goûts et des attentes des consommateurs.

Dans les premières publicités, une jeune femme blonde se promène à vélo avec un Comté dans la main qu'elle met bien en évidence en le secouant et en répétant plusieurs fois Comté. Les valeurs intrinsèques du Comté ne sont pas clairement mises en évidence, c'est surtout la jeune femme qui attire l'attention des spectateurs. Par la suite, le message publicitaire va se cibler beaucoup plus sur le Comté lui-même et les éléments qui font sa qualité et qui le distinguent d'autres fromages. L'accent est mis, par exemple, sur le temps, le temps lié à la longue tradition du Comté et sur son temps d'affinage : *« Pour prendre du goût, le Comté prend son temps », « le secret c'est de ne pas être pressé »*. Ces arguments s'opposent à d'autres produits qui n'ont pas d'identité propre et qui ne reçoivent pas de soins particuliers, par exemple dans l'industrie alimentaire. Le temps renvoie à l'idée que le Comté est fabriqué minutieusement, selon des méthodes ancestrales et indirectement à sa qualité gustative. Les slogans publicitaires développent aussi l'image de son lieu d'origine, la Franche-Comté, puisque le lieu de sa fabrication fait partie de son identité et de sa spécificité. Des images de prairies, de fermes anciennes sont représentées avec en couverture sonore des tintements de cloches et un slogan : *« Le Comté écoutez-le, il vous parle de la Franche-Comté. Le Comté, dégustez-le ! »* Sa qualité nutritive est également mise en évidence : *« Une recette qui n'a pas changé, avec des vitamines, au bon lait cru et sans colorants. »* Cette stratégie publicitaire permet de faire ressortir une image de qualité et d'authenticité qui est recherchée par les consommateurs.

La publicité n'est pas choisie au hasard, le CIGC qui s'occupe de la promotion du Comté s'appuie sur des études pour la réaliser, par exemple, des études quantitatives de la clientèle et des études d'image. Au niveau de la diffusion, des campagnes nationales sont organisées. La télévision, la radio, la presse et l'affichage sont alors utilisés. Mais des actions publicitaires ciblées selon les régions sont également utilisées. Ainsi, en Franche-Comté, l'image du massif jurassien est valorisée pour à la fois renforcer le sentiment d'appartenance des habitants de la région et toucher la clientèle touristique. Par exemple, 'les Routes du Comté', un réseau touristique et gastronomique dans les montagnes jurassiennes permet aux gens de la région et aux visiteurs de découvrir les différentes facettes du Comté. Elle regroupe des fermes, des fruitières et des caves d'affinages que l'on peut visiter, des activités de pleine nature liées à la découverte des paysages et des pratiques agricoles régionales ; ainsi que des 'étapes gourmandes' constituées de bonnes adresses de points de vente de produits régionaux, de

restaurants... Ainsi, les 'Routes du Comté' permettent concrètement de lier le Comté à sa région d'origine. Le slogan, « *le Comté, un lien entre les hommes et la massif jurassien* » illustre le message recherché ainsi que ces quelques lignes tirées de la brochure de présentation des Routes du Comté :

*« Le Comté est bien plus qu'un grand fromage. Il est un patrimoine partagé depuis des siècles par tout un territoire. (...) Le Comté exprime également le lien des hommes à leur terre. Si son élaboration obéit à des gestes, à des traditions communes à tout un territoire, chaque meule nous parle de sa micro-région, de sa saison, du savoir faire particulier de son maître fromager ou de son affineur. (...) Le nouveau siècle s'ouvre sur un avenir résolument technologique. De cette modernité, les Hommes du Comté sauront prendre le meilleur, mais la tradition artisanale restera toujours un patrimoine bien vivant et bien défendu ».*

L'objectif promotionnel régional est d'amener les visiteurs à la rencontre d'un terroir en les mettant en contact avec le territoire et les producteurs. Ce choix s'oppose à d'autres logiques qui préfèrent attirer les visiteurs dans un même lieu en leur disant tout d'un produit en un temps record. Le CIGC n'a donc pas à proprement parler de centre lieu d'accueil pour les visiteurs curieux de découvrir le Comté. La Maison du Comté, un petit musée situé à Poligny, permet tout de même un premier aperçu de la filière Comté, les visiteurs qui veulent en savoir plus sont ensuite invités à se rendre sur le terrain. Monsieur Bret souligne que le choix du CIGC vise « *à mettre en valeur ceux qui peuvent se mettre à disposition des touristes [...] l'interprofession valorise le déplacement des visiteurs vers les fruitières et les caves d'affinage* ». Le Comté est lié à une zone particulière et le but est d'amener les touristes à la rencontre des acteurs de la filière du Comté. Cette méthode promotionnelle permet ainsi de renforcer l'idée d'ancrage dans le territoire. Finalement, des actions de promotion sur les marchés étrangers, tels que l'Allemagne, la Belgique, les Etats-Unis ou le Japon, font également l'objet d'un effort promotionnel particulier.



Source : [http://www.comte.com/nouvelles\\_comte/ndc\\_53\\_hiver\\_2006.pdf](http://www.comte.com/nouvelles_comte/ndc_53_hiver_2006.pdf)

#### 4. CONCLUSION

Nos entretiens nous ont apporté les éléments de réponse souhaités. Nous avons pu obtenir des informations précises sur le fonctionnement de la filière Comté et notamment sur les questions de distribution. La longue expérience du Comté en tant que produit AOC explique peut-être son organisation actuelle qui paraît ‘optimale’. En effet, lors de nos entretiens, nos interlocuteurs n’ont pas exprimé de mécontentement concernant l’AOC Comté et sa gestion. Malgré un cahier des charges exigeant, les différents acteurs de la filière semblent faire des efforts pour s’y conformer car ils sont réunis dans un but commun, c’est-à-dire la qualité et la réussite du Comté. Cependant, il s’agit de rester critique face à cette constatation. D’ailleurs, comme le relève Jean-Marie Desbiez, « *il y a toujours des moutons noirs, qui ne se conforment pas aux exigences AOC* ». De plus, quatre entretiens ne sont pas suffisants pour dresser des conclusions sur le bon fonctionnement ou non de la filière. Il faudrait, en effet, interroger d’autres personnes telles que les producteurs de lait, les transformateurs et les commerciaux afin de voir comment ils se situent face à cette logique collective.

Pour ce qui est de nos hypothèses, nous avons pu les confirmer. Le Comté s’appuie en effet sur un groupement de producteurs locaux qui défendent et promeuvent son appellation. L’interprofession donne la possibilité à tous les acteurs de la filière d’exprimer leur avis et fonctionne de manière démocratique. En ce sens, c’est par le compromis entre les différents groupes d’acteurs, les différents ‘collèges’, qu’une mesure concernant le Comté peut être décidée. Il est en tous les cas évident que l’esprit de ‘communauté’ anime la filière Comté. Chacun de nos interlocuteurs a réellement insisté sur cette réalité-là. Cela nous permet de constater que l’AOC Comté occupe une place prépondérante dans le territoire du massif jurassien. Les personnes impliquées dans l’AOC partagent vis-à-vis du Comté des valeurs communes transmises entre les générations. Pour résumer, il y a donc un certain lien au terroir.

Notre deuxième hypothèse concernant l’image du Comté est plus difficile à vérifier. Ce qu’on peut dire en tout cas, c’est qu’une attention particulière porte sur sa promotion et le développement de son image. Les slogans utilisés et les images choisies transmettent un message ciblé pour faire ressortir les éléments distinctifs du Comté, c’est-à-dire son temps d’affinage, sa tradition, son lien au terroir, les soins particuliers qui lui sont apportés, etc. Dans les limites de notre étude, il nous est, par contre, pas possible d’évaluer la portée de son image auprès des consommateurs. Pour conclure, chaque pays semble avoir sa sensibilité propre, il s’agit alors pour les promoteurs d’adapter le message publicitaire à la demande. Le directeur de la cave *Juraflore* donne l’exemple du marché du Comté aux Etats-Unis. Selon lui « pour intéresser les consommateurs américains, il faut en premier lieu convaincre les diététiciens de la qualité du produit proposé ». Pour toucher le marché américain, les promoteurs se sont donc appliqués à faire ressortir les propriétés nutritionnelles du Comté.

#### 5. BIBLIOGRAPHIE

**Amilien, V.** 2005 a : Produits locaux entre vente directe, circuit-court et action collective : Entretien avec Bertyl Sylvander. In *Anthropology of Food*, Numéro 4, Montpellier

**Amilien, V.** 2005 b : A propos de produits locaux. In *Anthropology of Food*, Numéro 4, Mai 2005, Montpellier

**Amilien, V.** 2005 c : Produits locaux entre nature et culture : de la ferme voisine au terroir : Entretien avec Laurence Bérard. In *Anthropology of Food*, Numéro 4, Montpellier

**Aurier, P.** 2005 : Exploring terroir product meanings for the consumer. In *Anthropology of Food*, Numéro 4, Mai 2005, Montpellier

**Barjolle, D., Boisseaux, D.** 2004 : La bataille des A.O.C. en Suisse : les appellations d'origine contrôlées et les nouveaux terroirs, Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes

**Gaiffe, M., Monnet, J-C.** 1998 : Terroirs et Comté. In Images de Franche-Comté, Numéro 17, Université de Franche-Comté. p. 2-5

**Hinnewinkel, J-C.** 2004 : Les AOC dans la mondialisation. In *Anthropology of Food*, Numéro 3, Montpellier

**Nardy, J-P.** 1999 : Le Vignoble. In Images de Franche-Comté, Numéro 19, Université de Franche-Comté. p. 18-20

**Nifle, R.** 2004 : Conception et ingénierie du tourisme territorial : Une mutation radicale de l'approche et de la pratique. In *Le Journal Permanent de l'Humanisme Méthodologique*, mai 2004

### Dossiers de Presse

INAO 2004

CIGC 2005

La filière Comté 2006

## 6. ANNEXES

### A. Grille d'entretiens

#### **La Maison du Comté, entretien avec la chargée de communication du CIGC**

Filière du Comté :

- Quel rôle joue la Maison du Comté dans la filière du Comté ?

Image :

- Quelles sont les stratégies promotionnelles développées ?
- Comment le Comté est-il représenté ?
- Est-ce que la Maison du Comté contribue à l'image de la Franche-Comté et du Comté ?

Tourisme :

- Y a-t-il des activités touristiques qui se rattachent au Comté ?
- Qui sont les visiteurs intéressés et d'où viennent-ils ?
- Existe-t-il aussi une Maison du vin ?

#### **Le directeur du CIGC**

Filière du Comté :

- Qui sont les différents acteurs de la filière du Comté ?
- Quel est le rôle du CIGC ?
- Est-ce que ce Comité est spécifique à la filière Comté ou est-ce que ce genre d'organisation est fréquemment utilisé pour les AOC ?

AOC :

- Quelles sont les spécificités locales de l'AOC Comté ?
- Qu'est-ce qui garantit l'authenticité d'un produit ?
- Comment l'AOC Comté est-elle protégée ?
- Y-a-t-il des problèmes d'usurpation de l'appellation Comté ?
- Est-ce qu'on pourrait fabriquer du Comté aux USA ?
- Le Comté n'est-il pas finalement un produit AOC parmi tant d'autres ?

Image :

- Qui s'occupe de la présentation du produit, de son image ?
- Quels outils promotionnels sont utilisés ?
- Comment communiquer ce qui ne se voit pas ? (slogans publicitaires, images...)
- Pensez-vous que le Comté véhicule une image de la Franche-Comté ?

Gestion :

- Comment s'organise la production du Comté ?
- En quoi l'interprofession permet-elle une meilleure gestion de la production du Comté ?
- Où le Comté est-il distribué ?
- Quelle est la clientèle ciblée ?
- Est-ce que le Comté est un véritable moteur de l'économie locale ?

### **Le contrôleur conseil de l'INAO pour le Comté**

Cahier des charges :

- Est-ce que la production massive de Comté s'oppose au cahier des charges de l'AOC ?
- Comment s'organisent les contrôles du cahier des charges de l'AOC ?
- Est-ce que le cahier des charges est contraignant pour les producteurs et est-ce qu'il est en général bien respecté ?

AOC :

- Qu'est-ce qui différencie une AOC d'un label ?
- Quel est l'apport de l'AOC pour une activité agricole et une région ?
- Quelle est la place du Comté parmi les autres AOC ?

### **Le directeur de la cave d'affinage *Juraflore***

Filière du Comté :

- Quel est votre rôle au sein du CIGC ? Qu'est-ce qu'il vous apporte ?
- Quels sont vos rapports avec les producteurs de lait, les fromagers et les distributeurs ?
- Qui sont vos principaux partenaires commerciaux ?



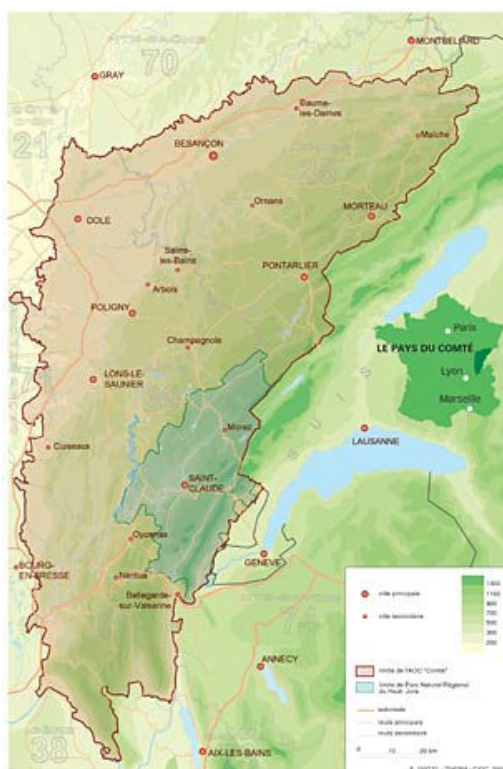
AOC :

- Est-ce que le cahier des charges de l'AOC est contraignant ?
- Est-ce que le cahier des charges de l'AOC est compatible avec une production industrielle ?
- Est-ce que l'AOC vous permet de vous distinguer sur le marché, notamment dans la grande distribution ?
- Quelles sont les différentes qualités de Comté ?

Autre :

- Comment sort le Comté de la cave d'affinage (emballage) ?
- Est-ce que des visiteurs s'intéressent régulièrement à découvrir les caves d'affinage ?

## B. Carte de la zone AOC Comté



Source : [http://www.comte.com/images/massif\\_jura/Carte-AOC-red.jpg](http://www.comte.com/images/massif_jura/Carte-AOC-red.jpg)

## C. Protection juridique de l'AOC Comté

### Réglementation 1

#### LA COUR D'APPEL DE COLMAR PROTÈGE LES PRODUCTEURS DE COMTÉ

La cour d'appel de Colmar a donné gain de cause à la filière Comté, le 8 décembre dernier, en infirmant le jugement du Tribunal de première instance de Strasbourg sur le cas du Gruyère commercialisé par la société LIDL. La cour d'appel a considéré que l'emballage utilisé par cette société pour commercialiser son Gruyère présentait des risques de confusion avec le Comté, notamment en raison de l'utilisation de la désignation « fabriqué en Franche-Comté ». La société LIDL est condamnée à cesser l'utilisation de cet emballage dans un délai de 15 jours et à verser 60 000 euros de dommages et intérêts au CIGC.

Le CIGC ne peut taire sa satisfaction quant à l'issue de ce dossier engagé il y a plusieurs années. Ce n'est pas une victoire contre un distributeur mais en faveur d'une protection accrue du nom de l'AOC « Comté ». Le nom de l'AOC constitue un patrimoine collectif qui donne un atout au terroir dont il est issu. Mais c'est un patrimoine vulnérable et sujet à de nombreuses tentations d'imitation ou de parasitisme. Les professionnels du Roquefort, du Reblochon ou du Parmigiano Reggiano en ont fait l'expérience. Le jugement donne pour l'avenir de meilleures perspectives de protection du Comté, mais aussi de l'ensemble des AOC.

# EXPLOITATION ET COMMERCIALISATION DU TERROIR VITICOLE POLINOIS

Philippe Boulanger et Jérôme Prétat

## 1. INTRODUCTION

### 1.1. Objectif

Cette étude de terrain s'intéresse à la viticulture au sein de la commune de Poligny. Deux axes principaux de recherche ont été élaborés afin d'expliquer le dynamisme de cette région viticole. D'une part, l'accent sera mis sur la production : recensement des exploitations, taille, type (production artisanale ou industrielle), cépages spécifiques, produits du vignoble; et d'autre part, les diverses stratégies élaborées par les professionnels de la vigne afin de commercialiser leurs produits.

Dans le but d'atteindre au mieux cette initiative, une formulation sous forme de question de départ des points susmentionnés permet de structurer le travail :

- A quels modes de production s'apparente la viticulture polinoise et comment parvient-elle à écouler sa production dans le marché (local ou global) ?

### 1.2. Références théoriques et définitions

Les caractères du vin sont dus à deux séries de facteurs, les facteurs naturels et les facteurs humains. De ce fait, tradition et terroir sont étroitement liés, ce dernier étant le fruit de la nature, mais aussi et surtout celui du travail des hommes, qui créent des traditions et n'oublient pas de s'adapter aux évolutions.

Une des notions principales à définir est celle du terroir. Selon le *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (LEVY & LUSSAULT, 2003), le terroir est une combinaison entre milieu local de production et savoir-faire qui contribueraient à la nature et à la qualité spécifique d'un produit, et en particulier d'un aliment. Robert Tinlot, directeur général de l'office international de la vigne et du vin (OIV), précise dans l'ouvrage *La protection des terroirs viticoles* que dans le monde viticole le sens commun donné à ce mot est plus rigoureux ; il s'applique à cet ensemble de facteurs naturels qui donnent au vin sa « typicité » ou, si l'on préfère, les caractères qui distinguent un vin d'un autre.

Cette « typicité » locale est très pertinente dans notre recherche. L'intérêt se porte sur la capacité des producteurs à émettre des produits bien spécifiques et de ce fait à se démarquer de la concurrence. Dès lors, nous allons tenter de déceler ces produits du vignoble ainsi que la diffusion de ces derniers.

Un des buts principaux consiste à déceler le genre de production que l'on trouve en terre polinoise. Toutefois, il semble peu probable qu'elle soit uniquement artisanale ou uniquement

industrielle. C'est pourquoi, l'application d'une référence théorique permet de cibler de manière plus précise la production polinoise. Le modèle théorique le plus pertinent, à notre sens, est l'ouvrage *Les mondes de production* élaboré par Robert SALAIS & Michael STORPER. Selon les deux auteurs, il existerait quatre modèles de production :

- Le modèle interpersonnel qui génère des produits « spécialisés ».
- Le modèle marchand qui fabrique des produits classés « standardisés-dédiés »
- Le modèle de production immatériel qui donne naissance à des produits « spécialisés-génériques ».
- Le modèle industriel avec lequel des produits nommés « génériques-standards » sont obtenus.

### 1.2.1 Hypothèse

Notre hypothèse est que le modèle interpersonnel est le plus pertinent.

L'explication détaillée de ces modèles fera l'objet d'un chapitre dans la troisième partie de ce dossier intitulée « Terrain ». Notre travail sur place a été de découvrir la prédominance de la production polinoise.

Quant à la seconde partie de l'étude, l'approche « local-global » est privilégiée. C'est-à-dire, comment une petite localité comme Poligny s'inscrit dans réseau plus large. Dans cette optique, il s'agit de saisir les efforts de commercialisation initiés par les différents viticulteurs. Plus particulièrement, dans quelles mesures les ventes de vin parviennent-elles à accéder un marché plus global : est-ce qu'elles restent locales ou peuvent-elles prétendre atteindre le marché régional, national ou encore international.

Par le biais de cette entreprise, l'intention principale consiste à comprendre le géomarketing, les méthodes de promotion élaborées par les producteurs ainsi que l'aire de chalandise des produits du vignoble polinois.

## 1.3. Méthodologie

Selon Sylvaine Boulanger-Fassier (2004), le dynamisme d'une région viticole repose principalement sur les facteurs suivants :

- Les hommes et les femmes (selon leur âge et leur formation) et leur volonté de s'unir pour promouvoir leurs produits ;
- Les produits élaborés et les notions de qualité, de goût, de diversité et d'authenticité ;
- La capacité (et la possibilité) de vendre ces produits, ce qui inclut la prise en compte des attentes des consommateurs, les structures de commercialisation, le potentiel touristique de la région dans laquelle s'inscrit le vignoble et la communication.

La méthodologie doit, par conséquent, pouvoir recueillir les informations qui touchent les trois critères énumérés ci-dessus. Pour se faire, il est préférable de privilégier des méthodes qualitatives, notamment les entretiens semi-directifs. Nous avons fait quatre entretiens à Poligny. Le premier au Caveau des Jacobins puis rencontrer trois viticulteurs: M. Reverchon, un associé du domaine Morel-Thibaut et M. Badoz.

Nous avons recueilli nos informations par le biais de la documentation locale dans un premier temps, et, dans un second, grâce à nos différents entretiens. Il est à révéler que le parcours commenté était une méthode envisagée, cependant étant donné les conditions atmosphériques nous n'y avons pas eu recours. A contrario, la dégustation des crus locaux a été une méthode pertinente.

## 2. PRESENTATION GENERALE

### 2.1. Vignoble Jurassien

Le vignoble du Jura se situe entièrement dans le département du Jura, dans la région de Franche-Comté. Le vignoble ou "Revermont" désigne cette bande de terre, longue de quatre-vingt kilomètres qui traverse le jura du Nord au Sud, de Salins-Les-Bains à Saint-Amour en passant par Arbois, Poligny, Voiteur et Lons-le-Saunier. Une centaine de communes et deux cents domaines façonnent le paysage de ce Jura viticole situé entre la plaine bressane à l'ouest et les premiers contreforts du plateau jurassien à l'est.

D'une superficie de mille huit cent cinquante hectares, le vignoble jurassien possède cependant une grande diversité de terroirs : les marnes bleues, noires ou rouges constituent la grande majorité du sous-sol. La notoriété des vins du Jura s'appuie depuis toujours sur une image forte de terroir et sur la préservation de pratiques culturelles et œnologiques traditionnelles. A la fin du XIXe siècle, vingt mille hectares de vignes s'étendaient dans tout le département. Après l'anéantissement du vignoble par le phylloxera, les vignerons jurassiens reconstruisirent avec courage une nouvelle viticulture de qualité. Leurs efforts furent récompensés avec l'obtention de la première AOC à Arbois en 1936.

Outre le climat, le sous-sol et les cépages, le savoir-faire du vigneron prend ici une part prépondérante dans les choix de vinification et d'élevage, avec un terroir omniprésent. La diversité est sans doute ce qui caractérise le mieux le vignoble jurassien: cinq cépages, six AOC, environ deux cents exploitations professionnelles aux profils variés et enfin une riche gamme de produits accompagnant toutes les occasions. Ainsi, vins rouges et rosés, vins blancs et vin Jaune pour les vins tranquilles, mais aussi effervescents (Crémant du Jura), liquoreux (Vin de paille), mistelles (Macvin du Jura), marcs et autres fines constituent la plus large palette qu'un vignoble puisse offrir. Caractère, richesse et diversité, générosité et typicité... des qualificatifs qui définissent admirablement les vins jurassiens.

#### 2.1.1. AOC de quoi parle-t-on?

L'appellation d'origine contrôlée - abrégée "AOC" - est l'outil de qualité par excellence. Elle consiste à promouvoir une région géographique en garantissant la qualité aux consommateurs et à protéger le producteur contre la falsification de ses produits.

Selon l'Institut National des Appellations d'Origine (INAO), la mention AOC " *identifie un produit agricole, brut ou transformé, qui tire son authenticité et sa typicité de son origine géographique*".

#### 2.1.2. Régions AOC

Aujourd'hui, nonante pourcents de la surface viticole jurassienne produisent des vins d'appellation. Parmi les six AOC, quatre sont des régions « géographiques » : Arbois, Château-Chalon, L'Etoile et les côtes du Jura ; quant aux deux autres, ce sont des AOC produits : le Macvin du Jura et le Crémant du Jura.

- Arbois: née du celte "ar" et "bos" signifiant "terre fertile", l'appellation Arbois fût la première AOC française grâce au décret de 1936. Elle est aussi actuellement la première du Jura par son volume de production, de l'ordre de quarante cinq mille hectolitres par an. Cette appellation est répartie sur treize communes avec un total de huit cent quarante trois hectares.

- Château-Chalon: petit village perché au centre du Revermont, il symbolise le berceau du vin jaune. Cette AOC produit exclusivement du vin jaune, issu du seul cépage savagnin. Il en découle un vin d'excellence sur un territoire très restreint.
- L'Etoile: ce terme fait référence au nom du village qui est entouré de cinq collines formant les branches d'une étoile, d'où cette désignation. L'encépagement se compose majoritairement de Chardonnay, mais aussi de Savagnin et dans des proportions moindres, de Poulsard, notamment pour l'élaboration du vin de paille.
- Côtes du Jura: cette dernière appellation regroupe aujourd'hui cent-cinq communes, dont Poligny, sur une superficie totale qui avoisine les sept cents hectares. Même si tous les produits jurassiens sont élaborés dans l'AOC Côtes du Jura, c'est la production de blancs et de Crémant du Jura qui prédomine avec des vins ronds, fruités et généreux. En terme de volume de production, il s'agit de la deuxième AOC jurassienne.

### 2.1.3. Cépages

Jusqu'à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, le Jura produisait en majorité des vins rouges. C'est pourtant grâce aux vins blancs que le Jura s'est forgé la notoriété que nous lui connaissons. De nos jours, les Côtes du Jura produisent environ deux fois plus de blancs que de rouges alors qu'à Arbois les rouges dominent largement. Le Jura produit des vins rouges élaborés à partir des cépages Poulsard, Trousseau et Pinot noir, travaillés seuls ou en assemblage. Les différents terrains et méthodes de vinification sont à l'origine de vins à forte personnalité. Quand aux rosés, ils sont essentiellement élaborés à partir du cépage Poulsard.

Le Chardonnay et le Savagnin représentent les cépages blancs. Le premier est le plus répandu avec un taux d'occupation de quarante cinq pourcent. Sa maturité à mi-septembre lui donne une couleur d'un jaune d'or éclatant. Employé seul, le Chardonnay donne des vins floeux, fruités et gouleyants. Il peut également être associé au Savagnin afin d'obtenir un vin plus corpulent.

"Le cépage roi du Jura" définit ce dernier puisqu'il donne naissance au vin jaune. En outre, il faut une terre bien spécifique, liée de marnes bleues et noires, condition qui explique le faible encépagement de quinze pourcent. Il est vendangé le dernier, souvent fin octobre, lorsque ses fruits prennent "le bronze". Il en découle une saveur très sucrée, fine et délicate.

Avec le terroir et le savoir-faire des hommes, le cépage est le troisième élément fondamental de la qualité d'une AOC. D'une bonne harmonie entre un cépage, un sol, un climat et les hommes, va naître un grand cru. A la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, quarante deux cépages différents étaient présents sur les vingt mille hectares de vigne en exploitation. Cinq ont été retenus pour le classement AOC. Depuis des siècles, les vigneron jurassiens recherchent des cépages adaptés aux terroirs qu'ils cultivent. Un vignoble ancien, comme celui du Jura, bénéficie des compétences et des techniques léguées de générations en générations.

### 2.1.4. Produits AOC.

#### *Vins blancs*

Issus du Chardonnay d'une couleur jaune pâle, leur arômes, lorsqu'ils sont jeunes, rappellent le parfum de la fleur du raisin. Vieillis en fûts de chêne deux ou trois ans, ils acquièrent le bouquet propre au terrain jurassien (goût de pierre à fusil), qui les particularise parmi les autres vins blancs. Les vigneron jurassiens élèvent aussi un vin blanc sec en associant Chardonnay et Savagnin pour obtenir un vin au goût et nez de terroir plus prononcé, cette association est appelée assemblage.

### *Vins rouges*

On en rencontre principalement deux sortes: le vin rouge de pur Poulsard et vin rouge de pur Trousseau. Le premier est vendangé plus tôt et fait généralement moins de tonneau (un an environ). Il offre une palette de vins aux tons plus ou moins nuancés qui font croire que c'est un rosé. Il n'en est rien. Ce vin, aux traits quelque peu sauvage, se consomme généralement avant dix ans et prend à ce moment-là un teint "pelure d'oignon".

Le rouge de Trousseau est aux antipodes du Poulsard: chaud, tannique et alcooleux, au nez de petits fruits rouges et long en bouche. Il se caractérise par sa rareté, seulement cinq pourcent du vignoble jurassien en est recouvert. Il fait souvent deux ans en pièce et vieillit très longtemps en bouteille. Les rouges du Jura titrent entre onze et treize degrés d'alcool.

### *Le vin Jaune*

Le Jura en a l'exclusivité mondiale. Et à juste titre ce vin est considéré par les oenologues comme l'un des meilleurs vins blancs de la planète. Ce vin relève une méthode si particulière que seule la moitié des vins élevés dans ce but parviennent au terme prévu. Deux conditions de départ pour l'élaborer: un sol marneux bleu ou noir et le cépage Savagnin. Le raisin est récolté tardivement, vers la deuxième quinzaine d'octobre. Une fois les fermentations achevées, le vin est mis en tonneau de chêne, puis vieilli, sans tirage ni ouillage (remplissage du tonneau suite à l'évaporation) pendant six ans et trois mois pour se conformer aux usages et à la réglementation. Au fur et à mesure qu'une vidange, jusqu'au tiers, se crée dans le fût de deux cents vingt-huit litres, il se produit en surface un voile de levure qui, le préservant de l'oxydation, le transformera en vin jaune. Il est de couleur or lumineux, titre minimum treize degrés, mais régulièrement quatorze ou quinze degrés d'alcool et peut prendre de l'âge en cave, tout en gardant son caractère initial, jusqu'à cent ans. A vin unique, bouteille unique. Il est présenté dans le célèbre clavelin (cf. image ci-dessous). De forme trapue, sa contenance est de soixante deux centilitres, car c'est ce qui reste d'un litre de vin au bout de six années d'élevage.



*Le vin de paille*

C'est une spécialité du Jura faite à partir d'un assemblage de Savagnin, Chardonnay et Poulsard.

Les vigneronns choisissent les plus belles grappes, qu'ils déposent sur un lit de paille ou pendent au plafond d'une pièce sèche et aérée. Elles y resteront plusieurs mois en étant soumises au contrôle journalier du vigneron. Vers Noël, après pressurage des grappes flétries et déshydratées regorgeant de sucre on obtient quinze à dix-huit litres de moût pour cent kilogrammes de raisin. La concentration de sucre est donc maximum, elle dépasse trois cents dix grammes par kilogrammes. Sa fermentation lente donne un vin fort en alcool, entre quinze et seize degrés d'alcool, et qui restera trois années en petit tonneaux. Nous sommes donc en présence d'un blanc liquoreux, proche du Sauternes, encore plus rare que son "grand frère", le vin jaune. Pour cela, il est mis en demi-bouteille de trente sept centilitres et demi. Sa longévité en cave est remarquable.

*Mousseux et Crémant du Jura*

Ils sont élaborés selon la méthode traditionnelle à double fermentation de type champenois depuis le XVIIIème siècle. "Le vin fou" est une marque commerciale, le vin étant mis en bouteille avant la fin de la fermentation.

*Le Macvin*

Fabriqué depuis le XIVème siècle, le Macvin est un vin de liqueur obtenu à partir de jus de raisin non fermenté auquel on a ajouté un tiers de marc. Il doit vieillir dix-huit mois en fûts de chêne. Titrant à dix-huit degrés d'alcool, il peut être servi frais en apéritif ou un peu chambré en digestif.

*Le Marc*

C'est une eau-de-vie des raisins égrappés titrant quarante degrés d'alcool minimum. Plusieurs années de fûts lui confèrent toute la souplesse souhaitée en faisant ressortir des arômes profonds et son goût de fruits secs. Ses qualités digestives sont toujours appréciées en fin de repas.

**2.2. Poligny**

Les vins du Jura tirent gloire justifiée de leur très ancienne réputation; le consul romain (62-144) Pline le Jeune en faisait déjà l'éloge dans ses écrits du Ier siècle, puis décrits dans les documents historiques à Arbois dès le Xème siècle, ou encore à Château-Chalon et Salins-les-Bains au XVIème siècle. Quant à Poligny, son vin faisait les délices du palais des plus grands royaumes au cours du XIVème siècle.

Depuis le Haut Moyen-Age, le vignoble marque Poligny. Au XVIIIème siècle, la moitié de la population polinoise est vigneronne et exploite sept cents hectares de vigne. Aujourd'hui, une douzaine d'exploitants cultivent plus de huitante sept hectares dont huitante cinq en AOC "Côtes du Jura".

Selon l'opinion publique, le déclin du vignoble polinois est principalement dû à l'invasion du phylloxéra, maladie qui infecte les pieds de vigne. Ce dernier n'atteint le Jura qu'en 1879 à Beaufort et à Arbois en 1886, après avoir ravagé la moitié du vignoble français depuis Bordeaux.



Cependant, l'historien GUILLOT (1978) analyse ce phénomène par l'adjonction de différentes composantes: *"les différences importantes dans les qualités et quantités récoltées, les énormes fluctuations du revenu viticole, conjuguées à de fréquents accidents atmosphériques, ainsi qu'aux maladies inhérentes à la vigne: autant de circonstances qui ont contribué au lent et irrésistible déclin de la vigne à Poligny"*.

### 3. ETUDE DE TERRAIN

Etant donné le thème de l'étude, les principaux acteurs sont les professionnels de la vigne. Il faut bien distinguer la différence entre vigneron et viticulteur. Le premier travaille la vigne et vend son raisin aux coopératives alors que le second s'occupe aussi de la production et de la vente de ses vins. Toutes les personnes interrogées exercent la fonction de viticulteur-encaveur, c'est-à-dire que leur activité commence à la plantation des chapons (jeune cep) pour se terminer à la livraison de leur vin. En outre, un seul entretien s'est focalisé sur une association regroupant divers petits vignerons : le caveau des Jacobins. Cette coopérative prend en charge le raisin dès sa récolte, il en résulte un allègement des charges et la réduction du champ d'activité des vignerons. Toutefois, le producteur devra renoncer à sa propre étiquette.

Dans le Jura, cinq cents viticulteurs professionnels cultivent la vigne, pour une production annuelle de quatre vingt mille hectolitres et des rendements entre trente et cinquante cinq hectolitres par hectares.

Au sein de la commune de Poligny, une douzaine d'exploitants travaillent la vigne. On trouve quatre producteurs indépendants et une coopérative de vignerons.

#### 3.1. Exploitations

Le Caveau des Jacobins étant une fruitière, ce sont les vignerons qui leur vendent leur raisin puis, c'est la coopérative qui s'occupe de la mise en bouteille et de la commercialisation.

Les trois autres viticulteurs visités sont indépendants. Ils s'occupent de toutes les étapes de la vinification.

Sur les quatre-vingt cinq hectares de la commune de Poligny, M. Reverchon exploite six hectares. Il exploite les cinq cépages dont deux tiers de blanc. Il est le plus petit producteur de la ville.

Les associés Morel Thibaut exploitent dix hectares de vigne, autant de blanc que de rouge. Ils ont une exploitation indépendante artisanale. Leurs terrains se trouvent dans divers lieux de Poligny.

Le Domaine Badoz, père et fils, possède douze hectares mais seulement neuf sur la commune de Poligny. Ils produisent trois hectares et demi pour le vin Jaune, deux hectares pour le Chardonnay, un hectare et demi de Poulsard, un hectare et demi de Trousseau et un demi hectare de Pinot Noir. Ils définissent leur production comme maîtrisée et pseudo artisanale, car certaines technologies sont utilisées lors de la vinification.

La plupart des exploitations sont des entreprises familiales, les domaines se transmettent de père en fils. Ce n'est que pendant la période des vendanges que des aides extérieures sont engagées pour aider les viticulteurs.

### 3.2. Production

La région du Jura étant une région AOC, les viticulteurs produisent tous les mêmes vins, car ils ne peuvent utiliser que les cinq cépages cités précédemment. L'appellation d'origine contrôlée a des règles strictes et les producteurs doivent s'y plier: n'utiliser que les cinq cépages, dans une zone géographique délimitée, un nombre de bourgeon productif à l'hectare bien précis pour éviter une production excessive. Il y a également un rendement à l'hectare à respecter: cinquante cinq hectolitres pour le rouge, soixante cinq pour le blanc et septante deux pour le Crémant. La richesse en sucre doit être contrôlée, car ils ne peuvent pas vendanger en dessous de dix et demi potentiel en alcool (huit et demi pour le Crémant). Mais certaines mesures comme le désherbage sont propres à chaque viticulteur.

Ce cadre légal qu'est l'AOC limite donc les rendements. La qualité est donc privilégiée sur la quantité. L'appellation est octroyée si les critères suivants sont respectés :

- La zone de production est délimitée et les cépages sont reconnus dans cette région ;
- L'emplacement de la parcelle détermine les cépages qui y seront plantés ;
- Le rendement de la vigne est soumis à des quotas ;
- Le pourcentage de sucre dans le vin et le degré d'alcool sont également définis selon des normes ;
- Le vin est aussi jugé par sa tolérance aux acidités volatiles.

Toutes ces mesures sont contrôlées par l'INAO. Cet organisme contrôle les fraudes, si des produits chimiques sont utilisés, si les normes sont respectées et aussi l'étiquetage.

Malgré ces contraintes, les vignerons peuvent faire des assemblages avec différents vins. Par exemple, on peut trouver une bouteille de Chardonnay avec quinze ou trente pourcents de Savagnin. Ces bouteilles ne sont pas millésimées, car les vins ne sont pas forcément de la même année. Les viticulteurs inscrivent un code sur les étiquettes pour reconnaître de quel vin il s'agit. Ces assemblages sont utilisés lors des dégustations pour que le passage d'un vin à l'autre ne soit pas trop brusque. A notre grande surprise, la dégustation des vins de Poligny débute par les vins rouges ; les vins blancs, quant à eux, se spécifient par un caractère plus prononcé, raison pour laquelle ils se boivent ultérieurement.

D'autres spécialités peuvent se créer. M. Badoz par exemple a créé le cuvée Arrogance. C'est un vin fait à partir des cépages AOC, mais qui n'entre pas dans l'appellation. Pour que son vin soit reconnu, il a dû déposer la marque "arrogance" à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle). Sa création est protégée au niveau national pendant cinq ans et, après ce délai, elle est reconnue comme une marque.

### 3.3. Commercialisation

#### 3.3.1. Clientèle

Selon nos interlocuteurs, ils écoulent principalement leur produit par quatre biais différents, la clientèle se divise donc de la manière suivante : les particuliers, les restaurateurs, la distribution et l'exportation. Cependant, les pourcentages peuvent varier considérablement ! Tout dépend de la taille de l'exploitation. Il est intéressant de constater que toutes les personnes interviewées ont une façon différente de commercialiser et de promouvoir leur vin. Nous avons découvert que la taille n'explique pas à elle seule la partition de la clientèle. Le

choix personnel du propriétaire s'avère être un autre élément déterminant. De manière générale, les producteurs de Poligny ne travaillent pas beaucoup avec les grandes surfaces... Les viticulteurs sont trop petits pour pouvoir assurer un nombre important de bouteilles à l'année ! La négociation des prix de vente est aussi un problème. Les prix en grande surface sont souvent moins élevés que chez les particuliers. Il leur serait difficile de survivre ainsi. Mais la vente de vins étant en diminution ces dernières années, la grande distribution peut être une solution qui rapporte.

D'une manière générale, tous tirent profit du passage des touristes, de leur fichier de clients et aussi du bouche à oreille. L'autoroute ne passant pas par Poligny, les clients ne s'arrêtent pas forcément dans cette région et poursuivent leur route en direction de l'Alsace.

### 3.3.2. *Marketing*

Le Caveau des Jacobins est actuellement associé à la fruitière d'Arbois. Ils ont leur propre point de vente et travaillent également avec les grandes surfaces. Ils font des manifestations avec d'autres régions pour promouvoir leur vin.

Les autres producteurs indépendants ont chacun une stratégie de promotion : travailler avec des cavistes, des restaurateurs, des guides touristiques, des particuliers, des magasins spécialisés, organisent des salons ou des foires aux vins.

Une manifestation a été créée en 1997 à Poligny, sous l'impulsion des viticulteurs et de M. Badoz : la célèbre Percée du Vin Jaune qui peut réunir jusqu'à quarante mille visiteurs. Elle offre une excellente publicité pour tous les participants qui, par conséquent, bénéficient d'un chiffre d'affaire important. De surcroît, beaucoup de contacts sont noués lors de cette fête.

Les concours annuels pour les produits du terroir et les vins sont également un très bon moyen de se faire connaître et de s'exporter à travers la France.

### 3.3.3. *Présentation*

Au niveau de l'étiquetage, les viticulteurs ne peuvent pas apporter leur fantaisie. On ne trouvera jamais une étiquette Poligny, mais Côtes du Jura. C'est une obligation due à l'AOC. Les encaveurs peuvent y inscrire leur nom ainsi que l'image de leur caveau. Le nom de Poligny sera inscrit en tout petit. Si un viticulteur veut inscrire un complément, c'est interdit ! Ceci représente un frein selon M. Badoz, car l'étiquette est obligatoire. Le seul moyen de contourner la loi consiste à coller une contre étiquette à l'opposé de l'officielle. Les viticulteurs-encaveurs jouissent dès lors d'une plus grande liberté au niveau de l'inscription sur cette dernière.

### 3.3.4. *Distribution*

A notre connaissance, seuls deux viticulteurs peuvent se permettre d'atteindre la grande distribution en dehors de l'association des Jacobins. Cette distinction permet de mieux comprendre pourquoi le modèle marchand entre en concurrence avec le modèle interpersonnel.

L'aire de diffusion des vins est en grande partie régionale (Franche-Comté, nord-est de la France), parfois nationale, mais à plus faible mesure bien sûr. Les viticulteurs distribuent jusqu'à la moitié de leur production hors du département du Jura. La clientèle est attirée par des facteurs tels que la qualité du vin, la notoriété des AOC, ainsi que la typicité des produits de Poligny qui se veulent proches du terroir. Les exportations concernent principalement les pays limitrophes, essentiellement la Suisse, la Belgique et l'Allemagne. Certains vins spéciaux s'exportent tout de même sur d'autres continents: Argentine, Californie, Chine, Vietnam, Canada, Japon sont quelques exemples de destinations lointaines. Il faut noter que ce sont

surtout les vins "spéciaux" comme le Vin de Paille et le Vin Jaune qui peuvent prétendre au marché international.

En définitive, le marché reste essentiellement local, c'est-à-dire à l'échelle de la région. Le pôle qui touche l'export reste extrêmement faible, il ne représente pas une source de revenus majeure pour les producteurs.

### **3.4. Conclusion : identifier le type de production (appliquer le modèle de Salais et Storper)**

Dans le but de pouvoir identifier les types de production liés aux vins, l'application du modèle théorique de Salais et Storper permet de les déceler. Les entreprises viticoles de Poligny correspondent - tout comme la viticulture jurassienne en général - aux deux premiers modèles susmentionnés. La production se situe donc entre le modèle interpersonnel et le modèle marchand.

A la suite de nos entretiens, notre hypothèse a pu être confirmée.

En effet, le modèle interpersonnel s'applique bien à la viticulture polinoise, car ce dernier fabrique des produits désignés spécialisés, ce qui engendre une clientèle bien précise. Etant donné l'exclusivité offerte par le vignoble, les produits qui en découlent sont de haute qualité, certains – en particulier le vin jaune et le vin de paille – sont proche du luxe. Par conséquent, la clientèle regorge de personnes qui possèdent un revenu important. Toutefois, les restaurateurs du département font office de très bons clients pour les différents viticulteurs.

Ce premier modèle n'explique pas à lui seul l'ensemble de la production : les produits standards-dédiés du modèle marchand explique une autre composante du phénomène. Les types de produits élaborés par ce dernier ciblent un plus grand nombre d'acheteurs potentiels. Dans notre cas, les vins qui correspondent à ce modèle se caractérisent par leur prix qui, en toute logique, sont meilleur marché, car les frais de production sont plus faibles.

Etant donné la richesse du vignoble français, les vins jurassiens de cette catégorie rentrent en concurrence directe avec les autres grandes régions productrices de vin. De ce fait, la clientèle reste essentiellement régionale. Néanmoins, ce modèle de production tend à viser l'ensemble de la population jurassienne et même un peu au-delà, en offrant des prix tout à fait abordables. Il est évident que les vins jurassiens ne peuvent prétendre à la notoriété des vins de Bordeaux ou de Bourgogne. L'ensemble des vins rouges et blancs de Poligny s'insèrent dans cette catégorie.

A titre de comparaison, les vins fabriqués dans le Sud de la France se caractérisent par un modèle de production industriel, au sein duquel les produits sont classés génériques-standards. Les deux principaux objectifs consistent à maximiser le rendement et à minimiser les coûts liés à la production.

Dès lors, les AOC n'existent plus... Le vin se distingue par une qualité moindre ainsi qu'un prix plus qu'abordable. Rappelons que nonante pourcents de la surface viticole jurassienne produit des vins d'appellation, de plus elle est relativement petite, raison pour laquelle les viticulteurs ne peuvent se permettre un modèle de production industriel ; l'option adéquate pour une telle région réside dans la typicité des vins, leur qualité ainsi que la défense des valeurs telles que le terroir et les AOC.

#### 4. BIBLIOGRAPHIE

**Boulanger-Fassier, S.** 2004: *Les dynamiques des vignobles alsaciens et jurassiens, étude comparée (1950-2004)*. In: Revue géographique de l'Est.

**Brocquet, R., Babey, Y.** 1998: *La Viticulture*. Unine: Terrain d'Arbois

**Guillot, J.** 1978: *Les vigneronns de Poligny au XIXe siècle, étude politique et sociale*. Université de Franche-Comté, Faculté des Lettres et Sciences Humaines: mémoire pour la maîtrise contemporaine d'histoire préparée sous la direction de Claude-Isabelle Brelon.

**Levy, J., Lussault, M.** 2003: *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris

**Salais, R., Storper, M.** 1993: *Les Mondes de production*. Paris: Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 467p.

**Tinlot, R.** 199 : *La protection des terroirs viticoles*.

#### INTERNET

<http://www.jura-vins.com/>

<http://www.ville-poligny.fr/>

#### 5. GRILLE D'ENTRETIENS

Dans notre travail, nous nous sommes basés sur deux axes principaux : la production et la commercialisation.

Questions	
Production	Recensement des exploitations (taille) ?
	Quel type de production (artisanale ou industrielle) ?
	Cépages spécifiques utilisés ?
	Quels sont les produits du vignoble ?
	Méthode de culture ?
	Méthode de vinification ?
	Législation et réglementation ?
Commercialisation	Quel est le positionnement marketing souhaité ?

	Quels types de marchés visés ?
	Efforts individuels ou collectifs?
	Quelle est l'aire de diffusion ou de chalandise?
	Distribution principalement groupée, dispersée ou aléatoire ?
	Quelle est l'aire maximale de marché ?
	Arguments de vente
	Etiquetage / Présentation.

# ESPACE PUBLIC ET MOBILIER URBAIN DE POLIGNY

Florianne Charrière et Aline Vautravers

## 1. INTRODUCTION

Poligny, sixième ville du département du Jura en Franche-Comté, compte 5088 habitants dont un peu moins de la moitié sont des étudiants. La ville se situe au carrefour de deux routes nationales importantes (axes Dijon-Genève et Strasbourg-Lion) et générant donc un passage conséquent.

Ayant choisi de travailler sur les espaces publics de la ville, nous nous sommes rapidement demandé si ces espaces étaient suffisants et adéquats pour y accueillir voyageurs, pendulaires et étudiants.

La ville compte quatre parcs, relativement petits et aménagés de façons différentes. Ces parcs sont appelés par les Polignois soit « squares » soit « promenades ». Le square Croichet au centre et la Promenade des Vignerons à la sortie de la ville en sont les principaux. A ces parcs s'ajoute la place centrale, coupée en deux par la route et utilisée, hors jours de marché, comme parking.

Après une description de ces espaces publics et de leurs mobiliers, nous laisserons la parole aux différents acteurs (aménagistes, employés de commune, usagers) pour mieux définir quelles catégories d'usagers fréquentent ces différents espaces et quels y sont leurs comportements. Nous regarderons également quels sont les besoins et les envies de la population et comment les personnes compétentes y répondent.

## 2. PROBLEMATIQUE

### 2.1. Question de départ

Notre question de recherche est donc la suivant :

*Quels sont les problèmes liés aux usages des espaces publics de Poligny ?*

### 2.2. Une problématique sous forme d'objectifs

La ville de Poligny a différents types d'espaces publics dont les différentes fonctions sont évidentes: des espaces verts, des squares, une place centrale, des parkings, des places de jeux. Nous avons, dans ce travail, l'intention de voir si les habitants de Poligny sont satisfaits de l'aménagement de ces espaces et de cerner les éventuels problèmes d'usage.

Afin de pouvoir répondre à notre question de départ, donc d'analyser les problèmes liés aux espaces publics de Poligny, il est primordial d'effectuer tout d'abord une observation des lieux et une analyse des usagers. Notre problématique se présente donc sous la forme de trois objectifs principaux, qui serviront de fil rouge à notre travail :

- 1) Observer, décrire et situer géographiquement les espaces verts, les places et le mobilier urbain de Poligny.
- 2) Dresser une grossière typologie des usagers des espaces publics (ceci tout en restant conscientes qu'il est impossible de réaliser une typologie totalement objective et complète), observer les usages et comportements qui y ont lieu.
- 3) Comprendre et analyser les dynamiques liées aux problèmes d'usages :
  - Problèmes liés à la qualité et le nombre d'espaces publics aménagés par la ville,
  - problèmes de vandalisme,
  - problèmes concernant la gestion des places de parcs.

### **2.3. Méthodes et difficultés rencontrées**

Avant de partir, nous avons procédé d'abord à une brève recherche bibliographique concernant notre thème, puis nous avons prévu, pour mener à bien ce travail, différents entretiens avec un échantillonnage le plus représentatif possible de la population, ainsi que de l'observation (tant participante que passive) des usagers et de leurs comportements.

Les entretiens fixés à l'avance avec l'aménagiste et la police municipale se sont déroulés sans encombre. Il en fut différemment pour les entretiens que nous pensions mener avec les usagers. Effectivement, les conditions météorologiques déplorables ne nous ont permis absolument aucune rencontre sur les lieux en question durant les trois premiers jours. Nous nous sommes donc rabattues sur les clients des bars et restaurants pour connaître leurs utilisations des squares et promenade par jour de beau temps. Comme ceci n'était pas très convainquant et surtout pas suffisant, nous nous sommes plus penchées sur la problématique du parking et de l'envahissement des espaces publics par l'automobile. Le quatrième jour, enfin, le soleil s'étant réveillé de bon matin, nous avons trouvé plusieurs usagers d'accord de nous parler de leur fréquentation des squares. Ainsi nous avons pu revenir à notre première problématique concernant l'usage des squares et des espaces publics. Mais le temps d'observation fut très raccourci et l'observation participante inexistante. Nous avons pensé analyser le degré de satisfaction des usagers concernant les squares, mais nous nous sommes rendu compte au cours du travail que la réponse à cette question nécessiterait d'autres outils et une recherche plus approfondie. Nous nous contenterons donc d'analyser les problèmes de vandalisme et de gestion des places de parcs.

Ces entretiens recueillis et retranscrits seront analysés dans la suite de ce travail, avec les plans de ces différents espaces que nous avons relevé.

### **2.4. Personnes interviewées**

Pour avoir des points de vue diversifiés, nous avons interrogé vingt-six personnes :

L'Adjoint-au-Maire de Poligny, M. Bonnet, nous reçu le premier jour pour un exposé sur la ville.

M. Koegler, aménagiste, nous parla des différents parcs existants, des problèmes de vandalisme et des futurs projets d'aménagement.



Pour la police municipale, M. Menetrier nous confia les différents problèmes rencontrés, concernant tant les squares que le parage.

Un employé des services techniques nous relata également les problèmes d'usages rencontrés sur le terrain.

Le président de l'association des commerçants, M. Jacques nous donna son avis concernant le parking.

Le patron du snack-bar *Le Centre*, donnant sur la Place des Déportés, nous donna son avis concernant l'utilisation de cette place.

Des groupes de jeunes (des groupes de trois, deux et dix) des différentes écoles (ENIL, école hôtelière, sciences médicales et sociales) nous parlèrent de leurs expériences et fréquentation des différents parcs.

Trois personnes âgées (hommes), dont un ancien employé des services techniques, nous relatèrent également leurs impressions.

Enfin, un groupe de mamans nous parla de leurs habitudes et de leur fréquentation des squares.

### 3. THEORIES ET CONCEPTS

#### 3.1. Espace public, espace commun

Au sens strict, l'espace public est un « *espace ressortissant strictement à la sphère publique, c'est-à-dire tout espace n'appartenant pas à une personne morale de droit privé* » [LEVY & LUSSAULT, 2003]. C'est donc un espace réservé et accessible à tous les citoyens, « *quels que soit leur sexe, leur âge, leur communauté religieuse* » [LEVY & LUSSAULT, 2003]. L'espace public permet l'échange interpersonnel et donc les pratiques sociales de la citoyenneté. Cette conception dérive de l'agora grecque, qui est une place publique centrale réunissant les fonctions politiques et économiques de l'Antiquité. Elle explique l'importance de l'espace public dans la politique d'une ville. Ainsi, l'espace public sert à créer un sentiment d'appartenance et d'identification à la ville de la part des individus et est un endroit permettant des relations pacifiques entre citoyens. Marqué par la dimension politique urbaine, l'espace public contribue à créer une image de la « *totalité* » de la ville.

Le Corbusier avait une vision très utilitaire de l'espace public :

*« Ces outils [d'urbanisme] ont pour objet de faciliter les conditions de l'existence, d'assurer la santé morale et physique des habitants, de favoriser la perpétuation de l'espèce en offrant les équipements nécessaires à une éducation parfaite, d'apporter la joie de vivre et de faire apparaître et développer des sentiments sociaux capables de conduire au civisme ; le civisme générateur d'action portant la commune même au degré le plus haut de conscience et de dignité. »* [LE CORBUSIER, 1946 : 59]

A Poligny, non seulement les squares, promenades et places, mais également les rues, trottoirs, parking et espaces délaissés de voirie, appartiennent à l'espace public urbain. Ils devraient donc, selon Le Corbusier, apporter de meilleures conditions de vie et du bonheur.

A noter que certains lieux pouvant accueillir de nombreuses personnes sont souvent des lieux privés, comme les centres commerciaux en périphérie de la ville ou les jardins du Couvent du Saint-Esprit (c.f. : plan de la ville). C'est pour cette raison que, selon Levy et Lussault, le concept d'espace commun prévaut souvent celui d'espace public, dont le sens est trop rattaché au système juridique. Un espace commun est « *un agencement qui permet la coprésence des acteurs sociaux, sortis de leur cadre domestique* » et « *un espace de convergences et*

*d'actes* ». L'espace commun permet donc l'interaction entre usagers qui, sur un espace commun, se plient et utilisent une série de normes et de règles propres à l'endroit.

### 3.2. Normes et usages

Rappelons avant tout qu'en géographie culturelle, on appréhende le lieu, donc l'espace public également, selon deux notions, la première étant celle de *topos* (coordonnée géographique, localisation), et la seconde celle de *chorâ*, qui insiste sur la valeur humaine associée au lieu, sur le fait que la localisation ne se dissocie jamais des relations humaines qui s'y passent. Par conséquent, il est important de considérer les comportements que les usagers ont dans les espaces publics.

Ainsi, comme le soulignent DEBARBIEUX et PERRATON (1998 : 111) dans leur étude du parc du Mont Royal à Montréal, « *un parc urbain est soumis à une double logique* » : une logique de production et une logique d'usage. Le concepteur va toujours, de par ses intentions transcrites dans la forme et la fonctionnalité du parc, « imprimer » une norme d'usage (un chemin est fait pour cheminer par exemple). L'utilisateur lui-même peut contribuer, par ses pratiques à établir une norme d'usage qui sera par la suite adoptée par une majorité de la population. Cette double logique amène des manières spécifiques de comportement, « *des règles grammaticales d'organisation des pratiques d'espaces* ». A noter que ces normes n'impliquent pas forcément une restriction des libertés, la capacité de s'approprier un espace commun peut être étendue au point de repousser les limites jusqu'alors reconnues. Il existe donc une série d'options qui s'offrent aux usagers concernant leur manière d'occuper les lieux, biais selon lequel ils peuvent exprimer leurs identifications sociales, culturelles, linguistiques, etc.

Afin de déterminer la palette d'usages et de pratiques existants sur un espace commun, il s'agit, selon LEVY & LUSSAULT (2003), d'aborder « *trois grandes relations de contrariété* » pour former un cadre théorique objectif, une grille des normes dont disposent les acteurs. La première consiste à déterminer le cadre juridique de l'espace, c'est-à-dire situer son statut (public ou privé). Cette normativité institutionnelle affecte les potentialités d'usages, car elle « *délimite ce qui est autorisé et ce qui ne l'est pas* ». Evidemment, chaque individu agit de façon différente en fonction de son adhésion au cadre normatif imposé. Deuxièmement, les relations d'un individu par rapport à l'intime et l'« extime » jouent indubitablement un rôle dans la pratique spatiale. Il s'agit d'une normalité d'ordre « psychologique ». L'espace commun est investi de façon variable, selon les situations et les acteurs, d'un registre d'interactions allant de la sphère très personnelle de l'individu aux relations « d'intersubjectivité » (relations du moi à autrui). Ainsi, un lieu public peut être vécu intimement, à travers des valeurs et pensées très personnelles (le promeneur solitaire et discret au vécu particulier de l'espace) ou de manière très ouverte à l'autre, socialisé sous la forme d'émotions, paroles, gestes échangés (les conversations, rencontres et jeux échangés). Finalement, la troisième relation de contrariété concerne les normes sociales : elle confronte « l'individuel au social ». Par l'analyse de ce couple, il est possible de comprendre comment l'individu utilise les normes sociales et quelles valeurs il accorde à ses pratiques d'un lieu pour les justifier. Levy et Lussault partent du principe que c'est l'individu qui définit et codifie ses propres pratiques légitimes à l'intérieur d'un groupe. Le système normatif est plus ou moins intériorisé et objectivable par les personnes.

Nous reviendrons sur ces trois normes (institutionnelle, psychologique et sociale) lors de notre analyse des comportements et usages observés dans les squares de Poligny, ceci car, bien qu'un espace commun soit appréhendé par l'individu au regard de sa « qualité spatiale formelle » et de sa configuration (métrique, accessibilité), il est également pratiqué selon la place que l'individu confère aux normes d'usage. Par conséquent, tout espace potentiel à

accueillir des actes peut être analysé « *en fonction des représentations et des usages mêmes de(s) l'individu(s)* » [LEVY & LUSSAULT, 2003]

### 3. DESCRIPTION DES ESPACES PUBLICS

Afin d'avoir une vue d'ensemble des espaces communs de Poligny, nous avons premièrement, sans plan, effectué une découverte de la ville à pied. Cette première approche nous a permis de découvrir les places et promenades importantes, mais également des espaces communs dont le statut juridique nous paraissait moins clair (le jardin semi-ouvert du Couvent du Saint-Esprit par exemple). Puis, un plan officiel de la ville et nos différents entretiens et observations de terrain nous ont permis d'élaborer un plan de la ville concernant ses places, squares et promenades, jugés intéressants pour mener à bien notre étude. Nous avons également établi des schémas de chaque square, mis en annexes.

#### 3.1. La Promenade Croichet

Située à l'ouest de la Grande Rue, la Promenade Croichet est en fait une ancienne propriété bourgeoise, à l'époque entourée de grosses clôtures, interdisant ainsi l'accès au public. Les grilles sont petit à petit tombées en désuétude et la promenade a fait l'objet d'un don à la commune, qui l'a aménagé pour le public, nous a dit M. Koegler, responsable de l'aménagement et de la gestion des espaces publics de Poligny. Cette promenade constitue certainement le parc public le plus fréquenté de Poligny, de par sa situation au centre ville, sa surface relativement grande et son aménagement fleuri. La Promenade Croichet offre une particularité par rapport aux autres squares : un pavillon (éclairé de nuit depuis le début des années 1990) se dresse en son centre. Il peut constituer un lieu de rencontre, bien qu'il n'abrite pas de bancs. D'après M. Koegler, ce kiosque est surtout présent « *dans le but de rendre le parc un peu plus convivial* ». A l'origine, ce genre de pavillon était un lieu destiné à la musique. Aujourd'hui, la ville de Poligny le met occasionnellement à disposition pour des orchestres, lors de la Fête de la Musique ou du Marché de Noël. Des sanitaires publics et un transformateur d'électricité qui était auparavant implanté dans la cour de la mairie ont été emménagés il y a une dizaine d'années. A l'arrière de la promenade se trouve un fourré où, d'après M. Koegler et nos propres observations, des déchets divers et des cannettes de bières jonchent le sol. Une poubelle (toujours pleine donc peu relevée) a été placée à cet endroit afin de limiter les déchets.



Fig. 1-2 Déchets et poubelles dans le fourré de la Promenade Croichet.

Nous avons observé que la municipalité a récemment investi dans une « halt-chiens » fournissant des cornets pour les défécations. De plus, un enclos pour chiens existe depuis quelques années au fond de la promenade.



Fig. 3 Espace pour chiens à la Promenade Croichet.



Fig. 4 Platebandes entretenues à la Promenade Croichet.

Enfin, deux bancs sur cinq manquaient de dossier lors de nos visites.

### 3.2. La Promenade des Vignerons

La Promenade des Vignerons est située au sud de la ville, sur la route de la gare. Ce square, au carrefour de deux routes dont la Grande rue est de forme ovale, délimité tout le tour par un mur en pierre d'environ 1m de haut. Deux entrées symétriques, fermées par des chaînes y permettent un accès depuis les deux routes, et une autre ouverture dans le mur relie le parc à l'arrêt de bus. Outre les parterres fleuris et les îlots de verdure, les chemins de gravier permettent aux adeptes des quilles de jouer à cet endroit. Un kiosque, où l'on trouve boissons et jeux de quille est construit en dure, à côté des sanitaires.



**Fig. 5** Kiosque à la Promenade des Vignerons.

Un coin est aménagé pour les enfants ; un toboggan et deux balançoires sur un sol d'écorces.



**Fig. 6** Jeux pour enfants à la Promenade des Vignerons

Au centre du parc se trouve une statue, en face de celle-ci une fontaine (eau non potable). De petits lampadaires (environ 30cm de hauteur) sont répartis dans les bords, ils sont tous défectueux.



**Fig. 7** Lampadaires défectueux à la Promenade des Vignerons.

A l'entrée, un panneau informatif indique les excursions de la région. Dix bancs, deux tables de pique-nique et trois poubelles forment le reste du mobilier urbain.

Bien que nous n'y ayons jamais croisé personne, ni vu le kiosque ouvert, chaque personne interviewée nous a assuré de son succès et forte fréquentation, surtout par les mamans avec petits enfants et les personnes plus âgées.

### 3.3. La Promenade Ansart

Sur la Grande rue, quasiment en face de la Promenade Croichet, se trouve, entre deux grands murs borgnes et tagués, un petit parc rectangulaire qui, si les grilles étaient ouvertes, servirait d'entrée à la bibliothèque dont les fenêtres donnent sur le parc mais dont l'entrée se situe de l'autre côté, rue du Collège. Toute la surface est recouverte d'herbe, d'arbres et de buissons taillés. Un petit sentier mal dessiné relie l'entrée de la Grande rue aux grilles faisant face à la bibliothèque. Bien que l'accès y soit fermé, un panneau à l'entrée du parc indique la bibliothèque. Trois bancs défectueux et deux poubelles forment le mobilier. Les murs font office de surfaces propices aux graffitis.



Fig. 8 Bancs défectueux et murs tagués à la Promenade Ansart.

Un projet appelé « pôle culturel » a été établi en 2002. Il s'agissait de rénover et d'aménager le site pour le public car il est au cœur de « surfaces culturelles » composées de la bibliothèque municipale, de la Maison Durand (un bâtiment abritant une troupe théâtrale) et de la Congrégation. Ce projet, réfléchi et proposé par les élus et la Commission Travaux et Urbanisme, n'a malheureusement pas abouti. Il a été momentanément mis de côté pour des questions financières, selon M. Koegler.

Dans ce parc, nous n'avons jamais vu personne, et aucune personne interviewée ne nous a dit le fréquenter.

### 3.4. Le square de la piscine

Au nord-ouest de la ville, à côté de l'entrée de la piscine se trouve un autre square. Peu visible et peu connu des habitants, il offre un espace tranquille, car en dehors des routes les plus fréquentées et aménagé en dessous de la route qui le borde. On y accède par quelques marches d'escaliers. D'une forme assez particulière, très allongée, il est entouré d'un mur soutenant la route d'un côté et d'une barrière laissant voir la piscine de l'autre. Une partie est aménagée avec des jeux pour les enfants ; il y a un toboggan, une balançoire et un « tappe-cul », le reste étant du gazon avec trois tables de pique-nique, un banc et une poubelle à l'entrée.



Fig. 9 Vue sur le square de la piscine.

### 3.5. La Place des Déportés

Au cœur de l'actuel centre-ville de Poligny, la Place des Déportés est séparée en deux par la route de Genève, formant ainsi deux places triangulaires. Au centre de chaque triangle se trouve d'un côté une statue et de l'autre une fontaine. Les deux places sont revêtues de pavés. La place est entourée de bars, restaurants et petites épiceries. Deux matins par semaine, elle sert de place de marché (produits alimentaires et du terroir surtout) et une foire d'alimentation et de vêtements est organisée une fois par mois. Mais, comme mentionné auparavant, sa principale fonction est celle de faire office de parking.

Un projet de mise en valeur de la place ouest a été mis sur pied (actuellement, les travaux sont en cours) afin de rénover la statue (l'arrivée d'eau et l'éclairage) ainsi que le pavage.



Fig. 10 Stationnement sur la Place des Déportés.

Intriguées par cet envahissement des voitures, nous avons cherché à connaître l'avis des polinois concernant cette place centrale.

### 3.6. La Place Louis Loullier

A l'origine, bas de la cours de l'Ecole Jacques Brel, cet espace a été transformé en place il y a quelques années afin d'honorer Louis Loullier, héros décédé lors de la seconde Guerre mondiale. Des escaliers plats ont été aménagés de façon à laisser volontairement les véhicules de sécurité circuler, il n'y a aucune verdure, mais de grosses lattes en bois servent de bancs.



Fig. 11 La Place Louis Loullier.

### 3.7. Le Champ de Foire

Le Champ de Foire est une très grande surface située juste devant l'école ENILBio. Au lieu d'avoir été aménagée en cours d'école, elle sert de place de parking aux enseignants et étudiants surtout, mais reste accessible à tout le monde.

### 3.8. Parkings

De nombreuses places de parcs entourent le centre-ville, telles la place Jean Weber ou le parking sous-terrain (places louées), situés juste derrière la Place des Déportés. Le parcage est autorisé le long des deux rues principales, la rue du Collège et la Grande Rue, mais seulement en zone bleue, et réparti de façon unilatérale et alternée. En 2004, la municipalité a créé quarante-neuf nouvelles places de stationnement à l'Avenue Charles de Gaulle et, récemment, la rue Pasteur a également été transformée en parking.



Fig. 12 Nouvelles places de parcs à la rue Pasteur.





**Fig. 13** Bancs et bacs à plantes aménagés le long des places de parc à la rue Pasteur.

#### 4. USAGES ET USAGERS

Nous avons réalisé qu'il est possible de créer des catégories des personnes rencontrées sur les espaces publics, ceci sans pour autant vouloir créer de préjugés sociaux ou économiques.

##### 4.1. Les usages des mamans

Nous n'avons malheureusement pas croisé énormément de mamans pour que notre échantillon soit très objectif. Cependant, avec les quelques informations récoltées lors de nos entretiens, nous avons pu éclairer les éléments suivants. La plupart des parents se rendent à la Promenade des Vignerons car c'est la place qui contient des jeux d'enfants la mieux aménagée. Les mamans que nous avons interrogées ne fréquentent cependant pas énormément les places publiques car elles sont propriétaires et possèdent un jardin. Elles ne vont pas souvent à la place de jeux de la piscine parce que le quartier est trop éloigné (d'après une jeune fille qui se rend régulièrement à la place de la piscine pour étudier, très peu de mamans et d'enfants fréquentent l'endroit). Le quartier des Perchées (couramment appelé « quartier HLM ») possède une relativement grande place de jeux d'aspect tranquille et un terrain de basket et de football pour adolescents. Il semblerait que ce soit surtout des jeunes du quartier qui fréquentent ces installations.



**Fig. 14-15** Jeux pour enfants et terrain de sport dans le quartier des Perchées.

Aucune personne rencontrée n'a mentionné de problèmes éventuels avec d'autres usagers et à propos des adolescents et étudiants, les mamans répondent qu'ils « *ont leur place aussi, tant*

*qu'ils respectent les autres usagers* ». Ainsi, il semblerait que les parents utilisent les espaces publics surtout pour et à cause de leurs enfants, leurs jugements sont donc relativement filtrés par une approche basée sur les aspects du ludique et de la sécurité.

Si nous analysons leurs usages sous l'angle des trois normes (institutionnelle, psychologique et sociale) citées plus haut, il semblerait que les mamans fassent une réelle distinction au niveau du statut institutionnel : entre leur propriété privée et les places de jeux publiques. Elles utilisent même la norme institutionnelle pour agir sur les normes psychologiques et sociales. Pour elles, le statut commun du lieu permet aux enfants d'interagir entre eux (de s'extérioriser) et d'apprendre par la même occasion comment se comporter en société (quelles sont les normes acceptable). Le statut public des squares marque donc une différence avec la sphère privée. Les relations d'« *extime* » sont implicitement recherchées pour le développement des enfants.

#### **4.2. Les habitudes des personnes âgées**

La Promenade des Vignerons est le seul espace de rencontre fréquenté par les personnes âgées. Ceci est assez surprenant au premier abord, puisque cette promenade se situe à l'extérieure de la ville, mais peut être expliqué par différents facteurs. D'un côté, le manque d'autres espaces appropriés limite fortement leur choix. D'un autre côté, la possibilité d'y jouer aux quilles attire cette catégorie de la population à cet endroit. Ces deux facteurs sont pertinents.

Effectivement, les autres espaces de rencontre à Poligny répondent très peu aux besoins des personnes âgées. Le square de la piscine n'est équipé que d'un seul banc, il n'offre d'autre part aucune possibilité de cheminer (la totalité de la surface est recouverte de gazon) et l'espace n'est que peu convivial (aucun arrangement fleuri, forme peu appropriée).

La Place des Déportés, nous l'avons vu, ne peut être qualifié d'espace de rencontre tant elle est saturée par les voitures. On n'y trouve aucun banc, l'espace n'est aucunement sécurisé pour les piétons et l'atmosphère y est bruyante.

La Promenade Ansart n'est pas non plus un espace très convivial. Entouré de ces hauts murs borgnes, une personne peu s'y sentir oppressée. Mais l'espace y est surtout trop délabré. En plus des tags pouvant inspirer un sentiment d'insécurité, les bancs sont détériorés et n'offrent donc aucune possibilité de s'y assoir. Ce n'est donc pas un espace qui incite les gens à s'y arrêter.

La Promenade Croichet est déjà un endroit plus adéquat. Au centre de la ville, l'espace plus aéré et les bancs régulièrement réparés incitent plus facilement à s'y arrêter. Un coin y a même été aménagé pour les chiens. Seul inconvénient : la promenade a été en partie appropriée par les jeunes. Ceux-ci faisant beaucoup de bruit et ayant un comportement peu respectueux (selon les personnes interviewées) restreignent l'espace aux autres usagers. Les jeunes se réunissant plutôt au fond du square, quelques mamans et personnes âgées s'arrêtent parfois sur le devant, mais ils sont alors à côté de la circulation.

La Promenade des Vignerons, bien que plus éloignée du centre, offre un espace plus convivial que les squares précédant. L'espace y est clairement délimité, plus vert et bien aménagé. La fréquentation du square par les mamans avec petits enfants rend le parc, par jour de beau temps, vivant. Les chemins de graviers permettent aux amateurs de boules et de quilles de jouer à cet endroit. Cette promenade remplit donc bien son rôle de lieu de rencontres. De plus, la location de jeux de quille attire particulièrement les personnes plus âgées, qui ont pris l'habitude de se rencontrer là.

Il faut mentionner aussi que beaucoup d'habitations sont équipées de jardins privés. La majorité des personnes âgées de Poligny n'est donc pas à la recherche d'espaces verts, mais

bien de compagnie. Les personnes âgées fréquentent donc régulièrement la Promenade des Vignerons, principalement pour y jouer aux quilles. Ce qui serait donc, pour Levy et Lussault, clairement un comportement d' « *extime* ».

### 4.3. Les comportements des jeunes

Nous avons interrogé plusieurs groupes de jeunes, en essayant de sélectionner des personnes d'horizons différents, nos interviewés viennent principalement de l'école hôtelière et sociale Hyacinthe Friant et de l'ENILBio. Les premiers jours, nous les avons rencontrés davantage dans les bars que dans les squares à cause du mauvais temps. Selon M. Bonnet, Adjoint du Maire de la ville, « *Poligny est une ville jeune* », en effet, on y dénombre environ 2000 élèves au total. Le Lycée Friant contient plus d'une trentaine de classes, ce qui d'après Benjamin, un étudiant en hôtellerie, fait que « *les gens de Poligny ont l'habitude avec les jeunes* ». A midi, la plupart des jeunes mangent au « *self* », mais lorsqu'il fait beau, surtout le mercredi après-midi en été, ils se retrouvent « *entre potes* » à la Promenade Croichet surtout, pour manger un sandwich, discuter ou fumer pendant les pauses. Nous avons remarqué que lorsqu'ils sont en bande, la journée, ils ont tendance à se regrouper dans le fond du square. D'après un jeune du Lycée Friant, le soir ou à l'heure de « *l'apéro* » ils « *squattent* » plus volontiers le fourré du square. Mais ils ne disent pas avoir personnellement eu de problèmes avec la police municipale qui n'a fait que « *donner des avertissements* » jusque là.

Nous allons nous focaliser sur l'usage que font les jeunes de la Promenade Croichet uniquement, car c'est leur endroit de rencontres privilégié. Cette promenade, de par son statut public, délimite l'existence de règles implicites. A l'image de l'élite anglophone qui se réserve personnellement l'usage de parc Mont-Royal, certains jeunes « *repoussent, voire transgressent les limites reconnues* » [DEBARBIEU ET PARRATON, 2003] par la société et par conséquent, s'approprient le lieu (l'espace et le temps étant tout de même limités : appropriation du fond du square à certains moments de la journée surtout). Ainsi, pour les jeunes qui, d'une manière générale, recherchent bien souvent à atteindre, voire à dépasser les limites, les règles de l'espace public constituent un bon terrain de jeu. Nous avons remarqué que les jeunes polinois préfèrent se retrouver et rester en groupe sans trop se mélanger aux autres. Le degré d'extériorisation est donc moyen pour cette catégorie d'utilisateurs, les relations se limitent à un cercle intime bien précis. Dans le parc, ils développent des normes sociales propres à eux : ils investissent le muret du fond pour discuter, fument et consomment nourriture et boisson. Parfois, il arrive qu'ils dégradent du matériel, taguent ou même, d'après l'employé des services publics, « *volent des sacs à chiens, pour s'amuser* ».



Fig 16-17 Quelques exemples de graffitis à la Promenade Croichet.

D'après lui, un groupe de jeune se retrouve régulièrement le soir, et un autre se regroupe étonnamment dans les WC publics. Il « *n'arrive pas à comprendre pourquoi ça les attire* ». Nous reviendrons de façon plus détaillée sur les problèmes de vandalisme un peu plus bas. Nous avons noté que certains jeunes utilisent les bancs du square de la piscine pour y étudier seuls ou en groupe.

## 5. PROBLEMES D'USAGE

### 5.1. Le vandalisme

Nous avons observé un discours relativement différent entre les divers acteurs interrogés. Les principales personnes concernées, c'est-à-dire les présumés auteurs, les jeunes, s'étalent peu à ce sujet. Ils disent ne pas avoir personnellement eu de problèmes avec la police municipale qui n'a fait que « *donner des avertissements* » jusque là. Deux jeunes de l'ENILBio, en parlant des groupes de jeunes habitués à se rencontrer à la Promenade Croichet, ont déclaré qu'« *il n'y a pas trop de problèmes avec les jeunes, à part quelques fêtes où ils boivent de la bière... mais rien de grave* ».

Plusieurs autres personnes interrogées voient la situation d'un autre œil. M. Koegler nous explique, à propos de certains jeunes, que « *ça les amuse de déplacer les bancs au milieu de la route, ça les amuse de lancer des canettes de bière sur les passants, ça les amuse de taguer les WC, ça les amuse d'enlever le dossier des bancs, ...* ». Du même avis, M. Menetrier de la police municipale nous confie devoir parfois intervenir tard le soir à la Promenade Croichet ou à la Promenade des Vignerons parfois, pour tapage nocturne. Enfin, quelques personnes interviewées, des personnes âgées surtout, trouvent qu'il faudrait prendre davantage de mesures pour limiter ces actes qui les dérangent.

### 5.2. Gestion du trafic et des places de parc

Située au centre de la ville et entourée de commerces, bars et restaurants, la place des Déportés pourrait être un espace de rencontre idéal. Mais comme nous l'avons vu, son utilisation en tant que parking et la circulation que cela génère rend la place que peu accueillante pour les piétons. Nous avons cherché à connaître l'avis des Polignois là-dessus.

M. Koegler, aménagiste, déplore cet encombrement par le trafic. Mais, et à son grand regret, « *l'évolution de la voiture est telle qu'il faut trouver des emplacements pour stationner* ». Il aimerait bien trouver des solutions permettant de désengorger le centre, mais il ne pense pas que la population le suivrait. En effet, à Poligny, comme à de nombreux autres endroits, une famille possède en moyenne deux voitures, ce qui surcharge passablement le centre-ville et cause de nombreux problèmes de gestion des places de parc. Un début de projet de faire de la place des Déportés « un lieu de vie plus qu'une place de stationnement » a été proposé par la municipalité aux différents cafetiers environnants. L'idée principale était de transformer le parking en terrasses. Mais les cafetiers ainsi que les commerçants ont unanimement rejeté cette proposition. Ils craignent que sans parking immédiat, « *leur magnifique terrasse reste vide* ». Pour l'aménagiste, c'est un changement dans la mentalité de la population qu'il faudrait, plutôt qu'un changement d'affectation de la place. Les commerçants s'insurgent contre la possibilité de la disparition de ces places de parcs, qui sont, d'après eux, la condition de la bonne marche de leurs affaires. Quant à la population, quelques personnes interviewées pensent qu'un changement d'affectation serait le bien venu, mais la plupart d'entre elles se contente de la situation présente et pense que ces places de parcs sont bien pratiques. Plusieurs personnes se plaignent néanmoins de l'occupation constante de ces

places par les commerçants eux-mêmes ainsi que de l'usage abusif de la voiture par leurs concitoyens.

En résumé, la place des Déportés n'est donc pas prête de changer d'affectation.

## 6. REPONSES DES RESPONSABLES FACE AUX PROBLEMES ET INSATISFACTIONS

La municipalité actuelle est satisfaite des espaces de rencontre existants. Elle ne ressent pas le besoin de davantage d'espace de loisirs, les espaces verts étant « à leur pied », comme nous le rappelait très justement M. Bonnet. Effectivement, Poligny est avant tout située en pleine nature : les rochers de la Croix du Dan ou de la Corniche surplombent la ville et les paysages viticoles et champêtres s'ajoutent au décor. La ville restant de superficie relativement petite, chaque habitant peu rejoindre ces cites en moins de dix minutes à pieds. De plus, la ville compte énormément de jardins privés, comme en atteste sa vue aérienne très verte. La municipalité ne compte donc pas aménager de nouveaux espaces de loisir qu'il faudrait entretenir et qui, comme nous le disait un ancien employé des services techniques, coûteraient cher. Concernant les squares existants, il serait impossible de les agrandir vu leur emplacement.

Pour répondre au vandalisme, la première mesure prise par la mairie est de réparer et nettoyer le plus rapidement possible les dégâts causés. Ainsi, les employés des services techniques de la ville mettent beaucoup d'énergie à ramasser les déjections canines, cannettes de bière vides et autres détritiques. Ils sont fréquemment appelés à réparer ou remettre en place le mobilier urbain qui réserve, paraît-il, assez fréquemment des surprises. Les services techniques s'emploient également à tenir les nombreux WC publics (stratégie de la ville pour attirer les voyageurs et consommateurs potentiel) en bon état. La Police municipale de son côté tente d'établir un contact avec les jeunes en étant régulièrement sur place. Au besoin, elle donne des avertissements et intervient.

Concernant la gestion de la circulation, la municipalité a récemment aménagé des places de parc aux abords du centre-ville et réfléchit à la construction de nouvelles places de parc décentrées. Elle est cependant confrontée au mécontentement des commerçants. Si elle a fait différents travaux pour ralentir le trafic et sécuriser la circulation, elle souhaite garder ce flux à travers la ville pour satisfaire les commerçants et dynamiser la ville.

## 7. CONCLUSION

### 7.1. Résultats de recherche

Les usagers semblent de manière générale satisfaits des squares et promenades de Poligny. Aucune plainte réelle ni demande d'amélioration n'ont été exprimées. Relevons cependant que certains usagers seraient favorables à davantage d'espaces verts destinés à la détente. Cependant, il n'existe pas de réelle demande ; les Polignois se satisfont de ce qui est offert, ils ne se mobilisent pas. Comme le remarque un employé des services techniques : « *la population se plaint parfois, mais ne fait jamais rien* ». D'après M. Koegler, il semblerait que cette attitude un peu passive soit enracinée « *dans les mentalités* ». Concernant les places de parc, la population et les commerçants sont favorables et demandent un maintien, voire une augmentation des possibilités de parquer au centre. Selon la Police municipale, l'employé des services techniques, M. Koegler et les personnes âgées, il existe des problèmes de déprédation du mobilier et des voitures, ainsi que du vandalisme. Certaines personnes atteintes par ces

usages et ayant subi des dégâts souhaiteraient tout de même que la municipalité prenne davantage de mesures pour limiter le vandalisme et sanctionne les auteurs.

Du côté de la municipalité, la situation semble leur convenir. Quelques projets d'aménagement des parcs ont été mis en place mais la plupart sont momentanément suspendus, voire même avortés. Par contre, la ville ne semble pas s'insurger contre l'usage quotidien de la voiture, même au centre-ville. Cependant, des limitations ont été introduites ; zones bleues, alternance des places le long de certaines rues, projet de parcs payants et amendements. Finalement, la Police municipale s'occupe et intervient lorsqu'il y a des problèmes liés au vandalisme.

## 7.2. Limites de notre travail

L'échantillon de la population interrogée est faible, bien que nous ayons essayé d'interviewer des personnes différentes. Nous ne sommes donc pas au courant de tous les avis et de toutes les demandes. Nous avons tenté de rester le plus objectives possible sans prendre partie, bien que nos avis aient parfois pu influencer les manières de diriger nos entretiens et donc les réponses obtenues. Il est par ailleurs important de garder en tête le fait que ce travail reste un exercice. Notre échantillon des personnes interviewées reste incomplet car le temps à disposition a été raccourci par la météo pluvieuse.

Finalement, nous avons séparé les personnes interrogées en trois catégories afin de faciliter notre étude. Nous sommes conscientes que le choix de ces catégories est arbitraire et peut grandement simplifier, voire parfois transformer la réalité.

## 8. BIBLIOGRAPHIE

**Amphoux P., Jaccoud C.** 1992 : *Parcs et promenades pour habiter : Etude exploratoire sur les pratiques et représentations urbaines de la nature à Lausanne*, Rapport de recherche n° 109, Lausanne : EPFL

**Debarbieux B., Perraton C.** 1998 : « Le parc, la norme et l'usage – le parc du mont Royal et l'expression de la pluralité des cultures à Montréal », In *Géographie et Culture*, n° 26, Paris. L'Harmattan , p109-127.

**Le Corbusier, E.J.** 1946 : *Manière de penser l'urbanisme*, Médiation, Paris : éd. Gauthier

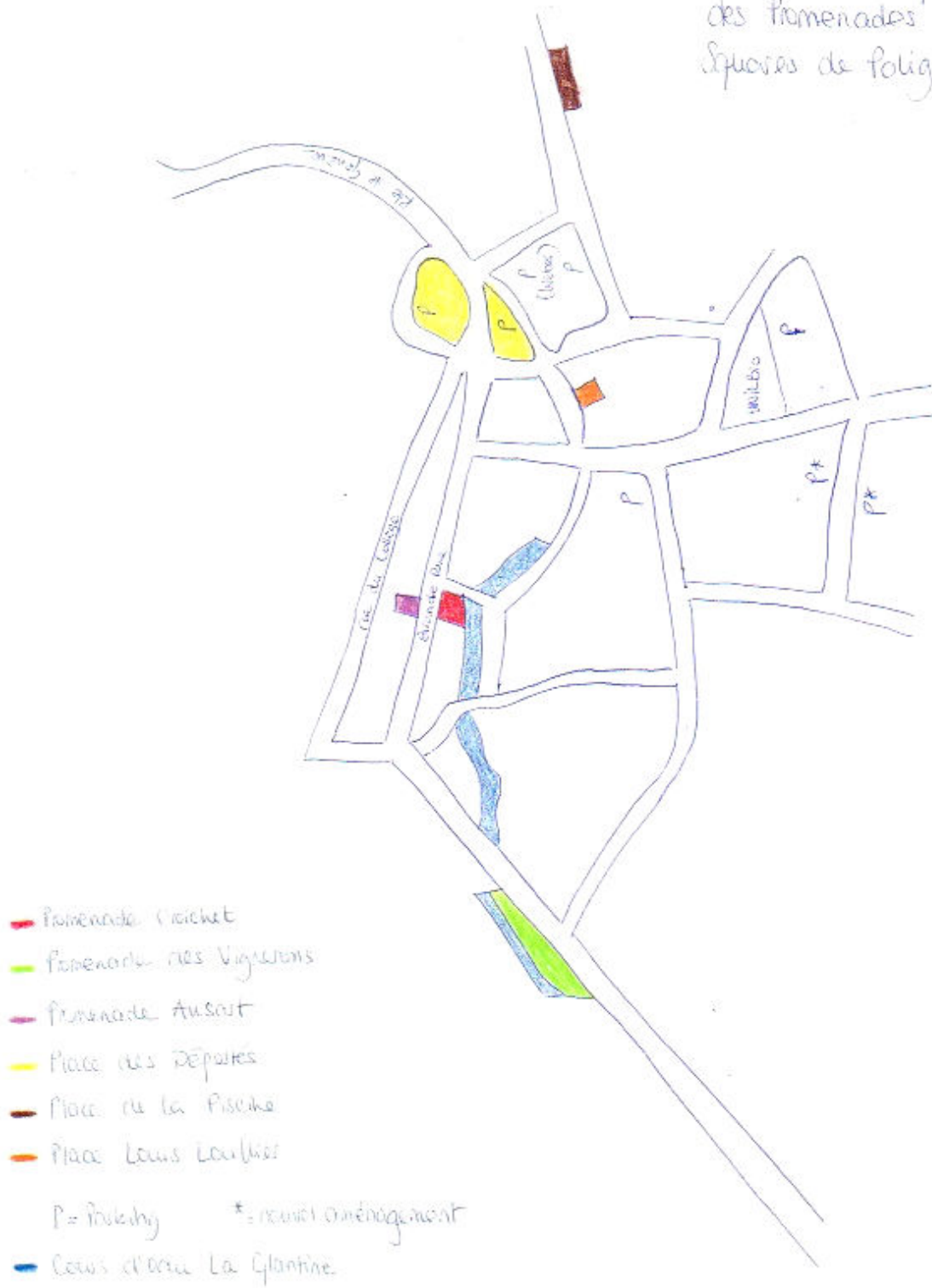
**Fize M., Touché M.** 1993 : « Adolescents et espaces publique : l'exemple du skate-board », I n : *Miroir*, n° 6-8, Elancourt : Ed. Ecomusée, de St Quentin en Yvelines

**Levy J., Lussault M.** 2003 : *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Berlin.

## 9. ANNEXES

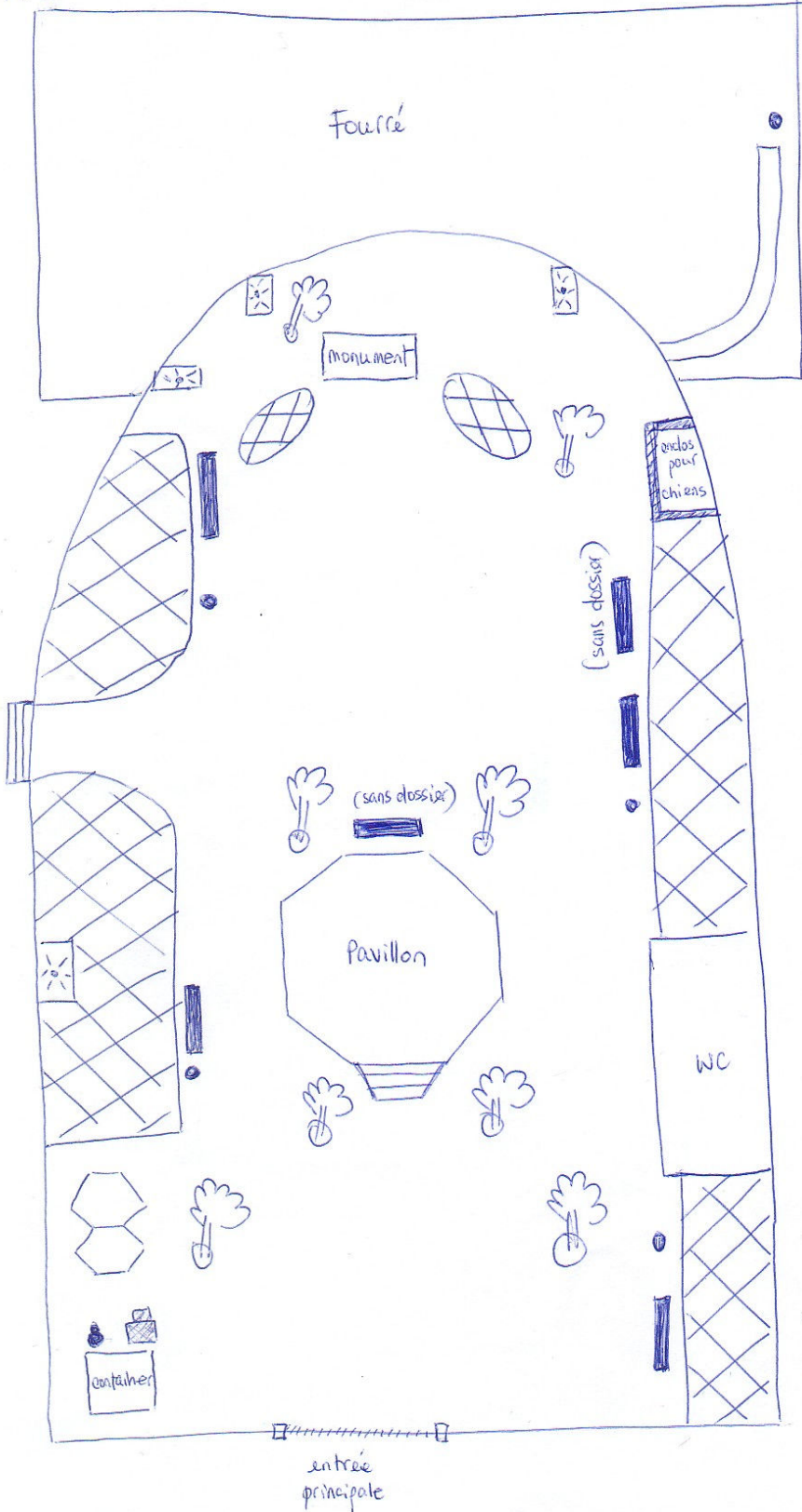
## ANNEXE 4

Plan schématique  
des Promenades et  
Espaces de Folligny.












ANNEXE 2

La promenade  
Croichet  
plan



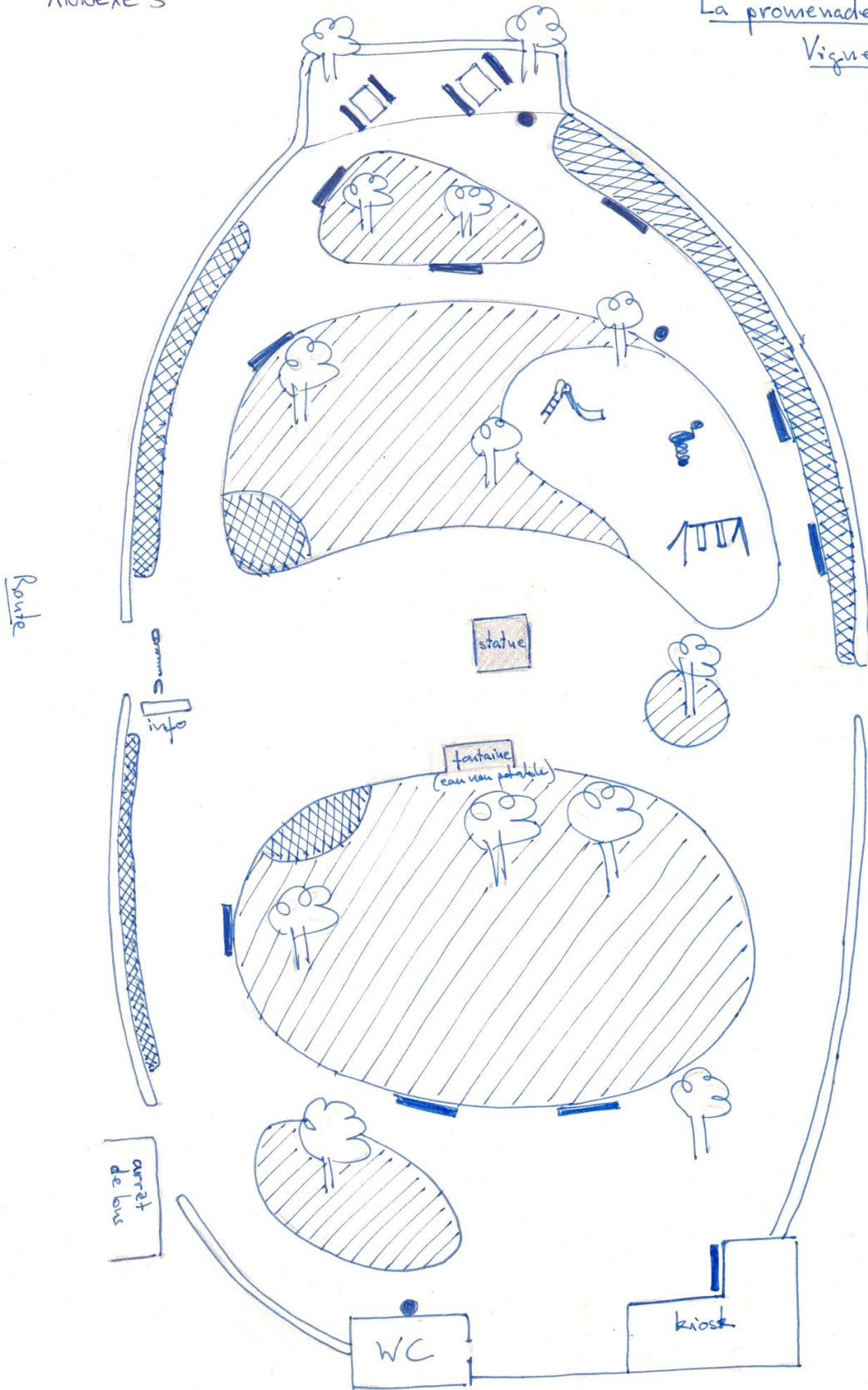
Légende:

-  banc
-  poubelle
-  aménagement fleuri
-  gazon
-  graviers
-  lampadaire
-  cabine téléphonique
-  halte-chiens
-  poste incendie



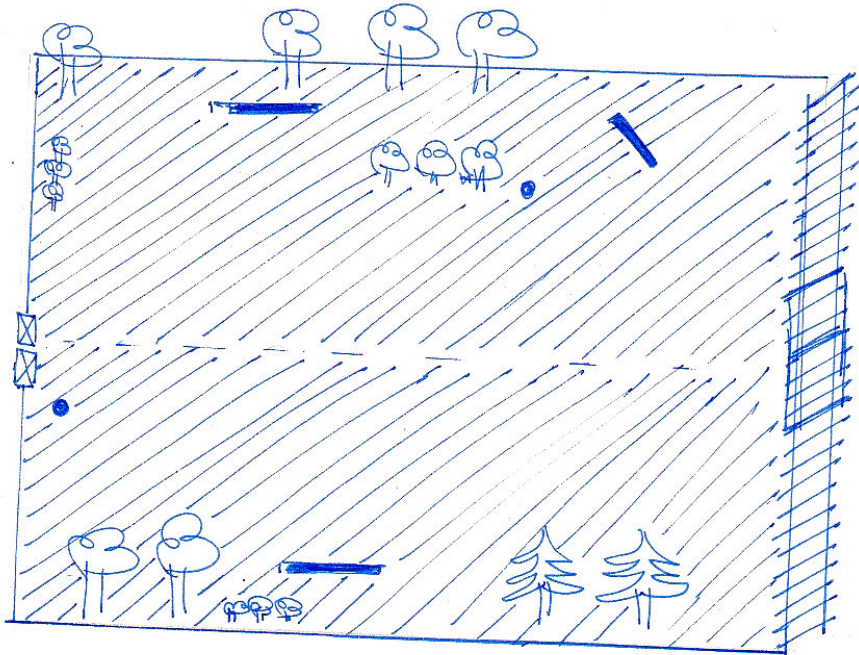
ANNEXE 3

La promenade des  
Vignerons.  
Plan

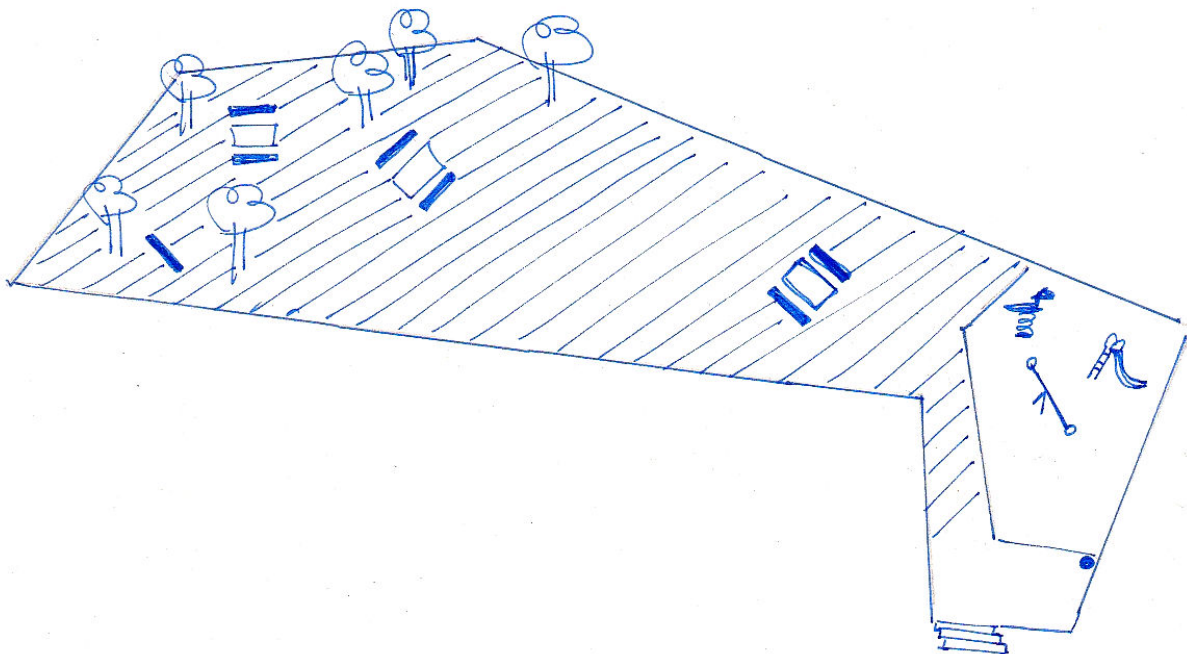


ANNEXE 4

La promenade Ansart  
Plan



Le square de la piscine  
Plan



## 9.1. Grilles d'entretien

### Interview de M. Keogler, aménagiste de la ville de Poligny, 10.04.2006

#### Son rôle, ses activités

1. Pouvez-vous nous décrire votre travail ?
2. Quelles sont vos différentes tâches liées à la gestion des espaces publics de la ville ?

#### Squares et promenades

3. Pouvez-vous nous indiquer sur le plan de la ville, les différents endroits publics, particulièrement les squares et promenades ?
4. De quand datent les parcs et quelles sont leurs évolutions historiques ?
5. Pensez-vous que, d'une manière générale, les squares répondent aux besoins de toutes les catégories de personnes ?

#### Projets et politiques de la ville

6. Existe-t-il des projets concernant l'aménagement des espaces publics qui ont été mis en place ou qui seront prochainement étudiés ?
7. Existe-il une intention d'unifier la ville ou de créer un sentiment d'identité à travers les espaces publics ?
8. Quelle est la politique de la ville en matière de gestion et d'aménagement des espaces publics ? Pourquoi la ville préfère-t-elle investir dans l'aménagement et le maintien des parkings plutôt que dans ceux des squares ?
9. Pouvez-vous nous éclairer à propos du projet appelé « Pôle Culturel » et de la Place Louis Loullier ?
10. Comment les services publics de Poligny gèrent-ils les problèmes liés à la salubrité dans les squares et promenades ?

#### Vandalisme

11. Quels sont les endroits qui sont susceptibles de poser des problèmes tels que le vandalisme ou la dégradation du mobilier urbain ?
12. Est-ce que ces problèmes sont causés par un groupe de personnes en particulier ?
13. Quelles sont les mesures alors prises par la ville ?
14. Existe-t-il d'autres problèmes ?

#### Citoyenneté

15. A votre avis, pourquoi une grande partie de la population et des commerçants s'oppose à davantage de verdure au centre ville ?

16. Existe-t-il des associations de quartier afin de défendre les intérêts d'une certaine catégorie de personnes ?
17. La population fait-elle pression sur la ville en demandant l'aménagement d'équipements spécifiques ?
18. Connaissez-vous une personne qui s'oppose aux politiques d'aménagement de la ville ?

## **Interview de la police municipale, 10.04.2006**

Leurs rôles, leurs activités :

- Pouvez-vous nous relater vos différentes activités / interventions durant la journée ?
- De quels squares / promenade vous occupez-vous ?
- Est-ce par nécessité ou par prévention ?
- Quels sont les problèmes rencontrés ?
- Qui en sont les auteurs ?

Vandalisme :

- Avez-vous l'impression qu'un groupe en particulier empiète un de ces espaces ?
- Pensez-vous que les squares de la ville répondent aux besoins des différents habitants ?
- Que pensez-vous des équipements / mobiliers des promenades ? (adéquats ?, suffisants ?)
- Quelles stratégies adoptez-vous pour limiter la dépravation, le vandalisme ?
- Quels sont les problèmes de salubrité ?
- Et de sécurité ? (éclairage, emplacement des jeux pour enfants, etc.)
- Vos actions sont-elles coordonnées avec les décisions de la municipalité ?

Gestion du trafic :

- Que pensez-vous des relations voitures-piétons ? (pratique, sécurité)
- Comment gérez-vous les parkings ? (y a-t-il de l'abus ?, mettez-vous beaucoup de contraventions ?)
- Que pensez-vous de l'aménagement de la place des Déportés ? (quel serait l'aménagement idéal ?)
- Vos activités sont-elles coordonnées avec celles de la mairie ?

## **Interview d'un employé des services techniques, 11.04.2006**

Son rôle / ses activités :

- Pouvez-vous nous décrire votre travail ? (les différentes tâches)
- Quel genre de problème rencontrez-vous dans vos activités quotidiennes ?

Vandalisme :

- Quels espaces nécessitent le plus d'entretiens ?
- Quel type de dépravation rencontrez-vous ? (insalubrité, dégâts matériels, etc.)
- D'après vous, par quel type d'utilisateurs sont-ils causés ?
- Comment réagissent les autres utilisateurs ?
- Comment pensez-vous que l'on peut remédier à cette dépravation / insalubrité ?
- Quelles sont les mesures prises par la municipalité ?
- De quelle manière les appliquez-vous ?

Parkings :

- Que pensez-vous de l'aménagement des parkings ?
- Quels sont les problèmes rencontrés ?
- Êtes-vous satisfait de la gestion des parkings ? (nombres, emplacement ?)

## **Interview des utilisateurs des squares et places de Poligny, 09.04 et 11.04.2006**

1. Habitez-vous Poligny ?
2. Avez-vous l'occasion de fréquenter les squares et promenades de la ville ? Lesquels et quand de préférence ?
3. Quelles y sont vos activités ? Qu'attendez-vous y trouver ?
4. L'aménagement des squares et d'une manière plus générale, des espaces publics de Poligny, vous conviennent-ils ?
5. Avez-vous rencontré des problèmes sur ces lieux (vandalisme par exemple) ? Vous y sentez-vous à l'aise ?
6. Que pensez-vous des places de parc en ville ? Préférez-vous davantage d'espaces verts, de zones piétonnes et de zones de terrasses ou une augmentation du nombre de parkings ?

**Interview du président de l'association des commerçants (S. Jacques) et du cafetier du *Centre*, 10.04 et 11.04.2006**

1. La majorité de votre clientèle est-elle polonoise ?
2. Dans quelles proportions vos clients utilisent-ils la voiture ?
3. Quelle est votre politique quant à l'implantation de nouveaux parkings ?
4. Que pensez-vous de l'éventualité de transformer le parking de la Place des Déportés en terrasse ?

# LA REHABILITATION DES ESPACES SACRES

Muriel Gaillard et Maude Reitz

## 1. INTRODUCTION : DESCRIPTION DES ESPACES SACRES DE POLIGNY ET DE LEURS DIFFERENTES AFFECTATIONS

Dans la commune de Poligny, la trace du christianisme a marqué le paysage. En effet, pour une petite ville de 5'000 habitants, il est frappant de constater que l'on ne trouve pas moins de sept édifices sacrés. Pour la plupart d'entre eux, il s'agit d'un héritage du Moyen-âge. Les référents religieux y sont physiquement très présents et confèrent ainsi à la ville de Poligny une certaine importance en terme de patrimoine historique.

On peut distinguer ces monuments en deux groupes selon leur fonction actuelle. Premièrement, il y a ceux qui ont conservé leur fonction religieuse originelle, mais ont subi pour certains des restaurations ;

Le Couvent Sainte-Claire a été construit au XVème siècle et abrite aujourd'hui encore une communauté de Sœurs Clarisses.

L'Eglise de Mouthier-le-Vieillard a été construite au IXème siècle et est toujours utilisée comme lieu de culte. En ce qui concerne cette église, des travaux de rénovations ont été entrepris : toiture, portail, crépi, statues, vitraux. Cela a été possible grâce à la générosité des habitants de la commune de Poligny, à des bénévoles, à des associations et avec le concours des Pouvoirs Publics. A l'heure actuelle, l'église est toujours en travaux.

La Collégiale Saint-Hippolyte, qui a été bâtie à partir de 1415, est toujours utilisée comme lieu de culte.

On trouve, par ailleurs, un nombre relativement important de monuments qui ont été réhabilités et ont subi un changement d'affectation assez radical ;

Le couvent et l'église des Jacobins, qui avant la Révolution Française formaient un ensemble, sont aujourd'hui deux entités bien distinctes.

Le couvent a été fondé en 1271. Autrefois il était occupé par une congrégation de Frères Prêcheurs. Ensuite, après la Révolution, il devint une sous-préfecture. Aujourd'hui, il ne reste plus grand-chose de l'ancien couvent. C'est maintenant un lycée d'Etat : le Lycée Hyacinthe Friant, réputé pour l'enseignement hôtelier principalement.

L'église, quant à elle, date du XIIIème siècle. Considérée comme un bien national, elle est rachetée par la ville en 1819. En 1907, la mairie autorise les viticulteurs à l'occuper.

D'après un dossier du « Poligny-info » (bulletin municipal) de décembre 2005, Le GRADIENT (Groupe de Recherche et d'Animation pour le développement, l'Innovation et l'Enseignement Technologique) s'est vu confier une mission d'étude : trouver une nouvelle destination à donner à l'ancienne église des Jacobins. Le but de cette mission est de concevoir un projet culturel et de redéfinir l'édifice pour mettre en place une politique culturelle et patrimoniale de la commune de Poligny.

Deux projets ont été proposés :

- « Les Jacobins, portraits comtois » : il consisterait à faire de cette église un lieu pour fonder le projet culturel du Pays du Revermont : « Pays d'art et d'histoire », autour du patrimoine architectural, gastronomique, artistique, naturel.
- « Les Jacobins, porte de ville » : laisser l'église vide, libérée de tout usage forcé.

La Chapelle de la Congrégation date du XVIIIème siècle. Elle est aujourd'hui désaffectée et sert de salle d'exposition depuis 1972.

Le Couvent des Ursulines a été fondé au XVIIème siècle. Il a été morcelé et appartient aujourd'hui à plusieurs propriétaires qui en ont fait des logements.

Nous avons choisis de nous pencher plus particulièrement sur le Couvent des Ursulines et l'église des Jacobins.

## 2. PROBLEMATIQUE

Il convient dans un premier temps de définir les quelques concepts qui seront utiles à notre recherche :

La restauration est un « *type d'intervention architecturale et/ou urbanistique sur un espace construit (bâtiment ou ville) (...) Cette notion désigne un certain rapport au passé (admiratif ou fasciné), qui vise à la conservation d'un ou d'une série de bâtiments (...) et implique une action de reconstruction à l'identique* » (LEVY et LUSSAULT 2003 : 788). Elle est ainsi liée à la notion de patrimoine.

La réhabilitation est « *une opération de rétablissement d'un édifice ou d'un ensemble d'immeuble dans ses capacités à abriter des activités et/ou des habitants. Les principales caractéristiques héritées de l'objet traité sont alors préservées et insérées dans un nouveau fonctionnement (...)* ». (LEVY et LUSSAULT 2003 : 789)

Le patrimoine est « *ce qui est censé mériter d'être transmis du passé pour trouver une valeur dans le présent* », soit : « *un ensemble d'attributs, de représentations et de pratiques fixé sur un objet non contemporain (chose, œuvre, idée, témoignage, bâtiment, site, paysage, pratique) dont est décrété collectivement l'importance présente intrinsèque (ce en quoi cet objet est représentatif d'une histoire légitime des objets de société) et extrinsèque (ce en quoi cet objet recèle des valeurs supports d'une mémoire collective), qui exige qu'on le conserve et le transmette.* » (LEVY et LUSSAULT 2003 : 692).

Il est important de distinguer également les notions de sacré et de profane:

Tout d'abord, est sacré ce « *qui est considéré comme relevant du domaine divin et non de la décision humaine ; idée de réservé, protégé donc séparé, à part. Il a notamment pour effet de spécifier et d'isoler certains lieux naturels ou construits.* » (BRUNET 1997 : 443)

De plus, « *les choses sacrées sont celles que les interdits protègent et isolent ; les choses profanes, celles auxquelles ces interdits s'appliquent et qui doivent rester à distances des premières.* » (FRUND 1999 :7)

Dans le contexte d'une sécularisation et d'un affaiblissement des religions et des croyances religieuses des sociétés occidentales, les édifices sacrés ont tendance à remplir une fonction qui diverge de leur fonction première (religieuse) et à être réutilisés à des fins touristiques, marchandes, artistiques, en un mot profanes. Notre sujet s'inscrit donc dans le contexte général de laïcisation qui peut s'exprimer matériellement par la réaffectation. Nous chercherons à voir les effets de cette tendance dans la commune de Poligny.



Notre question de départ est la suivante : « De quelle manière s'effectue le processus de réhabilitation des espaces sacrés ? » Nous tenterons de le documenter au travers de deux cas : le Couvent des Ursulines et l'église des Jacobins.

Etant donné qu'il s'agit dans les deux cas d'une utilisation profane d'un espace sacré, nous supposons que cela pourrait heurter certains habitants de la ville.

Quant à l'avenir du caveau des Jacobins, la réaffectation de l'édifice impliquera probablement le renvoi des vigneron. Si tel est le cas, nous imaginons que ces derniers sont en conflit avec la mairie et l'association des Jacobins.

### 3. METHODOLOGIE

Nous avons utilisé la méthode des entretiens semi-directifs. Tous nos entretiens ont été enregistrés et nous avons également pris des notes.

La première personne que nous avons rencontrée est M. Chatrenet, le président de l'association « Les Jacobins ». Cette association s'est constituée en 2003 afin de soutenir la réhabilitation de l'église des Jacobins de Poligny. Notre entretien s'est déroulé dans le caveau des Jacobins et a duré environ une heure et trente minutes. Cette personne s'est spontanément proposée de nous mettre en contact avec deux anciens membres d'URSULAREA et l'ancien directeur de la Coopérative vinicole, que nous avons rencontrés.

Puis, nous avons interrogé Mme Chambru, la directrice générale des services de la ville et directrice de la communauté de communes du Comté de Grimont. Elle est, institutionnellement, la gestionnaire des affaires culturelles polinoises vu qu'il n'existe pas de service culturel dédié dans les services municipaux. Elle a mis à notre disposition un Cd-rom réalisé par le groupe GRADIENT comprenant la commande de maîtrise d'ouvrage de la ville de Poligny, un état des lieux avant-projet, les deux projets proposés ainsi que des annexes. Elle nous a également fourni la brochure rédigée par l'association « Les Jacobins ».

M. et Mme Jaillet, un couple membre de l'ancienne association Ursularea nous ont fait une visite commentée de la cour et des alentours du Couvent des Ursulines. Puis, ils nous ont accueillies chez eux pour un entretien d'une vingtaine de minutes. Ursularea a été fondée en 1994 et c'est, pour une grande part, à cette association que la ville de Poligny doit la réhabilitation du Couvent des Ursulines. M. Jaillet fait également partie de l'association des Jacobins.

Notre dernier entretien s'est déroulé avec M. Rousseau, l'ancien président de la Coopérative vinicole et a duré une demi-heure. Nous l'avons principalement interrogé sur la position des vigneron quant à la réhabilitation de l'église et leur réaction au fait qu'ils devront probablement quitter les lieux.

### 4. DOCUMENTATION DE DEUX CAS DE REHABILITATION

Nous nous intéressions au Couvent des Ursulines à cause de la présence d'artistes dans des ateliers ouverts au public. Dans le même ordre d'idée que pour l'église des Jacobins, nous imaginions que cette utilisation profane d'un espace sacré susciterait des réactions de la part des habitants de la ville. Ce questionnement a perdu son sens dans le cas du Couvent des Ursulines puisque nous nous sommes rendues compte, lors de nos entretiens, qu'il s'agissait d'une fausse information et que seul un artiste y avait travaillé pendant un certain temps. Nous avons donc décidé de moins approfondir ce cas et de nous concentrer principalement sur l'église des Jacobins.

## 4.1. Le couvent des Ursulines

### 4.1.1. Historique

C'est au 16<sup>ème</sup> siècle que naît l'ordre des Ursulines. En 1615, huit jeunes filles achètent un hôtel dans la ville de Poligny pour y créer un couvent. Celui-ci s'agrandit petit à petit et le nombre de sœurs y résidant s'accroît.

Après la révolution française, les biens des Ursulines deviennent des biens nationaux. En 1792, le couvent ferme, les sœurs doivent partir et l'église est détruite. Il ne reste aujourd'hui que le cloître du couvent qui a été morcelé en plusieurs appartements privés. En ce qui concerne la décoration intérieure, le retable ainsi que l'autel sont actuellement dans l'église de Champagnole et cela depuis 1793. La cloche des Ursulines, quant à elle, se trouve aujourd'hui dans le clocher de l'église de Picarreau.



Figure 1 : La cour des Ursulines avant la restauration (source : *Les Ursulines de Poligny Jura*)

### 4.1.2. Réhabilitation

Il s'agit d'un projet conclu hors municipalité par l'association Ursularea et qui a abouti en 1996 avec la restauration de la cour, des façades et des arcades du cloître.

Du fait qu'il avait été morcelé en plusieurs appartements appartenant à différents propriétaires privés, la restauration a été particulièrement difficile à mettre en place. En effet, il n'existait ni co-propriété ni syndicat. Il a donc fallu convaincre les propriétaires les uns après les autres d'investir des fonds dans les travaux.

*« La cour des Ursulines, c'est 27 appartements et 14 propriétaires. La commune de Poligny est propriétaire du sol et des deux passages et il y a 13 autres propriétaires. Il n'y a pas de règlement de co-propriété et pas de syndicat désigné donc toute décision de travaux est à négocier avec l'ensemble des propriétaires. Des propriétaires qui entre eux ne s'entendent pas toujours, qui n'ont pas les mêmes objectifs de restauration. » (Mme Chambru, secrétaire générale des services de la ville)*

C'est finalement l'ensemble de l'extérieur du bâtiment qui a été restauré. La municipalité a été maître d'ouvrage, a payé les entreprises, a demandé les subventions. C'est par la suite que les différents propriétaires ont dû donner leur quote-part. A l'intérieur, ce sont les propriétaires qui décident de ce qu'ils veulent faire.



Figure 2 : La cour des Ursulines après la restauration

## 4.2. L'église des Jacobins

### 4.2.1. Historique

L'église a été terminée en 1271. C'est la première en Franche-Comté à être de style gothique. Sa construction était devenue nécessaire à cause de l'augmentation de la population de la ville. Le lieu de culte d'alors était devenu trop petit. Après la mort du Comte, l'église est remise au Dominicains que l'on appelle aussi les Jacobins. Ces derniers occupent les lieux pendant 515 ans. Un couvent contigu est construit pour pouvoir les loger. Ce cloître est rasé en 1934 pour pouvoir y construire un lycée.

Au 18<sup>ème</sup> siècle, à la suite de la Révolution française, l'église est désaffectée du culte. Les religieux sont mis à la porte du couvent et de l'église. Dès 1791, tout le mobilier ainsi que la décoration intérieure de l'église est mis en vente. Dès lors, le bâtiment devient un espace vide changeant d'usages au gré des besoins des habitants de la ville. A la fin du 18<sup>ème</sup> siècle, elle sert de salpêtrière pour les besoins de la guerre. En 1813, elle devient écurie. La municipalité de la ville de Poligny achète les bâtiments par la suite. Puis, à partir de 1832, on y stocke le grain.

Depuis 1907, elle abrite la coopérative vinicole de Poligny. En effet, l'endroit est tout à fait adapté à ce type d'activité.

L'église est classée monument historique le 17 août 1945. En 1955, un mur est construit afin de couper l'église en deux. D'un côté, la coopérative vinicole poursuit ces activités, de l'autre, l'Ecole professionnelle attenante y installe un gymnase. Ce mur est détruit en 1985 et la cave reprend tout l'espace.

Ces différents usages ont gravement endommagé l'édifice. Non seulement pour des raisons esthétiques, mais avant tout sécuritaires, il devient urgent de restaurer ce bâtiment.

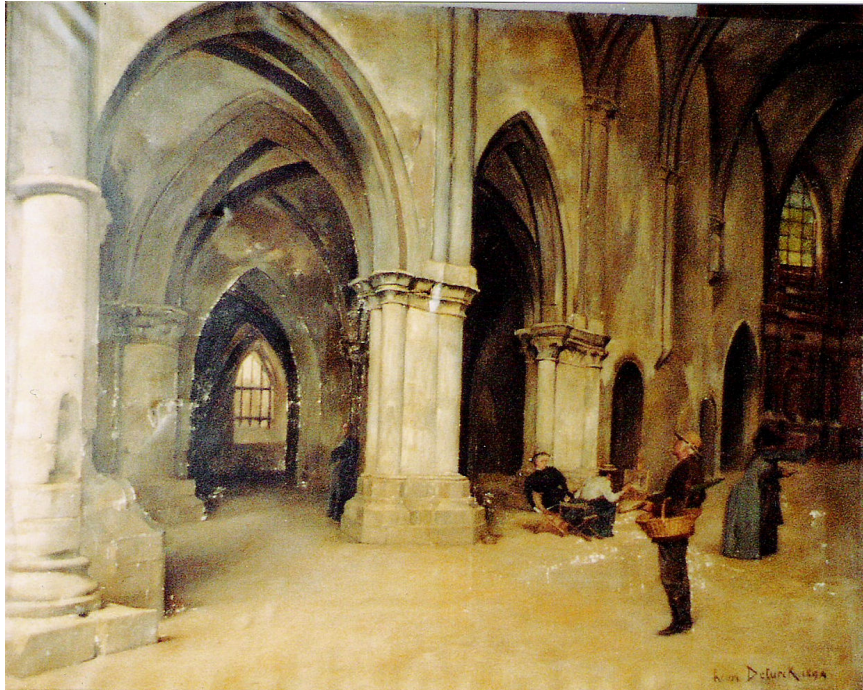


Figure 3 : L'église des Jacobins avant 1907

#### 4.2.2. *La coopérative vinicole*

En 1907, pour faire face à la crise due aux ravages des vignes par le phylloxéra, la mairie autorise les viticulteurs à occuper l'église. La coopérative réunit alors une septantaine de vigneron. Fondée six ans après la création de la première coopérative en France, son objectif est de mettre en commun les vendanges produites par les adhérents afin d'exécuter ensemble toutes les opérations de vinification et de commercialisation des produits. Jusqu'en 1991, c'est au sein même de l'église que sont effectués le pressage, la vinification, le vieillissement et la vente. Par la suite et jusqu'à aujourd'hui encore, l'espace de l'église n'est plus utilisé que pour l'affinage et la commercialisation.

Pendant près d'un siècle la mairie (propriétaire) et la coopérative (locataire) sont liées par un bail régulièrement renouvelé depuis 1911. Le dernier accord a été réalisé en 1994 et a échoué en décembre 2003. Depuis, le bail n'a fait l'objet d'aucune résiliation ni de renouvellement, mais aurait été reconduit tacitement pour une durée indéterminée.

Ces dernières années, suite à des différends entre les familles de viticulteurs, les 4/5 des exploitations ont été perdues. Trois grandes familles ont quitté la Coopérative pour rejoindre de plus grosses unités de production. Depuis janvier 2006 un rapprochement avec la coopérative la plus proche, celle d'Arbois, s'est opéré pour des raisons financières. Cette Coopérative compte 220 hectares pour 150 viticulteurs. Aujourd'hui, le président de la Coopérative d'Arbois gère les deux établissements.

#### 4.2.3. *Réaction des polinois face à l'affectation de l'église*

D'après les dires de nos interlocuteurs, les habitants de Poligny ne seraient pas choqués de voir l'usage profane qu'est fait de cet espace sacré. Ils sont habitués à voir cette église désaffectée du culte. D'après ce qu'il est sorti de nos entretiens, cela est entré dans les mœurs. De plus, on compte déjà trop d'édifices religieux par rapport à une population fréquentant de moins en moins les églises. Par contre, en ce qui concerne les touristes, les avis sont plus partagés.

*« Les gens font des réflexions. Alors c'est vrai qu'il y a des gens qui disent que c'est scandaleux qu'il y ait du vin qui soit vendu dans une église. D'autres trouvent que c'est original de voir du vin vendu dans une église. Faut dire quand même aussi que ce n'est plus un lieu de culte depuis 200 ans. » (M. Chatrenet, président de l'association des Jacobins)*

Par ailleurs, nos différents interlocuteurs nous assurent qu'il s'agit d'une activité noble. Selon eux, il n'y aurait donc pas de raison d'être choqué par cette affectation.

*« Cela a été voué à beaucoup d'activités profanes, alors là, c'était vraiment pas des utilisations nobles comme le vin, quand on pense qu'on a même songé à faire une prison à un moment donné. » (M. Rousseau, ancien directeur de la coopérative)*

Finalement, le vignoble et le Comté seraient, selon M. Rousseau, les deux fiertés des polinois, comme deux emblèmes de la ville. D'après lui, tant que l'église abrite une activité mettant en valeur la ville, les polinois n'y verront aucun inconvénient.

#### 4.2.4. *Que deviendront les vigneron ?*

Les vigneron ont l'autorisation de rester pour l'instant, mais il faudra trouver un compromis. La solution idéale serait qu'ils disposent d'une petite partie de l'église pour continuer à vendre le vin.

*« On va essayer de trouver un terrain d'entente avec la Municipalité, à savoir l'engagement pour nous de libérer l'église pour que la restauration puisse avoir lieu et en échange la possibilité de conserver dans leur église, une fois les travaux effectués, une partie de l'édifice qui pourrait nous servir d'une part de local de vente et dans un deuxième temps, un lieu qui rappellerait ces 100 ans d'utilisation comme cave vinicole et aussi peut-être une petit musée ayant trait à l'appellation Côte du Jura.(...) Même dans la population de Poligny je crois que les gens seraient assez déçus de voir l'église sans la présence de la cave coopérative à l'intérieur. » (M. Rousseau, ancien directeur de la coopérative)*

Quoiqu'il en soit, c'est la ville qui est propriétaire des lieux, et ce sera donc aux élus de prendre une décision quant à une éventuelle prolongation de la coopération avec les vigneron.

Toutefois, les vigneron ne semblent pas disposés à abandonner les lieux :

*« On peut pas faire un trait sur ce passé. On est quand même resté un siècle pratiquement dans ce bâtiment. Il me semble qu'on a une certaine légitimité à y rester. » (M. Rousseau, ancien directeur de la coopérative)*

Pour l'instant, l'issue de cette discussion semble tout de même positive.

*« On a pas de papier de la mairie, mais c'est presque sûr. On verra lors du mandat suivant. Ce qui est encourageant c'est qu'on est plus en situation de conflit. On entretient de très bonne relation aussi bien avec l'association des Jacobins qui souhaite la restauration et la même chose avec la mairie. On fait des efforts, nous, pour pouvoir libérer le bâtiment donc je crois qu'il y a certainement une possibilité d'accord à terme. » (M. Rousseau, ancien directeur de la coopérative)*

Les vigneron souhaitent la restauration. Ils n'aimeraient pas devoir quitter subitement les lieux pour des raisons de sécurité. Mais depuis deux ans, ils anticipent, ils suppriment petit à petit les tonneaux de vins en vieillissement. Plus de 70% du volume de vin sera certainement déplacé dans les prochaines années. Ils cherchent à ce que ce bâtiment ne serve plus que comme local de vente.



Figure 4 : Extérieur de l’Eglise des Jacobins aujourd’hui



Figure 5 : Intérieur de l’Eglise des Jacobins aujourd’hui (source : *L’église des Jacobins et le couvent des Jacobins de Poligny*)

#### 4.2.5. Réhabilitation

Plusieurs alternatives ont été proposées en ce qui concerne l’avenir de l’édifice. Il y a notamment deux projets qui ont été présentés par un groupe d’étudiants de l’Université de Compiègne en fin de formation d’ingénieur en Génie des Systèmes Urbains. Le but de ce dernier est de requalifier ce monument : il s’agit de lui trouver un rôle de manière à ce qu’il fasse partie de l’identité polinoise.

*« Leur mission chez nous, c’était comment envisager une réhabilitation du bâtiment avec un projet culturel. L’idée, c’est ne pas réhabiliter en bâtiment religieux, mais réhabiliter ce patrimoine religieux en lui donnant une vocation culturelle et non pas cultuelle. » (Mme Chambru, directrice générale des services de la ville)*

Les étudiants, au nombre de dix-sept, se sont partagés en deux groupes et chacun a proposé une solution que nous allons présenter maintenant.

Le premier projet porte le nom de « Les Jacobins, porte de ville ». L'objectif est de redonner la possibilité à cette église d'« exister pour elle-même, d'être vide d'usage ». En effet, le bâtiment possède des qualités esthétiques et historiques qu'il convient de mettre en valeur. Il faut donc la réhabiliter tout en respectant son passé. Actuellement, l'édifice est peu visible. En pleine ville, il est entouré de bâtiments. Les étudiants proposent d'ouvrir l'église sur l'extérieur et de dégager le site qui l'entoure. Certains éléments architecturaux tel que les ogives, les clés de voûte, le retable, seraient mis en valeur. Des manifestations temporaires et en relation avec le site pourraient y être organisées. Cela permettrait la constitution d'un pôle culturel sur le site préalablement dégagé.

Le deuxième projet, « Les Jacobins, portraits comtois », vise à considérer l'édifice comme disponible pour accueillir des activités culturelles, mais tout en restant cohérent avec son architecture. En fait, il s'agirait d'une sorte de centre culturel. Ce projet prend en considération quatre thèmes principaux concernant le Pays de Revermont (Arbois, Poligny, Salins-Les-Bains) : l'architecture de l'édifice en lui-même, la gastronomie comtoise, la nature, les paysages ainsi que l'artisanat. L'église des Jacobins servirait de lieu public de rencontre entre les artisans, les touristes, les partenaires. Les usages dépendraient des saisons : en été les touristes animent Poligny, en automne, c'est la cueillette du raisin et la fabrication du vin qui rythment la ville.

L'église porterait alors le nom d'« espace culturel Les Jacobins » et présenterait les différents aspects de l'identité comtoise. A l'intérieur de l'église, en entrant, le public trouverait un accueil où le patrimoine comtois ainsi que les différentes activités ayant lieu dans l'église lui seraient exposées. L'office du tourisme du Pays de Revermont accueillerait le touriste. Il y aurait également le « Rendez-vous comtois, agenda culturel local » annonçant aux visiteurs les différentes activités culturelles. On y trouverait par ailleurs une galerie où différents portraits de l'identité comtoise seraient exposés, un petit salon et un café. Il serait aussi possible de déguster sur place des produits du terroir et des événements ponctuels pourraient avoir lieu dans la nef. Pour atteindre l'édifice, le public devrait traverser un jardin remplaçant le parvis de l'ancienne église.

Ces projets, bien que séduisants, sont considérés comme utopiques par la plupart de nos interlocuteurs. Ainsi, le président de l'association des Jacobins commente :

*« C'était vraiment une étude, je veux pas dire pour être méchant que c'était une étude pour faire travailler un peu les élèves, mais il y avait de ça quoi. Ce sont juste des idées parmi d'autres et honnêtement elles ne sont pas vraiment réalisables. » (M. Chatrenet, président de l'association des Jacobins)*

Lui et son association ont fait la proposition d'y installer un musée de l'art sacré.

Finalement, de nombreuses propositions ont été faites, mais aucune n'a encore été choisie. Pour l'instant, aucune date butoir quant à la réalisation de la restauration de l'église n'a été fixée. Il n'y en aura d'ailleurs pas avant 2008, date à laquelle prendront fin les mandats des élus. Actuellement, ce n'est pas le moment propice pour lancer des opérations demandant beaucoup d'argent comme c'est le cas ici.

De plus, le projet de restauration est gelé car la mairie attend toujours le PAT : Projet Architectural et Technique qui aurait déjà dû leur parvenir en 2005. Il s'agit de la description et du chiffrage de l'ensemble des travaux à réaliser.

#### 4.2.6. La réhabilitation, source de conflits ?

Nous pensions, avant de nous rendre sur place, que ce nouveau changement d'affectation provoquerait des conflits entre la mairie, la coopérative vinicole et l'association des Jacobins. Apparemment, comme nous l'avons déjà relevé plus haut, ceux-là ne sont pas évidents. Pourtant, comme on peut s'y attendre avec ce genre de projet, autant M. Chatrenet que M. Jaillet sous-entendent un éventuel manque de volonté de la part des élus.

*« Il faut quand même dire que c'est peut-être une question d'argent, mais c'est une question de volonté politique. Il suffirait de rencontrer quelqu'un qui a la volonté de le faire. Il y a 10-15 ans, la municipalité qui était en place à ce moment là avait décidé que ça allait se faire. C'était prévu, le budget était fait. Malheureusement, la municipalité avait été renversée aux élections suivantes et la nouvelle municipalité n'est pas du tout de cet avis-là. Ils ont tout abandonné et tout est reparti à zéro. » (M. Jaillet, membre de l'association des Jacobins)*

Nous avons axé notre grille d'entretien sur cet aspect conflictuel que pouvait engendrer la réhabilitation des Jacobins. Dans les faits, même si nous avons pu constater quelques divergences d'idées sur ce point, les interlocuteurs eux-mêmes les admettent et sont prêts à faire des concessions.

## 5. CONCLUSION

A travers les exemples que sont le Couvent des Ursulines et l'ancienne église des Jacobins, nous avons pu, ou du moins en partie, documenter les réhabilitations de deux édifices appartenant au patrimoine religieux de Poligny.

L'élément atypique que confère la présence d'un caveau dans un monument sacré nous a conduit à nous interroger sur l'utilisation profane de certains espaces sacrés. C'est également la raison pour laquelle le présent travail est principalement axé sur la reconversion de l'ancienne église des Jacobins en caveau, et sur une possible reconversion future de ce lieu (projets GRADIENT).

Or, l'association bientôt centenaire de l'église et du caveau a rendu notre questionnement sur le sacré quelque peu obsolète. En effet, les polinois que nous avons interrogés nomment ce lieu le « Caveau des Jacobins », et non plus l'église des Jacobins. Par ailleurs, un élément dont nous n'avions pas conscience lors de la préparation de notre recherche est ressorti de façon assez significative pendant nos quatre entretiens ; après la Révolution française, avec la confiscation et la vente des biens du Clergé, toute une partie du patrimoine de l'Eglise a, peu à peu, perdu sa fonction religieuse. Ce qui, aujourd'hui, après deux siècles d'histoire, conduit nos interlocuteurs à considérer cet état des choses comme « allant de soi ».

Ces deux derniers éléments ont sans doute rendu le contenu de ce travail très historique.

Nous avons également formulé l'hypothèse d'un conflit autour de l'avenir du caveau/église des Jacobins entre la coopérative vinicole, la mairie et l'association « les Jacobins », ce que nous n'avons pas pu confirmer sur le terrain.

Nous aurions pu explorer d'autres pistes en rapport avec les espaces sacrés. En ce qui concerne le Couvent des Ursulines, il aurait été intéressant d'étudier le type de locataires/propriétaires, de se poser la question de la raison de leur choix pour un logement appartenant au patrimoine de la ville. D'une manière générale, une réorientation du travail vers la gestion du patrimoine aurait pu être pertinente.



## 6. BIBLIOGRAPHIE

**Association Ursularea.** 1999 : *Les Ursulines de Poligny Jura*. Poligny : Seigle-Ferrand.

**Bertrand, J.-R., Muller, C.** 1999 : *Religion et territoire*. Paris : L'Harmattan.

**Brunet, R.** 1997. *Les mots de la géographie*. Paris : La Documentation Française.

**Chatrenet, C (sous la dir. de).** 2005 : *L'église des Jacobins et le couvent des Jacobins de Poligny*. Poligny : Seigle-Ferrand.

**Claval, P.** 1992 : Le thème de la religion dans les études géographiques. In *Géographie et cultures n°2*.

**Frund, B.** 1999 : *L'espace sacré en question*. Lausanne : Institut de géographie de l'Université.

**Levy, J., Lussault, M.** 2003 : *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Belin.

**Pomian, K.** 1990 : Musée et patrimoine. In Jeudy, H.-P., (sous la dir.), *Patrimoine en folie*. Paris : Maison des sciences de l'homme, 177-198.

## 7. ANNEXES

### 7.1. Thèmes à aborder avec M. Chatrenet (président de l'association des Jacobins)

- Historique du bâtiment

- Avenir du bâtiment

- qu'est-ce qui va être fait (restauration, changement d'affectation)

- en quoi consiste les projets Gradient

- Comment définiriez-vous l'identité du bâtiment ? (selon votre définition de l' « identité »)

- Quelles sont les relations que vous entretenez avec la Mairie ? Avec les vigneron ?

- Y a-t-il des conflits ? Une polémique ?

- A votre avis, comment les polinois réagissent-ils face à cette utilisation profane (cave) ? Sont-ils choqués ?

- Et les pratiquants ?

- Pensez-vous qu'il s'agisse encore d'un lieu sacré ?

### 7.2. Thèmes à aborder avec Mme Chambru (secrétaire générale des services de la ville)

- Projet Gradient

- Quelle était la demande de la Mairie ?

- Qu'en est-il du choix des projets ?

- Quand est-ce que la restauration aura lieu ? Aura-t-elle réellement lieu ?
- Cour des Ursulines
  - Comment s'est déroulée la restauration ?
- Quelle est la position de la Mairie par rapport à ces deux réhabilitations?
- Quelles sont les relations que la Mairie entretient avec l'association des Jacobins ? Avec les vigneronns ?
- Est-ce qu'il y a des conflits ?
- Pensez-vous qu'il s'agisse encore d'un lieu sacré ?

### **7.3. Questions pour M. Jaillet (ancien membre d'Ursularea et membre de l'association des Jacobins)**

- Pouvez-vous nous parler de l'histoire des Ursulines ?
- Comment s'est déroulé le processus de réhabilitation ?
- Quel a été le rôle de l'association Ursularea ?
- A propos des artistes, depuis quand occupent-ils les lieux? Cela attire-t-il des touristes ?
- Les pratiquants sont-ils dérangés par leur présence ?
- A propos des Jacobins, comment définiriez-vous l'identité du bâtiment ? (selon votre définition de l' « identité »)
- Quelles sont les relations que vous entretenez avec la Mairie ? Avec les vigneronns ?
- Y a-t-il des conflits ? Une polémique ?
- A votre avis, comment les polinois réagissent-ils face à cette utilisation profane (cave) ? Sont-ils choqués ?
- Et les pratiquants ?
- Pensez-vous qu'il s'agisse encore d'un lieu sacré ?

### **7.4. Questions pour M. Rousseau (ancien directeur de la coopérative vinicole de Poligny)**

- Parlez-nous de l'histoire de la coopérative
- Que pensez-vous de la future restauration de l'église ?
- Comment réagissez-vous au fait que vous devrez probablement quitter les lieux ?
- Comment définiriez-vous le lien entre l'église et le caveau des Jacobins ?
- Auriez-vous les moyens de participer à la rénovation ? Avez-vous votre mot à dire ?
- Quelles sont les relations que vous entretenez avec la mairie ? Avec l'association des Jacobins?
- Est-ce qu'il y a des conflits ?

# LES TRANSPORTS A POLIGNY

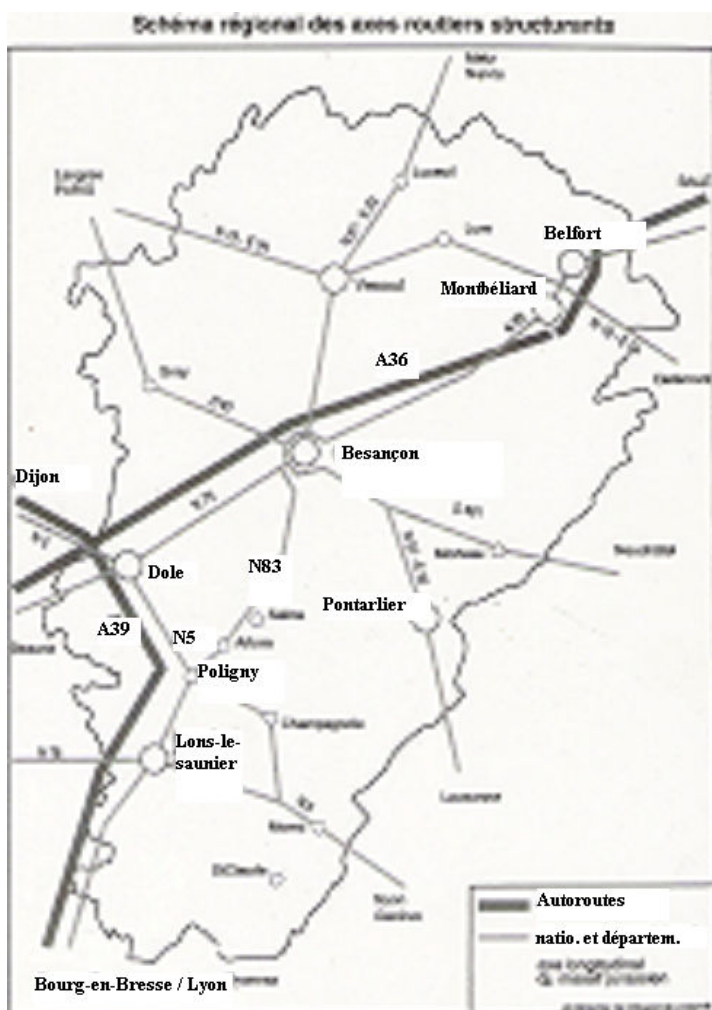
Tania Iovine et Chiara Schaller

## 1. INTRODUCTION

### 1.1. La région

La région de Franche-Comté est traversée par un axe de communication médian qui regroupe l'essentiel des hommes et des activités. L'aménagement de cet axe, tout en valorisant une situation de passage entre l'Europe rhénane et l'Europe méditerranéenne, renforce les relations avec la France du centre-est comme avec Paris.

#### 1.1.1. Le réseau routier



Une des deux principales infrastructures de la région est l'autoroute A39, Dijon – Dôle – Bourg-en-Bresse, qui permet d'asseoir la stratégie d'ouverture de la Franche-Comté en direction des pôles Rhônes-Alpes (Lyon – Grenoble) et de la Méditerranée. A cette autoroute se greffe « la Comtoise », l'A36, reliant Mulhouse à Beaune. Sur cette autoroute viennent s'ajouter des routes nationales modernisées, qui assurent le maillage de la région. Le réseau routier et sa bonne qualité sont indispensables dans une région où le camion réalise 90% des échanges de marchandises.

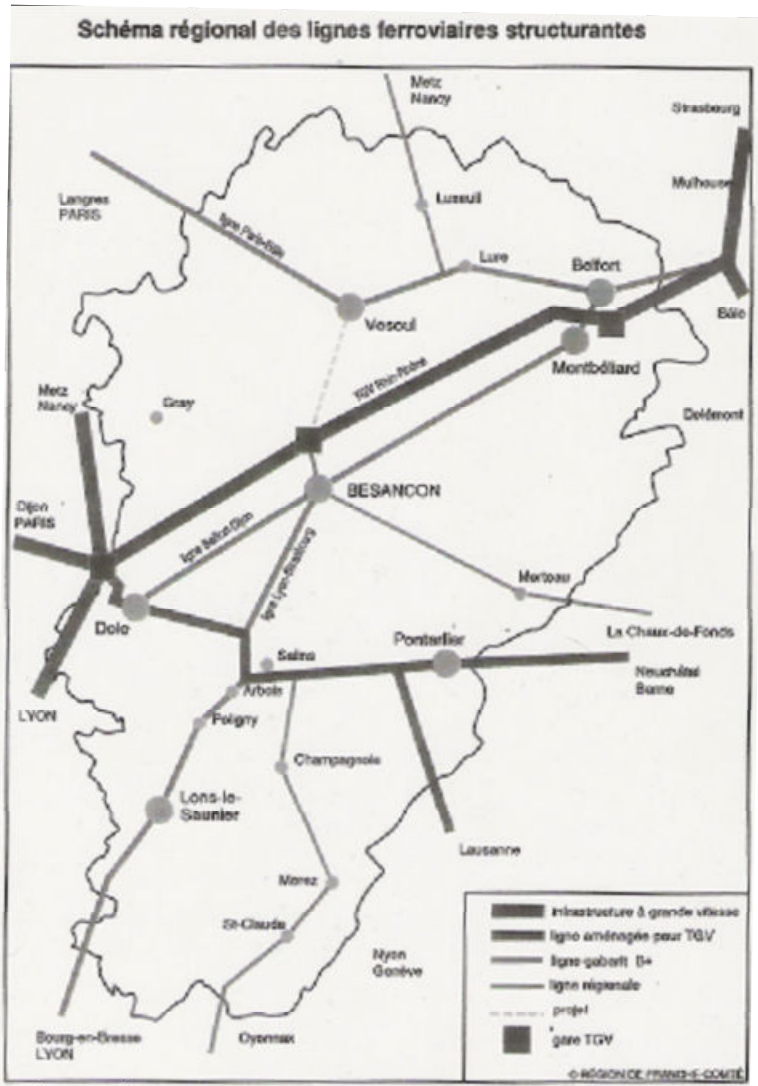
Deux routes nationales se démarquent par leur trafic dense : la N83, qui assure la liaison Besançon – Montbéliard – Belfort, et la N73.

Ce réseau routier très développé intègre mieux la région dans l'espace français et dans l'espace européen, tout en favorisant le trafic intrarégional.

### 1.1.2. Le réseau fluvial

La voie d'eau, avec le canal du Rhône au Rhin, réalisé dans la première moitié du XIXème siècle, a favorisé l'installation d'usines le long du Doubs. Un projet de canal à grand gabarit, comme solution de remplacement, n'a pas abouti pour des raisons économiques et écologiques.

### 1.1.3. Le réseau ferroviaire



Le réseau ferroviaire de la région est constitué par les infrastructures nationales qui structurent le territoire. Trois grandes lignes ressortent :

Lyon – Strasbourg

Belfort – Dijon

Paris – Bâle

Ces lignes remplissent une fonction nationale et interrégionale essentielle pour le transport des voyageurs.

En effet, si le transport de marchandises est limité, celui des voyageurs, grâce à une desserte plus fréquente et plus rapide, s'accroît entre Belfort-Montbéliard et Besançon. Ce réseau sera complété par la finition de la ligne TGV Rhin-Rhône (cf. carte).

### 1.1.4. Le réseau aérien

Dôle-Tavaux, au carrefour des liaisons ferroviaires et autoroutières, avec la réalisation de l'A39, est le seul aéroport régional. Mais la Franche-Comté est entourée d'un certain nombre d'aéroports internationaux : Bâle-Mulhouse, Lyon, Grenoble, Paris.

internationaux : Bâle-Mulhouse, Lyon,

La Franche-Comté semble donc être un espace de liaisons et d'échanges importants au niveau national et international.

## 1.2. La commune

Poligny, capitale du Comté, est la sixième ville du département du Jura (en Franche-Comté) avec ses 5'088 habitants. Elle se distingue par sa vie associative, culturelle et économique.

Cette ville de taille moyenne accueille près de 500 étudiants post-bac, dans ses deux écoles reconnues : l'école hôtelière et l'école nationale de l'industrie laitière. Connaissant un taux de chômage relativement bas, elle offre environ 3'000 postes de travail, ce qui engendre beaucoup de déplacements pendulaires avec les communes avoisinantes et même avec le reste de la France pour les écoles nationales.

De plus, depuis quelques années, Poligny, comme la plupart des grandes communes en France, connaît un important exode des jeunes actifs vers la campagne. Ce phénomène de rurbanisation accentue les mouvements pendulaires, ce qui ne va pas sans poser de problèmes de stationnement dans la ville.



Au

niveau des transports, Poligny possède un atout grâce à sa situation géographique. En effet, cette ville se situe au croisement entre les deux nationales : Paris-Dijon-Genève (N5) et Strasbourg-Lyon (N83). De plus, il y a un accès à l'autoroute A39, à 7km, qui relie le nord au sud de la France. Poligny est donc une ville de passage, ce qui favorise aussi son développement touristique.

## 2. DEFINITION D'UN SUJET PRECIS

### 2.2. Problématique

Les individus ou groupes d'individus sont depuis toujours confrontés à l'espace et la mobilité est une manière de le maîtriser. Les transports sont donc les moyens qui permettent de franchir cet espace. Or, l'espace est différencié et donc l'accessibilité d'un lieu précis peut varier d'un endroit à l'autre. Avant les importants progrès technologiques en matière de transport et de communication, cela était surtout dû au relief. Mais, de nos jours, d'autres facteurs s'avèrent être déterminants, tels que la répartition hétérogène des activités humaines, ce qui forme des « lieux hiérarchisés et des réseaux discontinus » (MERLIN 1992 :18).

Ainsi, après avoir décrit l'offre des transports au niveau régional, nous nous sommes intéressées plus spécifiquement à la commune de Poligny, c'est-à-dire ses réseaux ferroviaire et routier, afin de voir comment elle s'intègre dans le réseau de transport plus global de la Franche-Comté. Nous avons structuré la suite de notre travail de la même manière que la partie introductive, en analysant tour à tour les différents moyens de transport disponibles ainsi

que leur utilisation par la population. Cela nous a conduit à nous poser la question du choix modal de la population, c'est-à-dire quels transports les habitants et pendulaires utilisent principalement pour leurs déplacements, en axant sur la dualité transports publics/ transports privés.

## **2.2. Question de recherche et hypothèses**

Dès lors, les questions que nous nous sommes posées se formulent de la manière suivante :

Quelle est la qualité de la desserte de la commune de Poligny? Quels sont les moyens de transport les plus utilisés? Les Polinois sont-ils satisfaits de l'offre des moyens de transport? Y a-t-il une alternative aux transports privés au niveau de la commune ?

Notre question de recherche se résume ainsi :

Quelles sont les pratiques de déplacement des Polinois et des pendulaires se rendant à Poligny ?

Nos hypothèses sont les suivantes :

Les Polinois et pendulaires estiment que les possibilités de déplacements avec les transports publics sont limitées (faute de desserte, problème des horaires).

La voiture individuelle est le moyen de transport le plus utilisé par les habitants de la région.

## **2.3. Méthodologie**

Pour cela, nous avons voulu dresser une sorte de panorama des divers transports de cette commune, en analysant l'accessibilité et la desserte en particulier.

Avant de nous rendre sur place, nous avons effectué quelques lectures générales concernant la géographie des transports, ainsi que sur la région de Franche-Comté, afin d'avoir une vue d'ensemble sur la situation de Poligny dans le réseau régional.

Une fois sur place, nous avons eu des entretiens semi-directifs (dont la plupart ont été enregistrés et d'une durée variant entre 15 et 30 min, quelques fois plus) avec diverses personnes qui ont pu nous orienter quant à l'offre des transports dans la commune : M. Monnet (premier adjoint du maire), un agent de la police municipale, la dirigeante de la gare SNCF (Société Nationale des Chemins de Fer) de Poligny, les patrons et une employée des entreprises de taxi, ainsi que Mme Millet, la responsable du ramassage scolaire du secteur de Poligny.

Pour avoir des renseignements sur les éventuels projets de réaménagement concernant le réseau routier principalement, nous avons pu écouter l'enregistrement de l'entretien d'un autre groupe avec l'urbaniste de la commune, M. Koegler.

Enfin, afin de se faire une idée sur les pratiques de mobilité des habitants de la région et de leurs opinions à ce sujet, nous nous sommes rendues quelques fois dans des lieux fréquentés, comme la gare, un supermarché (où l'accès se fait généralement en voiture) ou des restaurants (situés en centre ville). Nous y avons rencontré des Polinois et des étudiants venant de l'extérieur, qui nous ont fourni des informations sur leurs modes de déplacement.

### 3. ANALYSE

Ainsi, d'après les informations récoltées sur place et complétées par des lectures sur le sujet et sur la région, nous avons dressé un état des lieux de l'offre des différents moyens de transport de la commune, ainsi que de la demande, c'est-à-dire de l'utilisation que les habitants et pendulaires en font. Cependant, vu la brièveté de notre temps de séjour sur place, nous sommes conscientes que le nombre relativement restreint de personnes que nous avons interrogées sur place ne peut représenter les habitudes de mobilité de toute une population.

Il est important de souligner également que nous nous sommes uniquement intéressées au transport de personnes, et non de marchandises, pour lequel *Europcar*, une entreprise de location de voiture et de fourgons, semble être assez actif dans la région. Mais nous n'avons donc pas approfondi cet aspect.

#### 3.1. Le réseau ferroviaire

La commune de Poligny est desservie par une ligne ferroviaire régionale (*ter* : trains régionaux de la SNCF) : la ligne Lons-Le-Sauniers/Mouchard. La desserte des trains est irrégulière, se concentrant principalement aux heures de pointe : 7h, 13-14h, 18-20h. C'est-à-dire qu'il y a environ neuf trains s'arrêtant à Poligny par jour, dans chacune des deux directions.

La gare se situe en périphérie de la ville, à environ un kilomètre du centre ville. De plus, le trottoir est en mauvais état ce qui rend l'accès à pied plutôt pénible. Par contre, la gare est équipée d'un parking relativement grand, une vingtaine de places sont disponibles, ce qui promeut l'intermodalité. En dehors des heures de présence au guichet, les usagers peuvent utiliser le distributeur à billets (à noter que l'automate n'émet que des billets pour le *ter* ; les voyageurs à destination de Paris, par exemple, doivent donc s'adresser au guichet).

Nous sommes allées quelques fois à la gare, afin de voir si beaucoup de gens la fréquentent, qui et pourquoi. Nous avons ainsi constaté, selon les informations obtenues des voyageurs rencontrés à la gare, que ces derniers utilisent ce moyen de transport pour des trajets de longue distance, à l'image d'un jeune homme d'environ 35 ans, se rendant régulièrement à Paris pour des raisons professionnelles :

*« Je travaille sur Poligny, mais je dois me rendre régulièrement à Paris pour mon activité professionnelle. J'y arrive en un peu plus de trois heures ; et je laisse ma voiture sur le parking de la gare. Sinon j'utilise le train pour les activités privées, mais cela plus pour des longues distances ».*

Il prend donc le *ter* jusqu'à Mouchard, puis une correspondance TGV jusqu'à Paris.

Lors de nos observations à la gare, nous avons croisées des personnes retraitées (comme un couple de personnes âgées auquel on venait de retirer le permis de conduire et qui n'avait pas encore fait d'abonnement « senior ») et venaient réserver des billets pour un voyage. Nous n'avons pas rencontré d'étudiants à la gare, à savoir que ceux-ci arrivent en général le dimanche soir et repartent le vendredi.

Nous avons également rencontré la dirigeante de la gare. Elle s'occupe de cinq gares de la région, dont celle de Poligny :

*« Poligny est une petite gare, comparée à celle de Mouchard ou encore de Dôle. Il y a beaucoup d'étudiants qui arrivent par le train le dimanche soir ou le lundi matin. [...] La gare d'Arbois (commune avoisinante et concurrente (dixit le premier adjoint du maire)) a fermé la semaine passée, faute de rendement. ».*

La SNCF propose des réductions aux étudiants, ainsi qu'aux personnes âgées et aux travailleurs (ceci en fonction de la fréquence des trajets, hebdomadaires ou quotidiens).

En vue de ces réductions, nous avons interrogé quelques étudiants de l'école hôtelière au sujet de leurs pratiques de déplacement. Sur un groupe de 7 à 8 étudiants, âgés de 16-20 ans, rencontrés à l'heure du repas, plusieurs envisagent de faire les trajets en voiture très prochainement. Certains étudiants se font déjà amener en voiture par des proches. Cet engouement pour la voiture individuelle ou le co-voiturage entre étudiants posent certains problèmes de stationnement à la commune. Nous reviendrons sur cet aspect dans la suite de notre travail.

En fait, selon ces étudiants, les horaires de train ne sont pas compatibles avec les horaires de rentrée à l'internat. De plus, pour un étudiant venant de Belfort, le trajet dure environ 2h30, alors qu'en voiture il serait raccourci d'une bonne demi-heure, voir plus. Pour eux, la solution est donc de se mettre en appartement et d'avoir une voiture afin de pouvoir revenir librement le dimanche soir ou le lundi matin et profiter pleinement de leur week-end. Certains d'entre eux proposent de mettre en place un système de bus qui irait de la gare à l'internat. Le trajet est relativement long et avec des bagages il est des moins agréables. Nous nous sommes renseignées au sujet de ce bus. Il y a une dizaine d'années, un bus-navette (d'initiative privée) faisait le ramassage des étudiants à la gare et les amenait à l'internat, le dimanche soir ou le lundi matin. Mais ce projet a vite été annulé, faute de rendement.

### **3.2. Le réseau routier**

#### *3.2.1. Lignes de bus spécifiques et régulières*

Pour cette partie de notre travail, nous nous sommes adressées à Brigitte Millet, qui est responsable du secteur de Poligny, à la direction des transports du Conseil Général du Jura.

Le ramassage scolaire s'effectue dans les communes avoisinantes de Poligny, ce qui représente une cinquantaine de localités, à une distance minimale de 1,5 kilomètres et maximale de 35 kilomètres des institutions scolaires. Les 844 élèves transportés sont soit internes, externes ou demi-pensionnaires dans les institutions suivantes : l'école maternelle et primaire, le collège, l'ENIL (Ecole nationale d'industrie laitière) et le lycée H.FRIANT (Ecole hôtelière).

Ces lignes de bus spécifiques sont subventionnées par le Conseil Général du Jura, ce qui s'élève à un budget d'environ 16 millions d'euros pour l'année 2006-2007 (cela correspond à un coût moyen de 700 euros par élève). Le Conseil Général ne subventionne qu'en partie les élèves qui sont scolarisés en dehors de leur secteur, ceci par préférence ou autres facteurs, contrairement à ceux scolarisés dans le même secteur.

Poligny possède également deux lignes de bus régulières : la ligne 507, en direction de Dôle, et la 508, en direction de Champagnole. Il y a 4 arrêts à l'intérieur de la commune et la desserte est d'environ 5 passages par jour concentrés aux heures de pointe (le matin, à midi et le soir), comme pour le réseau ferroviaire. Nous n'avons malheureusement pas eu le temps d'approfondir cet aspect en étudiant les pratiques.

#### *3.2.2. Entreprises de taxi à Poligny*

La commune de Poligny possède deux entreprises de taxis. Nous avons rencontré les patrons de *Taxi Paris* ainsi qu'une employée d'*Ambulance Dupuis*.

*Taxi Paris*, qui comprend trois taxis et quatre chauffeurs, offre ses services aux entreprises comme aux privés, en France et à l'étranger, pour du transport de marchandises, colis, ainsi que du transport de personnes. L'entreprise est ouverte toute la semaine et 24 heures sur 24. Les services se font généralement sur demande. Selon la patronne :



« Ici on est en milieu rural, donc déjà les gens ne sont pas habitués à appeler un taxi. Ce n'est pas comme une grande ville où les taxis se promènent et s'ils sont libres on les appelle et on monte dedans. Nous on a très peu de personnes qui nous appellent pour aller faire leurs courses. Ils s'arrangent entre connaissances.[...] Notre travail est fait à 95% de personnes que l'ont amène faire des kinésithérapies, chimiothérapie, etc. dans les hôpitaux de Besançon, Bourg, Dôle et même Lyon, ça arrive.[...] Pour ce qui est des étudiants, on a de la demande parfois le dimanche soir quand ils reviennent du train. Mais c'est tout. ».

Comme les étudiants, elle propose la mise en place d'un bus urbain pour remonter les étudiants à l'internat.

L'autre entreprise de Poligny est principalement axée sur les transports sanitaires (ce transport nécessite une ambulance, avec une place pour un brancard) ; en effet, ils n'ont qu'un taxi et treize ambulances réparties sur trois sites : Poligny, Dôle et Mont Sous Vaudrey. A noter que *Taxi Paris* faisait également du sanitaire pendant une quinzaine d'années, mais ils ont cessé cette option.

Les deux entreprises ont donc chacune leur clientèle, l'une axant surtout sur le sanitaire, l'autre moins. Nous pensons que ces entreprises complètent relativement bien l'insuffisance des transports publics de la ville. Grâce à un service à n'importe quelle heure du jour et de la nuit, elles permettent aux personnes dépourvues de voiture individuelle ou qui n'arrivent pas à prendre le train à certaines heures de se rendre dans les centres entourant Poligny, qui offrent des services que l'on ne trouve pas à l'intérieur de la commune. A noter que les taxis du Jura sont tous au même tarif, ce qui fait la différence, selon la patronne de *Taxi Paris*, ce sont le service et l'accueil. Cependant, les transports publics (trains, bus) restent moins chers que les taxis.

### 3.2.3. Voiture individuelle

Comme nous l'avons vu plus haut, la commune de Poligny se trouve sur un axe routier très fréquenté. La route nationale Besançon – Montbéliard - Belfort voit le passage de près de 14'000 véhicules par jour, chiffre qui s'élève à 17'000 véhicules aux heures de pointes. Pour la nationale 5, Dijon – Genève, on dénombre entre 5'000 et 7'000 véhicules par jour. Selon un employé de l'antenne de la Direction Départementale de l'Équipement (DDE) se trouvant à Poligny, ce trafic ne pose pas de problème d'embouteillages dans la commune. En effet, le trafic s'avère fluide, seuls les poids lourds posent parfois problème au croisement des deux nationales (près de la station Shell), mais ceci dans des cas exceptionnels, comme des accidents ou quelques difficultés de circulation en périodes hivernales. De plus, le passage de poids lourds sur la route nationale 5, qui passe à côté du centre ville, a été limité en soirée et dans la nuit. L'agent de la police municipale nous a renseignées sur la limitation des poids lourds et les problèmes de stationnement : les camions ont été interdits à la rue du Collège, à cause du passage trop étroit, ainsi que pour la protection des caves qui arrivent en dessous de la route ; une déviation de la N83 par la zone industrielle de la ville a été mise en place.

Les pendulaires, ainsi que les étudiants qui se déplacent jusqu'à Poligny en voiture, engendrent des problèmes de stationnement à l'intérieur de la commune. A noter que les étudiants laissent généralement leur voiture stationner du lundi au vendredi.

Poligny compte une dizaine de parkings, dont environ la moitié sont situés à proximité du centre ville et donc des commerces. Quelques-uns sont en zone bleue, le reste en zone blanche. Il faut savoir que quatre de ces parkings se trouvent sur des places publiques : La Place des Déportés, le Champ de foire, La Place de l'église et la Place Jean Weber. Cette dernière contient quelques places de parc souterraines. Selon l'aménagiste, M. Koegler :

*« Au regret de certaines personnes, la place des Déportés est un parking, mais malheureusement l'évolution de la voiture est telle qu'il faut trouver des emplacements de stationnement. »*

La commune adopte alors une position de revalorisation des espaces publics, comme remettre en valeur la fontaine de la Place des Déportés et dégager de l'espace pour le marché (qui y a lieu deux fois par semaine, et pour lequel il faut aviser par des panneaux l'interdiction momentanée de stationnement).

Toutefois, les points de vue divergent, comme le fait remarquer M. Koegler :

*« Les commerçants réclament plus que les habitants qu'il y ait du stationnement devant chez eux, mais souvent c'est leur voiture qui stationne plus que celles de ceux qui vont chez eux. On avait proposé aux cafetiers d'étendre leur terrasse et de venir sur la place, mais cela représente dix-huit stationnements en moins; alors les cafetiers ont préféré le stationnement au lieu de vie. »*

La tendance est donc plutôt à l'augmentation du nombre de places, comme le démontre l'exemple d'un immeuble vide à la rue Pasteur qui a été rasé afin d'en faire une place de stationnement.

Pour le moment, aucune place de stationnement n'est payante. Cependant, le parking de la Place Jean Weber pourrait le devenir, afin de limiter le temps de stationnement. Un projet de barrièrage est également en discussion pour filtrer les entrées dans le parc automobile. Pour ce qui est des parkings à l'extérieur de la ville, ils sont inexistantes en vue de l'absence d'un bus urbain qui pourraient fonctionner comme navette, mais, comme le soulève l'agent de police : « la mise en place d'un parking à l'extérieur et d'une navette serait coûteuse ».

#### 4. CONCLUSION

Notre première problématique était axée sur la satisfaction des habitants de Poligny quant à l'offre des transports publics de la commune. Cependant, nous nous sommes rapidement aperçues que cela pouvait s'avérer très complexe et peu pertinent, et nous sommes donc penchées sur la dualité transports publics/privés en décrivant l'offre et en essayant d'analyser la tendance générale de la demande, c'est-à-dire les pratiques des habitants et des pendulaires. La satisfaction quant à l'offre des transports publics nous paraît quand même sous-jacente à quelques réponses de personnes interrogées lorsque nous présentions notre thème d'études, à l'image d'un jeune couple rencontré devant le supermarché : « Vous travaillez sur les transports publics? Mais quels transports publics !? ».

Nous restons conscientes de n'avoir pu interroger qu'un très petit échantillon des usagers. Toutefois, avec les informations et observations recueillies pendant notre semaine sur le terrain, nous pouvons en conclure que la population se déplace principalement en voiture individuelle, que ce soit pour le travail, les études ou les loisirs, le train étant surtout utilisé pour les trajets de longues distances. Les jeunes ne possédant pas le permis de conduire se déplacent souvent à pied pour des courts trajets à l'intérieur de la commune. Nous n'avons en effet vu que très peu de personnes en vélo ou en vélomoteur, mais cela était certainement aussi dû au mauvais temps.

Nos deux hypothèses se sont donc vérifiées, puisque le principal moyen de transport des habitants de la région de Poligny semble être la voiture, faute de desserte des transports publics, comme l'ont dit, entre autres, les étudiants qui attendent d'avoir le permis. Cependant, nous tenons à nuancer ce résultat causal qui stipule que l'offre définit l'usage. En effet, « [les différents modes de transports] sont choisis et sélectionnés par les individus non seulement

*pour leurs qualités pratiques en termes de déplacement, mais aussi pour ce qu'ils autorisent et ce qu'ils représentent* » (LEVY 2003 : 937). La voiture illustre bien cela, puisqu'elle ne représente pas qu'une simple alternative aux transports publics, mais elle est également synonyme de liberté, d'autonomie et de modernité. L'usage de l'automobile n'est donc pas uniquement déterminé par le manque de transports publics, mais également par sa valeur sociale.

Nous pensons quand même pouvoir conclure que dans des petites communes telles que Poligny, la demande est trop faible et les services sont trop déficitaires pour mettre en place un réseau de transports publics, comme l'a montré l'échec du bus urbain, il y a quelques années, ou encore la fermeture de la gare d'Arbois le mois dernier.

## 5. BIBLIOGRAPHIE

**Lévy, J., Lussault, M. (dir.)** 2003 : *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Belin, pp. 622-625.

**Merlin, P.** 1992 : *Géographie des transports*. Paris : Presse Universitaire de France.

**Conseil régional de Franche-Comté.** 1983 : *Connaître la Franche-Comté*. Centre d'études de Franche-Comté, pp. 139-156.

**Besançon : Région de Franche-Comté.** 1992 – 1993 : *Franche – Comté 2005 : Schéma d'aménagement du territoire*, 12 juillet 1993

**Chesnais, M.** 1980 : *Transports et espace français*. Paris : Masson, Collection Géographie

Sites internet : [www.cr-franche-comte.fr](http://www.cr-franche-comte.fr)

[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

[www.jura.equipement.gouv.fr](http://www.jura.equipement.gouv.fr)

[www.ter-sncf.com/franche-comte](http://www.ter-sncf.com/franche-comte)

[www.ville-poligny.fr](http://www.ville-poligny.fr)

## 6. ANNEXES : GRILLES D'ENTRETIEN

### 6.1. Police municipale

Comment s'organise le stationnement dans Poligny (nombre de places, nombre de parkings, localisation) ?

Y a-t-il des fluctuations au cours de l'année (pendulaires, étudiants) ?

Quelles sont les solutions éventuelles ?

Comment se passe la circulation, vu que Poligny est un lieu de passage, qui se situe au croisement de deux nationales très fréquentées (poids lourds, embouteillages) ?

### 6.2. DDE

Quel est le rôle de la DDE et comment s'organise-t-elle (antennes, fonctions) ?

Comment se passe la circulation, vu que Poligny est un lieu de passage important ?

Comment s'organise le stationnement dans Poligny (nombre de places, nombre de parkings, localisation) ?

Quelles sont les solutions éventuelles ?

### **6.3. Dirigeante de la gare de Poligny**

La gare de Poligny a-t-elle toujours existé ? Y-a-t-il toujours eu une seule et même ligne ?

Est-ce une gare fréquentée ?

Quelle comparaison peut-on faire avec d'autres gares ?

Quelles sont les réductions proposées par la SNCF ?

Que dire de la fréquentation des étudiants ?

### **6.4. Taxi**

Taille de l'entreprise ?

Êtes-vous la seule entreprise de taxis de la commune ?

Depuis quand proposez-vous ce service ?

Comment fonctionnez-vous (réservation) ?

Quelles distances faites-vous ?

Qui sont vos clients ? Pourquoi vous appellent-ils ?

### **6.5. Individuels**

Habitez/travaillez-vous à Poligny ?

Comment vous déplacez-vous pour vos loisirs et votre travail/études ?

Fréquence ?

Accompagnez-vous d'autres personnes ?

# LE COMMERCE POLINOIS

Raoul Kaenzig et Mathieu Pittet

## 1. INTRODUCTION

Situé au centre du département du Jura en Franche-Comté et limitrophe du Jura suisse, Poligny est considéré comme étant la capitale du Comté et bénéficie d'une grande renommée dans l'industrie agro-alimentaire (productions agricoles de qualité). Autour de la filière fromagère se sont développés de nombreux services aux entreprises. C'est aussi un pôle industriel important, avec des entreprises leaders dans leur domaine. De plus, on y trouve des centres de formation à réputation nationale et internationale.

Avec plus de cinq mille habitants, la commune de Poligny dispose d'environ quatre-vingt commerces dans tous les types de domaines : alimentation (dont les spécialités du terroir), automobile, restauration, habillement, esthétique (on ne compte pas moins de sept salons de coiffure !), ainsi que des commerces spécialisés dans certains domaines (informatique, librairie, optique, photographie, secrétariat, bureautique, photocopie et quelques autres).

Depuis une dizaine d'années, Poligny et les vingt-sept villages alentour forment la Communauté des communes du Comté de Grimont. Cette communauté des communes réunit environ dix mille habitants, dont la moitié sont polinois et constitue la majeure partie de la clientèle des magasins à Poligny.

La commune ne dispose presque pas de transports publics pour desservir la ville. Il est donc nécessaire de posséder une voiture si une personne souhaite s'y rendre, à moins d'habiter le centre-ville.

## 2. PROBLEMATIQUE ET OBJECTIFS

Selon l'INSEE le petit commerce de Franche-Comté connaît ces dernières années une stagnation, voire un déclin, on note légèrement plus de fermetures que d'ouvertures de commerces (INSEE 1999).

Les commerces souffrent notamment de la présence concurrentielle des villes voisines de plus grande taille. Étant chef-lieu du canton et entouré de nombreux villages dépourvus de négoce, le commerce polinois constitue lui aussi un pôle commercial attractif pour les habitants des villages environnants. La présence de supermarchés semble être un facteur très déterminant quant à l'attractivité d'un lieu.

Avant le terrain nous avons fixé une problématique fortement basée sur la théorie des lieux centraux et le modèle de Christaller. L'objectif était d'appréhender la formation et la localisation des services et commerces ainsi que de voir dans quelle mesure ces éléments correspondaient au modèle de Christaller. Cette approche s'est révélée trop ancrée dans des notions théoriques et difficilement applicable à une recherche de ce type. De ce fait, nos objectifs ont été repensés afin de proposer une approche plus concrète et réalisable dans le cadre de cet exercice de terrain.

Si la théorie de Christaller n'est plus le cadre structurant de notre travail, les notions de cette théorie (les aires de chalandises, la hiérarchie des villes ou les lieux centraux) restent néanmoins des outils importants pour notre recherche.

Le but de notre recherche se limite à décrire les différents processus ou tendances qui affectent le secteur commercial à Poligny. Nous tentons simplement de saisir ou de dresser un « état des lieux » du commerce polinois. Il s'agit de donner un aperçu de la situation du secteur commercial et des différents enjeux qui s'y rattachent.

Premièrement, nous tentons d'appréhender deux tendances qui semblent affecter le commerce à Poligny. À l'échelle locale, la ville attire les clients habitant des communes avoisinantes. À une échelle plus globale, elle est tiraillée par des phénomènes centrifuges. On remarque une évasion des consommateurs, ceux-ci préférant faire leurs achats dans des centres urbains de niveaux supérieurs, comme Dole, Lons-le-Saunier ou Besançon.

Ensuite, nous nous attachons à appréhender les dynamiques concurrentielles entre les petits commerces, les grandes surfaces<sup>1</sup> et les centres urbains de niveau supérieur.

Nous nous penchons finalement sur l'implantation du nouveau centre commercial à l'entrée de la ville. L'établissement de ce centre a pour but de freiner l'évasion des consommateurs et de renforcer l'attractivité du centre économique de Poligny.

Ces objectifs peuvent être formulés par les trois sous-questions de recherche :

1. Comment les phénomènes d'attractivités et de tendances centrifuges affectent-ils le secteur commercial polinois ?
2. Quelle est la dynamique concurrentielle entre petits commerces polinois et centres urbains et commerciaux de niveau supérieur ?
3. Comment est perçue l'implantation du nouveau centre commercial et quels sont les effets potentiels de ce dernier sur la dynamique de l'ensemble des commerces polinois ?

Ces questions forment la trame et la structure de notre rapport. À ces interrogations, nous avons formulé quelques hypothèses.

Poligny est un pôle commercial attractif à une échelle locale, notamment grâce au fait que la ville dispose d'un équipement en commerces suffisant concernant les biens quotidiens.

À plus grande échelle, l'attractivité en termes de commerces de détail diminue au profit des centres urbains et commerciaux de niveaux supérieurs, en l'occurrence Dole, Lons-le-Saunier, Besançon ou encore Dijon. De plus, les petits commerces souffrent plus d'une concurrence avec les grandes surfaces que d'une concurrence entre eux-mêmes.

Enfin, nous présumons que le discours des autorités concernant l'implantation du nouveau centre commercial est partagé par les commerçants et les clients de Poligny. En établissant ce nouveau centre commercial, le président de la communauté des communes compte compléter et renforcer l'attractivité commerciale de son centre économique ainsi que freiner l'évasion des consommateurs.

Ces affirmations sont discutées à la fin de chaque chapitre et dans la conclusion.

Quant à la dimension « local-global », elle est abordée à travers différents aspects. Comme mentionné précédemment, la commune de Poligny est soumise à deux tendances: localement, la ville attire les clients des communes avoisinantes, mais la ville est aussi prise dans une

---

<sup>1</sup> Voir annexe 1 : « Classification des commerces en fonction de leur surface. »

logique globale caractérisée par des phénomènes centrifuges, tels que la fuite des consommateurs. Nous nous attachons également à saisir les dynamiques concurrentielles entre les petits commerces, les grandes surfaces et les centres urbains de niveau supérieur. Ces différentes formes de concurrence sont, elles aussi, à mettre en lien avec des enjeux à plus grande échelle. Dans une optique christallerienne, la ville de Poligny est à considérer comme une « pièce du puzzle »; toutes les agglomérations exercent une certaine attractivité sur les autres, il en découle une hiérarchisation des centres urbains. Quant à la concurrence strictement commerciale, Epiney Thomas et Sandoz Samuel expliquent dans leur étude de terrain portant sur le commerce Ronchampois que: « *la venue relativement récente des casseurs de prix allemands ou autres supermarchés doit être considérée dans un contexte de libre concurrence commerciale, d'ouverture des marchés et du Marché Commun, mis en place durant les années 90 au sein de l'Union Européenne. On constate ainsi l'impact de politique à l'échelle de l'Union Européenne sur un tissu économique régional, en l'occurrence la Franche-Comté* » (EPINEY, SANDOZ 2005: 2).

### 3. METHODOLOGIE

De plus, nous avons limité notre champ de recherche au commerce. Pour des raisons de faisabilité nous n'abordons pas le thème des services.

Un point important est aussi à mentionner : nous avons rencontré un grand nombre de personnes durant la semaine (environ quatre heures d'entretiens) et ainsi recueilli énormément d'information. Il nous a fallu faire un tri parmi la matière qui nous a été donnée.

L'entretien semi-directif a été la manière la plus adéquate pour recueillir nos données. Un entretien dirigé nous semblait trop étroit pour nous laisser surprendre par de nouveaux éléments et nous n'aurions certainement pas obtenu les réponses à nos questions avec une discussion libre. Cependant, tous les entretiens n'ont pas suivi le même plan. En effet, si les premiers entretiens ne comportaient guère de réel fil rouge, les derniers étaient davantage centrés sur les sujets abordés. En d'autres termes, les premières discussions comprenaient plus de questions générales que focalisées sur tel ou tel élément. Lors de nos derniers rendez-vous, nous posions des questions ciblées afin d'obtenir en retour les éléments escomptés pour notre travail.

Les raisons d'une telle méthode de travail s'expliquent par le fait que nos thèmes traités ont constamment changé au cours de la semaine. Ainsi, l'implantation du nouveau centre commercial, de même que différents aspects liés à la concurrence ne nous étaient pas apparus comme étant des thèmes cruciaux au premier abord.

Pour ce qui est des contacts, notre première source d'information a été le premier adjoint au Maire de Poligny : M. Dominique Bonnet. La discussion qui a suivi l'accueil chaleureux nous a permis de collecter moult information sur le thème des commerces polinois. Monsieur Bonnet a en effet longuement discuté d'aspects directement liés à notre travail.

Madame Marie-Paule Chambru, directrice générale des services, nous a été d'une grande aide quant à la représentation qu'ont les habitants concernant les commerces à Poligny ; Yves Bréloz, boucher à Poligny, a donné son point de vue intéressant sur l'implantation du nouveau centre commercial ; du même avis que le boucher, une vendeuse de chaussures pour dames n'a pas hésité à montré son mécontentement quant au projet ; notre dernier entretien, avec le gérant du supermarché Shopi, nous a été d'une grande aide quant à la compréhension de la concurrence entre commerces polinois et nous a apporté un avis plus contrasté sur le nouveau centre commercial. D'autres informations ont pu être recueillies par le biais d'interviews d'habitants, de jeunes lycéens ainsi que la gérante d'un bureau de tabac notamment.

Si l'ensemble de nos rencontres s'est bien déroulé, nous regrettons néanmoins l'absence d'une personne qui n'a pas fait d'efforts pour nous rencontrer. En effet, nous nous sommes approchés du président de « La Polinoise », union des commerçants à Poligny, et celui-ci n'a pas daigné nous recevoir. Pourtant, nous avons tenté à maintes reprises de le contacter. Cependant, cela n'a pas empêché la création de notre travail, « La Polinoise » étant davantage une union de personnes s'occupant de la vie associative polinoise en général et pas une association de défense des commerçants ou des commerces de détail.

## 4. ANALYSE

### 4.1. Poligny, entre attractivité commerciale et tendances centrifuges

#### 4.1.1. *L'attractivité commerciale de Poligny*

À une échelle locale, Poligny se présente comme un pôle commercial attractif pour les consommateurs. La ville est en effet entourée par de nombreux villages. Le premier adjoint au Maire, M. Bonnet, soulignait la tendance migratoire des familles et de la population active à s'installer dans les villages environnants alors que les personnes âgées, tout comme les étudiants, auraient plutôt tendance à s'installer au centre-ville pour bénéficier d'un meilleur accès aux commerces et services. Outre l'aspect de l'accessibilité, le contact entre les commerçants et les clients est très recherché et apprécié. D'un avis partagé par les clients et les commerçants, on trouve une relation de proximité dans les petits commerces du centre-ville. Cet aspect est un élément majeur pour le choix des magasins que les clients fréquentent.

Appréhender l'aire de chalandise est un objectif bien optimiste pour un exercice de terrain. Poligny est un pôle commercial important pour les habitants des villages et communes avoisinants mais il est difficile de se prononcer sur son influence par rapport aux autres centres urbains et commerciaux. Cependant, quelques chiffres nous ont tout de même été indiqués à ce sujet. Selon la gérante du magasin de chaussures, il y aurait un potentiel de clientèle de 19'000 à 20'000 consommateurs pour Poligny. Malheureusement, la vendeuse n'était pas en mesure de nous parler de la source de cette étude. M. Bonnet, nous a indiqué que d'après les études d'impact réalisées pour l'implantation du centre commercial, l'aire de chalandise était estimée à 23'000 personnes.

Bien que nous n'ayons pas eu la possibilité de vérifier ces chiffres, nous pouvons tout de même affirmer que les habitants de la ville ne sont pas les seuls à fréquenter ces commerces et que Poligny attire une clientèle venant des environs.

Au niveau de l'offre, nous sommes allés à la rencontre de commerçants qui sont venus s'installer récemment à Poligny pour essayer de comprendre les motivations à ouvrir un commerce à Poligny. La gérante du magasin de presse et de tabac, tout comme la gérante du magasin de chaussures se sont établies au centre-ville suite à la fermeture des commerces du même secteur s'y trouvant avant. La vendeuse de chaussures a décidé d'ouvrir ce magasin suite à la disparition d'un autre commerce de souliers en constatant qu'il n'y avait pas de boutiques pour les chaussures de femmes. C'est donc pour répondre à une demande et à une clientèle particulière que la stratégie de la spécialisation a été choisie.

D'autres facteurs ont influencé l'implantation du kiosque. Pour ce type de commerce, les éditeurs (« commission d'organisation des ventes », basé à Paris) décident d'octroyer le droit de vendre de la presse dans un endroit donné. C'est donc cette commission qui a résolu, suite à une enquête économique sur la demande, de conserver ce local comme commerce de tabac et de presse. Il y a une volonté de la part de cette commission de garder les ventes de presse dans



les centres-villes, la rentabilité pour ce genre de biens y est bien meilleure que dans les grandes surfaces.

#### 4.1.2. *Le commerce Polinois soumis à des tendances centrifuges*

« *L'attraction des pôles extérieurs, comme Bâle-Mulhouse, Lyon et les villes du Jura suisse [...] suscite des tiraillements, des tendances centrifuges.* » (BOYER 2005 : 121)

À une échelle régionale, le commerce de la ville de Poligny semble également être tirailé par des attractions extérieures (des supermarchés et/ou des villes à proximité). Le secteur commercial souffre en effet d'un mouvement d'évasion relativement important des consommateurs, vers les agglomérations voisines, notamment Lons-le-Saunier, Dole, Dijon et Besançon. Le « bulletin de la communauté des communes » mentionne que plus de la moitié des consommateurs polinois vont faire leurs achats non alimentaires en dehors de la ville<sup>2</sup>. De plus, le bourg dispose d'une densité commerciale en deçà de ce que l'on peut attendre pour une ville de cette taille (Bulletin de la communauté des communes N°3 2006 : 9).

Les clients et commerçants interrogés à ce sujet mentionnent souvent que si l'on trouve les biens nécessaires à Poligny, il faut en revanche se tourner vers de plus grands centres urbains ou commerciaux pour trouver des biens plus rares<sup>3</sup>. Sans faire une liste des biens disponibles ou non à Poligny, les Polinois sont, par exemple, obligés d'aller acheter leurs vêtements ailleurs. Le gérant du Shopi mentionne également la carence en offres vestimentaire et électroménagère. Ce sont, en effet, les commerces non alimentaires qui semblent faire défaut à Poligny.

Face à cette situation qualifiée de préoccupante, la communauté des communes a décidé de s'engager dans la construction d'une zone commerciale à l'entrée Sud de Poligny, sur la route de Lons-le-Saunier. L'entrée en jeu de ce nouvel acteur et la mise en place de cette stratégie sera abordée dans le dernier chapitre.

Fortement corrélées à la concurrence des centres urbains alentours et des grandes surfaces, les tendances centrifuges dont il est question sont traitées dans le chapitre suivant.

#### 4.1.3. *Synthèse*

La clientèle semble privilégier les petits commerces de Poligny pour des raisons de proximité spatiale mais aussi de proximité relationnelle. Cet aspect est un des principaux facteurs quant à l'attractivité du centre.

Apparemment, une clientèle importante vient également des villages et communes non loin de la ville. La ville, à une échelle locale, tient un rôle de pôle commercial attractif. Notons tout de même que cela concerne essentiellement les achats de base, c'est-à-dire les biens quotidiens<sup>4</sup>, principalement les aliments. En revanche les biens plus spécifiques, comme les vêtements,

---

2 Selon une étude préalable de l'ORAC: « *Opération de restructuration des commerces et de l'artisanat. Ces opérations en zone urbaine ou rurale permettent, sur la base d'un diagnostic du territoire et d'une étude consommateurs, de mettre en place des actions collectives et individuelles pour accompagner les entreprises dans leur nécessaire adaptation* ». Définition de la chambre des métiers du Jura (<http://www.cm-jura.fr>)

<sup>3</sup> « Biens anomaux » dans la théorie de Christaller (GENEAU DE LAMARLIERE ET STASZAK 2000).

<sup>4</sup> « Biens banals » dans la théorie de Christaller (GENEAU DE LAMARLIERE ET STASZAK 2000).

sont à trouver ailleurs qu'à Poligny. Nous avons choisi de ne pas faire de listes de ce qui est à considérer comme bien banal ou rare. Les informations générales à ce sujet nous paraissent suffisantes à une bonne compréhension des dynamiques d'attractivité traitées dans ce chapitre.

Les motivations des commerces venus s'installer à Poligny répondent à une certaine demande. Dans le cas du magasin de Presse, une réelle volonté d'implanter dans les centres-villes est présente. La dimension du local-global est très visible dans ce cas. Le choix d'implanter un commerce de presse dans un centre-ville afin de bénéficier d'une grande proximité avec les habitants est une conséquence très locale d'une stratégie globale prise par une commission d'organisation des ventes basée à Paris.

## **4.2. Les dynamiques concurrentielles entre les petits commerces, les grandes surfaces et les centres urbains de niveau supérieur.**

### *4.2.1. La localisation de Poligny et la présence concurrentielle des villes alentour*

Lors de nos entretiens, le fait que Poligny ne soit qu'un lieu de passage et soit situé entre plusieurs centres urbains est apparu très régulièrement comme des éléments préjudiciables au commerce du centre-ville.

Bien que Poligny soit le chef-lieu du canton, la ville est entourée de plusieurs agglomérations de niveaux supérieurs bénéficiant de pôles de commerce important. Lons-le-Saunier, chef-lieu du département du Jura compte presque 20'000 habitants. Reliée par la RN 83, elle ne se situe qu'à 28 km de Poligny et constitue avec Dole un des centres urbains les plus accessibles pour les Polinois. À plus large échelle, Besançon et Dijon sont également des centres urbains importants très peu éloignés de Poligny.

« Une ville est d'autant plus équipée en commerce si elle n'est pas concurrencée par d'autres villes aux alentours » (INSEE 1999 : 3). Or, Poligny est à la croisée de nombreuses routes nationales la reliant directement à des centres urbains de niveaux supérieurs.

Cette localisation semble avoir des effets à double tranchant. La ville est traversée par la R.N.5, reliant Dijon ou Dole à Genève. Cet axe passe dans la rue principale commerçante, au beau milieu de la ville. Certains secteurs de Poligny, comme le tourisme, tirent profit du fait d'être un tel lieu de passage. Le corollaire de cette situation est l'importance du trafic quotidien et l'étroitesse des trottoirs. La création d'une zone piétonne est impensable car le tracé de la route nationale n'est pas du ressort de la commune et aucune déviation n'est possible car la ville est « cernée » par des collines, des vignes et des zones d'effondrements<sup>5</sup>. Cette situation rend peu agréable la fréquentation des commerces. La directrice générale des services, Mme Chambru, n'hésite pas à comparer l'esthétique de la rue commerçante à la morosité des anciennes villes communistes.

Plusieurs interlocuteurs dont Mme Chambru, explique l'attractivité des villes voisines par une volonté de loisirs de la part des consommateurs :

*« Les gens ne vont pas simplement faire leurs commissions, ils en profitent pour aller manger en famille, aller au cinéma, etc. C'est en quelque sorte la promenade du week-end. »*

Deux autres aspects attractifs sont à dégager: le fait d'aller consommer ailleurs est perçu comme un loisirs et la concentration ainsi que la diversité de l'offre des centres commerciaux rendent les agglomérations où ils se trouvent très attractives. L'aspect loisirs nous a surpris,

---

5 Vestiges d'anciennes exploitations salières.

mais il est apparu dans plusieurs entretiens, que se soient avec les commerçants ou avec les clients. La route traversant la ville semble être un facteur répulsif pour les consommateurs.

La concurrence des villes alentour est difficilement séparable de celle exercée par les centres commerciaux puisque, s'agissant du commerce, ils sont en effet le motif principal du déplacement des clients; cet aspect est approfondi dans le chapitre qui suit.

#### 4.2.2. Concurrence des grandes surfaces

Selon une étude de l'INSEE, la présence de grands centres commerciaux semble être déterminante quant à l'attractivité commerciale d'une agglomération (INSEE 1999 : 3); une hiérarchie entre les villes basées sur cette présence serait perceptible. Nous ne disposons pas d'assez d'éléments, notamment quantitatifs, pour véritablement pouvoir établir une quelconque classification basée sur des notions Christalleriennes de hiérarchisation des agglomérations, ni même pour mesurer à quel degré les grandes surfaces influencent l'attractivité d'une ville. Nous remarquons cependant que dans ce contexte c'est la ville de Lons-le-Saunier qui est la plus citée.

Pour commencer, il convient de noter que la concurrence avec les grandes surfaces se fait à plusieurs échelles: locale, départementale, voire régionale.

Les commerces de détail polinois sont en concurrence avec les centres urbains voisins et leurs grandes surfaces mais aussi avec les grandes surfaces locales situées le long de la RN 5 sur la route de Dole. C'est dans cette zone que l'on trouve les supermarchés de Poligny: l'Intermarché et le Lidl, le hard discounter allemand.

Si la présence d'une grande surface draine d'autres magasins (formation de centres commerciaux), elle concurrence aussi fortement les commerces alentour. C'est en effet ce dernier aspect que soulignent plusieurs commerçants interrogés à ce sujet. La rivalité des commerçants du centre à l'encontre des supermarchés implantés au bord de la ville est souvent apparue lors de nos entretiens: « *C'est toujours la même histoire; ce sont les petits magasins qui se font manger par les gros!* », s'exclament la vendeuse de chaussures et sa cliente.

La crainte de la concurrence des grandes surfaces se fait sentir dans plusieurs discussions. Il n'empêche que certains commerçants nuancent passablement leurs propos:

*« Même s'il est vrai qu'il y a un peu de concurrence avec les supermarchés, le produit vendu n'est pas le même. Chez moi, les clients viennent chercher des produits de qualité. Je ne vends que de la viande fraîche d'origine française, alors qu'à l'Intermarché c'est de la viande provenant de toute l'Europe. » (Yves Bréloz, Boucher-traiteur).*

Le gérant du Shopi situé au centre-ville précise surtout que ce n'est pas la même clientèle qui fréquente les petits commerces et les grandes surfaces:

*« Il faut une voiture pour aller au supermarché, or les personnes âgées ont une mobilité réduite. Ces gens désirent fréquenter des commerces qui se trouvent à proximité de chez eux. De même, les étudiants fréquentent les commerces du centre-ville, parce qu'ils n'ont pas le temps d'aller ailleurs et qu'ils disposent rarement d'un véhicule. » (XXX Noblet, gérant du Shopi)*

La concurrence entre les supermarchés est aussi à prendre en compte. D'après M. Noblet, gérant du Shopi, les clients Polinois fréquentent (dans un ordre de préférence): l'Intermarché, le Lidl et enfin le Shopi. Relevons que ce magasin nous a paru être un petit supermarché ou une supérette, alors que le gérant le décrit comme étant un commerce de proximité ou « de dépannage ». Pour lui, les personnes qui fréquentent son magasin sont les mêmes qui fréquentent les commerces de détail du centre-ville.

Faisant partie du groupe Carrefour, les chaînes de magasins Shopi représentent la branche « proximité » du groupe. La stratégie du groupe Shopi se distingue des autres grandes surfaces par ses horaires d'ouverture beaucoup plus larges, notamment à midi, en soirée et le week-end, dimanche compris. Sa localisation au cœur de la ville, ses services (photocopieuses, téléfax, salon Internet, service de livraison, etc.) et sa relation de proximité avec la clientèle sont également des aspects destinés à attirer la clientèle. C'est par ces stratégies que le gérant du Shopi entend faire face aux grandes surfaces.

#### 4.2.3. *Concurrence entre petits commerçants*

La concurrence entre « petits commerçants » du centre-ville est un aspect qui a très peu été traité dans nos entretiens. À ce propos, Yves Breloz, le boucher, notait qu'il n'y avait que très peu de rivalité entre les commerçants de la ville, sauf dans le secteur de la boulangerie. Mais même dans le cas des boulangeries, la discorde concernait plus des questions d'horaires et d'ouverture de la boutique durant les vacances que de concurrence à proprement parler. Plusieurs commerces d'alimentation ou des épiceries semblent néanmoins avoir fermés lors de ces vingt dernières années. L'actuel Shopi était la première supérette de Poligny et le gérant actuel a mentionné le fait qu'à son ouverture, il y a plus de dix ans, l'impact a été fort sur les commerces du centre-ville, principalement les magasins d'alimentation; ces derniers se retrouvaient en concurrence directe. Mme Chambru, quant à elle, mentionne clairement qu'il n'y a pas de concurrence entre les commerces de détail du fait qu'ils sont, dans leur secteur, en situation de quasi-monopole au niveau de la ville.

#### 4.2.4. *Synthèse*

Bien que la présence des supermarchés locaux soit un facteur expliquant la désaffection des commerces du centre, il n'est certainement pas le seul. La concurrence exercée par les centres urbains aux environs de Poligny est indéniable. Par contre, il est difficile de distinguer l'attractivité des centres commerciaux de celle exercée par les centres urbains, l'un étant dépendant de l'autre. Pour mieux réaliser cette distinction, une structure différente de nos grilles d'entretiens se serait révélé plus approprié. Néanmoins, l'attractivité des centres urbains relève d'une combinaison de facteurs, comme la concentration et la diversité de l'offre, l'aspect « loisirs », les prix généralement plus bas, etc.

Sans doute, faut-il prendre un peu de distance par rapport au discours des acteurs pour distinguer ce qui est de l'ordre de la crainte ou d'une réelle concurrence. Si la peur de se faire phagocyter par les géants du discount est bien réelle, la présence de supermarchés ne concurrence pas tous les secteurs d'activités et de nombreuses raisons poussent les clients à privilégier un commerce de proximité.

Comme nous le pensions, il n'y a que peu de concurrences entre les commerces de détails du centre. Le marché s'étant « autorégulé », chaque petit commerçant semble se trouver en situation monopolistique ou du moins avec suffisamment de clientèle.

## 5. IMPLANTATION DU NOUVEAU CENTRE COMMERCIAL

Tout au long de notre travail de terrain, nous avons eu la chance de découvrir de nouveaux aspects sur le sujet traité. Ainsi, lors de la séance d'accueil du lundi à la mairie, le premier adjoint au Maire nous a informés qu'un grand centre commercial allait s'implanter à la fin de cette année; le groupe Intermarché, déjà présent dans la zone commerciale polinoise, se déplacera vers un lieu stratégique : le carrefour à l'entrée sud de Poligny entre les routes nationales 5 et 83, deux axes routiers importants. En phase de construction, le projet du « carrefour giratoire », intitulé ainsi par la mairie, accueillera ses premiers clients et/ou

visiteurs en octobre 2006. Des enseignes autres qu'Intermarché viendront s'installer sur le site mentionné.

Actuellement, le magasin de grande distribution Intermarché est installé dans la zone commerciale polinoise, située en périphérie du centre-ville. Le nouveau centre commercial s'implantera également à l'extérieur du centre-ville et créera ainsi une nouvelle zone commerciale.

D'après le Bulletin d'Information Communautaire, l'implantation de la firme Intermarché sera « suivie très vite d'autres, si l'on en juge par le nombre des demandes » (LEHMANN 2006 :1) qui ont été présentées à la commune. Par exemple, certains parlent d'une grande enseigne susceptible de s'installer à proximité de l'Intermarché.

La chalandise commerciale possède un potentiel d'attraction de 23 000 habitants autour de la ville, souligne l'adjoint à la commune.

Les objectifs poursuivis par les divers acteurs liés à une telle construction sont les suivants : freiner l'évasion relativement importante des consommateurs d'une part et renforcer l'attractivité commerciale du centre économique polinois. Il s'agit, de manière générale, de dynamiser l'ensemble du secteur économique et commercial de la commune de Poligny.

Quant à l'aménagement du site en chiffre, le budget total s'élève à 1 840 000 euros : 304 011 euros seront subventionnés par le Conseil Général polinois dans le cadre du CTC<sup>1</sup> (contrat territorial communautaire, qui consiste en « un contrat de partenariat valable jusqu'en 2008 dont l'objectif est d'aider des initiatives locales en cohérence avec les priorités départementales, sur la base d'un projet de territoire »); la société Kalou, gérante de l'Intermarché, contribue aussi en apportant 500 000 euros au projet ; enfin, le solde, c'est-à-dire les 1 036 000 euros restants, sera financé par la Communauté de Communes qui mettra en vente les terrains alentours après la construction du nouveau supermarché.

Les avis des Polinois sont partagés concernant l'implantation d'un nouveau centre commercial. Si certains y voient un atout pour la ville, d'autres ne cachent pas leur scepticisme quant au projet. Les lignes qui suivent présentent les arguments en faveur du projet ainsi que les raisons qui poussent certains Polinois (habitants, commerçants et autres) à craindre la future construction.

## **5.1. L'implantation d'un nouveau centre commercial, dans quel but ?**

### *5.1.1. Dynamisation*

Un des principaux objectifs de la ville consiste à augmenter l'activité économique à l'échelle locale. En vendant des parcelles de terrain sur la future zone commerciale, la commune va augmenter sa capacité d'accueil d'entreprises. Ceci aura pour conséquence une augmentation de l'activité économique polinoise.

Pour Marie-Paule Chambru, Directrice Générale des Services à Poligny, les commerces polinois souffrent. Il y a quelques années (six ou sept ans), une étude en matière de commerces en Franche-Comté a été menée. La publication des résultats a fait apparaître un niveau de satisfaction très insuffisant concernant les commerces polinois. Une des raisons expliquant ce faible résultat est le manque de motivation des commerçants, souligne Madame Chambru. La venue d'un nouveau secteur commercial pourrait dynamiser l'activité économique et commerciale de Poligny.

Un exemple intéressant nous a été donné par le gérant du Shopi : le cas du viaduc de Millau. Cette commune se trouve dans le creux d'une vallée. Le viaduc passe d'un côté de la vallée à l'autre. Ce village et surtout ses commerçants craignaient une telle construction qui, selon eux,

engendrerait un délaissement des commerces. Ce viaduc a, au contraire, attiré davantage de clients et l'activité économique de la région se porte désormais au mieux. Selon le gérant, le nouveau centre commercial « *va réveiller Poligny, relever son activité et inciter les gens à s'y arrêter* ».

Selon la mairie, le projet du « carrefour giratoire » constitue « *une opération essentielle d'aménagement pour l'avenir* » (Bulletin de la communauté des communes 2006 : 1), tant au niveau de la ville qu'au niveau de la Communauté de Communes. D'après le bulletin, cette opération « *va améliorer la sécurité de l'accès à la ville* », et surtout va rendre enfin possible l'aménagement d'une zone commerciale longtemps souhaitée par la ville.

Un argument supplémentaire allant dans ce sens consiste à dire : « *plus il y a des commerces, plus l'on attire de monde* ».

### 5.1.2. Finances

Un des aspects qui rentre aussi dans le domaine de la dynamique générale de la commune est celui des finances de Poligny. L'aménagement de la nouvelle zone commerciale va apporter de l'argent dans les caisses communales. L'impôt sur la surface utilisée dont les entreprises seront soumises est un élément non négligeable, si l'on souhaite comprendre l'ensemble de la problématique autour du projet

Ainsi, l'investissement dans le projet est certainement rentable à moyen terme. L'arrivée du groupe Intermarché et d'autres enseignes peut être un facteur enrichissant dans tous les sens du terme, car la commune pourra ainsi réinvestir l'argent ailleurs : dans des domaines tels que l'animation, les services à la population, le réaménagement de places publiques, la rénovation de bâtiments ou encore les installations sportives par exemple.

### 5.1.3. Marketing territorial

Poligny « *doit augmenter son attractivité à venir* », selon un membre de la Mairie. Ce point est ressorti très clairement lors d'un entretien. En effet, c'est avec Marie-Paule Chambru, qu'il nous est apparu que l'avis sur l'esthétique de la ville n'était pas unanime. Pour elle, la ville est « *sinistre* », « *sévère* » ou encore « *d'un triste* ». Cette personne affirme qu'il nous suffit de regarder la Grand-Rue (la route nationale 5 qui traverse Poligny) pour s'apercevoir combien la ville est grise et triste. Elle compare l'urbanisme polinois à celui des villes des pays de l'Est et pense que l'arrivée d'un centre commercial avec galeries, même s'il se trouve en périphérie, permettrait de revitaliser le commerce polinois.

## 5.2. Les éléments potentiellement négatifs liés au projet

### 5.2.1. Fuite des clients

La principale critique des opposants au projet est celle de la « *désaffectation du centre-ville* », remarque Yves Bréloz, boucher à Poligny. Selon ce dernier, le fait de créer une nouvelle zone commerciale risque d'attirer les clients réguliers des magasins du centre-ville. Le boucher ainsi que bon nombre de petits commerçants n'approuvent pas la décision prise de créer une nouvelle zone commerciale éloignée du centre. Selon Monsieur Bréloz, les petits commerçants sont « *les premiers à en pâtir* ».

La raison majeure de la fuite des clients est le faible prix des articles des grandes enseignes. En effet, les magasins spécialisés ne peuvent pas proposer des prix aussi bas que des groupes tels qu'Intermarché. Ceci peut s'expliquer par le fait que les petits commerçants connaissent mieux les articles qu'ils vendent et qu'ils conseillent leurs clients de manière plus adéquate que les vendeurs en grande surface, souligne la vendeuse de chaussures.

Également en jeu, le facteur « curiosité » des clients va attirer du monde au nouveau centre et donc les autres commerces seront moins fréquentés que d'habitude. Pour M. Noblet, gérant du supermarché Shopi, la fin de cette année (2006) ne va pas être aisée pour tous les commerçants polinois car le nouveau centre va immanquablement attirer une partie de leur clientèle, cette dernière étant curieuse de visiter la nouvelle construction.

### 5.2.2. *Chiffre d'affaire et emploi*

Aspect soulevé lors de notre entretien avec le boucher, le chiffre d'affaire généré par les magasins de grande distribution est une dizaine de fois plus élevé que celui d'un petit commerce (telle une boucherie). En employant seulement deux fois moins de personnes, les petits commerces ne peuvent rivaliser avec les enseignes de supermarchés et hypermarchés qui font des bénéfices nettement plus élevés que les commerces de taille moins importante.

Par exemple, Yves Bréloz remarque qu'une entreprise telle qu'Intermarché emploie une vingtaine de personnes à temps plein, contre dix chez le boucher; le chiffre d'affaire de cette même entreprise est dix fois plus élevé que celui généré par la boucherie.

Allant dans le même sens, une petite commerçante proteste : « *ce sont toujours les gros qui ramassent !* ».

### 5.2.3. *Sélection de la clientèle*

Un élément qui est apparu aussi à maintes reprises est la question du choix modal. En effet, avec le prix du pétrole qui atteint bientôt des records, les personnes possédant une voiture seront de plus en plus réticentes à l'utiliser. En termes de coûts, l'argent et le temps pour acquérir tels ou tels bien doivent donc être pris en compte. Marie-Paule Chambru parle de « *rentabiliser son déplacement économiquement et en temps libre* ». En d'autres termes, le nouveau centre commercial va certainement accueillir une clientèle exclusive et les habitants ne possédant pas un moyen de transport adéquat seront lésés.

Il faut savoir que la nouvelle zone commerciale à Poligny sera éloignée du centre-ville. Par conséquent, seules les personnes possédant un moyen de transport se déplaceront pour aller y faire leurs achats. Les personnes âgées, de manière générale, ne possèdent pas de voiture et seront donc celles qui resteront fidèles à leur(s) commerce(s) de proximité en ville.

### 5.2.4. *Synthèse*

La construction du nouveau centre commercial est sujette à la polémique parmi les Polinois. Depuis la proposition du projet, promoteurs, acteurs ainsi que protestants au déplacement de l'actuel Intermarché argumentent pour ou contre. Le précédent chapitre présente de manière descriptive les raisons pour lesquelles Poligny nécessite cette nouvelle zone commerciale ou si, au contraire, l'implantation d'un tel centre ne contribue qu'à mettre en péril l'activité des commerces polinois.

Nous avons tenté de représenter au mieux les arguments favorables à l'implantation d'une telle zone ainsi que les éléments poussant certains à craindre pareille construction. Nous ne pouvons pas, actuellement, tirer des conclusions hâtives. Nous sommes persuadés, par contre, que ce projet va influencer l'ensemble des commerces polinois : favorablement ou défavorablement, l'avenir le dira.

Par contre, il est important de retenir les principaux arguments tenus par les deux camps. Si le centre commercial en question peut dynamiser l'ensemble des commerces polinois, il peut aussi amener les petits commerces à son déclin. Le débat est fort intéressant car ces deux types de discours sont pertinents autant l'un que l'autre. Ainsi notre hypothèse se trouve fortement

nuancée : les discours quant à l'implantation du centre commercial sont très divisés et contrastés.

## 6. CONCLUSION

Dire que Poligny est un pôle commercial attractif à une échelle locale, notamment grâce au fait que la ville dispose d'un équipement en commerce suffisant concernant les biens quotidiens, paraît donc être pertinent.

Arrivé au terme de ce travail, nous pouvons revenir sur nos questions de recherche. À une échelle locale, Poligny constitue un centre urbain et commercial attractif. Les clients viennent des villages et des communes voisines faire leurs achats de base à Poligny. Pour acquérir des biens plus rares, comme les vêtements, il faut se diriger vers des centres urbains de niveaux supérieurs, comme Lons-le-Saunier. La relation de proximité entretenue entre les commerçants et les clients semble être un atout pour le commerce de détail et son attractivité.

À une échelle régionale, la ville de Poligny et son commerce sont soumis à des tendances centrifuges. Les clients font la majorité de leurs achats non alimentaires en dehors de la ville. Ce phénomène est fortement rattaché aux dynamiques concurrentielles. C'est d'ailleurs dans la première partie de ce chapitre, dédiée à la localisation de Poligny et à la présence concurrentielle des villes voisines, que nous nous penchons sur l'attractivité exercée par ces pôles. Situé à la croisée de routes nationales Poligny est directement relié aux centres urbains voisins. Le fort trafic routier et l'étroitesse des trottoirs sont les conséquences de cette situation de lieu de passage, ces aspects portent préjudice aux commerces du centre-ville.

L'ensemble du commerce Polinois semble en effet subir la forte attraction des centres urbains et commerciaux du département. Cette tendance centrifuge est mise en évidence par le phénomène d'évasion des clients. Si notre hypothèse semble être vérifiée, il aurait peut-être été plus judicieux de structurer notre travail en regroupant la partie concernant les tendances centrifuges et celle qui porte sur la présence concurrentielle des villes voisines. Ces deux thèmes étant très proche, les facteurs explicatifs sont fortement corrélés.

Les dynamiques concurrentielles se situent à différents niveaux. Premièrement, l'ensemble du commerce polinois souffre de la concurrence exercée par les centres urbains de la région. Cette attractivité est principalement liée à la présence de centres commerciaux. Deuxièmement, les commerces de détails du centre-ville subissent la concurrence directe des grandes surfaces présentes à Poligny. A ce propos, nous avons pu observer que les petits commerces « tirent leur épingle du jeu » en privilégiant l'aspect de la proximité, de la qualité de la marchandise et d'un contact privilégié avec les clients. Enfin, la concurrence entre les petits commerçants est à relever même si elle apparaît comme étant peu importante.

Dans cette deuxième partie de notre rapport, il s'agissait de saisir les dynamiques entre petits commerces polinois et centres urbains et commerciaux de niveau supérieur. Notre hypothèse supposant que le petit commerce polinois souffrait plus d'une concurrence avec les grandes surfaces que d'une concurrence entre commerce de détail semble être confirmée. Le terme de « souffrance » paraît néanmoins un peu fort.

La troisième partie du dossier porte sur les discours tenus quant à l'implantation du nouveau centre commercial à l'entrée de la ville. Avec cette installation, la communauté des communes entend freiner l'évasion des consommateurs et renforcer l'attractivité commerciale de son centre économique. Les discours relatifs à cette prise de position sont très contrastés. Certains interlocuteurs partagent l'avis de la commune et d'autres y sont totalement opposés. Nous avons donc pu constater que notre dernière hypothèse, selon laquelle le discours de la



commune était partagé par les habitants de Poligny, doit être fortement nuancée car elle fait face à une très grande multiplicité des opinions.

Notons pour finir que la portée de ce travail est limitée. Nous n'avons pas pu, faute de temps et de moyens, approfondir certains aspects de notre recherche. Une des principales difficultés rencontrées lors de l'élaboration de ce dossier consistait à structurer la grande quantité d'informations dont nous disposions. Des efforts de clarté quant à la structure ou à la définition de certaines notions devraient encore être faites. Malgré tout, nous avons été en mesure d'apporter une réponse ou une ébauche de réponse à chacune de nos questions ainsi que de discuter chacune de nos hypothèses.

## 7. BIBLIOGRAPHIE

**Boyer, J.-C.** 2005 : *La France : les 26 régions*. Collection U. géographie. Paris : Armand Colin.

**Communauté de communes Comté de Grimont** 2006 : Bulletin d'information communautaire N°3, Février.

**Epiney T. et Sandoz S.** 2005 : *La mort du petit commerce ronchampois ? Dynamique concurrentielle entre petits commerces locaux, grandes surfaces et centres urbains de niveaux supérieurs*. Étude de terrain à Ronchamp. Neuchâtel : Institut de géographie de l'université de neuchâtel.

**Géneau de Lamarlière, I. et Staszak, J.-F.** 2000 : *Principes de géographie économique*. Collection Grand Amphi Géographie. Paris: Bréal.

**Moine, A.** 2005 : Dynamiques et perspectives de développement en Franche-Comté. In *Images de Franche-Comté* 31. 18-21.

**Quivy, R. et Van Campenhoudt, L.** 1995 : *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris: Dunod.

### Sites internet:

[http://www.insee.fr/fr/insee\\_regions/f-comte/rfc](http://www.insee.fr/fr/insee_regions/f-comte/rfc)

Site de l'office des statistiques français.

[http://www.linternaute.com/ville/ville/entreprise\\_service/4876/poligny.shtml](http://www.linternaute.com/ville/ville/entreprise_service/4876/poligny.shtml)

Ce site répertorie tous les commerces de la ville de Poligny.

<http://www.ville-poligny.fr>

Site officielle de la ville de Poligny.

<http://www.cr-franche-comte.fr>

Site officiel du conseil régional de la Franche-Comté.

## ANNEXE 1

**Classification des commerces en fonction de leur surface**

Les grandes surfaces non spécialisées à prédominance alimentaire :

*« Bien qu'ils vendent les mêmes types de produits, les commerces alimentaires non spécialisés sont répertoriés selon leur taille. Une épicerie a une superficie de moins de 120 m<sup>2</sup>. Entre 120 et 400 m<sup>2</sup>, elle devient une supérette, de 400 à 2500 m<sup>2</sup> supermarché. Au-delà, c'est un hypermarché. La taille minimum requise pour être considéré comme grande surface est donc 400 m<sup>2</sup>.*

*Malgré une taille entrant dans la catégorie des supermarchés (600 à 700 m<sup>2</sup>), les hard discounts se distinguent par leur agencement et leurs prix pratiqués. Ils présentent leurs produits sur les palettes, dans leur emballage d'origine, et les vendent moins chers que les grandes surfaces classiques. » (INSEE : 1998)*

## ANNEXE2 : GRILLE D'ENTRETIEN

### *Pourquoi certains commerces ferment-ils ?*

- Est-ce dû à la présence des hypermarchés dans la commune ?
- Est-ce en raison de la fuite des clients ?
- Y-a-t-il concurrence entre les villes ?
- Existe-t-il une concurrence interne ?
- Est-ce risqué d'ouvrir un nouveau commerce à Poligny ?

### *Pour quelles raisons les clients viennent-ils acheter à Poligny ?*

- Le tourisme ainsi que la petite taille de la ville sont-ils des éléments favorisant la consommation à Poligny ?
- La majeure partie de la clientèle provient-elle des villages environnants ?
- Existe-t-il une relation de proximité entre les clients et les commerçants ?
- La commune de Poligny attire-t-elle plus de monde de par son statut de chef-lieu ?

### *Pourquoi les commerces viennent-ils s'installer dans la commune ?*

- Est-ce rentable à long terme ?
- Le loyer est-il cher ?
- Existe-t-il une demande spécifique de la part de la clientèle ?

### *Pour quelles raisons certaines personnes vont-elles consommer ailleurs ?*

- Quels sont les facteurs qui défavorisent la consommation à Poligny ?
- Quels sont les éléments qui attirent les personnes dans les villes avoisinantes ?
- Est-ce en raison du choix plus important dans les grandes villes alentours ?
- Le centre-ville polinois est-il peu attrayant ?