



Enquête sur les impacts de la marque

Petites Cités de Caractère®
de France et du Grand Est

www.petitescitesdecaractere.com



Synthèse
des résultats
& Zoom
Grand Est





Enquête Impacts

Sommaire

PARTIE 1 : L'ENQUETE NATIONALE	4
Présentation de l'enquête	5
Le souhait d'un « bilan » de la marque Petites Cités de Caractère®	5
Objectifs	5
Les questions posées	5
La diffusion	6
Participation à l'enquête	7
Répartition des réponses par région	7
Liste des communes ayant répondu à l'enquête par région	8
Fonction des participants	8
Carte situant les communes ayant répondu à l'enquête	9
Résultats de l'enquête	10
Premier ressenti quant à l'apport de la marque Petites Cités de Caractère®	10
Impacts sur la relation des habitants au patrimoine	11
Impacts sur le tourisme de la commune	12
Impacts sur l'économie de la commune	13
Impacts sur l'apport de subventions publiques	14
Opérations emblématiques	15
Paroles d'élus	16
PARTIE 2 : ZOOM GRAND EST	18
Participation à l'enquête	19
Répartition des réponses des Petites Cités de Caractère® du Grand Est	19
Liste et carte des Petites Cités de Caractère® du Grand Est	19
Paroles d'élus	20
Ardenne	20
Mouzon (Ardennes)	22
Rocroi (Ardennes)	24
Champagne	26
Bourmont (Haute-Marne)	28
Châteauvillain (Haute-Marne)	30
Cormicy (Marne)	32
Ervy-le-Châtel (Aube)	34
Joinville (Haute-Marne)	37
Montsaugeon (Haute-Marne)	40
Mussy-sur-Seine (Aube)	43
Sainte-Ménéhould (Marne)	45
Sézanne (Marne)	48
Vignory (Haute-Marne)	50
Lorraine	52
Plombières-les-Bains (Vosges)	54
Saint-Mihiel (Meuse)	57
Vic-sur-Seille (Moselle)	60
CONCLUSION : PERSPECTIVES 2020-2026	62

Présentation
de l'enquêteLe souhait d'un « bilan » de la marque
Petites Cités de Caractère®

Lors de la journée de rencontre au Sénat tenue le 20 novembre 2019, Roger Bataille, Vice-Président des Petites Cités de Caractère® de France, Président des Petites Cités de Caractère® du Grand Est, a souhaité la réalisation d'un « bilan » de la marque Petites Cités de Caractère®.



1

Objectifs

Ayant pour objectif d'étudier les impacts de la marque Petites Cités de Caractère®, l'enquête a été conçue autour de trois effets :

- Impact patrimonial,
- Impact touristique,
- Impact économique.

Les questions posées

L'enquête comprend une quinzaine de questions distribuées en 6 parties.

La première question forme une partie propre, elle aspire à mettre en évidence dès le départ les apports de la marque sur la commune

- Qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?

La seconde partie s'intéresse d'une part aux impacts de la marque sur le patrimoine de la commune, mais se concentre surtout sur la relation des habitants avec leur patrimoine local :

- Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine (réponse unique) ?
Oui, Non
- Si oui, pouvez-vous nous citer des exemples de cet impact ?
- Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?
- Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur (questions à choix multiples) :
- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable ?
Aucun, légèrement, important, très important
- L'appropriation de ce patrimoine ?
Aucun, légèrement, important, très important

- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ?
Aucun, légèrement, important, très important
- L'évolution du nombre d'habitants ?
Aucun, légèrement, important, très important

La troisième partie se concentre sur les impacts économiques de la marque, notamment autour des activités commerciales de la commune, mais également sur l'apport de subventions publiques :

- Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune (réponse unique) ?
Oui, Non
- Si oui, pouvez-vous nous citer des exemples de cet impact ?
- Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?
- Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La vie commerciale de votre cité ?
Aucun, légèrement, important, très important
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ?
Aucun, légèrement, important, très important
- Le nombre de logements occupés ?
Aucun, légèrement, important, très important
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ?
Aucun, légèrement, important, très important

- Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l’obtention de subventions publiques (réponse unique) ?
Oui, Non
- Si oui, pouvez-vous nous citer des exemples de cet impact ?
- Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?

La quatrième partie étudie les impacts de la marque sur la notoriété et le tourisme de la commune :

- Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune (réponse unique) ?
Oui, Non
- Si oui, avez-vous des données chiffrées pour illustrer cet impact ?
- Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La fréquentation touristique dans votre commune ?
Aucun, légèrement, important, très important
- La visibilité de votre cité comme destination touristique ?
Aucun, légèrement, important, très important
- La place de votre commune dans l’offre touristique du territoire ?
Aucun, légèrement, important, très important

- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ?
Aucun, légèrement, important, très important
- La communication autour de votre commune ?
Aucun, légèrement, important, très important

La cinquième partie propose aux communes d’émettre une réflexion sur les opérations déjà conduites depuis l’obtention de leur homologation, elle propose également de rapporter l’existence d’autres impacts non spécifiés dans l’enquête :

- Quelle(s) action(s) ou opération(s) conduite(s) lors de votre mandat vous semble(nt) emblématique(s) de Petites Cités de Caractère® ?
- Voyez-vous d’autres impacts, positifs ou négatifs, d’être Petites Cités de Caractère® ? Quel(s) ajustement(s) souhaiteriez-vous au projet ou à l’action des PCC ?

La dernière partie permet d’identifier le profil de la personne répondant au questionnaire ainsi que la situation géographique de sa commune.

Diffusion de l’enquête

L’enquête a été diffusée aux communes homologuées sous deux formats :

- PDF (offre la possibilité de remplir l’enquête directement ou de l’imprimer avant de la renvoyer par courriel).
- en ligne (offre la possibilité de remplir l’enquête directement grâce à un lien Google drive).

La diffusion de l’enquête auprès des communes homologuées a débuté le 21 janvier 2020. Après un envoi émis en février et une relance en novembre pour le Grand Est, les réceptions se sont terminées fin novembre.

Réalisation

Cette enquête flash a été réalisée et coordonnée par Laurent MAZURIER, Directeur de l’Association Petites Cités de Caractère® de France et Frédérique CARON-LAMBERT, stagiaire.

Participation à l’enquête

Bien qu’en dessous de nos attentes, ces 61 réponses nous permettent cependant de souligner quelques impacts économiques, touristiques et patrimoniaux importants sur les communes membres du réseau.

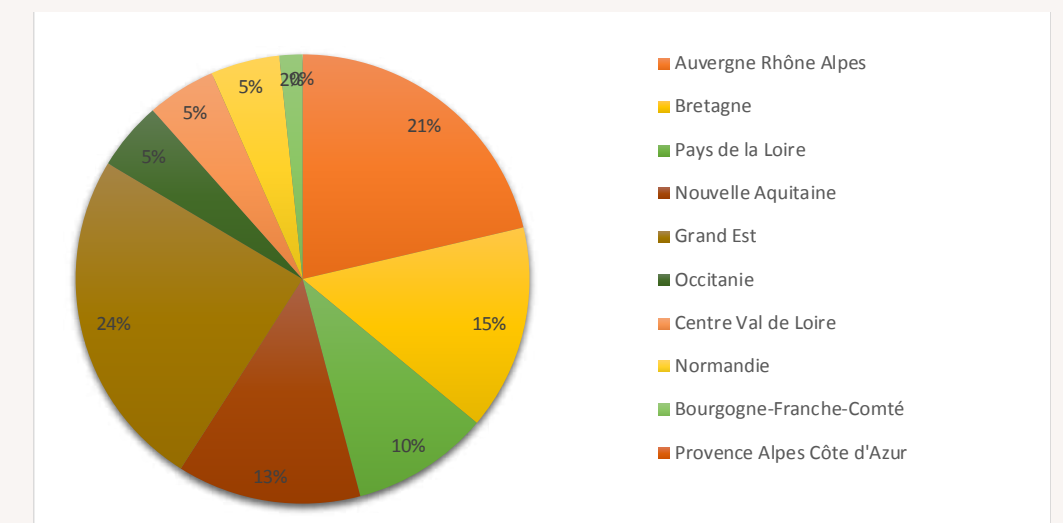
Répartition des réponses par région

Au terme de cette enquête, nous avons reçu un total de 61 réponses de la part de 61 communes homologuées Petites Cités de Caractère®. Cinq communes, bien que très intéressées par cette enquête, n’ont pas souhaité répondre au questionnaire. Leurs homologations très récentes ne permettent pas, d’après eux, de répondre aux questions avec suffisamment de recul.

Le graphique en secteur souligne de manière méthodique la prédominance des réponses apportées par les communes homologuées des régions Grand Est et Auvergne-Rhône-Alpes. Dans l’objectif d’évaluer de manière représentative les réponses émises sur un territoire, nous avons également calculé le pourcentage de communes ayant répondu sur le nombre total de communes homologuées de chaque région :

- Auvergne-Rhône-Alpes : 45 % des communes homologuées ont participé.
- Bourgogne-Franche-Comté : 100 % des communes homologuées (1 seule commune est homologuée) ont participé.

- Bretagne : 40 % des communes homologuées ont participé.
- Centre-Val de Loire : 50 % des communes homologuées ont participé.
- Grand Est : 100 % des communes homologuées ont participé.
- Normandie : 33 % des communes homologuées ont participé.
- Nouvelle-Aquitaine : 28 % des communes homologuées ont participé.
- Occitanie : 43 % des communes homologuées ont participé.
- Pays de la Loire : 18 % des communes homologuées ont participé.
- Provence-Alpes-Côte d’Azur : aucun.



Graphique en secteurs représentant la répartition des réponses à l’enquête par région

Liste des communes ayant répondu à l'enquête par région

Auvergne-Rhône-Alpes (13)

- 8. Artonne
- 13. Auzon
- 23. Besse-et-Saint-Anastaise
- 57. Ébreuil
- 72. Hérisson
- 85. Laroquebrou
- 83. La Sauvetat
- 93. Le Monastier-sur-Gazeille
- 109. Menet
- 132. Pleaux
- 140. Riverie
- 156. Saint-Floret
- 166. Saint-Urcize

Bourgogne-Franche-Comté (1)

- 179. Tonnerre

Bretagne (9)

- 19. Bécherel
- 38. Châteaugiron
- 47. Combourg
- 54. Dol-de-Bretagne
- 74. Josselin
- 138. Quintin
- 111. Montfort-sur-Meu
- 110. Moncontour-de-Bretagne
- 135. Pontrioux

Centre-Val de Loire (3)

- 56. Drevant
- 65. Ferrières-en-Gâtinais
- 103. Luynes

Grand Est (15)

- 27. Bourmont
- 40. Châteauvillain
- 50. Cormicy
- 60. Ervy-le-Châtel

- 73. Joinville
- 116. Montsaugéon
- 121. Mouzon
- 123. Mussy-sur-Seine
- 187. Plombières-les-Bains
- 143. Rocroi
- 152. Sainte-Mènehould
- 159. Saint-Mihiel
- 175. Sézanne
- 187. Vic-sur-Seille
- 188. Vignory

Normandie (3)

- 80. La Perrière
- 95. Le Sap
- 101. Longny-au-Perche

Nouvelle-Aquitaine (8)

- 1. Airvault
- 10. Aubeter-sur-Dronne
- 44. Chef-Boutonne
- 51. Coulon
- 63. Eymoutiers
- 158. Saint-Loup-Lamairé
- 165. Saint-Savinien-sur-Charente
- 182. Treignac

Occitanie (3)

- 3. Ambialet
- 48. Combret-sur-Rance
- 99. Lisle-sur-Tarn

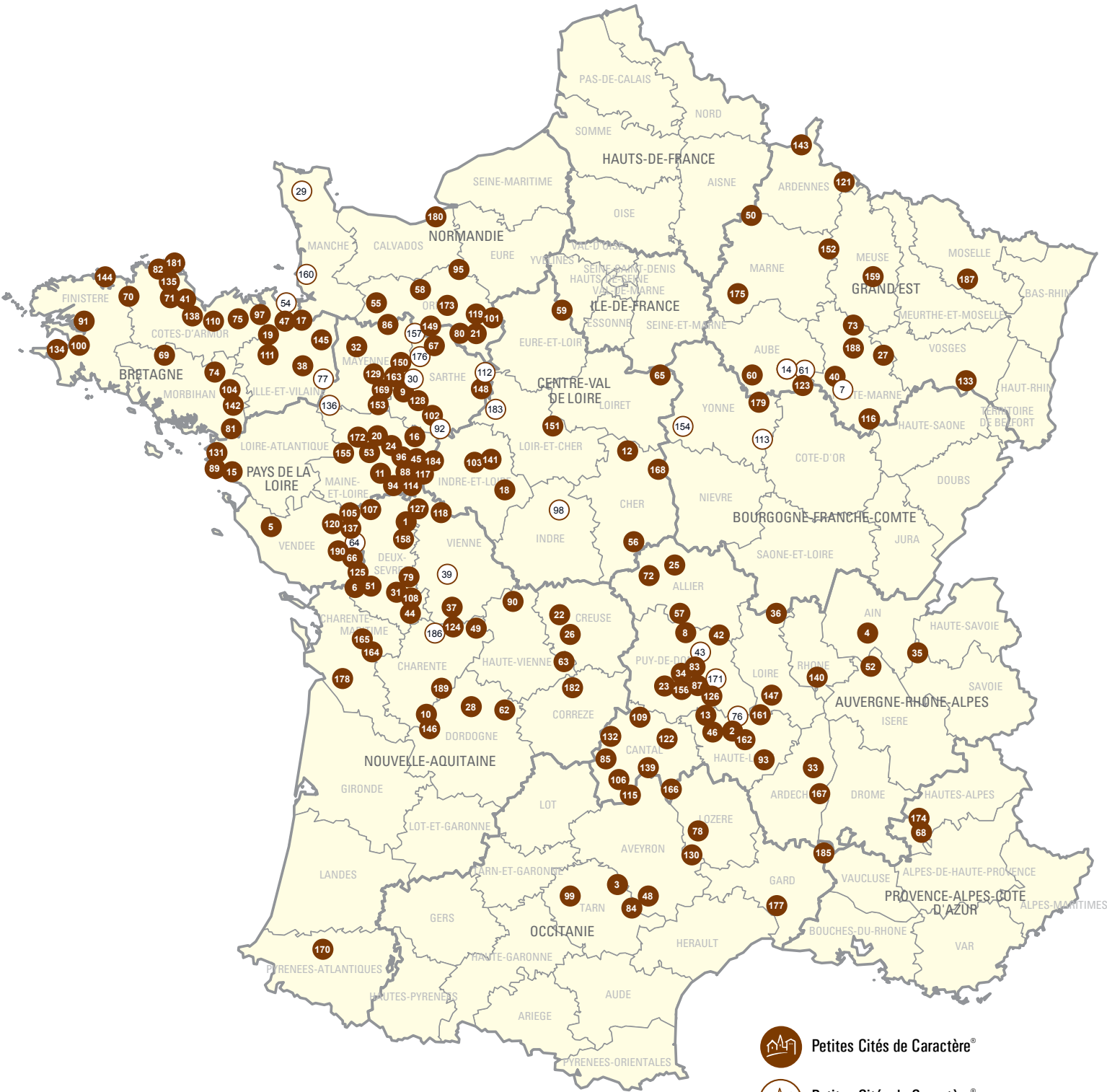
Pays de La Loire (6)

- 89. Le Croisic
- 148. Saint-Calais
- 153. Sainte-Suzanne
- 156. Saint-Florent
- 163. Saint-Pierre-sur-Erve
- 190. Vouvant

Fonction des participants

- 58% de maires
- 13% d'adjoint(e)s au maire
- 8% de conseiller(ères)
- 21% occupent une autre fonction (délégué(e)s, correspondant(e)s, adjoint(e)s dans le tourisme ou l'urbanisme)

Les maires sont les plus nombreux à répondre au questionnaire, 36 sur les 61 réponses reçues. Leurs expériences personnelles nous ont permis de comprendre les impacts économiques, touristiques et patrimoniaux de la marque Petites Cités de Caractère® dans leurs communes respectives.



Carte situant les communes ayant répondu à l'enquête

et plus globalement l'ensemble des Petites Cités de Caractère® de France. Données février 2020.

Liste des communes qui n'ont pas souhaité répondre à l'enquête du fait de leur récente homologation :

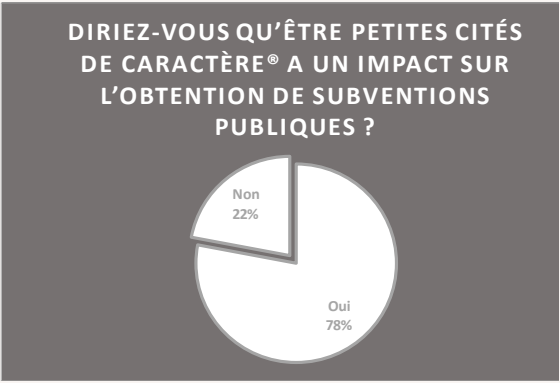
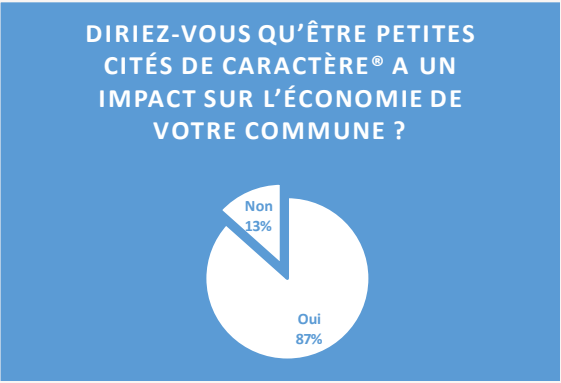
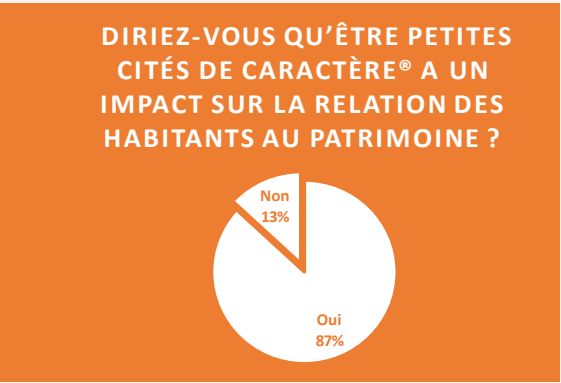
- Beaulieu-lès-Loches (Centre-Val de Loire)
- Bourganeuf (Nouvelle-Aquitaine)
- Brantôme-en-Périgord (Nouvelle-Aquitaine)
- Charlieu (Auvergne-Rhône-Alpes)
- Rochecorbon (Centre-Val de Loire)

Le premier ressenti quant à l'apport de la marque Petites Cités de Caractère®

La première question posée à la commune est très importante et permet de définir le ressenti général de la part des élus, conseillers, adjoints ou autres personnes sur l'apport direct de la marque :
« De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ? »

Les réponses les plus souvent rapportées sont :

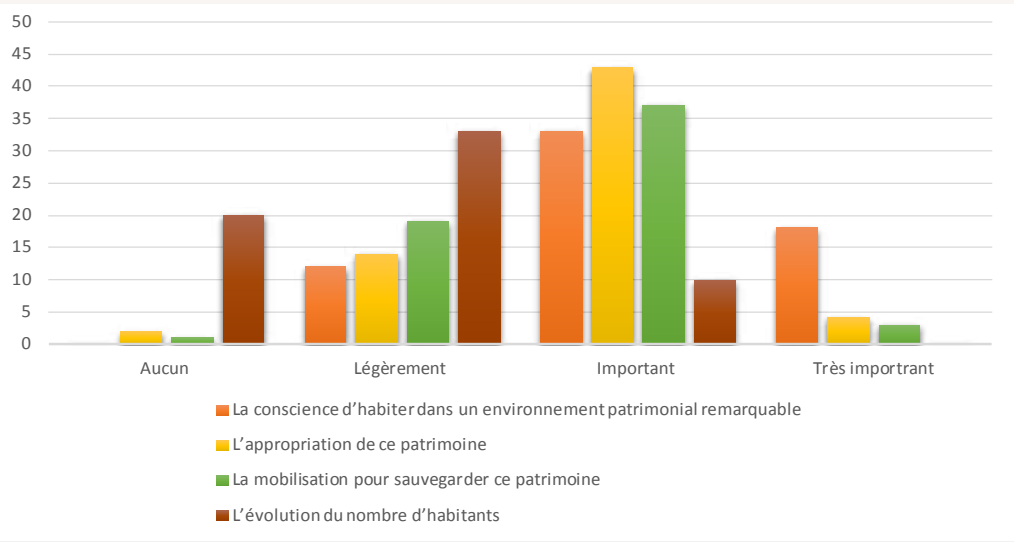
- La marque permet une prise de conscience du patrimoine bâti par les habitants de la commune ;
- Ce label participe au rayonnement et à l'attractivité touristique de la commune ;
- Une réelle augmentation du nombre de rénovations et d'aménagements autour du patrimoine de la commune est constatée.



Impacts sur la relation des habitants au patrimoine

- 87 % des réponses reçues affirment que la marque Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine.
- La plupart des habitants des communes homologuées sont, d'après les réponses des représentants, plus respectueux des obligations liées aux travaux de rénovation du bâti,
 - Les habitants développent un intérêt particulier pour le patrimoine local,
 - Les habitants s'approprient la marque Petites Cités de Caractère®,
 - Les artisans et commerçants locaux utilisent le label pour assurer la qualité de leurs services et produits.

Importance des impacts de marque Petites Cités de Caractère® sur la relation des habitants au patrimoine



L'impact de la marque Petites Cités de Caractère® sur la relation entre les habitants et le patrimoine introduit 4 tendances importantes :

- Pour 53 communes, le passage dans le réseau Petites Cités de Caractère® a un impact sur leurs habitants. En effet, ils s'approprient le patrimoine local ainsi que la marque du réseau.
- Depuis leurs homologations, 51 communes constatent un impact important (ou très important) sur la prise de conscience et la sauvegarde du patrimoine communal.

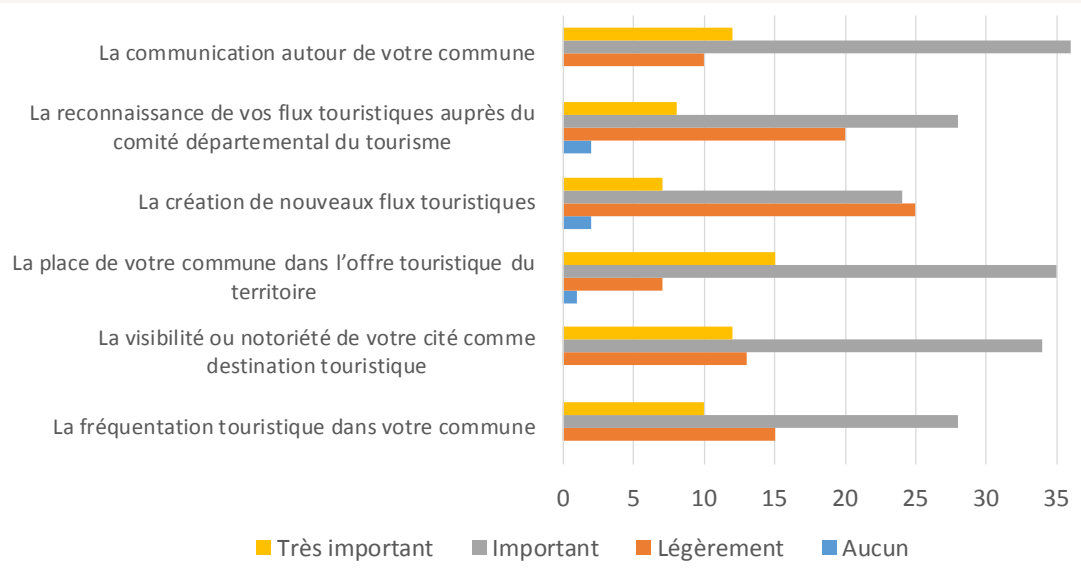
- Pour la plupart des communes, l'intégration dans le réseau Petites Cités de Caractère® a eu un faible impact sur l'évolution du nombre d'habitants.
- Mis à part le faible impact sur l'évolution du nombre d'habitants, la majorité des représentants ont constaté les effets positifs de la marque Petites Cités de Caractère® sur l'ensemble des situations proposées pour cette catégorie. La case « aucun impact » est très faiblement représentée : moins de 2 % l'ont retenue.

Impacts sur le tourisme de la commune

100 % des réponses reçues affirment que la marque Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans la commune.

- Depuis leurs homologations, les communes constatent :
- une augmentation du nombre de visiteurs à l'année,
 - une augmentation du nombre de visiteurs étrangers,
 - une augmentation du nombre de visiteurs lors des événements de la commune (fêtes, expositions, marchés locaux...).

Impacts de la marque Petites Cités de Caractère® sur le tourisme des communes



Pour la majorité des représentants, l'ensemble des impacts proposés ont tous une grande importance sur le tourisme de leurs communes. Néanmoins, quelques tendances sont nécessaires à exploiter afin d'émettre certaines affirmations :

- 48 communes confirment l'impact important (ou très important) de la marque Petites Cités de Caractère® sur la communication autour de la commune.
- C'est une marque d'identification qui parle de plus en plus aux visiteurs, devenue une garantie de qualité pour les touristes, elle s'exporte de plus en plus facilement hors des régions respectives des communes : plus de 46 communes confirment l'impact important (ou très important) du label dans la construction d'une notoriété touristique.

- 31 communes confirment l'impact important (ou très important) du label dans la création de nouveaux flux touristiques, il reste néanmoins très hétérogène selon les régions.

Si on rassemble la part des réponses de la case « très important » avec celle de la case « important », on peut affirmer que la marque Petites Cités de Caractère® a un impact considérable sur le tourisme des communes. Même si le label impacte légèrement certaines communes, elle est restée présente pour l'ensemble des résultats.

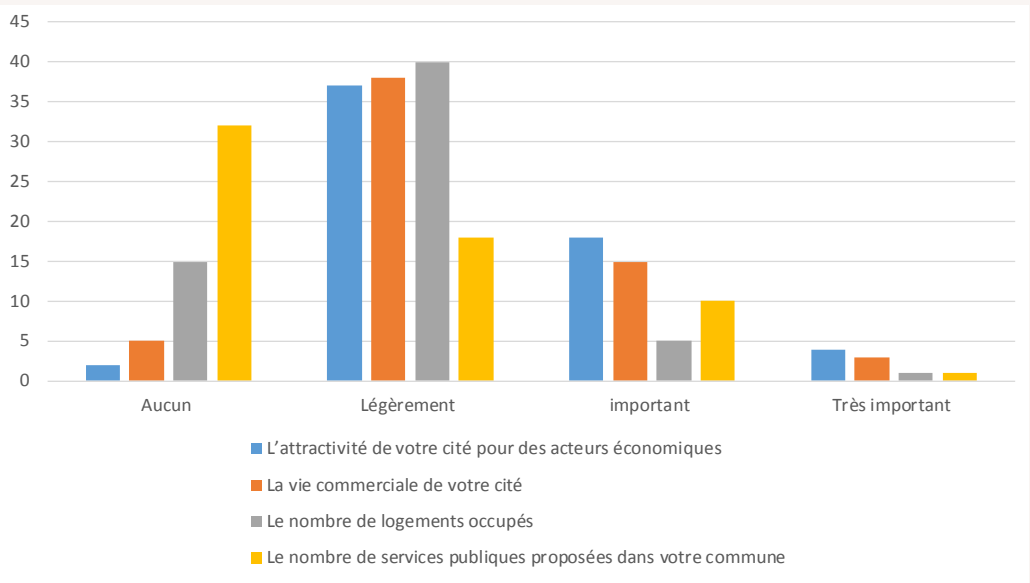
La communication autour de la commune est l'un des impacts les plus importants, le label lui-même semble constituer une forte publicité.

Impacts sur l'économie de la commune

87 % des réponses reçues affirment que la marque Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de la commune.

- Elles constatent :
- une hausse de fréquentation dans les commerces (restaurants, commerces alimentaires...) ;
 - une hausse des ventes des produits locaux, du terroir et artisanaux ;
 - une augmentation de la fréquentation des hôtels, chambres d'hôtes, gîtes et campings ;
 - une augmentation du nombre de commerces et commerçants (davantage de restaurants et de boutiques sont recensés dans les Petites Cités de Caractère®).

Impacts économiques de la marque Petites Cités de Caractère®



Malgré des exemples positifs donnés par les élus (récupérés dans les réponses aux questions ouvertes de l'enquête), la tendance semble se tourner davantage vers la case « légèrement » pour l'ensemble des situations proposées. De plus, une trentaine de communes n'a pas connu de changements quant au nombre de services publics proposés. Néanmoins, il reste nécessaire d'appuyer les 29% de représentants qui reconnaissent l'impact important (ou très important) du label dans la vie commerciale de leur cité. Cette donnée reste importante à signaler, surtout pour des communes de moins de 6 000 habitants. L'omniprésence de résultats dans la case « légèrement » reste positive dès lors que l'ensemble des communes affirment une

légère augmentation du chiffre d'affaires dans les commerces et restaurants.

Paroles d'élus

« Le restaurant gastronomique a augmenté son chiffre d'affaires de 30 %. »
Alain RENARD, Maire de Mouzon

« Un salon de thé a même ouvert au pied de l'église, profitant des touristes qui déambulent désormais dans la cité. »
Bertrand OLLIVIER, Maire de Joinville

« Plusieurs installations de commerces dont une épicerie fine-cave à manger. Également une agence immobilière et un notaire. Et la restauration du château devenu Chambres d'hôtes et lieu de réception. »
Chantal LANTENOIS, Maire-adjointe de Cormicy

Impacts sur l'apport de subventions publiques

78 % des réponses reçues affirment que la marque Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques.



2

Provenance des subventions perçues par les communes



Subventions régionales

La majorité (81%) des subventions perçues par les communes du réseau proviennent des régions, elles peuvent être de différentes natures selon les besoins de la commune. Les aides régionales sont présentes autour de 3 objectifs : connaître, conserver et valoriser le patrimoine de la région.

Aides départementales

Elles représentent 10 % des subventions reçues par les communes du réseau, elles ont deux objectifs importants :

- Restaurer et valoriser le patrimoine de proximité dans toute sa diversité.
- Favoriser l'utilisation ou la réutilisation de lieux ou objets patrimoniaux à des fins d'animation.
- Permettre la découverte ou l'accessibilité des éléments concernés aux publics.

Aides nationales

Elles représentent 9% des subventions reçues par les communes, il s'agit

notamment de dons provenant de la Fondation du Patrimoine. Cette fondation a pour objectif : « la sauvegarde et la valorisation du patrimoine français. Au travers du label, de la souscription publique et du mécénat d'entreprise, elle accompagne les particuliers, les collectivités dans des projets de restauration ».

Paroles d'élus

« Petites Cités de Caractère® est un argument important pour négocier les divers contrats avec les partenaires car elle montre la stratégie et le volontarisme de notre commune. »

Bertrand OLLIVIER, Maire de Joinville

« Les projets de la commune s'inscrivent dans une opération globale de revitalisation et de valorisation du patrimoine. Cela facilite la justification des demandes de subvention, les projets renforçant les fonctions de centralité de la commune et son rôle de bourg structurant du territoire. »

Roger BATAILLE, Maire d'Ervy-le-Châtel

2. Joinville. Réhabilitation exemplaire sur le plan patrimonial comme environnemental d'un immeuble intégralement pillé, afin de créer 7 logements en partenariat avec le bailleur social. 2019 © Ville de Joinville

Opérations emblématiques

Lors de l'enquête, nous avons demandé aux élus ainsi qu'aux référents de revenir sur l'une de leurs opérations emblématiques conduites depuis l'intégration au réseau Petites Cités de Caractère®. La Partie 2 de ce dossier est un zoom spécifiquement dédié aux témoignages des élus des Petites Cités de Caractère® du Grand Est.



3

Paroles d'élus

« Création d'un parcours d'interprétation du patrimoine et la réalisation d'un document avec le CAUE du Cantal présentant le programme pluriannuel et élaboré pour répondre à l'appel à projets Villages Remarquables »

Jean-Marc ANTIGNIAC, Maire de Pleaux

« Restauration et rénovation de nombreux bâtiments publics et privés. Supports de communication et de valorisation renouvelés, festival « Jazz & Patrimoine » mis en place il y a 5 ans avec Batz-sur-Mer et Piriac-sur-Mer. Remise en valeur et rénovation de nombreuses voies et places du centre historique (pavage, effacement réseaux, piétonnisation...) »

Laurent DELEPIRE, Directeur Général Adjoint des Services et Directeur du Patrimoine, Le Croisic

« Les visites «en costume d'époque» vont avoir lieu en 2020 avec le thème légendes et histoire de Saint-Floret »

Maguy LAGARDE, Maire de Saint-Floret

« Travaux de restauration des Halles (médiathèque) de la Chapelle du Château, le Château, les espaces publics, labellisation villes et villages fleuris, mise en valeur des enseignes des commerces, salon des métiers d'art, création d'un centre d'art contemporain (les 3CHA), salon du livre médiéval, soirées d'été, concerts, visites thématiques »

Lisa LAMARCHE, Directrice Générale des Services, Châteaugiron

« Mise en place d'une offre de visite en hors saison (sur réservation toute l'année, 30 rendez-vous fixes en saison), création d'un accueil point d'information communal en saison, installation d'un Escape Game dans la tour médiévale. Création d'événements : « Jardins Ephémères » en saison 2019, les « Jeudis aux Jardins » en saison 2019, en lien avec le tissu associatif local et création d'un parcours d'interprétation sur la commune »

Réjeanne FOUCARD, Maire-adjointe à la culture, Montfort-sur-Meu

« Création de la plaquette avec plan de ville dessiné, sous forme papier et sur le réseau Petites Cités de Caractère®, publicité autour de cet événement. Journées « Art et gastronomie à Mouzon » du 28 septembre 2019 et les 2 soirées « Son et Lumières sur l'abbatiale des 27 et 28 septembre 2019 »

Alain RENARD, Maire de Mouzon

« L'Opération façades » : une enveloppe d'aides destinées aux particuliers dans les 3 PCC du Pays de Chaumont pour les projets de ravalement, ainsi que la mutualisation des animations sur ce même secteur : conférences, visites, spectacles, marchés du terroir. »

Jonathan HASSELVANDER, Maire de Bourmont

3. Châteaugiron

© Association Petites Cités de Caractère® de Bretagne

Paroles d'élus



4



5



6



7



8

« C'est une véritable opportunité de développement pour notre tourisme national que d'avoir créé une marque de reconnaissance française de prestige après celle des plus beaux villages. Nous en faisons partie, nous en sommes très fiers. Dans ce cadre, il appartient à chacun de jouer un rôle à la hauteur de ce que la marque suscite. L'investissement du labellisé est essentiel, mais celui de l'Association également pour un épaullement appuyé de partage de déclinaison de politique nationale; du procès des axes privilégiés à suivre et de la vie active sur le terrain afin de donner un véritable sentiment d'appartenance et d'unité à un mouvement ambitieux. Faire connaître sous toute forme et au plus vite notre réseau de Petites Cités de caractère dans les principaux pays européens pour donner la taille et la crédibilité dans le paysage du tourisme en France. Examiner au plus vite les sites dans notre Berry, terre de patrimoine historique par excellence, pour augmenter encore l'attractivité territoriale. Le nom du Berry est porteur, il a été une terre d'accueil de la royauté, il est la terre d'accueil aujourd'hui, au centre de la France pour des séjours courts de Culture, de Patrimoine, de territoires à découvrir : pour toutes les grandes villes qui l'entourent, pour ceux qui visitent notre contrée et ceux qui la traversent »

Jean-Pierre GILLOT, Maire-adjoint de Drevant

« La marque Petites Cités de Caractère® n'a que des impacts positifs, notamment par l'attribution du label qui démontre à priori, la qualité, l'harmonie, la cohérence et l'unité du bâti. Nous souhaitons persévérer dans les exigences de l'amélioration et maintenir l'encouragement à ne jamais baisser la garde pour parfaire et embellir au mieux le bon état des lieux. »

Bernard REMISE, Maire de Saint-Urcize

« Saint-Floret est un village qui avait été «Plus beau village de France». Nous avons perdu ce label il y a deux ans. Nous voulions que Saint-Floret puisse faire partie de l'association «Petites Cités de Caractère». Nous en faisons partie et c'est très bénéfique pour Saint-Floret. Le nombre de touristes est en progression constante et ce label nous «pousse» à améliorer, en permanence, notre village »

Maguy LAGARDE, Maire de Saint-Floret

« L'apport touristique de la marque est indéniable, nous avons une reconnaissance locale, départementale et régionale. Mais surtout, une prise de conscience par les habitants de la richesse de leur patrimoine, de sa fragilité et de l'importance de la conservation et de sa mise en valeur. »

Jean-Luc OLIVE, Conseiller Municipal pour la commune de la Perrière

« L'intérêt de disposer d'une feuille de route pour les années à venir et de repérer grâce au cahier des charges, nos points de progrès en matière de mise en valeur du patrimoine et d'embellissement de la cité est très important pour notre commune. Ensuite, l'avantage d'appartenir à un réseau et de recueillir auprès de ses membres des idées de projets ou d'actions. Enfin, la marque apporte une visibilité au-delà de notre territoire proche grâce au guide et au site internet des PCC. »

Sylvie SAVIGNIAC, Conseillère Municipale de Treignac

« Le réseau permet de développer un cadre de vie de qualité, un lieu pour une destination touristique, un écrin pour toutes les animations, un lieu porteur de projets et de partenariats, un lieu pour la gestion du patrimoine. »

Mélina PARMENTIER, Maire de Bécherel

« Le réseau permet une plus grande notoriété et une dynamique locale pour développer les animations tout au long de l'année »

Françoise DELATOUCHE, Maire de Saint-Pierre-sur-Erve

« Le réseau permet un rayonnement qui dépasse nos frontières et donc une affluence supplémentaire ; la garantie pour le visiteur de trouver un intérêt patrimonial à la visite, un réseau d'échanges de pratiques entre Petites Cités de Caractère® »

Mireille AIRAULT, Maire de Quintin

« Le réseau Petites Cités de Caractère® a permis : la mise en avant du patrimoine bâti, l'animation de ce patrimoine, la communication du réseau PCC sur notre commune, la réalisation d'un plan cavalier, la distribution des brochures PCC (Guide régional et brochure plan) ainsi que la présence d'un public étranger plus importants, amateur de Patrimoine (Espagnols et Italiens)

Xavier COADIC, délégué au tourisme pour la commune de Dol-de-Bretagne

« Petites Cités de Caractère® apporte une nouvelle notoriété construite sur la communication et la reconnaissance du label PCC, de la qualité de notre patrimoine culturel. En effet, la communication en direct par notre village n'était pas une condition suffisante pour la développer. »

Pierre TERITEHAU, Maire d'Ebreuil

Retrouvez davantage de témoignages d'élus dans le Guide de l'Elu (fiche 6.1) ainsi qu'en vidéos sur notre chaîne YouTube : Petites Cités de Caractère France

<https://www.youtube.com/c/PetitesCitésdeCaractèreFrance>

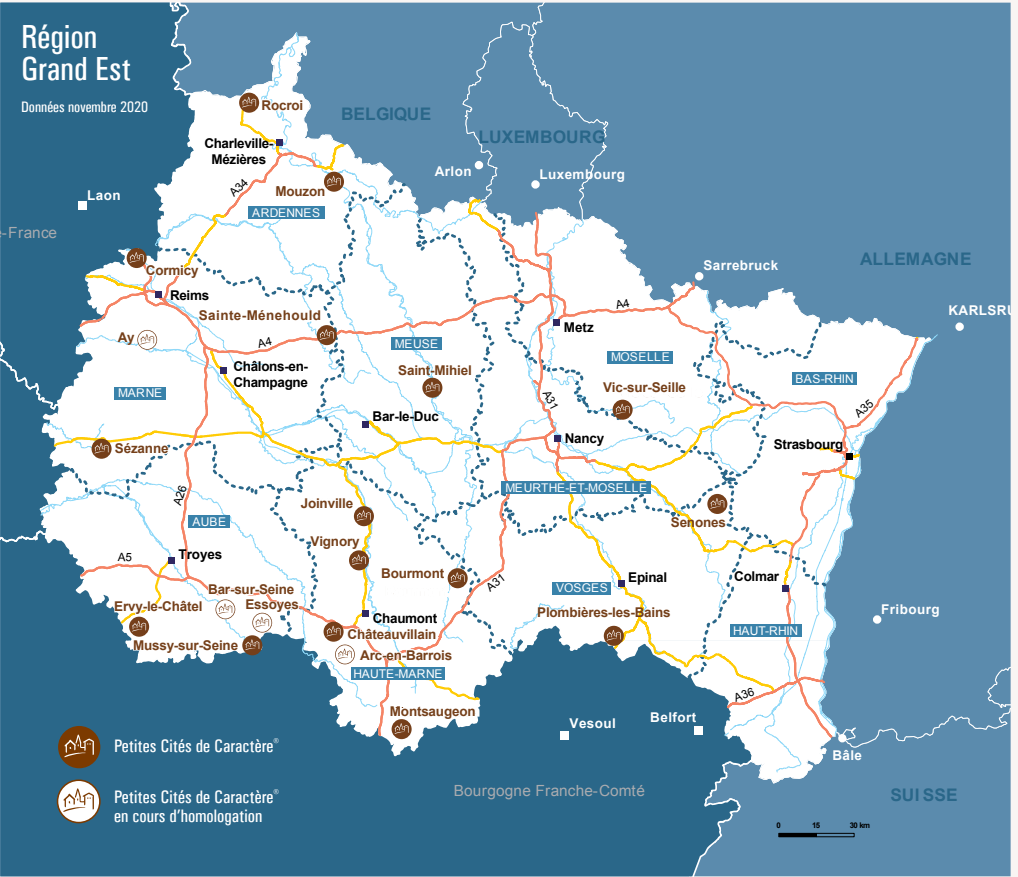
4. Saint-Floret © Association Petites Cités de Caractère® AURA
5. La Perrière © Association Petites Cités de Caractère® de l'Orne

6. Saint-Urcize © Mairie
7. Treignac © Mairie
8. Ebreuil © Mairie

Fin 2020, 20 communes de la Région Grand Est sont adhérentes au réseau Petites Cités de Caractère®. Parmi elles, 16 sont homologuées, elles ont signé le contrat de licence de marque. Elle affichent et utilisent la marque. 4 autres communes sont en démarche de progression vers la labellisation, dites en cours d'homologation. Senones, labellisée fin 2020, n'a pas répondu à l'enquête. Voici donc la liste et la localisation des 15 communes dont les élus ont souhaité apporter leur témoignage et leurs réponses détaillées quant aux impacts de la marque Petites Cités de Caractère®.

Liste des 15 Petites Cités de Caractère® ayant répondu à l'enquête

- Bourmont
- Châteauvillain
- Cormicy
- Joinville
- Ervy-le-Châtel
- Montsaugéon
- Mouzon
- Mussy-sur-Seine
- Plombières-les-Bains
- Rocroi
- Sainte-Ménéhould
- Saint-Mihiel
- Sézanne
- Vic-sur-Seille
- Vignory



Carte situant les Petites Cités de Caractère® du Grand Est
Données novembre 2020.



Ardenne

Mouzon

« Pour beaucoup d'officiels du département des Ardennes et de la région Grand Est, la marque Petites Cités de Caractère® est de plus en plus accolée à Mouzon. Le restaurant gastronomique a augmenté son chiffre d'affaires de 30 %.»

Alain RENARD, Maire de Mouzon



10

Petite Cité
de Caractère®
depuis octobre 2017

(Ardennes)
2 346 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ? Une reconnaissance entre Petites Cités, un attrait marqué de certains touristes. Pour beaucoup d'officiels du département et de la région, la marque Petites Cités de Caractère® est de plus en plus accolée à Mouzon. Des associations se sont emparées de la marque. Par exemple, à la place de la foire traditionnelle, nous avons eu « Flânerie dans une Petite Cité de Caractère ». Il y a eu aussi de l'ironie de la part de quelques habitants : « Des papiers par terre, dans une Petite Cité, quelle honte ». Ce qui est une manière de nous pousser vers l'excellence !

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ? Non.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Légèrement
- L'appropriation de ce patrimoine ? Légèrement
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Légèrement
- L'évolution du nombre d'habitants ? Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ? Oui. Au moins pour le restaurant gastronomique qui a augmenté son chiffre d'affaires de 30 %, mais en alliant la marque Petites Cités de Caractère® avec des travaux d'agrandissement. Rien de notable pour la fréquentation du Musée-atelier du Feutre.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La vie commerciale de votre cité ? Légèrement
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Aucun
- Le nombre de logements occupés? Aucun
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ? Non.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ? Oui. Peut-être plus de monde dans les rues en été. Mais la fréquentation est liée aux capacités d'ouverture de certains commerces.

Mouzon (suite)



11



12



13

Vidéo impacts



https://youtu.be/qb93n_-ExKs

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La fréquentation touristique dans votre commune ? Légèrement
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Légèrement
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Aucun
- La création de nouveaux flux touristiques ? Légèrement
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme? Légèrement
- La communication autour de votre commune ? Important

Vos actions emblématiques :

- Edition et mise à disposition gratuite d'un dépliant-livret « A la découverte du Patrimoine de Mouzon, Petite Cité de Caractère® » incluant un plan de ville dessiné, en partenariat avec l'Agence Régionale du Tourisme ;
- Exposition itinérante « Petites Cités de Caractère® des Ardennes », en lien avec l'Agence de Développement Touristique des Ardennes ;
- Journées Art et gastronomie à Mouzon du 28 septembre 2019 et les 2 soirées Son et Lumières sur l'abbatiale des 27 et 28 septembre 2019.

D'autres impacts et perspectives :

- Tournage et diffusion d'une collection de reportages-interviews dédiés à Mouzon, Petite Cité de Caractère®, en co-production avec l'Agence Régionale du Tourisme ;
- Retombées médiatiques, intérêt de la presse ;
- Espoirs de développement du réseau à travers la nouvelle Association des Petites Cités de Caractère® du Grand Est qui vient d'être créée.



Alain RENARD, Maire de Mouzon

Rocroi

Rocroi (suite)

« La marque Petites Cités de Caractère® est un atout important, elle attire les touristes et permet de prétendre à une belle renommée. La marque nous a imposé la mise en place d'une AVAP et d'équipements que nous aurions à un moment ou à un autre mis en place. Elle a été une motivation supplémentaire. »

Denis BINET, Maire de Rocroi



14



15



16



17

Petite Cité
de Caractère®
depuis février 2014

(Ardennes)
2 330 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?
L'affichage d'une marque architecturale de référence.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?
Non.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Important
- L'appropriation de ce patrimoine ? Légèrement
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Important
- L'évolution du nombre d'habitants ? Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?
Non.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La vie commerciale de votre cité ? Légèrement

- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Légèrement
- Le nombre de logements occupés? Aucun
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?
Non.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?
Oui.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La fréquentation touristique dans votre commune ? Légèrement
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Légèrement
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Légèrement
- La création de nouveaux flux touristiques ? Légèrement
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme? Légèrement
- La communication autour de votre commune ? Légèrement

Vidéo impacts



<https://youtu.be/YaklmyQeo5g>

Vos actions emblématiques :

- Restauration et réhabilitation du patrimoine militaire pour de nouveaux usages ;
- Aménagement d'une aire de camping-cars ;
- Création du dépliant « A la découverte du Patrimoine de Rocroi, Petite Cité de Caractère » incluant un plan de ville dessiné, en partenariat avec la Région Grand Est et l'Agence Régionale du Tourisme ;
- Exposition itinérante « Petites Cités de Caractère® des Ardennes » en lien avec l'Agence de Développement Touristique des Ardennes ;
- Reconstitutions historiques pour le 375^{ème} anniversaire de la bataille en 2018;
- 75^{ème} anniversaire de la libération de Rocroi en 2019 ;
- Fête du Parc naturel Régional des Ardennes.

D'autres impacts et perspectives :

Ouvrer à renforcer la signalétique directionnelle vers les Petites Cités de Caractère® quel que soit le type de route : autoroute, RD, RN.



Denis BINET, Maire de Rocroi, Vice-Président de la Communauté de Communes Vallées et Plateau d'Ardenne



Champagne

« La marque Petites Cités de Caractère® apporte de la visibilité, du niveau départemental au niveau national, une certaine crédibilité parmi les partenaires et un effet de levier dans les négociations. »

Jonathan HASELVANDER, Maire de Bourmont



18

Petite Cité
de Caractère®
depuis mai 2012

(Haute-Marne)
commune de
Bourmont-entre-
Meuse-et-Mouzon
814 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?
A plusieurs niveaux :
• de la visibilité, du niveau départemental au niveau national ;
• une certaine crédibilité parmi les partenaires, un effet de levier dans les négociations.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?
Oui avec plus d'attentes de la part des administrés.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable ? Très important
- L'appropriation de ce patrimoine ? Légèrement
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Légèrement
- L'évolution du nombre d'habitants ? Important

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?
Oui. L'impact n'est évidemment pas immédiat et difficilement quantifiable. On est dans

l'ordre de l'effet psychologique diffus : l'image positive véhiculée par la marque, et le constat d'un regain visible d'activités (marché de producteurs, spectacles ambitieux ...) attirent les porteurs de projets.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La vie commerciale de votre cité ? Important
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Très important
- Le nombre de logements occupés ? Important
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Légèrement

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?
Oui.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?
Oui. Le réseau Petites Cités de Caractère® nous a permis par exemple de nous doter de brochures, qualitatives et estampillées du logo maintenant bien connu, qui une fois diffusées, saison après saison, contribuent à nous identifier dans le paysage touristique. Du coup, les partenaires (offices du tourisme, socio-professionnels) prescrivent la visite de Bourmont, car c'est rentré dans les habitudes ! Bourmont est devenu le site à voir sur le territoire. Bien-sûr parce que le

Vidéo impacts



<https://youtu.be/CpqR5BMoRf4>

site est attrayant par nature, mais aussi et surtout parce qu'il est rendu visible, connu, fléché et documenté. Sans parler de la signalétique routière, du circuit de visite. Dans nos territoires ruraux, surtout animés par du bénévolat, toute cette organisation fait «très pro».

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La fréquentation touristique dans votre commune ? Très important
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Très important
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Très important
- La création de nouveaux flux touristiques ? Très important
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ? Important
- La communication autour de votre commune ? Très important

Vos actions emblématiques :

- «Opération façades» : enveloppe d'aides destinées aux particuliers dans les 3 PCC du Pays de Chaumont (Châteauvillain, Vignory et Bourmont) pour les projets de ravalement, ainsi que la mutualisation de l'animation sur ce même secteur ;
- En lien avec le Pays de Chaumont, programme annuel d'animations variées: conférences, visites, spectacles, marchés du terroir ;



19



20



21

- Mise en place d'un circuit d'interprétation du patrimoine de la cité, avec dépliant d'accompagnement, en lien avec le Pays de Chaumont.

D'autres impacts et perspectives :

- Accueils de presse ;
- Retombées médiatiques ;
- Reconnaissance nationale et internationale.



Jonathan HASELVANDER, Maire de Bourmont, 1^{er} Vice-Président de la Communauté de Communes Meuse-Rognon

Châteauvillain

« L'idée n'est pas de reconstruire mais d'entretenir, d'empêcher les outrages du temps et surtout d'animer. Le fait d'être Petite Cité de Caractère® nous impose d'être dans le qualitatif et c'est extrêmement important pour nous. »

Marie-Claude LAVOCAT, Maire de Châteauvillain



22

Châteauvillain (suite)



23



24



25



26

Petite Cité
de Caractère®
depuis
décembre 2012

(Haute-Marne)
1 596 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?

- de la notoriété ;
- oeuvrer en réseau ;
- des idées d'aménagements.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?
Non.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Légèrement
- L'appropriation de ce patrimoine ? Légèrement
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Légèrement
- L'évolution du nombre d'habitants ? Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?
Non.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ? Légèrement
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Légèrement
- Le nombre de logements occupés? Aucun
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?
Oui. Avec :

- des aides plus importantes pour la réfection de la Place de l'Hôtel de Ville (aides de l'ancienne Région Champagne-Ardenne) ;
- une écoute plus favorable des partenaires ;
- le dispositif «Opération façades». à destination des habitants, permise par le Pays de Chaumont.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?
Oui. Nous n'avons pas de données mais il existe des amateurs de Petites Cités de Caractère® qui effectuent le détour ou le voyage.

Vidéo impacts
YouTube
<https://youtu.be/UDhH1D7XPfQ>

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ? Légèrement
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Légèrement
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Important
- La création de nouveaux flux touristiques ? Légèrement
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme? Légèrement
- La communication autour de votre commune ? Important

Vos actions emblématiques :

- Restauration de la Chapelle (avec la Fondation du Patrimoine) ;
- Réfection de la Place de l'Hôtel de Ville
- L'opération façades pour les 3 Petites Cités de Caractère® du Pays de Chaumont ;
- Opérations de remise en peinture à l'ocre (menée sur les menuiseries de l'église) ;
- Marchés du terroir ;
- Visites guidées à thème ;
- Publication de « Châteauvillain, Petite Cité de Caractère » en lien avec le Conseil Régional ;
- Circuit de découverte du Patrimoine avec panneaux, dépliant et plan de ville plan permis par le Conseil Régional ; en partenariat avec l'Agence Régionale du Tourisme ;
- Signalétique.

D'autres impacts et perspectives :

La rigueur de la marque est sa propre garantie de qualité. Les Petites Cités de Caractère® qui n'ont pas de services dédiés ont besoin de plus de conseils pour être stimulées et accompagnées. Le côté réseau peut aussi aider en organisant des rencontres à la journée autour d'un thème et réunissant les autres Petites Cités de la région.



Marie-Claude LAVOCAT, Maire de Châteauvillain, Conseillère Départementale, Présidente de la Communauté de Communes des Trois Forêts

Cormicy

« Depuis 2016, le label Petites Cités de Caractère® a un impact sur notre vie économique et apporte une véritable prise de conscience de la richesse exceptionnelle de notre patrimoine.»

Chantal LANTENOIS, Maire-adjointe de Cormicy



27

Petite Cité
de Caractère®
depuis octobre 2016

(Marne)
1 467 habitants

De manière générale, qu’apporte ou qu’a apporté à votre commune le fait d’être Petites Cités de Caractère® ?
Depuis l’année 2016, le label Petites Cités de Caractère® a un impact sur notre vie économique et apporte une véritable prise de conscience de la richesse exceptionnelle de notre patrimoine.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?

- Oui. Avec :
- une meilleure compréhension des habitants des exigences architecturales: remplacement des fenêtres et volets PVC par du bois, respect des couleurs ;
 - un travail en collaboration avec l’Architecte des Bâtiments de France et la Fondation du Patrimoine (4 labellisations par la Fondation du Patrimoine) ;
 - du mécénat mis en place pour la restauration de bâtiments publics (Hôtel de Ville, Pôle Saint-Vincent ...).

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La conscience d’habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Très important
- L’appropriation de ce patrimoine ? Très important
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Très important
- L’évolution du nombre d’habitants ? Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l’économie de votre commune ?

Oui. Avec :

- plusieurs installations de commerces dont une épicerie fine - cave à manger, un deuxième coiffeur, un coach sportif. Cette année : une agence immobilière, un notaire ;
- la restauration du château de Cormicy devenu Chambres d’hôtes (avec location de salle de réception). Les deux jeunes porteurs de projets avaient la possibilité de s’installer dans d’autres lieux mais ont choisi notre cité du fait de notre labellisation.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ? Très important
- L’attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Très important
- Le nombre de logements occupés? Légèrement
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Important

Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l’obtention de subventions publiques ?

Oui. Nous rappelons lors des demandes de subvention à la Région que nous sommes une Petite Cité de Caractère® mais nous ne connaissons pas son impact.

Cormicy (suite)



28



29



30



31

Vidéo impacts



<https://youtu.be/fk8NnjPU6tg>

Impact touristique :

Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?
Oui.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ? Important
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Important
- La place de votre commune dans l’offre touristique du territoire ? Important
- La création de nouveaux flux touristiques ? Important
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme? Important
- La communication autour de votre commune ? Très important

Vos actions emblématiques :

- Programmation d’animations et d’événements d’envergure : Fêtes de la gastronomie, Triennale de la photographie, Fête des vendanges du Massif de Saint-Thierry en 2018 avec la venue du Prince Albert de Monaco ;
- Edition et mise à disposition gratuite d’un dépliant-livret « A la découverte du Patrimoine de Cormicy, Petite Cité de Caractère® » et mise en ligne du circuit



Chantal LANTENOIS, Maire-adjointe de Cormicy

Ervy-le-Châtel

« Le fait d'être Petite Cité de Caractère® a généré un réel dynamisme des acteurs économiques, du tissu associatif et développé des investissements des collectivités partenaires et des acteurs privés. »

Roger BATAILLE, Maire d'Ervy-le-Châtel



32

Petite Cité
de Caractère®
depuis février 2014

(Aube)
1 218 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ? D'une manière générale, le fait d'être Petite Cité de Caractère® a :

- Conforté le projet municipal de revitalisation en s'appuyant sur la restauration et valorisation du patrimoine ;
- Généré un réel dynamisme des acteurs économiques, du tissu associatif (nouveaux projets, animations festives et culturelles) ;
- Développé des investissements des collectivités partenaires (EPCI, Département) et des acteurs privés (entreprises et habitants) ;
- Apporté une visibilité à la commune, favorable à l'attractivité touristique ;
- Sensibilisé les habitants au patrimoine de leur commune et généré une certaine fierté d'habiter une Petite Cité de Caractère®.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?

Oui, par exemple :

- Présence nombreuse des habitants lors des manifestations relatives au patrimoine ;
- Volonté de réaliser des travaux qui participent à la requalification de la Cité et d'être en conformité avec le règlement d'AVAP.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable ?

Important

- L'appropriation de ce patrimoine ?

Important

- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ?

Important

- L'évolution du nombre d'habitants ?

Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?

Oui, par exemple :

- Création de nouveaux commerces (Tabac-Presses, Pizzeria, Antiquités-brocante) ;
- Reprise ou développement d'activités liées à la santé (Cabinet kiné, Cabinet dentaire, Pharmacie) ;
- Installation et développement d'entreprises (électricité, métallerie, contrôle technique automobile, station de lavage de véhicules, maçonnerie-carrelage, transporteur).

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ?

Important

- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ?

Important

Ervy-le-Châtel (suite)



33



34



35

- Le nombre de logements occupés ?
Légèrement
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ?
Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?

Oui, par exemple, les projets de la commune s'inscrivant dans une opération globale de revitalisation et de valorisation du patrimoine, facilitent la justification des demandes de subvention, les projets renforçant les fonctions de centralité de la commune et son rôle de bourg structurant du territoire :

- Subventions pour la création de la Maison du Vitrail ;
- Subventions pour les Ateliers Verriers ;
- Subvention pour le bâtiment Pharmacie.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?

Oui

Si oui, avez-vous des données chiffrées pour illustrer cet impact ?

Les manifestations culturelles et festives ont considérablement accru leur fréquentation :

- Fêtes médiévales : de 3 000 à 7 000 personnes
- Apéro-concerts créés en 2016 : environ 350 personnes par soirée

- Concerts musique classique créés en 2016 : fidélisation d'environ 80 à 100 personnes par concert
- La fréquentation touristique a doublé en 2014 lorsqu'Ervy-Le-Châtel est devenue Petite Cité de Caractère®. Elle continue à augmenter chaque année (visibilité dans la Cité, difficilement quantifiable car les touristes ne vont pas tous au bureau de l'Office du Tourisme).

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ?

Important

- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ?

Important

- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ?

Important

- La création de nouveau flux touristiques ?

Important

- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ?

Important

- La communication autour de votre commune ?

Important

Ervy-le-Châtel (suite)



Vos actions emblématiques :

- La restauration et la valorisation du patrimoine (Maison du Vitrail, Eglise-Musée) ;
- La requalification des espaces publics ;
- Le partage de la démarche avec les habitants ;
- L'exigence de qualité pour les projets et animations diverses ;
- Tournages de reportages en co-production avec l'Agence Régionale du Tourisme ou les Petites Cités de Caractère® de France ;
- Edition et mise à disposition gratuite d'un dépliant « A la découverte du Patrimoine d'Ervy-le-Châtel, Petite Cité de Caractère® » et mise en ligne du circuit sur l'application Id Vizit, en partenariat avec l'Agence Régionale du Tourisme ;
- Retombées médiatiques.

D'autres impacts et perspectives :

- Le partage d'expériences avec les autres Petites Cités de Caractère® ;
- La notoriété de l'association nationale qui rejaillit favorablement sur chaque Petites Cités de Caractère® ;
- La capacité de l'Association Petites Cités de Caractère® de France à nouer des partenariats dans lesquels chaque Petite Cité peut s'inscrire.



Roger BATAILLE, Maire d'Ervy-le-Châtel, Vice-Président des Petites Cités de Caractère®, Président des Petites Cités de Caractère® du Grand Est

Petite Cité de Caractère® depuis février 2015

(Haute-Marne)
3 177 habitants



Joinville

« Le projet Petites Cités de Caractère® va au-delà d'une seule ambition touristique ou commerciale, il est un moteur permettant de conjuguer la reconquête du centre historique de Joinville en fédérant ses habitants et ses acteurs dans un projet commun. »

Bertrand OLLIVIER, Maire de Joinville



De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?

- Une légitimité de notre stratégie urbanistique et patrimoniale auprès de la population et de nos partenaires ;
- Les Joinvillois ont retrouvé une fierté d'habiter et deviennent peu à peu ambassadeurs tout en se projetant à nouveau dans le temps ;
- Une méthodologie, une renommée touristique et des échanges entre communes de même typologie, aux enjeux (et solutions) proches avec mutualisation d'ingénierie et travail en réseau (subventions...).

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?

Oui avec une prise de conscience de la globalité de la cité, du fait que sa propre maison ne peut être négligée car elle fait corps avec un ensemble, la Petite Cité de Caractère®. Aussi, quand un habitant fait des travaux, il devient acteur de l'embellissement de Joinville et ce statut le responsabilise, une contrainte devient une fierté (cela va aussi avec l'accompagnement proposé par la Ville en lien avec la charte des Petites Cités de Caractère®).

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?

C'est très difficile, c'est du ressenti. Il y a de moins en moins d'infractions au

code de l'urbanisme, l'ensemble des travaux extérieurs est déclaré ou presque, le nombre de travaux de ravalement de façades augmente... C'est bien sûr l'accompagnement de la Ville et de ses partenaires qui motivent en premier lieu mais la marque Petites Cités de Caractère® rend cohérent et perceptible cette démarche qui ainsi «décolle» plus vite et va plus loin.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Très important
- L'appropriation de ce patrimoine ? Important
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Important
- L'évolution du nombre d'habitants ? Légèrement

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?

Oui. L'impact en premier lieu est sur la restauration et, dans une moindre mesure, sur l'hôtellerie. Le fait de ne plus «vendre» le seul château comme escale mais l'ensemble de la ville, de ses monuments... suscite des visites plus longues, au moins à la journée, voire sur le week-end. C'est aussi une attractivité qui se crée pour regagner des habitants. On avait un centre ancien entièrement à vendre, l'ensemble des actions menées avec le logiciel PCC a permis

Vidéo impacts



<https://youtu.be/aJMYliSeH90>

36. Dépliant du circuit de découverte du patrimoine
37. Requalification de la Place
© Mairie d'Ervy-le-Châtel
38. Accueil de presse
© Delphine GARNOTEL, ART Grand Est
39. Eglise-Saint-Pierre-Es-Liens © Delphine GARNOTEL, ART Grand Est

Joinville (suite)



41



42



43



de redonner de l'attractivité à l'immobilier même si on part de loin.

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?

C'est difficile mais le nombre de tables de restauration a été stabilisé et semble augmenter progressivement alors que la démographie et l'économie ont guidé le contraire durant 30 ans.

Un salon de thé a même ouvert au pied de l'église, profitant des touristes qui déambulent désormais dans la cité et s'ajoutent aux habitants du bassin de vie qui redécouvrent la beauté de la vieille ville, la fréquentent à nouveau peu à peu.

Au niveau immobilier, on est passé de 20 à 30 ventes par an à une cinquantaine désormais.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ?

Légèrement

- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ?

Légèrement

- Le nombre de logements occupés ?

Important

- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ?

Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?

Oui. C'est un argument important pour négocier les divers contrats avec les partenaires car elle montre la stratégie et le volontarisme de notre commune. Elle permet «d'être sur les cartes» des radars et d'être

dans les réseaux car l'association des PCC nous informe aussi des différents appels à projets...

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?

Difficile, il s'agit d'un élément apporté à la négociation des différentes aides dans un contexte global.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?

Oui. Il faudrait trouver des indicateurs précis mais la restauration et l'hôtellerie augmentent peu à peu et la fréquentation des sites touristiques ou de la halte camping-car également.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ?

Légèrement

- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ?

Important

- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ?

Important

- La création de nouveaux flux touristiques ?

Légèrement

- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ?

Important

- La communication autour de votre commune ?

Important

Joinville (suite)



44



45



46

Vidéo impacts



<https://youtu.be/VvjG9zJDmzQ>

Vos actions emblématiques :

- La réhabilitation du 13 rue des Royaux (Rubans du Patrimoine national et Prix René Fontaine 2020) ;
- La restauration du 26 rue des Marmouzets (Mission Stéphane BERN 2019) ;
- Les nombreux chantiers participatifs ;
- La rénovation du Parc du Cavé ;
- La campagne de ravalement des façades et les subventions au patrimoine architectural privé ;
- Opération « Osez Joinville » (2017, 2019) ;
- Renforcement du programme d'animations en lien avec le Pays de Chaumont ;
- Mise en place de panneaux d'interprétation du patrimoine ;
- Edition et mise à disposition gratuite d'un dépliant-livret « A la découverte du Patrimoine de Joinville, Petite Cité de Caractère® », avec plan dessin permis par la Région Grand Est.

D'autres impacts et perspectives :

- Retombées médiatiques ;
- Le projet Petites Cités de Caractère® va au-delà d'une seule ambition touristique ou commerciale, il est un moteur permettant de conjuguer la reconquête du centre historique de Joinville en fédérant ses habitants et ses acteurs dans un projet commun ;



Bertrand OLLIVIER, Maire de Joinville, Conseiller Départemental

41. Affiche de l'opération « Osez Joinville » © Ville de Joinville
42. Ambiance festive des chantiers participatifs © Ville de Joinville
43. Maison au 6-8 rue de la Fontaine avant et après travaux © Ville de Joinville

44. Parc du Cavé, Rubans du Patrimoine Champagne-Ardenne 2016 © Ville de Joinville
45. Campagne de ravalement, Joinville © Ville de Joinville
46. Restauration participative © Ville de Joinville

Montsaugeon

« Les habitants expriment leur volonté de protéger le patrimoine communal et de préserver une image attractive de leur village sur lequel les décisions ne doivent plus se prendre sans eux mais avec eux impérativement. »

Patrick VARNEY, Conseiller Municipal
Le Montsaugeonnais



47

Petite Cité
de Caractère®
depuis octobre 2018

(Haute-Marne)
commune du
Montsaugeonnais
1 302 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ? Une appropriation plus forte des habitants à leur village et leur patrimoine et une identité communale plus marquée dans un contexte d'externalisation des compétences et d'éloignement des décisions les concernant. Un atout supplémentaire d'attractivité et un regard différent sur notre patrimoine et sur la nécessité de le protéger guidés par les remarques et retours positifs des visiteurs. Des visiteurs supplémentaires sans encore pouvoir précisément en définir l'impact de la labellisation mais avec assurément un plus qui sera à analyser dans les années qui viennent pour confirmer cette tendance.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?

Oui. Avec des retours positifs ou négatifs d'habitants en ce qui concerne les travaux effectués sur la commune avec une motivation plus forte dans la volonté de protéger le patrimoine communal et de préserver une image de village attractive sur lequel les décisions d'en haut ne doivent plus se prendre sans eux mais avec eux impérativement.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Important

- L'appropriation de ce patrimoine ? Important
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Important
- L'évolution du nombre d'habitants ? Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?

Oui. Valorisation du patrimoine immobilier privé. Attractivité économique en lien avec le Parc National pour des porteurs de projet aidés par la proximité de Dijon. Création d'un élevage de chèvres et transformation du lait en fromages vendus à la ferme et sur un marché hebdomadaire les samedis matins où se retrouvent des producteurs locaux dont l'apiculteur du village qui profite pleinement de cet élan. Fréquentation régulière de la Tour des Vilains (spectacles et animations culturels, bar, corner, visites guidées, spectacles de rue) sans pouvoir, là non plus, évaluer l'impact Petites Cités de Caractère®.

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?

Pas des statistiques mais le constat d'une fréquentation intéressante de ces lieux, régulière de personnes à la recherche de bonnes et belles choses alliant achats, plaisirs et balades dans le village pour y découvrir ce qui se cache derrière cette Petite Cité de Caractère®. Constat que la

Montsaugeon (suite)



48



49

communication se fait par le bouche à oreille avec régulièrement des têtes nouvelles, curieuses de découvrir également notre patrimoine.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ? Légèrement
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Légèrement
- Le nombre de logements occupés? Aucun
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?

Oui car la marque nationale Petites Cités de Caractère® mobilise, interpelle les partenaires. Elle permet de capter plus facilement des financements dédiés à la réhabilitation et l'aménagement de sites reconnus d'autant plus que les projets paysagers, architecturaux sont travaillés en amont avec différents services d'appui de l'Etat, de la Région, du Conseil Départemental, du PETR. C'est une dynamique vertueuse qui rend le patrimoine vivant, en bon état et accessible au plus grand nombre.

Montant à confirmer de 300 000 € sur 3 ans à part égale entre les 3 collectivités Département, Communauté de Communes Auberive, Vingeanne et Montsaugeonnais et commune nouvelle.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?

Oui. Pas de données autres que des impressions et le constat d'une bonne fréquentation cette année. Pas assez de recul pour avoir des données précises mais des visiteurs plus nombreux cet été et notamment des camping-caristes profitant de ce site.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ? Légèrement
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Légèrement
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Important
- La création de nouveaux flux touristique ? Légèrement
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme? Légèrement
- La communication autour de votre commune ? Important

Montsaugeon (suite)



Vos actions emblématiques :

- Le circuit et plan d'interprétation du Patrimoine ;
- L'accueil et les animations menées par la Tour des Vilains ;
- Le succès de l'événement les Médiévales en juillet 2018 (14 620 visiteurs sur 2 jours) ;
- Les projets 2020 ont été stoppés pour cause de COVID et de mise en place des exécutifs communaux et intercommunaux retardés mais poursuite des aménagements du chemin de ronde, du parking, du cheminement PMR, de l'élagage des arbres du point d'eau, des toilettes de l'étang et de réfection de la toiture des halles.

D'autres impacts et perspectives :

- Un souhait, que les Petites Cités de Caractère® aient une réelle mission d'aide à la maîtrise d'ouvrage en soutien des communes et intercommunalités pour que les projets de travaux rentrent complètement dans le cadre de la protection et mise en valeur du patrimoine.



Patrick VARNEY, Conseiller Municipal Le Montsaugeonnais, Délégué Communautaire Communauté de Communes Auberive, Vingeanne et Montsaugeonnais

Mussy-sur-Seine

« Etre Petite Cité de Caractère® a permis de faire accepter aux habitants de Mussy les exigences de qualité dans la conduite de leurs travaux et de faire émerger une certaine fierté de leur part. »

Henri PETIT-DE-BANTEL, Maire de Mussy-sur-Seine



Petite Cité de Caractère® depuis octobre 2016

**(Aube)
1 031 habitants**

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?

- Une découverte et une fierté des habitants au regard de leur patrimoine ;
- Un argumentaire pour faire accepter aux habitants les exigences de l'Architecte des Bâtiments de France ;
- Une plus grande crédibilité auprès des financeurs privés et publics.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?

Oui. Avant la réalisation de l'AVAP, il était plus difficile d'argumenter auprès des habitants pour s'engager dans leurs demandes de travaux.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Légèrement
- L'appropriation de ce patrimoine ? Important
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Important
- L'évolution du nombre d'habitants ? Légèrement

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ? Certainement mais difficile à quantifier.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ? Légèrement
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Légèrement
- Le nombre de logements occupés? Légèrement
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?

Oui. Subventions importantes pour la restauration de la Tour du Boulevard et du Musée de la Résistance de l'Aube.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ? Oui très certainement.

50. la Porterie © Franck FOUQUET, CCAVM
51. Panneau du circuit à la découverte du Patrimoine © Delphine GARNOTEL, ART Grand Est
52. Dépliant Montsaugeon en énigmes © CCAVM & Pays de Chaumont

53. Vue générale sur Mussy-sur-Seine © Office de Tourisme

Mussy-sur-Seine (suite)



54



55



56



57

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ? Important
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Très important
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Important
- La création de nouveaux flux touristiques ? Important
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ? Important
- La communication autour de votre commune ? Important

Vos actions emblématiques :

- Réaménagement du Musée de la Résistance de l'Aube ;
- Restauration de la Collégiale Saint-Pierre ;
- Restauration de la Tour du Boulevard ;
- Aménagement des bords de Seine ;
- Importante restauration intérieure et extérieure de la Mairie (Château des Evêques de Langres).



Henri PETIT-DE-BANTEL, Maire de Mussy-sur-Seine

54. Collégiale restaurée
© Office de Tourisme
55. Aménagement des bords de Seine © Mairie
56. Animations dans la charpente de la collégiale
© Office de Tourisme
57. Projet Musée de la Résistance de l'Aube © Mairie

Sainte-Ménehould

« La démarche PCC a été pour nous l'occasion de réfléchir à la cohérence de notre projet touristique et de développement. C'est un élément essentiel de la prise de conscience de la qualité patrimoniale de notre ville (...) qui nécessite d'être mis en valeur avec un projet cohérent de revitalisation. »

Sylvain DRUET, Maire-adjoint de Sainte-Ménehould



58

Petite Cité
de Caractère®
depuis mai 2013

(Marne)
4 110 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?

La démarche d'obtention de la marque déposée Petites Cités de Caractère® a été pour nous l'occasion de réfléchir à la cohérence de notre projet touristique et de développement. C'est un élément essentiel de la prise de conscience de la qualité patrimoniale de notre ville et de l'Argonne, de la qualité de notre cadre de vie, qui nécessite d'être mis en valeur avec un projet cohérent de revitalisation.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?

Oui. Etre Petites Cités de Caractère® a modifié le regard sur le patrimoine pour ceux qui jusqu'à maintenant y prêtaient moins attention. Ils ont découvert la richesse de notre cœur de ville XVIII^e et comprennent notre démarche pour le préserver et le mettre en valeur.

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?

Si nous n'avons pas encore fait d'enquête auprès de la population, les remarques sont fréquentes lors du suivi des dossiers de déclaration de travaux et lors des permanences avec l'Architecte des Bâtiments de France.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable ? Très important
- L'appropriation de ce patrimoine ? Important
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Important
- L'évolution du nombre d'habitants ? Légèrement

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?

Oui. De plus en plus d'habitants faisant des déclarations de travaux comprennent et sont soucieux de rénover leur habitat en tenant compte des règles nouvelles mis en place avec le règlement de l'AVAP en 2013. Certains nouveaux habitants ont fait le choix de s'installer à Sainte-Ménehould en raison de la qualité du cadre de vie patrimonial et naturel.

58. Sainte-Ménehould
© Région Grand Est, Jacques PHILIPPOT

Sainte-Ménehould (suite)



59



60



61

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ? Important
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Important
- Le nombre de logements occupés ? Important
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ? Oui. Les mesures d'aides financières pour la rénovation des façades commerciales ont favorisé la rénovation de quelques devantures, rendant ainsi la vie commerciale plus attrayante. La qualité de notre patrimoine et les structures (musée, centre aquatique et sportif...) mis en place dans notre projet touristique renforcent l'attractivité de notre ville et sont des atouts non négligeables à l'installation de nouvelles entreprises. Le nombre de logements en cours de rénovation dans le centre-ville a augmenté ces dernières années. Le nombre de logements vacants tend à diminuer.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ? Oui.

Si oui, avez-vous des données chiffrées pour illustrer cet impact ? Nos données statistiques sont à affiner afin de mesurer plus clairement l'impact Petites Cités de Caractère® sur les flux touristiques.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ? Important
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Important
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Important
- La création de nouveaux flux touristiques ? Légèrement
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ? Légèrement
- La communication autour de votre commune ? Important

Sainte-Ménehould (suite)



62



63



64

Vidéo impacts



<https://youtu.be/urBLW45wP08>

Vos actions emblématiques :

- Depuis notre intégration au réseau nous avons modifié notre règlement de rénovation du patrimoine et augmenté les subventions. Ces mesures ont favorisé la restauration de nombreuses enseignes commerciales.
- Depuis près de 10 ans nous menons une politique d'acquisitions au musée afin de compléter les collections. L'objectif essentiel est de maintenir et de développer la culture dans un centre-bourg rural et de développer la médiation afin de faire découvrir aux habitants et aux touristes le patrimoine local et régional.
- Le rayonnement de la ville dépasse les frontières de notre territoire car les expositions et le travail de qualité, notamment, autour de la faïence a permis le legs d'une collection de 2 000 pièces de faïences en 2015 et plus récemment de l'une des plus importantes collections de faïences révolutionnaires françaises, comprenant plus de 600 pièces. La ville Petite Cité de Caractère® et le musée rayonnent à l'échelle régionale et nationale.



Sylvain DRUET, Maire-adjoint de Sainte-Ménehould, en charge de l'urbanisme

59. Restauration intégrée de la façade de la boutique Orange © Ville de Sainte-Ménehould
60. Extension du Musée-Médiathèque © Ville de Sainte-Ménehould
61. Aménagement des fossés Mondos © Ville de Sainte-Ménehould

62. Collection de faïences du Musée © Ville de Sainte-Ménehould
63. Immeuble ancien @ Delphine GARNOTEL, ART Grand Est
64. Plan dessin de Sainte-Ménehould © Région Grand Est, dessin GLOWCZAK

« Les habitants ont compris l'importance de rénover leur patrimoine pour eux-mêmes (valorisation financière) et pour l'image de leur cité : ils sont fiers de pouvoir indiquer qu'ils habitent une Petite Cité de Caractère® avec une histoire et un patrimoine valorisé en permanence. »

Sacha HEWAK, Maire de Sézanne



65

Petite Cité
de Caractère®
depuis octobre 2017

(Marne)
4 912 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?

- Une reconnaissance nationale avec la possibilité de s'appuyer sur le réseau ;
- Des rencontres avec des élus soucieux d'agir dans le même sens : sauvegarde et mise en valeur du patrimoine, attractivité du territoire, développement économique etc. ;
- Un soutien de la part des animateurs du réseau et des opportunités qui se présentent (vidéos, plaquettes d'information promotionnelles etc...).

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?

Oui. Après diverses explications et différentes réunions publiques concernant la mise en place de l'AVAP les habitants ont compris l'importance de rénover leur patrimoine pour eux-mêmes (valorisation financière) et pour l'image de leur cité: ils sont fiers de pouvoir indiquer qu'ils habitent une Petite Cité de Caractère® avec une histoire et un patrimoine valorisé en permanence. Nous constatons que de plus en plus de personnes demandent des rendez-vous pour rencontrer l'Architecte des Bâtiments de France qui tient une permanence sur Sézanne une fois par mois avec pour objectif de les aider et les conseiller dans le cadre de la rénovation de leur patrimoine.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable?

Très important

- L'appropriation de ce patrimoine ?

Très important

- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Très important

- L'évolution du nombre d'habitants ?

Légèrement

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?

Oui. Nous constatons une augmentation du nombre visiteurs et notamment de camping-caristes.

Il serait intéressant de pouvoir analyser les chiffres d'affaires des restaurateurs, des hôteliers, des commerçants de proximité. Une réflexion est envisagée en ce sens et la mise en place de la taxe de séjour pourra également nous apporter des éléments de réponses.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ?

Important

- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Important

- Le nombre de logements occupés?

Légèrement

- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Vidéo impacts



<https://youtu.be/e8pBOUNYPXM>

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ? Non.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ? Oui. L'augmentation du nombre de campings-cars. Nous allons également demander à l'Office de Tourisme de poser la question clairement aux visiteurs quant à la connaissance de la marque Petites Cités de Caractère®.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ? Très important

- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ?

Très important

- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Très important

- La création de nouveaux flux touristiques ?

Très important

- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme? Très important

- La communication autour de votre commune ? Très important

Vos actions emblématiques :

- La mise en place d'animations nouvelles telles la Fête de la Gastronomie et une Fête Médiévale avec l'accueil de plus de 3 000 visiteurs en 2 jours ;



66



67



68

- La réalisation d'une vidéo promotionnelle de notre ville et de reportages « Sézanne, Petite Cité de Caractère® », co-produits par la ville et l'Agence Régionale du Tourisme ;
- Des programmes de revalorisation du patrimoine envisagée (rénovation de façades des commerçants notamment financée en partie par la collectivité) ;
- La mise en place d'un circuit patrimonial « Au fil de l'histoire » avec 18 totems ou pupitres chartés graphiquement Petites Cités de Caractère®.



Sacha HEWAK, Maire de Sézanne, Vice-Président de la Communauté de Communes de Sézanne Sud Ouest Marnais, Président de l'Office de Tourisme

« La marque Petites Cités de Caractère® apporte à Vignory de la visibilité sur la scène touristique départementale, voire régionale, en terme de communication et de la méthodologie en terme de traitement de l'espace public et du patrimoine. »

Etienne MARASI, Maire de Vignory



Petite Cité
de Caractère®
depuis mai 2012

(Haute-Marne)
248 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?
De la visibilité sur la scène touristique départementale voire régionale en terme de communication et de la méthodologie en terme de traitement de l'espace public et du patrimoine.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?
Oui. De la fierté.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Important
- L'appropriation de ce patrimoine ? Légèrement
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Important
- L'évolution du nombre d'habitants ? Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?
Oui. Des porteurs de projets privés s'intéressent à notre démarche, des projets sont en cours d'installation comme une micro-brasserie.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La vie commerciale de votre cité ? Légèrement
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Important
- Le nombre de logements occupés? Aucun
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?
Oui. Régionales à une époque et DETR aujourd'hui.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?
Oui. Sur le nombre de groupes de visiteurs annuels.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La fréquentation touristique dans votre commune ? Légèrement
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Important
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Important

Vidéo impacts



<https://youtu.be/rRaFJvYwiZU>

- La création de nouveaux flux touristiques ? Légèrement
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme? Important
- La communication autour de votre commune ? Important

Vos actions emblématiques :

- Chantiers de restauration menés sur le site du Château ;
- Ré-aménagement de voirie ;
- Publication de « Vignory, Petite Cité de Caractère » en lien avec le Conseil Régional ;
- Programme d'animations de caractère en lien avec le Pays de Chaumont : marchés du Terroir, Sons et lumière, ... ;
- Création d'une matériauthèque permettant la récupération des matériaux anciens et leur re-emploi ;
- L'opération façades en lien avec le Pays de Chaumont et la Fondation du Patrimoine.

D'autres impacts et perspectives :

- L'échange d'expériences dans le réseau.



Etienne MARASI, Maire de Vignory, Vice-Président de la Communauté d'Agglomération de Chaumont, Conseiller Régional



Lorraine

Plombières-les-Bains

« L'appartenance à la marque éveille une prise de conscience d'une partie de la population et des professionnels, autour de la qualité du patrimoine qui les entoure et de la nécessité de protéger et de préserver l'œuvre léguée à travers les siècles. »

Lydie BARBAUX, Maire de Plombières-les-Bains



Petite Cité
de Caractère®
depuis avril 2018

(Vosges)
1 687 habitants

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ? La marque Petites Cités de Caractère® authentifie le cachet atypique de la commune et engage la commune dans une démarche de projet territorial durable. Conjugée aux autres labels tels que «Village Étape» ou «Pays d'Art et d'Histoire», elle apporte à l'opération de revitalisation du bourg-centre, outre des outils techniques, l'occasion d'initier une action participative, renforçant la dimension politique de la démarche.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ? Oui. L'appartenance à la marque Petites Cités de Caractère® éveille une prise de conscience d'une partie de la population et des professionnels, autour de la qualité du patrimoine qui les entoure et de la nécessité de protéger et de préserver l'œuvre léguée à travers les siècles. Les initiatives privées se multiplient avec l'envie commune de préserver le patrimoine comme atout majeur de la cité.

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ? À défaut d'avoir un outil statistique assez performant, nous avons des difficultés à évaluer les retombées concrètes pour la population. Cependant, nous constatons une progression des demandes autour de la

restauration et la préservation du patrimoine privé, prenant en compte les critères esthétiques, mais aussi environnementaux et économiques. Il s'agit plus d'un frémissement que d'une réelle augmentation, mais le constat pose les fondements d'une volonté de sauvegarder notre patrimoine. En effet, l'histoire de Plombières-les-Bains est une cité thermale née à l'ère gallo-romaine, et qui, depuis cette époque, a connu de nombreux épisodes de développement en accueillant des personnalités venues du monde entier.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable? Légèrement
- L'appropriation de ce patrimoine ? Légèrement
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Légèrement
- L'évolution du nombre d'habitants ? Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ? Oui. L'appartenance à la marque Petites Cités de Caractère®, associée aux démarches initiées par la commune autour de la valorisation de son patrimoine, suscite l'intérêt des acquéreurs d'un bien

73. Façades et balcons du centre-ville de Plombières-les-Bains © Ville de Plombières-les-Bains

Plombières-les-Bains (suite)



authentique au sein d'un territoire préservé. En outre, la crise sanitaire qui nous impacte tous stimule l'envie des citoyens de venir se mettre au vert. Ainsi, notre cité propose des atouts répondant à leurs attentes, légitimés par la marque Petites Cités de Caractère®.

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ? À l'instar de la population, nous ne disposons pas d'outil concret d'évaluation de ces retombées. Cependant, nous constatons une progression des demandes émanant des notaires dans le cadre de transactions immobilières. Par ailleurs, dans le cadre de la démarche de revitalisation du centre-bourg, nous avons recruté une cheffe de projet qui travaille conjointement avec le service de l'urbanisme et les partenaires institutionnels pour notamment, mettre en place les outils qui devrait nous permettre de mieux répondre à ces manquements.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La vie commerciale de votre cité ? Légèrement
- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Légèrement
- Le nombre de logements occupés ? Légèrement
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ? Oui. Bien que la marque ne déclenche pas directement l'attribution de subventions,

Petites Cités de Caractère® apporte une reconnaissance et une légitimité aux différentes démarches engagées.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ? Oui. La signature de la charte de la marque est trop récente pour offrir le recul nécessaire pour permettre d'évaluer son réel impact sur le tourisme. En outre, le contexte social et sanitaire a modifié profondément les habitudes de villégiature cette année. Toutefois, notre commune a connu une belle fréquentation touristique cet été, malgré la fermeture d'une partie de l'activité thermique.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La fréquentation touristique dans votre commune ? Légèrement
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Important
- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ? Important
- La création de nouveaux flux touristiques ? Important
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ? Important
- La communication autour de votre commune ? Légèrement

74. Animation les Peintres dans la rue © Ville de Plombières-les-Bains
75. Visite guidée de l'Office de Tourisme © Office de Tourisme
76. Panneau signalétique Petite Cité de Caractère © Delphine GARNOTEL, ART Grand Est

Plombières-les-Bains (suite)



Vos actions emblématiques :

- Après avoir rencontré les élus de Joinville par le biais du réseau Petites Cités de Caractère®, nous avons décidé de lancer ensemble les actions «Osez Plombières» et «Osez Joinville». En 2017 et en 2019, les propriétaires de biens à vendre sur la commune furent recensés. Nous avons fédéré autour de cette opération les professionnels de l'immobilier locaux. Une communication commune à nos deux villes a eu lieu sur le quart Nord Est jusqu'à Paris. Résultat très positif de notre côté, puisqu'en 2017, deux mois après l'opération, 19 biens avaient été vendus. En 2019, ce n'est pas moins de 12 nouveaux biens qui le furent. L'opération sera sans doute renouvelée en 2021 ou 2022.
- L'arrivée récente de notre équipe (juillet 2020) en plein cœur de cette période trouble, ne nous a pas encore permis de conduire des opérations concrètes pouvant être qualifiées d'emblématiques du projet Petites Cités de Caractère®. Cependant, le travail que nous menons avec notre cheffe de projet, les acteurs locaux et les partenaires institutionnels, se fait totalement dans l'esprit et le respect de la charte de la marque.



Lydie BARBAUX, Maire de Plombières-les-Bains

Saint-Mihiel

« Petites Cités de Caractère® est l'aboutissement de l'engagement patrimonial, social, sociétal et écologique de notre ville dans son territoire. Cette distinction nous permet d'avoir une attractivité touristique et résidentielle, de porter notre ville et ses patrimoines vers le XXI^{ème} siècle.»

Xavier COCHET, Maire de Saint-Mihiel



Petite Cité de Caractère® depuis octobre 2019

**(Meuse)
4 149 habitants**

De manière générale, qu'apporte ou qu'a apporté à votre commune le fait d'être Petites Cités de Caractère® ?
Faire partie de ce réseau national, qui s'agrandit depuis plusieurs années dans la région Grand Est, assure un véritable coup de projecteur sur Saint-Mihiel. Certains visiteurs, qui n'avaient pas prévu de faire escale dans notre ville, s'arrêtent quand ils aperçoivent le panneau Petite Cité de Caractère®.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?
Oui. Certains habitants n'avaient pas conscience de la richesse patrimoniale de leur ville. Depuis l'obtention de la marque, ils portent un regard plus curieux sur la composante urbaine de leur ville. Pour les élus également, une certaine reconnaissance, une autre écoute de nos partenaires institutionnels (État, Région, Département, PNRL...).

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?
Pas de statistiques fiables en 2020, mais davantage de visiteurs lors des promenades urbaines menées par une guide-conférencière et des visites insolites organisées par la Ville, ainsi que davantage de visiteurs autonomes en ville et dans les environs.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La conscience d'habiter dans un environnement patrimonial remarquable ?
Légèrement
- L'appropriation de ce patrimoine ?
Légèrement
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ?
Légèrement
- L'évolution du nombre d'habitants ?
Aucun

Impact économique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'économie de votre commune ?
Probablement. Depuis quelques mois, les ventes immobilières de bâtis anciens sont en augmentation sur le territoire de la commune. Les demeures remarquables trouvent de nouveaux acquéreurs, sensibles au patrimoine Renaissance. Il y a également eu plus de passage dans les restaurants : la saison estivale fut bonne malgré le contexte sanitaire.

Si oui, des statistiques ou données illustrent-elles cet impact ?
On note un renforcement des acquisitions en 2020 (sans statistiques interprétables).

77. Exposition photo © Ville de Plombières-les-Bains
78. Thermes Napoléon © Ville de Plombières-les-Bains

Saint-Mihiel (suite)



Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La vie commerciale de votre cité ?

Légèrement

- L'attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ?

Légèrement

- Le nombre de logements occupés ?

Légèrement

- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ?

Légèrement

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l'obtention de subventions publiques ?

Ce sera à confirmer. La DRAC et la Région Grand Est sont plus attentives à nos actions, même si nous travaillons ensemble depuis 2014. Nos partenaires suivent notre évolution: la ville se métamorphose grâce à nos efforts au quotidien.

Impact touristique :

Diriez-vous qu'être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ?

Oui. Malgré le contexte sanitaire qui a mené les établissements culturels communaux à la fermeture pendant plusieurs mois, la fréquentation des mois ouverts 2020 n'est pas en baisse en comparaison à 2019. Il y a cependant moins de visiteurs étrangers : les touristes ont été majoritairement de la région Grand Est.

Aussi, nos partenaires touristiques, telles que l'Agence Régionale du Tourisme et

Meuse Attractivité, valorisent Saint-Mihiel dans leur boucle de promotion.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :

- La fréquentation touristique dans votre commune ?

Important

- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ?

Important

- La place de votre commune dans l'offre touristique du territoire ?

Important

- La création de nouveaux flux touristiques ?

Légèrement

- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ?

Important

- La communication autour de votre commune ?

Légèrement

Vos actions emblématiques :

- Étant donné le contexte sanitaire, nos actions et opérations ont été limitées en 2020, mais de grands chantiers débutent en 2021 : début de restauration de l'abbatiale Saint-Michel et de son grand orgue des XVII^{ème} et XVIII^{ème} siècles.
- L'étude préalable à la création d'un Site Patrimonial Remarquable (SPR) est terminée : le périmètre a été validé en CNPA le 8 octobre 2020 et l'enquête publique sera lancée en 2021.
- Le plan de gestion des sites inscrits

Saint-Mihiel (suite)



Vidéo impacts



<https://youtu.be/IP1bu9UJt2c>

et classés des Sept Roches et de la Promenade des Capucins est en cours d'achèvement. Un deuxième chantier international de bénévoles s'est déroulé sur le site des Sept Roches pour la restauration d'un de nos murs en pierre sèche.

- Mise en place d'un nouveau concept de visite urbaine : les visites insolites où l'histoire des quartiers anciens est contée à travers des détails architecturaux étonnants ou inconnus.
- Tournage d'une collection de reportages valorisant Saint-Mihiel, Petite Cité de Caractère®, en co-production avec l'Agence Régionale du Tourisme.



Xavier COCHET, Maire de Saint-Mihiel, 1^{er} Vice-Président de la Communauté de Communes du Sammiellois

80. Panneau signalétique d'entrée de ville © Delphine GARNOTEL, ART Grand Est
81. Inauguration de la marque, janvier 2020 © Meuse FM
82. Bibliothèque Bénédictine © Ville de Saint-Mihiel

83. Reconstitutions historiques © Ville de Saint-Mihiel
84. Festival baroque © Ville de Saint-Mihiel
85. Tournage de reportages © Delphine GARNOTEL, ART Grand Est

Vic-sur-Seille

Vic-sur-Seille (suite)

« Le fait d’être Petite Cité de Caractère® renforce notre projet urbain et patrimonial. Il apporte également un réseau d’expériences et une visibilité touristique territoriale.»

Jérôme END, Maire de Vic-sur-Seille



86



87



88



89

Petite Cité
de Caractère®
depuis juin 2018

(Moselle)
1 291 habitants

De manière générale, qu’apporte ou qu’a apporté à votre commune le fait d’être Petites Cités de Caractère® ?
Un renforcement du projet urbain et patrimonial. Un réseau d’expériences et une visibilité touristique territoriale.

Impact patrimonial :

Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur la relation des habitants au patrimoine ?
Oui. Et notamment une meilleure compréhension des attentes exprimées par l’Architecte des Bâtiments de France.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La conscience d’habiter dans un environnement patrimonial remarquable ?
Légèrement
- L’appropriation de ce patrimoine ?
Légèrement
- La mobilisation pour sauvegarder ce patrimoine ? Important
- L’évolution du nombre d’habitants ?
Légèrement

Impact économique :

Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l’économie de votre commune ?
Non.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La vie commerciale de votre cité ?
Légèrement
- L’attractivité de votre cité pour des acteurs économiques ? Légèrement
- Le nombre de logements occupés ?
Légèrement
- Le nombre de services publics proposés dans votre commune ? Aucun

Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur l’obtention de subventions publiques ? Non.

Impact touristique :

Diriez-vous qu’être Petites Cités de Caractère® a un impact sur le tourisme dans votre commune ? Oui.

Diriez-vous que Petites Cités de Caractère® a un impact sur :
- La fréquentation touristique dans votre commune ? Légèrement
- La visibilité ou notoriété de votre cité comme destination touristique ? Important
- La place de votre commune dans l’offre touristique du territoire ? Important
- La création de nouveaux flux touristiques ? Légèrement
- La reconnaissance de vos flux touristiques auprès du comité départemental du tourisme ? Important
- La communication autour de votre commune ? Important

Vidéo impacts



<https://youtu.be/kR3kuuYatu4>

Vos actions emblématiques :

- La rénovation toiture de l’église ;
- La rénovation d’un vieux corps de ferme ;
- L’édition et la diffusion d’un dépliant-livret gratuit « A la découverte du Patrimoine de Vic-sur-Seille, Petite Cité de Caractère » en partenariat avec l’Agence Régionale du Tourisme ;
- Le tournage et la diffusion d’une collection de reportages valorisant Vic-sur-Seille, Petite Cité de Caractère®, en co-production avec l’Agence Régionale du Tourisme.

D’autres impacts et perspectives :

- L’étude Site Patrimonial Remarquable en cours et son prochain passage en CNPA ;
- La reconquête des coteaux et de l’image viticole de la cité avec 70 ha potentiels dans l’aire AOC des Vins de Moselle ;
- Le traitement urbain d’une friche agricole en Pôle Jeunesse,
- La programmation d’animations nouvelles autour du patrimoine ;
- Un réseau d’expériences ;
- Une visibilité touristique territoriale.



Jérôme END, Maire de Vic-sur-Seille, Président de la Communauté de Communes du Saulnois, Conseiller Régional

86. Maison Place Mesny, Vic-sur-Seille © Stéphane CORBEIL, Association les Objectifs du Saulnois

87. Cour de l’ancien couvent des Dominicaines © Stéphane CORBEIL, Association les Objectifs du Saulnois
88. Dépliant-livret «A la découverte du Patrimoine de Vic-sur-Seille»
89. Tournage de reportages au Musée Georges de La Tour © Delphine GARNOTEL, ART Grand Est

Réunis au sein de l'Association Petites Cités de Caractère® du Grand Est, les élus des communes adhérentes ont pour objet de favoriser l'attractivité des communes engagées dans la charte Petites Cités de Caractère®.

Pour cela, l'Association soutient, encourage et coordonne les actions relatives à la préservation et à la valorisation des richesses patrimoniales, culturelles, naturelles, historiques, architecturales et humaines des communes concernées.



Roger BATAILLE
Maire
Ervy-le-Châtel (Aube)
Président



Sacha HEWAK
Maire
Sézanne (Marne)
Vice-Président



Lydie BARBAUX
Maire
Plombières-les-Bains (Vosges)
Trésorière



Sandrine JEAN DIT PANNEL
Adjoint au Maire
Joinville (Haute-Marne)
Secrétaire



Patrick BRAUN
Adjoint au Maire
Mouzon (Ardennes)



Jérôme END
Maire
Vic-sur-Seille (Moselle)



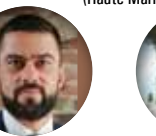
Jonathan HASELVANDER
Maire
Bourmont-entre-Meuse-et-Mouzon (Haute-Marne)



Pierre HIPPERT
Adjoint au Maire
Saint-Mihiel (Meuse)



Chantal LANTENOIS
Adjoint au Maire
Cormicy (Marne)



Etienne MARASI
Maire
Vignory (Haute-Marne)



Patrick VARNEY
Conseiller Municipal
Le Montsaugéonnais (Haute-Marne)

Missions et objectifs

L'Association Petites Cités de Caractère® du Grand Est a notamment dans ses attributions :

- De susciter auprès des pouvoirs publics, par tous les moyens appropriés, une meilleure prise en compte des réalités et des contraintes budgétaires liées à la gestion d'un patrimoine architectural dense et de qualité, dépassant les capacités financières des communes concernées ;
- La recherche de partenariats techniques et financiers publics et privés visant à soutenir les actions directes de l'association ou de ses communes adhérentes ;
- D'accompagner les communes dans leurs démarches de développement de l'économie patrimoniale, culturelle et touristique avec ses partenaires.

L'Association oeuvre à renforcer la collaboration de l'ensemble des partenaires engagés dans le déploiement du réseau, la requalification des territoires, la préservation du patrimoine et la valorisation économique et touristique : Etat, Région, Départements, Intercommunalités, Parcs naturels, Agence Régionale et Comités Départementaux du Tourisme, Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement, Fondation du Patrimoine ...

D'ici à 2026 et selon les évolutions permises par les différents contextes, sanitaire et économique notamment, sont néanmoins définies les priorités suivantes :

- Déploiement du réseau sur l'ensemble du territoire de la région et en priorité en Alsace ;
- Définition de politiques et dispositifs d'accompagnement spécifiques par les collectivités partenaires ;
- Mise en tourisme, valorisation médiatique, digitale et commerciale de l'offre Petites Cités de Caractère® ;
- Animation du réseau, organisation de temps d'échanges et de rencontres privilégiées (conseils, professionnalisation, montée en gamme).

Les Petites Cités de Caractère® entendent jouer un rôle majeur dans les domaines impactés par la marque et que cette enquête a permis de mettre en lumière.



Conception et réalisation : Petites Cités de Caractère® de France et du Grand Est.
Crédits photos : Bourmont © Pays de Chaumont / Vic-sur-Seille © Stéphane
CORBEIL / Joinville © Pierre HERVET / Montsaugéon © Franck FOUQUET, CCAVM.
Septembre 2021.