



HAL
open science

Chambord, ce n'est pas qu'un château...

Koffi Selom Agbokanzo

► **To cite this version:**

| Koffi Selom Agbokanzo. Chambord, ce n'est pas qu'un château.... 2024. hal-04715759

HAL Id: hal-04715759

<https://hal.science/hal-04715759v1>

Submitted on 1 Oct 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Chambord et nous



domaine national de Chambord

 GRAND
CHAMBORD
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

Chambord, ce n'est pas qu'un château...

Entreprendre l'exercice périlleux de résumer les images qu'inspire le château de Chambord aux habitants du territoire, c'est prendre le risque de trahir les représentations de ce joyau imaginé par François 1^{er}. Risque très relatif si l'on considère le rôle actif des résidents dans le processus de construction de l'image d'une destination comme le soulignent les travaux en management du tourisme (Gallarza et al., 2002 ; Rodrigues et al., 2012 ; Stepchenkova et Mills, 2010). Avec en toile de fond l'architecture de Chambord, les habitants de la Sologne et du Val de Loire entretiennent une relation particulière avec le monument ; cette proximité transforme leur quotidien et enrichit en retour l'image du château comme en témoigne ce livre-souvenir qui met en lumière ces multiples perspectives.

Les chercheurs s'intéressent à la notion d'image depuis l'ouvrage fondateur de Martineau (1958), qui suggère que le comportement humain dépend davantage de l'image que de la réalité objective. Selon la « théorie de l'image », le monde n'est d'ailleurs qu'une représentation psychologique ou déformée de la réalité objective résidant et existant dans l'esprit de l'individu (Baloglu et McCleary, 1999, p. 871). Les spécialistes définissent l'image comme un ensemble de constructions mentales, cognitives et affectives, qu'une personne ou

un groupe de personnes se fait d'un lieu au fil du temps, en fonction des influences auxquelles elle est exposée, des connaissances et des croyances qu'inspire le lieu ; et des sentiments qu'il éveille.

En initiant la grande collecte photographique « Chambord & vous », le Domaine national de Chambord, la Communauté de communes du Grand Chambord et la commune de Muides-sur-Loire interrogent les représentations de différents acteurs du territoire. Le sens et la nature des images collectées évoluent constamment selon les points de vue. Tout comme l'évoque la littérature, l'image d'un lieu est composite, s'y mêlent les impressions que suscitent son architecture, le paysage environnant, ses habitants, ses voies d'accès, l'accueil qui nous a été réservé, les commentaires des autres visiteurs ou touristes, sans que l'on sache exactement qui signe le trait le plus marquant.

Monument national au rayonnement international parfois perçu à tort comme étant hors-sol, Chambord n'échappe pas à cette réalité. De fait, le château et son domaine induisent diverses représentations pour les résidents. Du domaine de chasse de l'élite française au site de prédilection des promenades dominicales en famille, le monument divise sur sa nature profonde : « une partie des résidents de la Communauté de communes du Grand Chambord percevait le domaine comme une résidence temporaire royale, puis présidentielle, qui a pour fonction première d'accueillir les activités de chasse de la noblesse. Cette image perçue par ces résidents et véhiculée par le bouche-à-oreille, influence d'une certaine manière l'image du domaine qu'ont d'autres acteurs du territoire. Pourtant, les gestionnaires travaillent constamment sur le développement d'une image du domaine qui va au-delà de la chasse. Cette image

1. Élu du territoire,
entretien de recherche
réalisé par Koffi
Selom Agbokanzo,
janvier – juin 2022.

2. Cadre – protection
et valorisation
de la forêt, *ibid.*,
janvier – décembre 2017.

3. Cadre – valorisation
et développement
touristique, *ibid.*,
janvier – juin 2022.

voulue du domaine comme une » cité idéale « va à terme influencer l'image effective perçue, mais elle peut toujours être challengée par la bouche-à-oreille sur les représentations du domaine ¹ ».

Au-delà de cette première perception, Chambord rassemble autour des arts, de la culture et de ses jardins uniques au monde. Il fait voyager à travers les siècles et rapproche les générations. Il réconcilie l'Homme avec la nature : « on décrit Chambord comme la " Jérusalem céleste " ; donc, il y a un petit peu un côté paradis à Chambord, en tout cas pour ceux qui aiment la nature, c'est vraiment ça ² ! »

Chambord captive, fascine et inspire de la ferveur, des convergences, mais suscite aussi des tensions mâtinées d'envies entre la Sologne et le Val de Loire, la royauté et le peuple, les gestionnaires du château et les habitants locaux : « Voilà, il y a par définition une attitude ancestrale qui perdurera toujours un peu, c'est celle liée au pot de fer contre le pot de terre..., ces gens qui viennent de Paris et d'ailleurs, contre ceux qui sont d'ici et qui savent ce que c'est que le territoire. Bon, ça existera toujours parce que..., enfin dans tous les cas pendant encore de nombreuses années ; et puis bon cela peut être aussi un élément moteur, je n'en sais rien. Les conflits ne sont pas toujours dans une logique négative. Ils sont aussi une source de dynamiques s'ils ne sont pas trop violents et qu'ils ne bloquent pas tout d'un coup. Et donc, moi je pense qu'on en est plutôt là aujourd'hui, dans une logique de préoccupations partagées ³ ».

Mais l'histoire est bonne conseillère. Elle nous apprend que le château imaginé par François 1^{er} a su tisser au fil des années un lien fort et indéfectible entre les différents acteurs du territoire. Aussi divergents et multiples que soient leurs perceptions, ils s'accordent

tous sur son rôle central dans le rayonnement du territoire : « On sent qu’avec le domaine, il y a plus de dialogue qu’il n’y en avait il y a quelques années. Il faut que Chambord comprenne que, certes, on a besoin de Chambord pour vivre, mais Chambord a aussi besoin de nous. Il y a une réciprocité. Et ça, c’était ce qu’il fallait leur faire entendre et ils commencent à en prendre conscience ⁴ ! »

Chambord, ce village...

Lieu de forte attraction touristique du territoire français ⁵, Chambord contraste entre son statut patrimonial et l’usage que les fermiers pouvaient faire de ses forêts : « D’ailleurs, les enfants de Chambord venaient à l’école à Huisseau et beaucoup de gens de Huisseau avaient ce qu’on appelait des droits de bois. C’est-à-dire qu’ils avaient des autorisations pour ramasser du bois. En fait, il n’y avait pas de mur à l’origine. Et donc, c’était un espace ouvert qui était alimenté par les fermes que l’on pouvait trouver tout autour du château ⁶ ». Ainsi donc, même si sa renommée et son importance stratégique s’étendent au-delà des frontières locales, le château est lié au territoire et à ses habitants dans ses aspects historiques, économiques, socio-culturels et affectifs : « Et j’ai l’impression que c’est lié, Chambord, c’est devenu comme ma maison. C’est terrible de dire ça, mais c’est presque un lien familial. J’ai tellement vécu de choses aussi bien enfant, ado, après plus tard. Il y a eu quand même beaucoup de choses, donc c’est difficile de le quitter ; ça fait presque partie de ma famille ⁷ ».

De plus, le statut particulier du domaine, établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) créé depuis le 1^{er} juillet 2005 avec en son sein une commune, accentue cette nécessité de concilier une vie de village et celle d’un domaine d’envergure natio-

4. Élu du territoire, *ibid.*, janvier – juin 2022.

5. 1 053 943 personnes sont venues visiter le château et acheter des billets pour les activités de loisirs en 2022, soit une augmentation de + 48,92 % par rapport à 2021 avec 346 237 visiteurs de plus. Les recettes s’élèvent à 27,4 millions d’euros. Chambord est aujourd’hui le deuxième château le plus visité en France et le monument le plus fréquenté du Val de Loire. [Communiqué de presse du Domaine national de Chambord, 5 janvier 2023].

6. Élu du territoire, *ibid.*, janvier – juin 2022.

7. Résident, *ibid.*, janvier – décembre 2017.

nale : « Oui pour moi, Chambord, c'est un tout ! Ce n'est pas que le château Chambord. C'est aussi le quotidien en tant qu'habitant et acteur de la vie de la commune parce que j'ai la chance d'y vivre. En fait, je ne sais pas si c'est de la chance. Mais en tout cas, j'ai de la chance d'avoir des ancêtres à Chambord depuis plusieurs centaines d'années. En tout cas, jusqu'avant la Révolution puisque j'ai fait mon arbre généalogique jusque-là. Après, je me suis arrêté pour l'instant, c'est assez complexe d'aller plus loin. Donc, on est quand même beaucoup de gens en famille. Il y a un peu ce côté village gaulois à Chambord. Chambord, c'est un peu un monde à part ; c'est presque aussi comme... Pour reprendre l'exemple d'une île, c'est un peu comme la Corse. Il y a une certaine mentalité ⁸ ».

8. Résident, *ibid.*,
janvier – décembre 2017.

Dans les coulisses d'un domaine national...

Par ailleurs, bien plus qu'un village, Chambord est aussi un domaine qui remplit plusieurs fonctions. Il allie patrimoine culturel bâti et patrimoine naturel sur un même espace, qui est presque conservé dans son intégralité depuis sa création : « Ce qui qualifiera le monument dans son domaine, c'est le fait qu'il est au sein d'une clairière, mais enserré d'une immense forêt en fait. Il est un peu comme une petite île, un îlot dans un océan boisé, forestier ⁹ ».

9. Élu du territoire, *ibid.*,
janvier – juin 2022.

De la chasse à la préservation de la flore, les agents du domaine et leurs partenaires contribuent à maintenir un certain équilibre entre les différentes espèces. C'est un travail saisonnier qui les fait vivre au rythme de la nature, entre l'entretien, l'observation et la protection, les tirs de sélection et les grandes battues. La faune et la flore participent ainsi à la valorisation et à la vie quotidienne du monument : « Alors en fait, nous, on a développé au moins quatre gammes de produits issus de la forêt. Donc, on a un projet, qui a

un double objet d'ailleurs pour ce qui est du miel, puisqu'on a à la fois notre rôle de conservatoire d'espèces protégées qu'on joue par ce biais-là couplé avec celui de producteur local¹⁰ ». De plus, tout au long de son histoire, le domaine a contribué à la préservation de certaines espèces sur le plan national, notamment par les opérations de panneautage apparues après la Seconde Guerre mondiale. La majorité des cerfs élaphe français sont ainsi génétiquement liés à ceux de Chambord, symbole majeur du domaine au même titre que la salamandre de François 1^{er}.

10. Cadre – protection et valorisation de la forêt, *ibid.*, janvier – décembre 2017.

Traversé par le Cosson, le domaine a également un rôle crucial dans la gestion des eaux et la prévention des inondations sur le territoire : « Au regard des phénomènes météo, qui se sont passés en juin dernier, on s'est rendu compte que le domaine national de Chambord joue un rôle très important et notamment avec la crue, qui arrivait en aval de Chambord, les eaux se sont accumulées au mur de Chambord, entraînant des inondations [...]»¹¹ ». En effet, les inondations de 2016 restent gravées dans les mémoires collectives et renforcent la relation particulière du château avec son environnement. Elles ont entraîné une solidarité nationale et même internationale autour du monument : « L'inondation [...] a été pour moi, quand même, quelque chose de très dramatique parce que mon beau château était dans l'eau [...]. C'était à la fois dramatique et en même temps majestueux. Il avait sa réplique dans le reflet des eaux »¹² ».

11. Cadre territorial, *ibid.*, janvier – décembre 2017.

Venez découvrir Chambord dans les yeux de ceux qui l'aiment...

Chambord, enfin, est une histoire qui se lit à travers ses personnages et surtout ses résidents au sens large du terme. C'est un mystère qui suscite la curiosité du visiteur dès l'entrée du domaine jusqu'à

12. Résident, grande collecte photographique de Chambord, juin 2022 – 2023.

13. Cadre – valorisation
et développement
touristique, *ibid.*,
janvier – décembre 2017.

l'émerveillement qu'évoque l'ingéniosité de l'escalier à double révolution au cœur du château : « L'image que j'en ai ?! C'est un... Je dirais plutôt que ce n'est pas seulement un château ! C'est un univers, c'est un monde en soi qui est énigmatique, complexe et qui est un des plus riches en France à ce titre. Par exemple, c'est beaucoup plus complexe et énigmatique que Versailles. Versailles, on arrive, c'est carré ! Il y a un roi et tout est construit autour de ce roi. Ici, on n'y comprend rien ! On ne connaît pas l'architecte, on ne sait pas pourquoi ça a été construit ici, c'est plein d'idées reçues. Moi, j'aime bien définir Chambord par les idées reçues. Tout le monde croit connaître Chambord ! En fait, personne ne connaît vraiment Chambord et c'est ça qui le rend intéressant. Oui, c'est clair, on se perd dans le château, tout y est mystérieux, tout est étrange. Il y a une logique qui existe quand même, mais qui est difficile à appréhender. C'est un lieu qui peut se définir par la négative. Ce n'est pas un relai de chasse, ce n'est pas un château vide, ce n'est pas un château politique. C'est une sorte de chose comme ça et je trouve que cela le rend passionnant¹³ ».

Pour comprendre et faire découvrir Chambord, il faut y passer du temps et se laisser guider par ceux et celles qui l'ont arpenté tout au long de ces cinq siècles d'existence. Chaque habitant porte en lui une partie de l'identité de Chambord et contribue à sa manière à l'enrichissement de l'offre touristique en partageant ses souvenirs et son expérience avec les visiteurs et/ou touristes.

Dans le prolongement de ce travail, des comités de réflexion ou des structures associatives de résidents sont invitées à accompagner les gestionnaires dans l'élaboration des stratégies de développement et/ou promotion touristique. Déjà, avec l'essor des nouvelles offres

comme « Airbnb » ou encore « Smartbox », les séjours chez l'habitant ou en gîte connaissent une forte croissance. Le sens de l'accueil des résidents et leur capacité à raconter leur vie avec le château deviennent plus que jamais des éléments majeurs dans les représentations que les visiteurs et/ou touristes se font de la destination « Chambord ». Gageons que ces confidences se retrouveront à leur tour dans les récits que les voyageurs partageront avec leurs familles, leurs amis et sur la toile !

Koffi Selom Agbokanzo,
Maître de conférences
UCO | Marketing & Management des territoires.

Bibliographie

- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26, 808–889.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Garcia, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56–78.
- Martineau, P. (1958). The personality of the retail store. *Harvard Business Review*, 36 (January – February), 47–55.
- Rodrigues, A. I., Correia, A., et Kozak, M. (2012). Exploring the life-cycle model applied to « umbrella constructs »: Destination image as an example. *Tourism Recreation Research*, 37(2), 133–143.
- Stepchenkova, S. & Mills, J. E. (2010). Destination Image: a Meta-Analysis of 2000–2007. *Research Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19, 575–609.