
Nouvelle stratégie pour le développement de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine en Suisse romande



Réalisé par : Myriam Boschung

Professeure responsable : Marie-Françoise Perruchoud-Massy

Le 16 décembre 2013

www.hevs.ch

RÉSUMÉ

La fondation Vacances au cœur du Patrimoine est une jeune fondation créée en 2005 par Patrimoine suisse. La fondation rénove des bâtiments historiques afin de les proposer comme logements de vacances. Sans aides financières, la fondation ne pourrait pas se développer. Afin de s'étendre en Suisse romande, une stratégie doit être trouvée. Cette stratégie ne devra donc pas être financièrement lourde. Afin d'y parvenir, des entretiens ont été menés avec des organisations suisses romandes proches du patrimoine. L'idée d'un partenariat avec les sections romandes de Patrimoine suisse est vite apparue comme la solution. De plus, afin de connaître les différences entre les clients romands et alémaniques, un sondage a été réalisé auprès des clients actuels de la fondation. De cette manière, une meilleure approche de la clientèle romande pourra être envisagée.

Mots-clés : patrimoine, fondation, Suisse romande, logements de vacances

AVANT-PROPOS ET REMERCIEMENTS

Durant ma formation à la Haute Ecole de Gestion & Tourisme, j'ai pu assister à une présentation de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. Le travail de la fondation m'a paru très innovant et intéressant. Traiter de la fondation dans mon travail de bachelor était alors une opportunité pour mieux connaître et comprendre leurs missions et défis. Le but de ce travail est de trouver une solution stratégique et peu onéreuse pour la fondation afin qu'elle puisse se développer en Suisse romande. Des entretiens et un sondage ont été effectués afin de définir la solution la plus adaptée. Le manque de moyens financiers à disposition de la fondation oblige à rechercher une stratégie moins professionnelle, et donc moins efficace, qu'une stratégie que pourrait développer une entreprise commerciale.

Je remercie tout le secrétariat de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine : Kerstin Camenisch, Regula Murbach et Sophia Casieri pour leur soutien, les précieuses informations partagées et pour la confiance témoignée. Je remercie aussi toutes les personnes ayant acceptées de me rencontrer pour un entretien personnel ou téléphonique. Merci également à Marie-Françoise Perruchoud-Massy pour le soutien, les conseils et l'aide apportés tout au long du travail.

TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux.....	vi
Liste des figures.....	vii
Introduction.....	1
1 Fondation Vacances au cœur du Patrimoine	2
1.1 Création.....	2
1.2 Philosophie	3
1.3 Organisation	6
1.4 Evolution.....	7
1.5 Offre actuelle	8
1.6 Offre future	11
1.7 Clientèle	12
1.8 The Landmark Trust – Inspiration	12
2 La fondation en Suisse romande	13
2.1 Offre en Suisse romande	13
2.2 Clientèle suisse romande.....	13
3 Partenaires potentiels	15
3.1 Partenaires administratifs	15
3.1.1 Sections romandes de Patrimoine suisse	16
3.1.2 Autres partenaires administratifs.....	17
3.2 Partenaires financiers	18
4 Sections romandes de Patrimoine suisse : Entretiens.....	22
4.1 Relation entre les sections et la fondation.....	23
4.2 Partenariat avec la fondation	24
4.3 Bâtiments à rénover.....	24
4.4 Communication.....	25
4.5 Résultat et forme de partenariat.....	26
5 Offre en Suisse romande	28

5.1	Actions possibles	28
5.2	Processus de recherches de bâtiments historiques	31
5.3	Maisons historiques à découvrir.....	33
6	Clientèle suisse romande.....	34
6.1	Différence culturelle entre Suisse romand et allemand	34
6.2	Sondage	37
6.3	Résultat du sondage.....	38
6.3.1	Avant le départ	38
6.3.2	Pendant les vacances.....	40
6.3.3	Fondation Vacances au cœur du Patrimoine	41
6.3.4	Informations personnelles.....	42
6.3.5	Synthèse	42
6.4	Plan d'actions	43
7	Vision future : synthèse.....	47
	Conclusion.....	50
	Références.....	51
	Annexe I : Liste de critères de choix pour les logements de vacances.....	54
	Annexe II : Formulaire d'annonce d'un bâtiment historique.....	57
	Annexe III : Information sur logement de vacances	60
	Déclaration de l'auteur.....	64

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1. LISTE DES MAISONS MISES EN LOCATION (1/2)	9
TABLEAU 1. LISTE DES MAISONS MISES EN LOCATION (2/2)	10
TABLEAU 2. LISTE DES ORGANISATIONS FINANCIÈRES CONTACTÉES (1/2)	19
TABLEAU 2. LISTE DES ORGANISATIONS FINANCIÈRES CONTACTÉES (2/2)	20
TABLEAU 3. LISTE DES SECTIONS ROMANDES DE PATRIMOINE SUISSE INTERROGÉES	23
TABLEAU 4. LES CINQ DIMENSIONS D'HOFSTEDE	35

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1. CHAMBRE À COUCHER DE LA MAISON HUBERHAUS	3
FIGURE 2. SALLE DE BAIN DE LA MAISON BÖDELI-HUUS	4
FIGURE 3. ORGANISATION SCHÉMATIQUE DE LA FONDATION VACANCES AU CŒUR DU PATRIMOINE	6
FIGURE 4. VUE EXTÉRIEURE DE LA MAISON BLUMENHALDE	8
FIGURE 5. PROVENANCE DES HÔTES 2012	13
FIGURE 6. POURCENTAGE DES HÔTES EN PROVENANCE DE SUISSE ROMANDE DE 2009 À 2012 ..	14
FIGURE 7. MAISON SCHEUNE : AVANT – APRÈS	21
FIGURE 8. CONSTAT DES DIFFICULTÉS RENCONTRÉES PAR LES ORGANISATIONS	22
FIGURE 9. SCHÉMA DE LA CRÉATION D'UN GROUPE DE TRAVAIL ROMAND	27
FIGURE 10. ACTIONS À METTRE EN PLACE LORS DE LA RECHERCHE DE BÂTIMENTS HISTORIQUES	30
FIGURE 11. PROCESSUS DE MISE EN VALEUR D'UN BÂTIMENT HISTORIQUE	32
FIGURE 12. GLOBE D'HOFSTEDE	36
FIGURE 13. GRAPHIQUE REPRÉSENTANT LES RÉPONSES À LA QUESTION : A QUELLES PÉRIODES DE L'ANNÉE PARTEZ-VOUS EN VACANCES	38
FIGURE 14. GRAPHIQUE REPRÉSENTANT LES RÉPONSES À LA QUESTION : LORSQUE VOUS PARTEZ EN VACANCES, PRÉFÉREZ-VOUS DES SÉJOURS	39
FIGURE 15. GRAPHIQUE REPRÉSENTANT LES RÉPONSES À LA QUESTION : QUEL MOYEN VOUS TIENT INFORMÉ DE L'ACTUALITÉ DE LA FONDATION	41
FIGURE 16. SCHÉMA DES ACTIONS À ENVISAGER POUR TOUCHER LA CLIENTÈLE ROMANDE	46
FIGURE 17. MAISON DES MOLLARDS-DES-AUBERT	47

INTRODUCTION

La fondation Vacances au cœur du Patrimoine a été créée en 2005 par Patrimoine suisse. La fondation rénove de manière douce des bâtiments historiques afin de les mettre en location en tant que logements de vacances. Vacances au cœur du Patrimoine est un projet qui relie tourisme et patrimoine. Actuellement, toutes les maisons proposées par la fondation se situent en Suisse allemande. Afin de développer son offre et sa clientèle en Suisse romande, une stratégie doit être trouvée.

Ce travail consiste à trouver une stratégie future pour le développement de la fondation en Suisse romande. Pour ce faire, des entretiens ont été menés auprès notamment des sections romandes de Patrimoine suisse et un sondage a été lancé auprès des clients actuels de la fondation.

Ce travail exposera dans un premier temps la situation actuelle de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine afin de bien comprendre son évolution et son fonctionnement. Dans un deuxième temps, les entretiens menés seront expliqués. Ensuite, le partenariat entre la fondation et les sections romandes de Patrimoine suisse sera développé tout comme les actions à entreprendre afin d'étendre l'offre de la fondation. Concernant la clientèle, le sondage effectué auprès des clients actuels sera analysé, puis des actions à mener seront proposées. Enfin, une synthèse présentant un résumé de la stratégie à adopter sera établie.

1 FONDATION VACANCES AU CŒUR DU PATRIMOINE

1.1 CRÉATION

L'organisation Patrimoine suisse a été créée en 1905 (Patrimoine suisse, 2013a). Son siège est actuellement basé à Zurich (Patrimoine suisse, 2000, p.1). Les buts de l'organisation sont de

protéger et de sauvegarder la Suisse en tant que cadre naturel de vie et de contribuer à son développement dans le respect de la dignité de l'homme et de son patrimoine naturel et culturel. Patrimoine suisse se donne en particulier pour buts:

1. de protéger les paysages, les lieux historiques, les monuments et les sites contre l'altération et la destruction,
2. d'intervenir en faveur d'un aménagement harmonieux du territoire, de la création et de l'intégration d'ensembles construits et de voies de communication, y compris les chemins pédestres et de randonnée historiques ou nouveaux,
3. d'assurer les meilleures conditions d'environnement et de vie en général, aussi dans les régions défavorisées ou menacées,
4. de soutenir des efforts à buts analogues, dans les domaines de la protection du paysage, de la nature et de l'environnement ainsi que de la sauvegarde du patrimoine architectural et des métiers spécialisés dans la conservation du patrimoine. (Patrimoine suisse, 2000, p.1)

Afin de contribuer activement à ses buts, l'organisation a créé en 2005, lors de son centenaire, la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. La fondation rénove des bâtiments historiques afin de les proposer en location comme logements de vacances (Patrimoine suisse, 2013b). La fondation est une « organisation à but non lucratif » (Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP], 2013a).

1.2 PHILOSOPHIE

Cette combinaison entre la préservation des bâtiments historiques et le tourisme permet de conserver les bâtiments dans un état très proche de leur état d'origine malgré le fait qu'ils ne correspondent plus aux normes de constructions actuelles. Par exemple, la hauteur sous plafond, la taille des pièces ou encore le système de chauffage et d'isolation de certains bâtiments historiques devraient être modifiés afin de pouvoir convenir à une habitation standard. Le fait de proposer ces habitations comme logements de vacances permet de ne pas perdre le caractère et la fonction du bâtiment rénové. Un touriste occupant le logement durant une courte durée aura des exigences moins élevées que s'il s'agissait de son habitat quotidien. L'occupation de courte durée par des touristes permet donc de ne pas perdre l'essence de la maison rénovée (Kerstin Camenisch, secrétaire générale de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine, communication personnelle [CP], 28 octobre 2013).

Figure 1. Chambre à coucher de la maison *Huberhaus*



Source : FVCP (2013b)

La photo ci-dessus représente la chambre à coucher de la maison *Huberhaus* située à Bellwald dans le canton du Valais. Cette photo démontre les faibles hauteurs sous plafond.

La fondation favorise la conservation des bâtisses historiques et non la rentabilité à tout prix. En effet, l'exemple de la maison *Fischerhäuser*, située à Romanshorn dans le canton de Thurgovie, le démontre. Ce bâtiment n'était pas isolé à l'origine, afin de conserver cet aspect de la bâtisse, aucune isolation supplémentaire n'a été rajoutée au logement lors de sa rénovation. De ce fait, la maison de vacances est fermée durant les mois d'hiver. Cet exemple est révélateur et illustre la philosophie de la fondation, qui est la conservation du patrimoine bâti de Suisse (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013). Ceci n'enlève cependant rien au confort des hôtes. Chaque habitation est dotée d'une cuisine et de sanitaires conformes aux exigences actuelles. La fondation évite le *faux vieux* et préfère des installations sanitaires très modernes, afin de ne pas confondre les éléments historiques et les éléments actuels (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013).

**Figure 2. Salle de bain de la maison
*Bödeli-Huus***



Source : Adaptée de FVCP (2013b)

Cette photo représente la salle de bain de la maison *Bödeli-Huus*, située dans le canton de Berne. La photo représente bien les éléments modernes de la rénovation, notamment au niveau des sanitaires.

Cette combinaison entre préservation des bâtiments historiques et tourisme est aussi une opportunité pour le secteur touristique. En plus d'augmenter l'offre de logements de vacances, la fondation propose une alternative aux logements de vacances traditionnels. Ce concept répond parfaitement aux nouvelles tendances concernant l'hébergement touristique. En effet, la revue *Espaces Tourisme & Loisirs* relève les grandes tendances qui se dessinent pour les futurs hébergements touristiques, notamment la recherche par le client du logement unique, qui possède beaucoup de personnalité (Desvignes, 2009, p.7).

La fondation souhaite faire découvrir aux touristes un autre mode de logement, mais souhaite également éduquer ses hôtes face au défi qu'est la conservation du patrimoine. Le fait de vivre durant quelques jours dans une maison historique, respectueuse de son passé, permet de sensibiliser ce public à l'importance de la sauvegarde du patrimoine bâti (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013).

En plus de conserver l'origine des bâtiments historiques, de proposer une expérience hors du commun aux touristes, la fondation veut apporter une plus-value aux régions où sont situées les bâtisses. Lors de chaque étape, soit de la construction à l'entretien quotidien des logements, la fondation souhaite travailler avec des entreprises régionales. De cette manière, la fondation souhaite inclure chaque projet dans sa commune et région, afin que les habitants puissent profiter de la venue des touristes, et non la subir (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013).

La philosophie de la fondation est donc principalement la conservation du patrimoine bâti en Suisse. Chaque bâtiment retrouve une utilisation et reprend vie. Cette mise en valeur du lieu par l'habitation permet également de sensibiliser les hôtes de la fondation à la protection et à la conservation du patrimoine. Il est également important pour la fondation d'inclure la région où se trouve le bâtiment dans chaque projet. Ainsi il sera soutenu par la population locale qui pourra à son tour profiter des retombées touristiques.

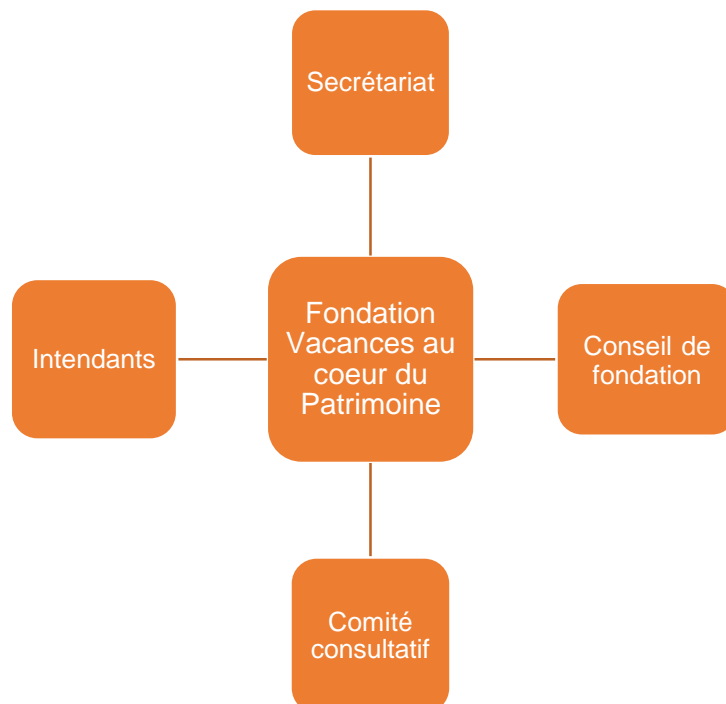
1.3 ORGANISATION

La fondation Vacances au cœur du Patrimoine a son siège à Zurich, dans le même bâtiment que son fondateur, Patrimoine suisse. Les travaux exécutifs sont effectués par le secrétariat. Celui-ci est composé de deux personnes représentant un taux de pourcentage total de 120% (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013). Parfois, ce pourcentage peut être augmenté par la présence d'une stagiaire.

Les décisions importantes et stratégiques sont prises en commun entre le secrétariat et le conseil de fondation, composé de cinq membres, dont son président. Le conseil de fondation se réunit environ quatre fois par années et peut compter sur le soutien d'un comité consultatif en cas de besoin. Le comité consultatif, comme son nom l'indique, se réunit uniquement sur demande. Il est composé de six membres (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013).

De plus, un intendant est engagé pour chaque maison proposée à la location. Ces personnes sont toutes issues de la région où se situe le bâtiment. Elles ont la responsabilité de l'accueil des hôtes, de les renseigner sur le logement, la région et sur toutes les autres questions demandées (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013). Surnommées « les belles âmes des lieux » (FVCP, 2013c), elles sont le lien sur place entre la fondation et les hôtes.

Figure 3. Organisation schématique de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine



Source : données de l'auteur

1.4 EVOLUTION

La fondation a été créée en novembre 2005. Selon le rapport annuel 2006/2007, les deux premières années ont permis de définir et de créer les structures nécessaires, tels que par exemple le site internet, une newsletter ou encore la liste des critères pour le choix des bâtiments. L'annexe I expose cette liste. De plus, la fondation a pu acquérir deux bâtisses durant ces deux premières années. L'aspect financier reste cependant le frein principal à l'expansion de la fondation (FVCP, 2008).

L'année 2008 a été marquée par le début des locations. En effet, trois bâtiments ont ainsi pu être proposés à la location (FVCP, 2009). En 2009, la progression continue avec neuf maisons proposées à la location, représentant onze logements. Une troisième maison est en main de la fondation grâce à un droit de superficie accordé à Patrimoine suisse. Les autres bâtissent appartiennent soit à des associations ou à des personnes privées. Un accord est alors trouvé avec les propriétaires afin que la fondation puisse les exploiter. Le problème financier demeure « le souci majeur de la fondation » (FVCP, 2010).

En effet, les finances restent un frein important à l'expansion de la fondation. En 2010, une seule maison supplémentaire a pu être mise en location. Cependant, la fondation possède alors quatre maisons grâce à un usufruit qui lui a été accordé. L'année 2010 marque aussi la mise en place d'un nouveau système de réservation via le site internet de la fondation (FVCP, 2011).

Selon le rapport annuel 2011 de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine, la fondation proposait 13 maisons en location qui représentaient 17 logements (2012a). La fondation a cependant toujours « un urgent besoin de ressources financières plus importantes » (FVCP, 2012a). En 2012, la fondation proposait 18 logements, soit un logement supplémentaire par rapport à l'année précédente. A noter également qu'en 2012, le revenu des locations permet de couvrir les frais de fonctionnement des logements. Malgré cela, la fondation « dépend impérativement des dons pour la rénovation des bâtiments (FVCP, 2013c). Grâce à l'achat d'une bâtisse à rénover, le nombre de maisons en main de la fondation s'élève à cinq en 2012 (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013).

1.5 OFFRE ACTUELLE

En 2013, 15 bâtiments, qui représentent 19 logements, sont proposés en location. En effet, la maison *Bödeli-Huus*, située dans le canton de Bern, complète l'offre depuis le printemps de cette même année. Cependant, dans le courant de l'automne, une maison située dans le canton du Valais a été retirée de l'offre. Elle sera remplacée au printemps 2014 par un autre logement situé dans le même village, l'emplacement restant à confirmer. (K. Camenisch, CP, 4 décembre 2013).

Le tableau ci-après présente les maisons historiques en location. La maison *Chatzerüti Hof* sera disponible dès le mois de février 2014. Les réservations sont cependant déjà ouvertes. C'est pourquoi le tableau ci-après décrit bien 15 maisons historiques, représentant 19 logements. Le tableau indique également de quel genre de bâtiment il s'agit, des mois ouverts à la location et si les logements sont ouverts ou non à de plus courts séjours. Enfin, le tableau présente la capacité d'accueil maximale en nombre de personne par logement et le prix de location le plus bas à la semaine.

Figure 4. Vue extérieure de la maison *Blumenhalde*



Source : FVCP (2013b)

La photo ci-dessus montre une vue de la maison Blumenhalde, mise en location à Uerikon, dans le canton de Zurich.

Tableau 1. Liste des maisons mises en location (1/2)

Maison	Lieu	Logement	Genre de bâtiment	Ouverture	Court séjour	Nombre de personne maximum	Prix semaine dès / CHF
Blumenhalde	Uerikon, ZH	1	maison à colombage typiquement zurichoise	avril à novembre	non	6	1'550.-
Bödéli-Huus	Bönigen b. Interlaken, BE	1	ferme polyvalente du 18e siècle	à l'année	oui	6	870.-
Casa Döbeli	Russo, TI	1	maison bourgeoise tessinoise des 17e et 18e siècles	avril à octobre	oui	6	1'140.-
Chatzerüti Hof	Hefenhofer, TG	1	maison thurgovienne du 17e siècle	à l'année	oui	6	1'200.-
Engadinerhaus	Scuol, GR	1	maison engadinoise typique	à l'année	non	6	1'340.-
		2	maison engadinoise typique	à l'année	non	5	1'040.-
Fischerhäuser	Romanshorn, TG	1	logement simple du 17e siècle	avril à novembre	oui	4	1'060.-
		2	logement simple du 17e siècle	avril à novembre	oui	5	1'060.-
		3	logement simple du 17e siècle	avril à novembre	oui	4 (accès handicapé)	1'060.-

Source : Adapté de FVCP (2013d)

Tableau 1. Liste des maisons mises en location (2/2)

Maison	Lieu	Logement	Genre de bâtiment	Ouverture	Court séjour	Nombre de personne maximum	Prix semaine dès / CHF
Gon Hüs	Niederwald, VS	1	chalet valaisan	à l'année	non	7	1'200.-
		2	chalet valaisan	à l'année	non	2	740.-
Haus auf der Kreuzgasse	Boltigen, BE	1	maison traditionnelle en bois	à l'année	oui	5	845.-
Huberhaus	Bellwald, VS	1	chalet alpin simple	à l'année	oui	5	715.-
Nüw Hus	Safiental, GR	1	grande maison valdésienne	à l'année	oui	10	944.-
Scheune	Beatenberg, BE	1	grange	à l'année	non	2	950.-
Stallscheune	Niederwald, VS	1	grange - étable	à l'année	non	2	720.-
Steinhaus	Brusio, GR	1	maison en pierre	avril à octobre	oui	6	1'100.-
Unteres Turrahus	Safiental, GR	1	ferme en bois et pierre	à l'année	non	9	1'440.-
Weisse Villa	Mitlödi, GL	1	villa d'industriels du 19e siècle	à l'année	non	6	850.-

Source : Adapté de FVCP (2013d)

Les prix indiqués sur le tableau 1 sont les prix de location les plus bas pour une semaine. Ces prix varient donc selon les saisons, le nombre de personnes, ou selon les diverses demandes des hôtes.

Actuellement, encore sept bâtiments n'acceptent pas les séjours de courtes durées. La fondation a comme objectif d'augmenter ce nombre dans les mois à venir. Des discussions sont en cours avec les différents propriétaires des maisons historiques à ce sujet (K. Camenisch, CP, 4 décembre 2013). L'ouverture à l'année ou non est décidée selon le type de bâtiment, comme expliqué au point 1.2. Parfois, il s'agit également d'une entente avec le propriétaire.

Les maisons historiques sont situées dans sept cantons mais aucune n'est située en Suisse romande. Les logements situés en Valais le sont dans la partie alémanique du canton.

Parmi les logements disponibles à la location, trois appartiennent à la fondation. Pour ceux-ci, « les membres de Patrimoine suisse bénéficient d'un rabais de 10% » (FVCP, 2013d). Deux autres maisons appartiennent à la fondation, elles sont cependant encore en cours de rénovation.

1.6 OFFRE FUTURE

Deux maisons appartenant à la fondation sont en cours de rénovation. Il s'agit de la *Türalihus* située aux Grisons et de la *Stüssihofstatt* située dans le canton d'Uri. Ces deux bâtisses devraient pouvoir être mises en location courant 2014 (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013). Deux autres maisons sont elles aussi en attente d'une mise en location. Il s'agit de bâtiments appartenant à des privés. La location de ces bâtisses interviendra plus tard. En effet, le financement des travaux de ces deux maisons n'est pas encore complètement acquis (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013). Au total, quatre maisons sont en cours de rénovation ou en attente d'un financement. L'une d'elle est située en Suisse romande, il s'agit de la maison des *Mollards-des-Aubert* située dans le canton de Vaud. Actuellement, elle représente le seul projet concret de Suisse romande.

1.7 CLIENTÈLE

Depuis le début de la mise en location en 2008, le nombre de nuitées enregistré par la fondation Vacances au cœur du Patrimoine n'a cessé d'augmenter pour atteindre 9'471 nuitées en 2012 (FVCP, 2013c). Ce chiffre est réjouissant au vu du recul enregistré en 2012 dans la totalité de la branche touristique. En effet, l'évolution totale des nuitées en 2012 par rapport à l'année précédente est de moins 2% (Fédération suisse du tourisme, 2013, p.18).

La fondation n'a pas de public-cible précis. Cependant, selon Kerstin Camenisch, la clientèle de la fondation est généralement très urbaine, souvent issue des milieux de l'art, du design ou de l'architecture. Les familles sont également bien représentées parmi les clients de la fondation (CP, 28 octobre 2013). En 2012, 65% de la clientèle provenait des seuls cantons de Zurich, Bâle et Bern (FVCP, 2013c). Entre 2008 et 2011, le pourcentage de la clientèle membre de Patrimoine suisse reste stable et représente en moyenne moins de 30% (FVCP, 2012b).

Le succès que rencontre la fondation auprès des hôtes est réjouissant pour la suite de son activité. De plus, Valéry Patin note que « ces locations de charme [ancien bâtiment rénové en tant que logement touristique] connaissent un réel succès auprès des visiteurs » (Patin, 2012, p.49). Les chiffres et l'engouement des touristes pour ces objets sont autant d'éléments prometteurs pour l'avenir de la fondation.

1.8 THE LANDMARK TRUST – INSPIRATION

The Landmark Trust inspira la création de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013). *The Landmark Trust* fut fondé en Grande-Bretagne il y a presque 50 ans par John Smith et son épouse. Ils avaient à cœur de préserver les petits bâtiments historiques, non pas en les présentant comme des musées, mais en les faisant revivre comme logements de vacances. Actuellement, *the Landmark Trust* possède presque 200 bâtiments (The Landmark Trust, 2013a). La majorité de ces bâtiments sont situés en Grande-Bretagne, et quelques-uns se trouvent en France ou en Italie (The Landmark Trust, 2013b). L'évolution de *the Landmark Trust* laisse entrevoir une belle opportunité de développement pour la fondation Vacances au cœur du Patrimoine.

2 LA FONDATION EN SUISSE ROMANDE

Au sein même de la fondation, seul un membre du conseil de fondation vient de la Suisse romande. Les employées du secrétariat sont toutes suisses alémaniques. A noter cependant la présence d'une stagiaire de langue française et venant de Suisse romande.

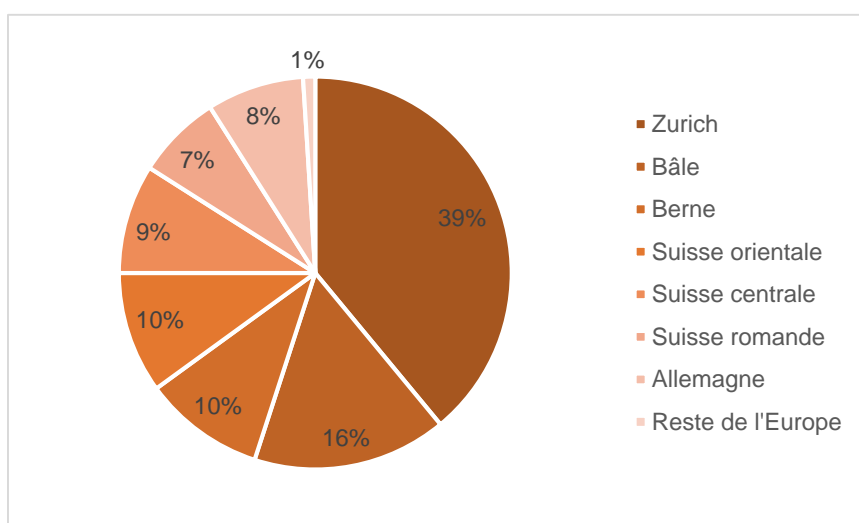
2.1 OFFRE EN SUISSE ROMANDE

Aucun logement n'est proposé à la location en Suisse romande. Malgré plusieurs projets analysés en Romandie, seule une maison fait l'objet d'un projet concret. Il s'agit, comme indiqué au point 1.6, de la maison des *Mollards-des-Aubert* située au Brassus dans le canton de Vaud. Ce projet est actuellement en attente suite à diverses contraintes financières ou administratives. Aucune date de mise en location ne peut actuellement être avancée (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013).

2.2 CLIENTÈLE SUISSE ROMANDE

La figure 3 indique la provenance des hôtes en 2012. La grande majorité des hôtes, 84%, provient des différentes régions de Suisse, hors Suisse romande. La Suisse romande ne représente que 7% des hôtes en 2012. Avec 9%, les hôtes en provenance de l'étranger sont plus nombreux que les Suisses romands (FVCP, 2013c).

Figure 5. Provenance des hôtes 2012

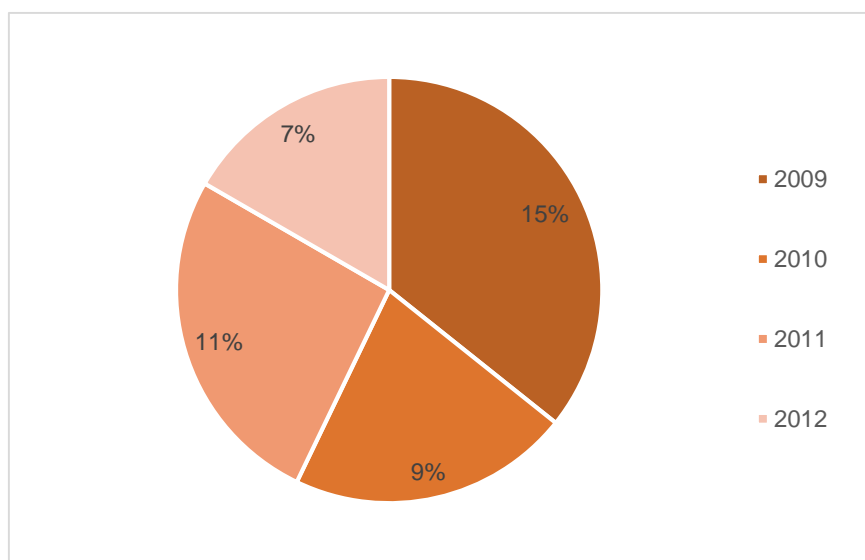


Source : Adaptée de FVCP (2013c)

Ce faible pourcentage de clients romands peut s'expliquer d'une part par l'offre de logements, tous situés en terre alémanique. La barrière linguistique peut expliquer ce maigre résultat. D'autre part, la faible présence médiatique de la fondation en Suisse romande explique également le manque de connaissance du public romand à l'égard de la fondation et de son offre.

Ce pourcentage est le plus bas depuis la création de la fondation. La figure 4 indique le pourcentage des hôtes en provenance de Suisse romande de 2009 à 2012. On constate en effet que les hôtes romands ont été moins nombreux durant le courant 2012.

Figure 6. Pourcentage des hôtes en provenance de Suisse romande de 2009 à 2012



Source : Adaptée de FVCP (2010, 2011, 2012a, 2013c)

Si la part des clients romands a été la plus faible en 2012, la fondation cherche aujourd'hui à développer autant son offre que sa clientèle en Suisse romande. En effet, un effort particulier souhaite être entrepris par la fondation afin de pouvoir proposer une location en Romandie et ainsi combler ce manque d'offre et par conséquent de demande (K. Camenisch, CP, 4 décembre 2013).

3 PARTENAIRES POTENTIELS

La fondation rencontre différents freins à sa volonté de développement en Suisse romande. Tout d'abord le secrétariat, l'organe exécutif de la fondation, peine déjà à effectuer les tâches quotidiennes qui augmentent chaque année, tout comme le nombre de logements proposés. De plus, le problème du financement limite les possibilités d'engager plus de moyens humains. Enfin, le manque de présence de personnel romand, ou du moins de langue française, pose un problème supplémentaire.

Ce travail cherche à définir une nouvelle stratégie pour le développement de la fondation en Suisse romande. Dans ce contexte limité en moyens humains et financiers, il est apparu important de chercher une stratégie de développement peu coûteuse pour la fondation. L'hypothèse est donc de recourir à des partenaires en Suisse romande afin qu'ils puissent jouer le rôle d'intermédiaires pour la fondation, autant au niveau de l'offre que de la demande.

Si cette hypothèse s'avère possible, reste le problème du financement. Chaque projet demande en effet un gros effort de financement soit pour l'achat du bâtiment, soit pour la rénovation. Des partenaires financiers en Suisse romande doivent donc également être contactés.

C'est pourquoi deux types de partenaires ont été recherchés. Dans un premier temps, il s'agissait d'identifier des partenaires plus administratifs. Dans un deuxième temps, des partenaires financiers ont été contactés.

3.1 PARTENAIRES ADMINISTRATIFS

Afin de pouvoir contacter des partenaires potentiels, une liste des différentes associations ou fondations proches de la philosophie de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine a été établie. De suite, il est apparu important de rencontrer les sections romandes de Patrimoine suisse. En effet, elles sont le lien direct entre la fondation, créée par Patrimoine suisse, et les membres romands de l'organisation.

La liste incluait également les autorités cantonales telles que le service des biens culturels de Fribourg ou l'office du patrimoine et des sites de Genève. Diverses associations œuvrant pour le patrimoine ont également été contactées.

3.1.1 SECTIONS ROMANDES DE PATRIMOINE SUISSE

Les sections des cantons de Fribourg, Genève, du Jura, du Valais, de Vaud et de Neuchâtel ont été approchées de même que la section Gruyère-Veveyse. Toutes les sections fonctionnent grâce à des bénévoles, bien que certaines d'entre elles bénéficient d'une personne engagée à temps partiel principalement afin d'effectuer des tâches administratives. La taille des sections varie beaucoup. En effet, le nombre de membres varie entre moins de 100 à plus de 1'000 personnes.

Les tâches principales des sections, hormis les buts liés à Patrimoine suisse, sont le contrôle des mises à l'enquête de leur secteur mais aussi la sensibilisation de la population au patrimoine en général, aussi bien naturel, culturel ou bâti. Beaucoup de sections regrettent le manque de temps consacré à la sensibilisation du public dû au grand investissement demandé par les divers contrôles et suivis des dossiers administratifs ou judiciaires. En effet, la section neuchâteloise explique qu'elle est principalement connue du grand public pour faire des oppositions, ce qui nuit à son image en général et donc sur l'image du patrimoine (Silvia Rohner, présidente de la section neuchâteloise, CP, 22 novembre 2013). La section fribourgeoise affirme également que le grand nombre de dossiers judiciaires traités nuit à la visibilité de la section (Pierre Heegaard, président de la section fribourgeoise, CP, 19 novembre 2013). L'image des sections et du patrimoine en général n'est donc pas très bonne en Suisse romande.

Une autre problématique rencontrée dans diverses sections est l'âge moyen des membres. Chaque section cherche naturellement de nouveaux membres, notamment au sein de la population jeune, afin d'abaisser l'âge moyen des membres et d'assurer ainsi la continuité de leurs activités sur le long terme. Selon la section fribourgeoise, le rajeunissement des membres permettrait également un changement au niveau des mentalités et de l'approche au patrimoine. Ceci permettrait peut-être de changer l'image des sections auprès du grand public (P. Heegaard, CP, 19 novembre 2013).

Toutes les sections sont enthousiastes face à la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. La section genevoise relève qu'il est très positif de faire vivre le patrimoine, de le rendre accessible, et non de le mettre dans un musée (Claire Delaloye Morgado, secrétaire de la section genevoise, CP, 10 octobre 2013). La section de Neuchâtel trouve que la fondation peut être un bon moyen de communiquer positivement sur le patrimoine (S. Rohner, CP, 22 novembre 2013).

Malgré un grand engouement des sections face aux actions de la fondation, il s'est vite avéré que l'hypothèse d'un partenariat serait difficile à mettre en place. Diverses raisons freinent cette possibilité, dont le caractère bénévole des sections. En effet, beaucoup de moyens humains sont déjà nécessaires à la bonne marche quotidienne des sections. De plus, comme dans chaque association bénévole, il est parfois difficile de rassembler et de motiver les personnes, déjà beaucoup sollicitées. Chaque section serait cependant prête et ravie de collaborer avec la fondation dans la mesure de ses propres moyens.

Ces collaborations pourraient prendre différentes formes. Par exemple, toutes les sections sont prêtes à *garder un œil ouvert* dans leur région afin de proposer des bâtiments à mettre en location. Une autre forme de collaboration pourrait concerner la communication. Les sections pourraient soit communiquer sur la fondation à leurs membres ou se joindre à une information de la fondation pour communiquer par exemple aux communes de leur région. Plutôt que de collaborer de manière isolée, chacun dans sa section, il est envisageable de créer un groupe de travail romand.

Ces diverses collaborations et la forme qu'elles pourraient prendre seront présentées dans les chapitres suivants.

3.1.2 AUTRES PARTENAIRES ADMINISTRATIFS

Les associations liées au patrimoine sont nombreuses et variées, en nombre, en taille ainsi que dans leur rayon d'action. Elles ont comme point commun avec les sections romandes de Patrimoine suisse d'être gérées bénévolement. Le manque de moyens humains est alors également présent. Souvent très sensibles à l'action de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine, ces associations sont cependant moins ouvertes à l'idée d'une collaboration. Elles manquent pour cela notamment de moyens humains mais aussi de temps et de financement. Il semble cependant important de communiquer avec ces associations, autant du point de vue de l'offre que de la demande.

Les services ou offices cantonaux liés au patrimoine sont des partenaires importants lors de la mise en place d'un projet particulier. Ils aident et conseillent sur les projets ou les mises à l'enquête. Selon les cantons, ils ont un pouvoir de décision ou peuvent octroyer des subventions. Ils sont des partenaires incontournables de chaque projet. Cependant, ils sont régis par des règles cantonales et leur mission est bien définie. Il est donc difficile d'imaginer un partenariat général avec ce type de services. Ils restent cependant des partenaires incontournables lors de l'entreprise d'une rénovation d'un bâtiment.

3.2 PARTENAIRES FINANCIERS

Les partenaires financiers sont primordiaux pour la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. En effet, la fondation dépend encore des dons et donations pour poursuivre ses buts. Les noms des partenaires financiers actuels ou contactés ne seront pas nommés dans ce travail pour des raisons de confidentialité conformément à la demande de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013). Une liste sera remise séparément à la fondation.

Le but des contacts auprès des partenaires financiers était de définir quelles organisations romandes seraient susceptibles de pouvoir supporter financièrement la fondation dans son développement futur. La fondation recherche des fonds de manière ponctuelle, afin de lui permettre de mettre en œuvre la rénovation d'une bâtisse. Il s'agit alors d'un soutien précis sur un objet. La fondation recherche également des partenaires susceptibles de pouvoir la soutenir plus régulièrement, afin de l'aider à mettre en place des projets sur le long terme.

A l'heure actuelle, beaucoup d'organisations sont sollicitées pour une demande de financement. Des entreprises se spécialisent même dans cette recherche. Dans ce contexte, la fondation Vacances au cœur du Patrimoine souhaite effectuer ses demandes de manière ciblée et professionnelle. Pour ce travail, aucune demande de fonds n'a été demandée directement aux organisations. Il s'agissait de définir qui, en Suisse romande, serait enclin à soutenir la fondation dans le futur. Il a donc été précisé à toutes les organisations contactées que si elles montraient un intérêt face au travail de la fondation, elles seraient contactées directement, de manière professionnelle, en présentant un dossier de demande de fonds en bonne et due forme.

Certaines grandes organisations présentes sur tout le territoire suisse, déjà partenaires de la fondation en Suisse allemande, n'ont pas été contactées afin de rester cohérent avec la politique de recherche de fonds de la fondation. Toujours dans cet esprit, la fondation a tout d'abord validé les organisations à contacter. Peu d'organisations soutiennent les projets liés au patrimoine. La recherche s'est donc étendue aux organisations présentes dans des domaines tels que l'art, la culture, le développement durable, mais aussi aux organisations soutenant les entreprises à but non lucratif ou d'intérêt public.

Au total, 18 organisations ont été approchées. La moitié d'entre elles n'ont donné aucune réponse, malgré les relances. Six organisations ont répondu négativement, la fondation Vacances au cœur du Patrimoine ne correspondant pas à leurs critères de sélection. Une septième organisation a répondu par la négative, elle a cependant trouvé le projet de la fondation très intéressant et souhaite recevoir un dossier complet dès qu'un projet sera mis en place en Suisse romande. Une autre organisation ne ferme pas la porte à une aide mais précise qu'elle n'envisagera que les projets situés au centre de Genève. Enfin, une dernière organisation serait prête à financer, bien que modestement, la fondation. Cette dernière organisation souhaite donc recevoir le dossier de demande rempli par la fondation. Le tableau 2 ci-après résume les résultats de ces contacts.

Tableau 2. Liste des organisations financières contactées (1/2)

Type d'organisation	Siège	But	Réponse
Banque	Genève	Culturel, social, médical	Aucune
Fondation	Lausanne	Social, de santé publique, scientifique, culturel	Ne correspond pas à nos critères
Fondation	Genève	Développement durable	Ne correspond pas à nos critères
Fondation	Lausanne	Artistique	Ne correspond pas à nos critères
Fondation	Genève	Social, artistique, écologique, d'utilité publique	Ne correspond pas à nos critères, mais souhaite recevoir un dossier pour les projets de Suisse romande
Fondation	Genève	Social, culturel, éducatif, scientifique, médical, humanitaire, écologique, d'utilité publique	Aucune
Fondation	Genève	Culturel, restauration ou maintenance du patrimoine, mise sur pied d'expositions, financement ou participation à l'achat d'objets par des musées	Aucune

Source : données de l'auteur

Tableau 2. Liste des organisations financières contactées (2/2)

Type d'organisation	Siège	But	Réponse
Fondation	Genève	Artistique, culturel, science	Ne correspond pas à nos critères
Fondation	Genève	Education et recherche, artistique, patrimoine, culturel, social, environnemental, sportif	Aucune
Fondation	Pully	Artistique et culturel	Aucune
Fondation	Carouge	Education, social, culturel, protection de la nature, protection des animaux	Financement limité au centre de Genève
Banque	Fribourg	Culturel, artistique, scientifique	Ne correspond pas à nos critères (pas de projets immobiliers)
Banque	Romandie	Éthique dans l'économie, utilité publique, culturel	Aucune
Association	Romandie	Intérêt public, éthique dans l'économie, jeunesse, humanitaire	Aucune
Fondation	Genève	Artistique, entrepreneuriat social, éducation, santé	Aucune
Fondation	Genève	Urbanisme, conservation du patrimoine architectural	Petit soutien à envisager, demande d'envoi du dossier complet
Fondation	Genève	Education et recherche, patrimoine, culturel	Aucune
Fondation	Genève	Environnemental, humanitaire, social, infrastructure d'intérêt public	Ne correspond pas à nos critères

Source : données de l'auteur

Les difficultés rencontrées lors de cette démarche sont compréhensibles. En effet, très souvent sollicitées, les organisations ne répondent plus qu'aux dossiers susceptibles de les intéresser. De plus, du fait que la demande ne présentait pas de caractère officiel provenant de la fondation elle-même, les organisations n'ont pas pris la peine d'y répondre. Cette difficulté à susciter l'intérêt des organisations se ressent même lors de demandes professionnelles et officielles effectuées par la fondation Vacances au cœur du Patrimoine (K. Camenisch, CP, 4 décembre 2013).

L'idée d'une aide financière via les sections romandes de Patrimoine suisse est, elle aussi, peu envisageable. En effet, aucune section n'a les moyens de contribuer financièrement au développement de la fondation.

Le problème du financement reste ouvert et demeure le souci majeur de la fondation. Elle devra s'appuyer sur le soutien régulier de ses partenaires financiers actuels ou rechercher des solutions alternatives de financement. Il s'agit d'une recherche complexe et demandant un grand investissement en temps. Cependant, une solution devra être trouvée afin de pouvoir garantir à la fondation un avenir serein.

Figure 7. Maison *Scheune* : avant – après



Source : Adaptée de FVCP (2013b)

Ci-dessus l'exemple de la maison *Scheune*, située à Beatenberg dans le canton de Berne. Ces images illustrent l'énorme investissement demandé pour la rénovation des bâtiments mis en location.

4 SECTIONS ROMANDES DE PATRIMOINE SUISSE : ENTRETIENS

Il a été vite constaté qu'un partenariat serait difficile à mettre en place avec une association ou une section de Patrimoine suisse. Ses organisations sont confrontées à divers problèmes qui ne leur permettent pas de s'engager dans un partenariat supplémentaire. En effet, ces organisations fonctionnent de manière bénévole et manquent donc de personnel, de temps et de moyens financiers. La figure 8 ci-après présente de manière schématique ce constat.

Figure 8. Constat des difficultés rencontrées par les organisations



Source : données de l'auteur

Ces freins sont tout d'abord un constat d'échec face à l'hypothèse d'un possible partenariat. Cependant, les sections romandes de Patrimoine suisse entretiennent un rapport privilégié avec la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. La fondation, bien que créée par Patrimoine suisse, est toutefois indépendante. Mais le lien qui la relie à Patrimoine suisse est très présent et elle ne pourrait pas fonctionner sans le soutien de son fondateur. La fondation

et Patrimoine suisse sont donc intimement liés. Les sections romandes considèrent la fondation comme leur fondation, faisant partie intégrante de Patrimoine suisse. Cette vision est partagée par la fondation qui tient à véhiculer les valeurs de Patrimoine suisse à travers son travail. Ce lien est un atout et devrait être exploité. C'est pourquoi l'hypothèse de recourir à des partenaires en Suisse romande n'est pas complètement abandonnée. Il s'agit de définir si un partenariat peut être possible entre les sections romandes de Patrimoine suisse et la fondation. Le lien qui les unit est une motivation importante et pourrait représenter un élan suffisant à la création d'un partenariat. Il s'agit maintenant de trouver comment et sous quelle forme ce partenariat pourrait être envisagé.

La liste ci-après représente les sections romandes interrogées.

Tableau 3. Liste des sections romandes de Patrimoine suisse interrogées

Section	Personne de contact	Rôle de la personne de contact	Type de contact
Fribourg	Pierre Heegaard	Président	Entretien personnel
Genève	Claire Delaloye Morgado	Secrétaire	Entretien personnel
Gruyère-Veveyse	Jean-Pierre Galley	Président	Entretien personnel
Jura	Antoine Voisard	Président	Entretien téléphonique
Neuchâtel	Silvia Rohner	Présidente	Entretien personnel
Valais	Rafael Matos	Président	Entretien personnel
Vaud	Denis de Techtermann	Président	Entretien personnel

Source : données de l'auteur

4.1 RELATION ENTRE LES SECTIONS ET LA FONDATION

Dans un premier temps, les questions de l'entretien ont porté sur la relation entre les sections et la fondation. Il s'agissait d'en savoir plus sur la manière dont les sections percevaient la fondation, comment elles la connaissaient et ce qu'elles en pensaient. Cette partie de l'entretien fut la plus unanime. En effet, toutes les sections sont très enthousiastes face au travail accompli par la fondation et pensent que la fondation a un bel avenir devant elle. Toutes déplorent également le manque de logements en Suisse romande. Les réponses ont été révélatrices du lien qui unit les sections et la fondation.

4.2 PARTENARIAT AVEC LA FONDATION

Dans un deuxième temps, les questions avaient pour but de définir si les sections envisageaient une forme de partenariat avec la fondation. Les réponses ont été diverses. Si la première partie de l'entretien a révélé l'enthousiasme des sections face à la fondation, cette deuxième partie confrontait les sections à leur propre fonctionnement. En effet, les sections rencontrent les difficultés de toute organisation bénévole dans leur gestion du quotidien. Ces difficultés sont schématisées dans la figure 8.

Aucune section n'a les moyens de participer financièrement au développement de la fondation. Certaines seraient tout de même prêtes à envisager une légère participation financière si un projet commun devait être réalisé, tel que la rénovation d'un bâtiment qui pourrait en contrepartie amener un avantage à la section, soit financier, soit de visibilité.

Les aides dites plus administratives sont également peu envisageables. En effet, les travaux administratifs sont déjà un poids important dans le quotidien des sections. Il serait donc difficile d'y rajouter encore plus de tâches.

L'aide dite *de repérage* semble la plus adaptée aux sections. Il s'agit de *garder un œil ouvert* dans sa région afin de repérer d'éventuels bâtiments susceptibles d'être mis en location par la fondation. Certaines sections sont également prêtes à faire les premières démarches auprès des autorités ou des propriétaires de bâtiments. Ceci permettrait de nouer le premier contact. Cette première approche est importante et est d'autant plus facile si elle est entreprise par une personne locale. D'autres sections souhaitent même mettre en avant cette recherche de bâtiments dans leur région. Elles souhaitent devenir plus proactives dans cette recherche et en faire une activité régulière de leur section.

4.3 BÂTIMENTS À RÉNOVER

La troisième partie de l'entretien consistait à demander aux sections si elles connaissaient actuellement des bâtiments susceptibles de correspondre aux critères de la fondation pour la mise en location. Une liste de ces critères peut être consultée sous l'annexe I. Une majorité de sections souhaiteraient vivement voir un bâtiment mis en location dans leur région, mais n'ont connaissance, à l'heure actuelle, d'aucun bâtiment répondant aux critères et disponible pour la fondation. Seule la section de Genève a une maison à proposer à la fondation. Ce projet sera exposé dans au point 5.3. Une autre section dispose de contacts qui pourraient être prometteurs ; il est cependant trop tôt pour pouvoir les dévoiler.

4.4 COMMUNICATION

La quatrième partie de l'entretien fut probablement la plus concluante en termes d'idées de partenariat. Les questions portaient sur la communication. Il s'agissait de comprendre quelle communication appliquaient les sections et comment y inclure la fondation. Peu de sections possèdent un plan de communication à proprement parlé. Les sections dépendent encore une fois de leurs faibles moyens financiers et humains.

Deux sections publient cependant régulièrement une revue. Le canton de Vaud publie sa revue trois fois par année, et le canton de Genève quatre fois par année. Les deux sections ont accepté à titre gratuit de publier une information de la fondation dans leurs pages.

Pas toutes les sections ne disposent des adresses électroniques de leurs membres. Les sections communiquent principalement par courrier postal. L'âge relativement élevé de la majorité des membres l'explique en partie. Cependant, les sections disposant d'adresses électroniques sont disposées à transmettre à leurs membres des informations de la fondation. Pour des raisons évidentes de confidentialité, tout devra transiter par le secrétariat des sections pour l'envoi. Les sections de la Gruyère-Veveyse, du Jura et du canton de Vaud disposent actuellement déjà d'adresses électroniques. Les autres sections précisent que lorsqu'elles en disposeront également, elles seraient ravies d'en faire autant.

Dans la même idée, une grande majorité des sections possédant un site internet seraient favorables à y rajouter le lien de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. Les sections ont bien sûr toutes le lien direct vers Patrimoine suisse. Un lien direct vers le site de la fondation pourrait cependant y être rajouté et ainsi permettre une plus grande visibilité de la fondation.

Afin de jouer le rôle d'intermédiaire entre les personnes à contacter en Romandie et la fondation, il a été demandé aux sections si elles accepteraient de cosigner une information de la fondation. Si la majorité des sections ont répondu positivement, il n'en est pas de même concernant les destinataires à contacter. En effet, une question consistait à demander si une lettre envoyée aux communes de chaque canton, cosignée de la fondation et des sections, aurait un impact positif. Certaines sections en sont convaincues et l'ont elles-mêmes suggéré. Au contraire, d'autres sections ne conçoivent pas une information aux communes comme bénéfique à la fondation ou à leur section. La section de la Gruyère-Veveyse doute de l'impact de cette information, car une majorité de communes se désintéressent des questions du patrimoine (Jean-Pierre Galley, président de la section Gruyère-Veveyse, CP, 8 octobre 2013). La section du Jura explique que les communes ont une image négative des sections de Patrimoine suisse du fait des nombreux recours que les sections entreprennent. Selon elle, il

serait alors peu judicieux, voire contreproductif, de cosigner un document avec la fondation (Antoine Voisard, président de la section jurassienne, CP, 12 décembre 2013).

Une question sortie du contexte de partenariat a été posée aux sections. Il s'agissait de savoir si le même type de communication devait être adressé aux clients romands et alémaniques. Une majorité de sections a répondu par l'affirmative à cette question. Selon elles, les deux cultures diffèrent et il faut donc adapter la communication en conséquence. Cette question sera exposée plus en détail dans le chapitre 6.

4.5 RÉSULTAT ET FORME DE PARTENARIAT

Suite aux entretiens, un partenariat entre les sections romandes et la fondation Vacances au cœur du Patrimoine pourrait être envisagé. Ce partenariat serait plus ciblé sur la recherche de bâtiments et sur la communication. Les sections font cependant face à de nombreux défis de gestion interne au quotidien, lesquels primeront bien sûr sur un éventuel partenariat avec la fondation. Sur le long terme, cette collaboration risque de ne pas être très efficace.

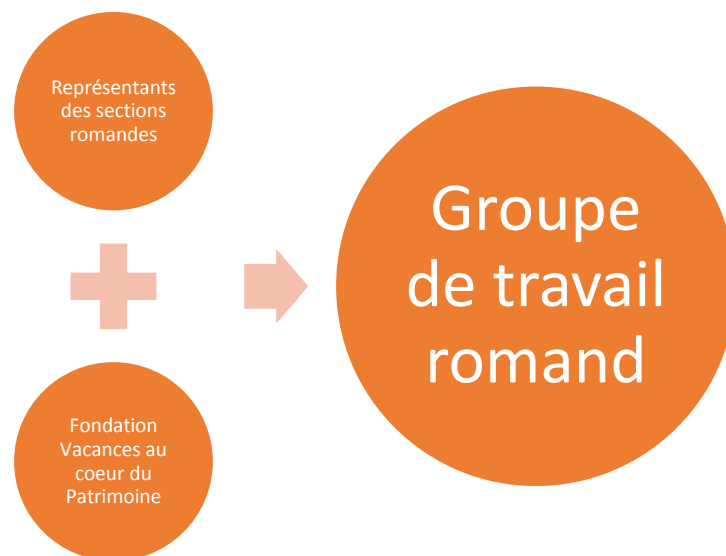
Il est très important pour la fondation d'avoir une personne de référence en Suisse romande, déjà pour des raisons linguistiques. De plus, il est préférable d'avoir un intermédiaire de la région pour entreprendre certaines démarches. Les gens proches géographiquement et parlant la même langue peuvent avoir une approche plus personnalisée et donc plus convaincante.

Certaines sections fonctionnent en groupes de travail. Il s'agit de sortes de commissions qui travaillent sur un sujet précis. Les représentants de ces divers groupes de travail se réunissent périodiquement afin de mettre en commun leurs recherches. Ce mode de travail semble bien fonctionner. Chaque personne travaille dans un groupe spécifique et pour une action qui lui tient à cœur.

Un partenariat entre la fondation et les sections risque d'être difficile à maintenir sur le long terme pour les sections. La fondation aura également beaucoup d'intermédiaires différents, avec différents modes de travail et de pensées. Il serait donc envisageable de créer un groupe de travail romand pour la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. De cette manière, chaque section aurait la possibilité d'être représentée par l'un de ses membres. Le groupe de travail serait toutefois indépendant et libérerait les sections de ce travail supplémentaire. La fondation aurait alors un intermédiaire de contact, ce qui facilite les échanges. La solution d'un groupe de travail romand pour la fondation favoriserait aussi l'échange entre les sections romandes.

Le groupe de travail pourrait se réunir afin de réfléchir à la manière de faire connaître la fondation en Suisse romande. Il pourrait aussi intervenir sur demande de la fondation auprès des contacts romands. Faut-il encore réussir à motiver les personnes aux seins des sections. En effet, les gens sont à l'heure actuelle déjà très sollicités par leur vie quotidienne. Cependant, l'engouement que suscite de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine est important. Ceci laisse donc présager une bonne probabilité de réussite. La fondation pourrait aussi trouver des solutions afin de motiver les personnes à s'investir dans un groupe de travail romand. Par exemple, un séjour dans une maison historique pourrait être offert à chaque membre du groupe de travail en dehors de la haute saison.

Figure 9. Schéma de la création d'un groupe de travail romand



Source : données de l'auteur

La figure ci-dessus présente de manière schématique la création d'un groupe de travail romand. Ce groupe serait le représentant d'un partenariat entre les sections romandes de Patrimoine suisse et la fondation Vacances au cœur du Patrimoine.

5 OFFRE EN SUISSE ROMANDE

Comme expliqué au point 2.1, aucune offre n'est actuellement disponible en Suisse romande. Seule une maison est en cours de projet. Il est impératif pour la fondation de pouvoir proposer une location en Suisse romande. De cette manière, la visibilité de la fondation sera assurée et les clients romands seront plus sensibles à l'offre de la fondation en général. La fondation Vacances au cœur du Patrimoine est très attachée à ce futur défi. Pour cela, elle tient à demander aux sections romandes d'être attentives et de lui proposer tous les bâtiments susceptibles de correspondre aux critères de choix. Les sections sont tout à fait disponibles et disposées à rechercher de futures maisons historiques pour la fondation. Ce travail est cependant fastidieux et demande beaucoup d'investissement en temps. Un groupe de travail représentant les sections romandes serait alors une bonne alternative. En effet, ce groupe serait dévoué à travailler en partenariat avec la fondation. Il n'aurait par conséquent pas d'autres tâches administratives qui pourraient interférer avec leur but. Ceci ne serait pas le cas des sections directement.

Afin d'aider la fondation dans sa recherche d'objets en Suisse romande, ce groupe de travail devra réfléchir avec la fondation à la stratégie à adopter. Ceci est très positif par rapport à un partenariat séparé avec chacune des sections. En effet, chaque section a des perceptions et des attentes différentes. Ainsi, certaines sections pensent qu'il est impératif de contacter les communes, d'autres ne le souhaitent pas du tout. Ce groupe de travail permettra une uniformisation du traitement et une cohérence générale.

5.1 ACTIONS POSSIBLES

Afin de rechercher des bâtiments historiques, plusieurs actions sont possibles. Certaines possibilités sont énoncées ci-dessous. Afin de trouver des bâtiments à rénover, il faut atteindre les propriétaires. On distinguera les propriétaires privés des propriétaires publics, représentés par les communes, les associations ou les fondations.

Les propriétaires privés sont très nombreux et donc difficiles à atteindre. Contacter les services auxquels ils ont recours serait un moyen d'avoir un relais systématique. Par exemple, une information sur la fondation et sur ses buts devrait être distribuée aux services et offices cantonaux romands. Ces services sont incontournables lors de chaque étape d'une rénovation. Beaucoup de propriétaires ont donc des contacts avec ces services. Les informer directement permettrait de relayer l'information. De plus, les sections romandes sont des partenaires souvent privilégiés de ces services. Les contacts pourraient donc facilement être

trouvés via les sections. Ceci permettrait de transmettre l'information directement aux bonnes personnes et ainsi d'être plus efficace dans la transmission de l'information.

Une autre action serait de distribuer une information sur la fondation et ses buts également aux communes, aux bureaux d'architecture ainsi qu'aux organisations en lien avec le patrimoine. En effet, les communes sont soit en lien direct avec les propriétaires, soit propriétaires elles-mêmes de bâtiments. Cette information leur permettrait de connaître l'existence de la fondation dans un premier temps, et ensuite de réfléchir à l'opportunité que la fondation pourrait leur apporter. Selon les entretiens effectués auprès des sections romandes de Patrimoine suisse, certaines sections ne pensent pas qu'il s'agisse d'une bonne solution de renseigner les communes sur les activités de la fondation. En effet, selon certaines sections, les communes ne sont pas très ouvertes au problème du patrimoine ou n'ont pas une très bonne image du patrimoine du fait des différents recours effectués par les sections. La fondation peut cependant jouer le rôle inverse et démontrer que son action peut apporter une réelle plus-value à la région. En effet, si un bâtiment est mis en location dans une région, il amènera des touristes qui se rendront dans les commerces locaux, iront manger au restaurant, utiliseront les infrastructures sportives ou culturelles et profiteront des offres de la région. La fondation Vacances au cœur du Patrimoine, de par son action et les valeurs qu'elle véhicule, peut inverser les mentalités et montrer une facette du patrimoine beaucoup plus intéressante pour les collectivités publiques que les recours effectués jusqu'à aujourd'hui, bien que nécessaires. Il est donc important de communiquer aux communes sur les buts et sur la recherche de la fondation. Certaines sections, comme celle du canton de Vaud, possèdent déjà la liste des adresses électroniques des communes de leur canton.

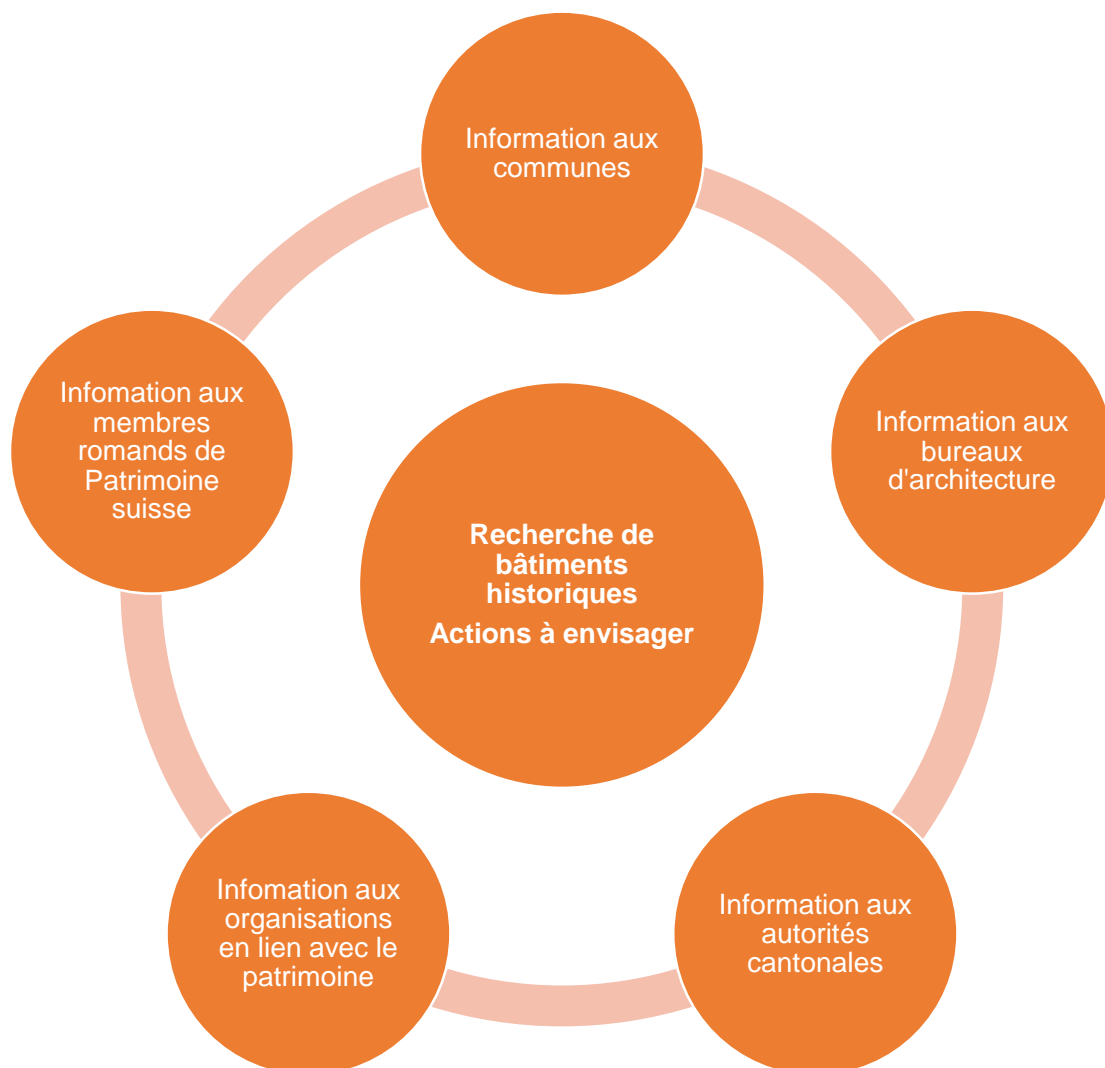
Une même information pourrait être distribuée aux bureaux d'architecture romands. Ces bureaux sont en lien permanent avec les propriétaires privés et les autorités. Ils sont un intermédiaire important pour la recherche de bâtiments à mettre en location.

Les associations ou fondations en lien avec le patrimoine sont très nombreuses et variées. Elles représentent également une opportunité dans la recherche de bâtiments historiques. Leurs membres sont aussi très sensibles à la question du patrimoine. Transmettre une information à ces associations ou fondations permettrait d'atteindre leurs membres, peut-être eux-mêmes propriétaires. De tels bâtiments peuvent être une lourde charge pour une organisation et la fondation peut représenter une belle alternative afin de rendre ces bâtisses rentables et utiles. Il existe dans le canton du Valais une association qui rassemble toutes les organisations travaillant autour du patrimoine.

Les membres romands de Patrimoine suisse devraient aussi être interpellés via la fondation et son groupe de travail romand. Ils sont peut-être propriétaires et surtout sensibles à l'environnement bâti qui les entourent. Ces personnes reçoivent déjà les informations de Patrimoine suisse qui ne manque pas de communiquer sur la fondation. Il faut cependant faire attention à éviter un flot d'informations, qui pourrait avoir un effet néfaste.

La figure ci-dessous présente les actions possibles afin de faire connaître la fondation et sa recherche de bâtiments historiques en Suisse romande.

Figure 10. Actions à mettre en place lors de la recherche de bâtiments historiques



Source : données de l'auteur

5.2 PROCESSUS DE RECHERCHES DE BÂTIMENTS HISTORIQUES

Si un bâtiment historique correspond à la liste des critères de choix de la fondation, disponible sous l'annexe I, un processus est alors mis sur pied. Dans un premier temps, un contact est pris avec les propriétaires du bâtiment. Si le bien semble correspondre aux critères, un formulaire type doit être rempli afin d'établir un profil de la bâtisse. Ce formulaire est présenté sous l'annexe II. De plus, le formulaire demande au propriétaire quel type de collaboration il souhaite entretenir avec la fondation. Trois variantes sont envisageables. La première consiste à transmettre la propriété à la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. Les conditions d'achat ou de transmission sont alors discutées. Une deuxième variante consiste à consentir un droit de superficie à la fondation afin que celle-ci puisse exploiter l'objet de manière autonome. La troisième et dernière variante est une collaboration entre la fondation et le propriétaire. Dans ce cas, toutes les charges liées à la rénovation et à l'aménagement du logement incombent au propriétaire. La fondation se charge de la mise en location du logement et un pourcentage est alors entendu entre la fondation et le propriétaire (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013).

Une fois le formulaire complété, la fondation possède des éléments afin d'analyser le potentiel de la bâtisse. Si le bâtiment semble convenir, le secrétariat propose le dossier complet au conseil de fondation. Une décision commune sera ensuite prise quant à la suite à donner à ce projet. Si le projet est accepté, la fondation met au concours généralement trois à quatre bureaux d'architectes afin de définir un plan de rénovation. Une fois le projet choisi, il faudra encore trouver le budget nécessaire à sa réalisation. Seulement après avoir rassemblé le budget nécessaire, les rénovations peuvent commencer. La mise en location sera alors effectuée (K. Camenisch, CP, 28 octobre 2013).

Il est important de souligner que durant la phase de rénovation, la fondation invite les habitants du village où se trouve le bâtiment. Cette invitation permet aux locaux de se rendre compte de l'avancée du chantier, mais surtout de mieux connaître le but de la fondation et son travail. Ceci permet de tisser un lien entre la fondation et la population. Cette dernière peut alors apprécier le travail et ensuite accueillir les futurs hôtes de la fondation dans leur région en toute connaissance de cause. L'acceptation par la population locale de l'activité de la fondation est indispensable afin de recevoir les hôtes dans des conditions optimales. En effet, Olivier Lazzarotti précise qu'« il n'y a pas de valorisation touristique du patrimoine, et pas de mise en patrimoine non plus si une part agissante des populations locales n'y participe pas » (2011, p.134). La fondation souhaite aussi privilégier le rapport qu'elle entretient avec la population locale directe des logements. Uniquement les habitants proches et les représentants des autorités sont invités (K. Camenisch, CP, 4 décembre 2013). Afin de relayer

cette information à la population locale de manière plus dense, les médias régionaux devraient également être invités. Ils pourraient relater la journée et les valeurs de la fondation dans la presse régionale et ainsi toucher un plus grand nombre de personnes.

La figure ci-après explique de manière schématisée le processus de mise en valeur d'un bâtiment historique.

Figure 11. Processus de mise en valeur d'un bâtiment historique



Source : données de l'auteur

Le temps de chaque étape est difficilement chiffrable. Il dépend notamment de l'état général du bâtiment, de la procédure administrative et des décisions prises par les autorités. Ce temps dépend également de la rapidité à récolter les fonds nécessaires à la rénovation. Cependant, la fondation considère comme standard une procédure durant entre deux à trois ans (K. Camenisch, CP, 4 décembre 2013). Ce temps peut être beaucoup plus long. L'exemple la maison *Türalihu* le démontre. Ce bâtiment n'est toujours pas terminé et le processus de mise en valeur a commencé il y a déjà sept ans. Même avec un temps de processus optimal de deux ans, les projets sont longs et demandent un grand investissement en temps. Pour cette raison, il était difficile de suivre le processus de mise en valeur d'un bâtiment dans ce travail.

5.3 MAISONS HISTORIQUES À DÉCOUVRIR

Malgré la difficulté à suivre un processus complet, deux maisons ont été présentées à la fondation lors de ce travail. Actuellement, il n'est pas possible de savoir si ces maisons correspondent aux critères de la fondation. En effet, les discussions n'en sont qu'au début, et le premier formulaire n'a pas encore été rempli.

La section genevoise a proposé la première maison. Il s'agit de la villa *Frommel*, située sur le plateau de Frontenex. Selon une publication de la ville de Genève, cette maison est « une villa individuelle de 168m² de surface au sol » (2013). La ville précise également que « la villa et ses annexes sont de construction traditionnelle datant de 1881. L'ensemble de la construction est en très mauvais état et nécessite d'importants travaux de rénovation. La parcelle est richement arborisée » (2013). Un élément du document de la ville de Genève laisse à penser que la fondation Vacances au cœur du Patrimoine pourrait bénéficier d'un droit de superficie sur ce bâtiment, pour autant qu'il corresponde aux critères de la fondation. En effet, la ville précise encore que « l'objet pourra être affecté à une association à but non-lucratif, voire à une fondation d'intérêt public par le biais de l'octroi d'un droit de superficie » (2013). La fondation devra encore statuer sur ce bâtiment avant d'entamer ou non le long processus jusqu'à la mise en valeur du bien par la location.

Un deuxième bâtiment a été proposé suite à un article paru dans un journal local. Paru dans le journal *La Gruyère* du 26 octobre 2013, cet article informe les lecteurs sur les difficultés financières de l'évêché du diocèse de Lausanne, Genève, Fribourg. Dans cet article, il est fait mention de « l'ancienne résidence d'été de l'évêque, la Riedera, qui tombe en ruine » (Haegeli, 2013, p.9). On peut également lire que l'évêché souhaite réhabiliter ce bâtiment protégé en y aménageant des appartements de location (Haegeli, 2013, p.9). Un contact a donc été pris avec l'administrateur de l'évêché pour lui faire part des possibilités qu'il aurait de collaborer avec la fondation. Cette solution est à envisager pour l'évêché, même s'il est impératif d'en discuter personnellement avec la fondation afin de voir quels profits l'évêché pourrait tirer de cette collaboration (J.-B. Henry de Diesbach, administrateur de l'évêché du diocèse de Lausanne, Genève, Fribourg, CP, 7 novembre 2013).

Les premières démarches du processus n'ont pas encore été effectuées et il n'est donc pas possible de suivre plus en détail l'évolution de ces bâtiments dans ce travail pour des raisons de délais.

6 CLIENTÈLE SUISSE ROMANDE

Afin de pouvoir définir des actions à entreprendre pour toucher la clientèle romande, il s'agit de définir et connaître cette clientèle. La question est alors de savoir si les clients suisses romands sont différents des clients suisses allemands. Afin de répondre à cette question, une première recherche a été effectuée dans la littérature. Puis, afin de connaître le comportement des clients de la fondation en particulier, un sondage leur a été envoyé. Ce sondage a pour but de définir les différences de comportements des clients selon leur région d'habitation.

6.1 DIFFÉRENCE CULTURELLE ENTRE SUISSE ROMAND ET ALLEMAND

Il n'y a pas de culture suisse au sens originelle du terme. En effet, selon Marius Risi, elle est apparue au cours des derniers 250 ans seulement. « Le peuple et sa culture ont été inventés par les élites intellectuelles dès le 18^e siècle » (Risi, 2004, p.38). La culture suisse a donc évoluée au cours des derniers siècles. En même temps, les stéréotypes et autres préjugés se sont ancrés dans les mentalités. Selon Pierre du Bois, « encore relativement indéterminées au 18^e siècle, les idées reçues sont progressivement structurées et enracinées dans les cultures collectives » (1999, p.35). Au 18^e siècle déjà, les Vaudois étaient considérés comme légers par les Suisses allemands, alors que les Romands percevaient le Suisse allemand comme lent et lourd (Du Bois, 1999, p.35). Depuis, les préjugés sont de plus en plus présents dans les mentalités. La presse notamment contribue à faire vivre ces stéréotypes (Du Bois, 1999, p.44). Par exemple, elle relate et met en avant les différences de votations entre les régions linguistiques. Qui n'a pas en mémoire la votation de 1992 où « une majorité de Suisses décidait de ne pas adhérer à l'Espace économique européen » (Schwok, s.d., p.501). Malgré une même tendance de vote entre des villes telles que Bâle, Berne ou Zurich et les cantons romands (Schwok, s.d., p.501), la presse a largement relaté le fossé creusé de chaque côté de la Sarine¹. La presse fait également souvent allusion au *Röstigraben*², qui représente un symbole négatif de séparation entre la Suisse allemande et romande. Tous ses préjugés et stéréotypes sont difficiles à mesurer. Ils sont certes présents au quotidien, mais sont très difficilement quantifiables.

¹ La rivière la Sarine représente la frontière de séparation entre les Romands et les Suisses allemands.

² Le *Röstigraben* représente l'image d'un fossé séparant la Suisse romande de la Suisse allemande.

Différentes études ont analysé la culture en la catégorisant selon divers principes. Une analyse souvent citée est celle des différentes dimensions d'Hofstede. Afin de définir les différentes cultures, Hofstede proposa cinq dimensions (ma traduction) (Farhangmehr, Shoham & Soare, 2007, p.280-281).

Le tableau ci-dessous présente les cinq dimensions selon Hofstede.

Tableau 4. Les cinq dimensions d'Hofstede

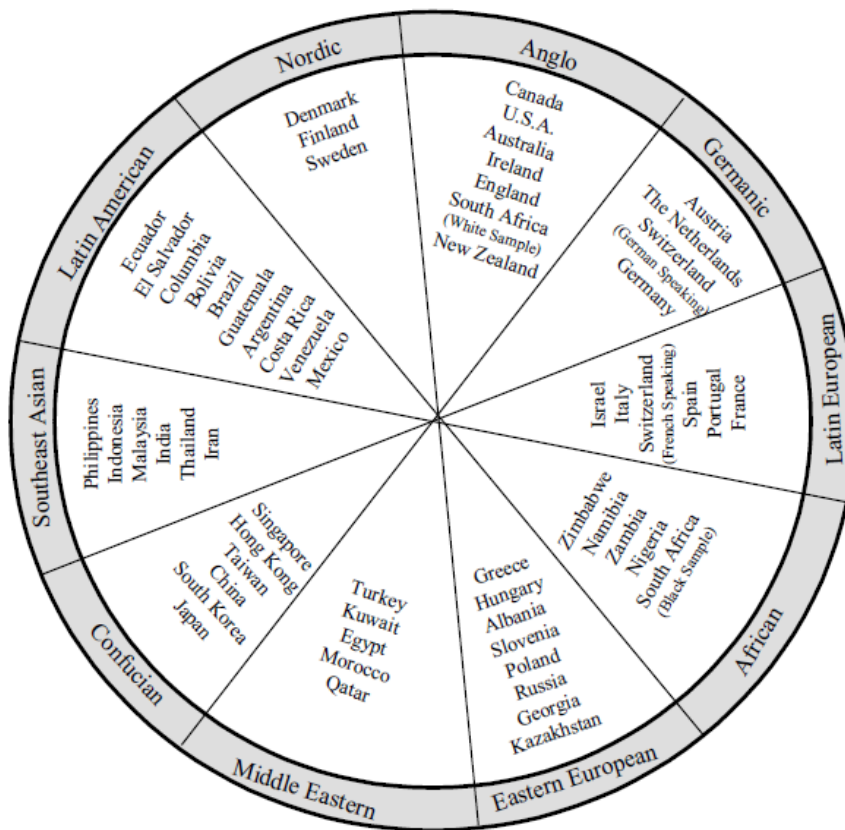
Dimensions	Explications
Individualisme ou collectivisme	Cette dimension décrit la relation entre les individus d'une société. Ont-ils tendance à vivre uniquement pour eux et leur entourage proche ou pour le bien de tous ?
Distance face au pouvoir	Cette dimension décrit comment les individus d'une société vivent les inégalités de pouvoir au sein du peuple et la relation face à l'autorité.
Contrôle de l'incertitude	Cette dimension mesure le degré de tolérance d'un individu face aux risques et aux incertitudes de la vie.
Masculinité ou féminité	Cette dimension mesure si les valeurs dominantes d'une société sont plus masculines ou féminines. Les valeurs masculines représentent le succès, l'ambition, alors que les valeurs féminines prônent l'aspect relationnel et la qualité de vie.
Orientation à court ou long terme	Cette dimension définit si la vision de la société est orientée sur le long terme ou le court terme.

Source : (ma traduction) Adaptée de Farhangmehr & al. (2007, p.280-281)

Grâce à ces dimensions, les pays ont pu être classifiés par catégorie. La Suisse est classifiée deux fois. Tout d'abord la région de Suisse parlant allemand est située dans la catégorie *Germanic* (Hoppe, 2007). Ensuite, la région de Suisse parlant français est située dans la catégorie *Latin European* (Hoppe, 2007). La Suisse allemande est associée, culturellement parlant, à l'Autriche, aux Pays-Bas et à l'Allemagne. La Suisse romande est quant à elle associée à l'Israël, à l'Italie, à l'Espagne, au Portugal et à la France.

La figure ci-dessous montre le globe d'Hofstede et le placement de la Suisse allemande et romande dans leur catégorie respective.

Figure 12. Globe d'Hofstede



Source : Hoppe (2007)

Selon Hofstede, la plus grande différence entre les Suisses romands et allemands se trouve au niveau de la réaction face au pouvoir ou à la hiérarchie. En Suisse allemande, les personnes minimisent les inégalités et prônent un système hiérarchique accessible. Au contraire, les Romands approuvent une hiérarchie claire, même autoritaire. Les autres dimensions sont plus similaires, bien que démontrant toujours une légère différence de comportements entre Romands et Alémaniques (Hofstede centre, s.d.).

6.2 SONDAGE

La culture suisse romande est donc différente de la culture suisse allemande. Cependant, comme l'indique Kerstin Camenisch, les clients de la fondation sont très souvent des personnes urbaines, intéressées par l'art, le design en général et sensibles au patrimoine (CP, 28 octobre 2013). Les clients suisses allemands et romands de la fondation ont-ils également un comportement différent ? Ou du fait de leur profil identique, la différence de culture est-elle moins importante ?

Un sondage envoyé auprès des clients de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine tentera de définir si des différences de comportements sont remarquées selon la région d'habitation des clients.

Le sondage a été envoyé aux clients de la fondation qui ont séjourné dans une maison historique ces 18 derniers mois. Le panel représentait 607 personnes, dont 565 de langue allemande et 42 de langue française. 162 clients de langue allemande ont répondu au sondage et 20 clients de langue française, ce qui représente un taux de réponse de presque 29% pour les clients de langue allemande contre un taux de presque 48% du côté des personnes de langue maternelle française. Le texte expliquant les raisons du sondage faisait mention du titre de ce travail, à savoir une nouvelle stratégie pour le développement de la fondation en Suisse romande. D'après le taux de réponse, les personnes de langue française se sont manifestement senties beaucoup plus intéressées par cette problématique.

Parmi les clients de langue française, tous sont domiciliés en Romandie. Certains clients de langue allemande sont domiciliés en Allemagne. Comme il a été précisé plus haut, les cultures allemande et suisse allemande sont très semblables. Les réponses des clients provenant d'Allemagne ont donc été comptabilisées avec les réponses des clients vivant en Suisse allemande.

6.3 RÉSULTAT DU SONDAGE

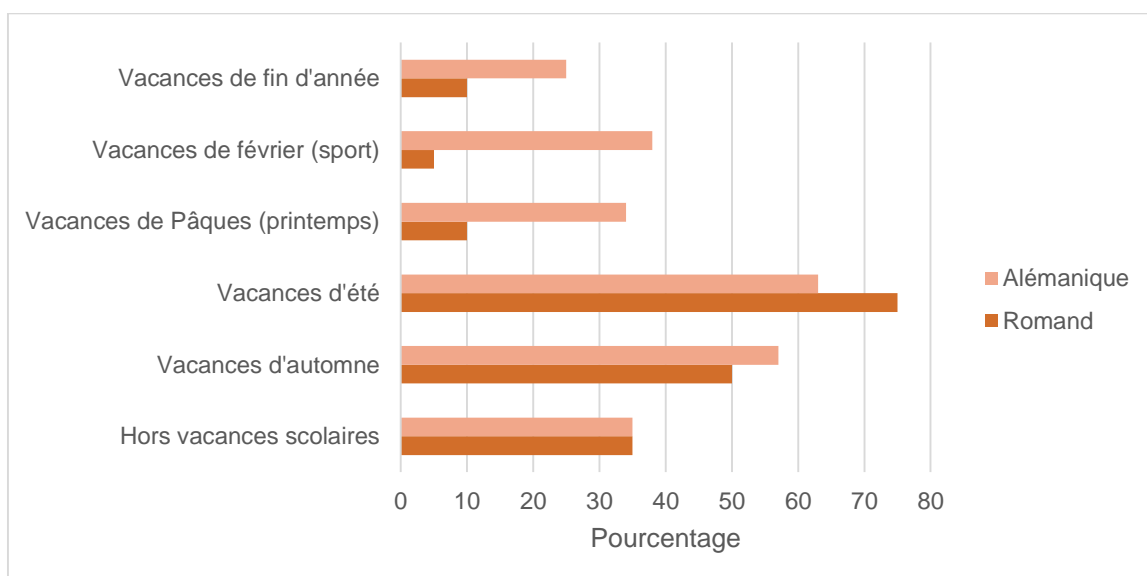
Les questions ont été séparées par thèmes. Certaines concernaient les comportements de voyage avant le départ, puis pendant le séjour. Ensuite, les questions étaient liées à la fondation elle-même puis certaines données personnelles ont été demandées afin de mieux cibler le groupe de sondés.

6.3.1 AVANT LE DÉPART

La préparation du voyage se fait de manière identique du côté romand et allemand. En effet, 84% des Romands préparent leurs voyages par internet, et 79% des Suisses allemands également. Les clients romands et suisses allemands précisent qu'ils se basent également sur des revues ou sur les commentaires de leur proche afin de préparer leurs voyages. A ce stade, aucune différence n'est à noter.

Par contre, les périodes de départ en vacances varient selon la région d'habitation. La majorité des clients tous confondus préfèrent partir en été puis en automne. Cependant, uniquement 5% des Romands choisissent de partir durant les vacances de Carnaval, appelées aussi vacances de février ou de sport, contre 38% chez les clients de langue allemande. Le graphique ci-dessous représente les réponses à cette question, plusieurs réponses étaient possibles.

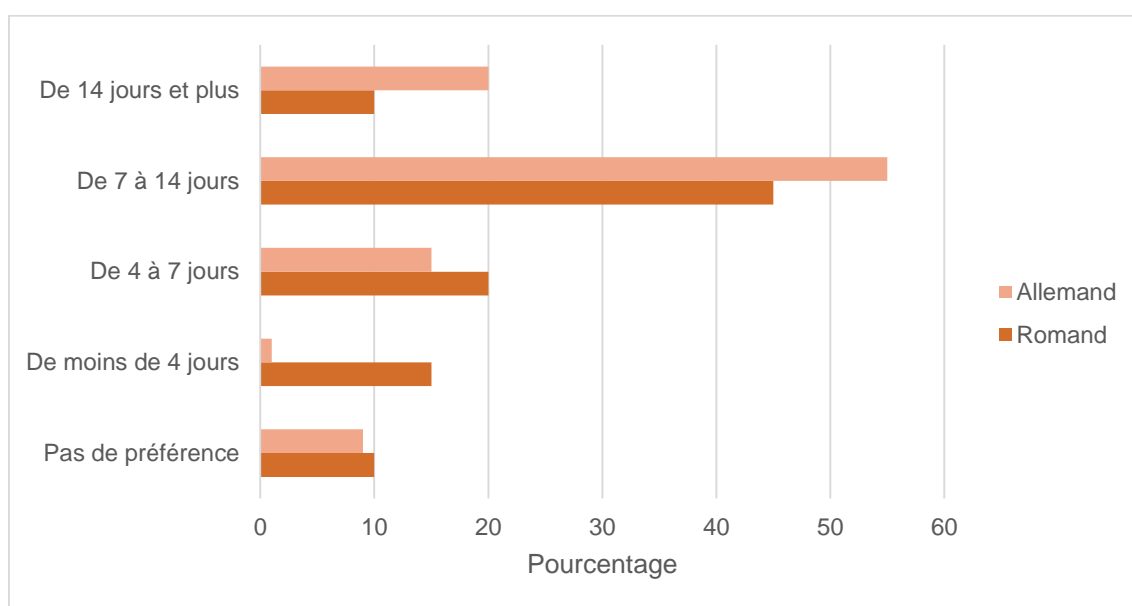
Figure 13. Graphique représentant les réponses à la question : A quelles périodes de l'année partez-vous en vacances



Source : données de l'auteur selon sondage

Une différence dans le temps de séjour est également constatée. Si la majorité des clients préfère partir entre une à deux semaines, seul 1% des Suisses allemands souhaite partir pour des périodes de courte durée, soit moins de quatre jours. La proportion des Romands préférant les courts séjours est de 15%. Le graphique ci-dessous présente les résultats complets de cette question, plusieurs réponses étaient possibles.

Figure 14. Graphique représentant les réponses à la question : lorsque vous partez en vacances, préférez-vous des séjours



Source : données de l'auteur selon sondage

A la question comment avez-vous connu les locations de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine, 40% des Romands répondent les avoir connues par Patrimoine suisse, et 35% par une information à travers les médias. Du côté alémanique, la répartition est plus proportionnée. En effet, les Alémaniques disent avoir connu les locations de la fondation à part égale au travers de Patrimoine suisse, de la page internet de la fondation et d'une information des médias.

A la question à quoi attachez-vous le plus d'importance lors de la réservation d'un logement auprès de la fondation, le lieu et l'aménagement intérieur du logement sont les deux éléments considérés comme les plus importants, autant du point de vue romand qu'alémanique. Les deux éléments retenus comme les moins importants sont également identiques du côté romand et alémanique. Il s'agit de la langue parlée sur le lieu de destination et les avis extérieurs entendus ou lus. Aucune différence notable n'est constatée sur cette question.

6.3.2 PENDANT LES VACANCES

Concernant les activités pratiquées durant les vacances, les réponses des Romands et des Alémaniques sont très proches. A noter cependant que les Romands ont tendance à plus pratiquer d'activités culturelles et gastronomiques que sportives. Ces trois réponses sont plus proportionnées chez les Alémaniques. Les autres choix de réponses sont relativement similaires pour chaque partie.

Concernant l'attitude des clients se trouvant sur un lieu de vacances où une autre langue que la leur est parlée, la grande majorité des Romands comme des Alémaniques a répondu qu'ils essayaient de communiquer dans la langue de la destination. Aucune différence n'est donc constatée. A noter un commentaire qui revient très souvent, à savoir le recours à une langue commune pour communiquer. Celle-ci est bien souvent nommée comme l'anglais.

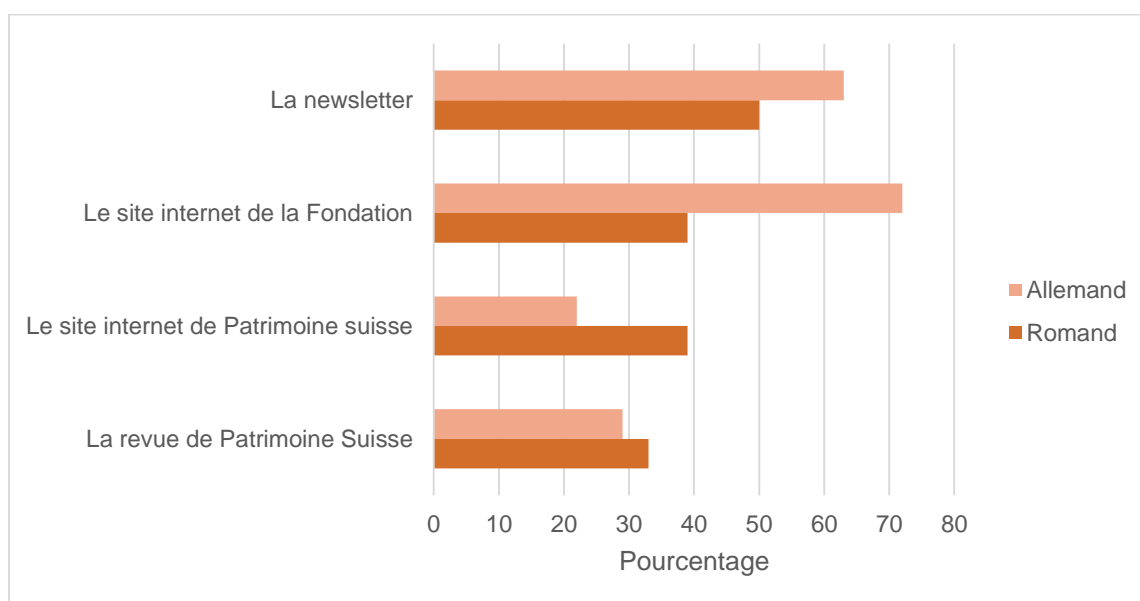
Lors de leur dernier séjour dans une location de la fondation, autant les clients romands qu'alémaniques étaient accompagnés en majorité par leur famille, viennent ensuite les séjours entre amis.

La totalité des clients romands qui a répondu au sondage recommanderait un séjour dans une maison historique de la fondation. Seul 1% des sondés alémaniques ne le ferait pas. Les clients romands autant qu'alémaniques sont donc très satisfaits de leur séjour et le recommanderaient à leurs connaissances. Le seul commentaire négatif enregistré portait sur le prix de la location, jugé trop élevé par ce client.

6.3.3 FONDATION VACANCES AU CŒUR DU PATRIMOINE

A une grande majorité, autant les clients romands qu'alémaniques disent suivre les actualités de la fondation. Cependant, 72% des Alémaniques le font notamment en consultant le site internet de la fondation contre seulement 39% des Romands. Le graphique ci-dessous présente les résultats complets à cette question, plusieurs réponses étaient possibles.

Figure 15. Graphique représentant les réponses à la question : quel moyen vous tient informé de l'actualité de la fondation



Source : données de l'auteur selon sondage

10% de Romands et 13% d'Alémaniques ne disent pas suivre les actualités de la fondation. La majorité des deux parties évoque le manque de temps comme raison principale.

6.3.4 INFORMATIONS PERSONNELLES

Les sondés alémaniques membres de Patrimoine suisse représentent 35% de tous les sondés de langue allemande. La part des membres de Patrimoine suisse dans les clients romands est plus élevée. En effet, 47% des sondés romands sont également membres de Patrimoine suisse. Cette information correspond aux réponses de la question qui cherchait à connaître comment les clients avaient connu les locations de la fondation. En effet, 40% des Romands ont découvert les locations de la fondation par Patrimoine suisse, contre seulement 27% des Alémaniques.

La répartition entre homme et femme parmi les sondés est bien proportionnée autant du côté romand qu'alémanique. Il en est de même pour l'âge des sondés. La moyenne d'âge des sondés romands comme alémaniques se situe proche des 50 ans. La structure familiale des sondés romands comme alémaniques est elle aussi identique. En effet, la majorité des sondés des deux parties sont des couples sans enfant ou avec enfant en dessus de 16 ans, suivis de très près par les familles avec enfant de moins de 16 ans.

La majorité des sondés alémaniques comme romands a un revenu moyen mensuel se situant entre 4'000.- et 8'000.- francs suisses, suivie très près par la tranche de personnes ayant un revenu situé entre 8'001.- et 12'000.- francs suisses. La moyenne du revenu mensuel est beaucoup plus élevée, ce résultat est dû à certaines réponses extrêmes.

6.3.5 SYNTHÈSE

Des différences sont constatées entre les clients suisses romands et allemands, bien qu'elles restent faibles. Ces différences touchent la période de départ en vacances, la durée du séjour, la manière de se renseigner sur la fondation et l'appartenance ou non à Patrimoine suisse. Ces différences sont cependant à prendre avec précaution. En effet, le taux de réponse élevé chez les Romands correspond à seulement 20 personnes ayant répondues.

Cependant, la statistique suisse du tourisme 2012 indique également une « autre différence significative » (Office fédéral de la statistique [OFS], 2013, p.20) en rapport avec les habitudes de voyages des Suisses. En effet, en 2012, un Suisse allemand a effectué 2,7 voyages avec nuitées alors qu'un Suisse romand uniquement 2,2 voyages (OFS, 2013, p.20).

Certaines actions entreprises par la fondation auprès des clients romands devront donc être adaptées selon ces résultats. Ces actions sont détaillées ci-après.

6.4 PLAN D' ACTIONS

Certains comportements de la clientèle romande sont donc différents en comparaison avec la clientèle alémanique. La fondation doit donc proposer différentes actions selon ces résultats.

Différentes actions pourraient être menées par la fondation dans le but de se faire connaître et d'attirer la clientèle romande à passer un séjour dans une maison historique. Ces actions sont expliquées ci-dessous.

Les clients sondés ont répondu utiliser en majorité internet pour préparer leurs voyages. Beaucoup de commentaires ont cependant démontré que les articles de journaux ou revues influençaient également la clientèle. Afin de se faire connaître, un article dans une revue ou un quotidien semble donc être approprié à la fondation. Cependant la publicité a un coût élevé pour les moyens de la fondation. Il faut donc trouver d'autres moyens pour communiquer au travers des médias écrits. La fondation informe déjà par communiqué de presse si un nouveau logement va être mis en location par exemple. Il s'agit d'un bon moyen pour avoir un article qui paraît et ainsi offrir une visibilité à la fondation. Une autre solution pour intéresser les journaux à publier des informations sur la fondation serait les voyages promotionnels. Il s'agit d'inviter des journalistes dans une maison historique et de leur faire vivre, par exemple le temps d'un week-end, l'expérience que propose la fondation à ses clients. Certes la fondation n'accepte pas les séjours plus courts que trois nuits. Cependant, à des fins publicitaires, et pendant les périodes plus creuses de l'année, le fait de faire découvrir aux journalistes l'expérience Vacances au cœur du Patrimoine serait très bénéfique pour la promotion de la fondation. En plus des médias généraux, des revues spécialisées dans l'architecture, le design ou la décoration d'intérieure devraient être contactées. Afin de correspondre aux résultats du sondage, les articles devraient être publiés de manière optimale dans le courant du printemps. En effet, les clients romands se déplacent moins volontiers lors des vacances d'hiver, au contraire des clients alémaniques.

La fondation n'est pas présente actuellement sur les réseaux sociaux. Seul Patrimoine suisse est présent et par ce biais, la fondation a une petite visibilité sur les réseaux sociaux. La fondation ne souhaite pas s'investir plus dans ce domaine. Elle considère en effet que sa clientèle n'est que peu présente sur les réseaux sociaux. De plus le grand nombre de nuitées que compte la fondation n'incite pas la fondation à rechercher un autre type de clientèle (K. Camenisch, CP, 4 décembre 2013). Cependant, une meilleure occupation des maisons durant les périodes de basses saisons augmenterait encore ce bon résultat. Par contre, une présence sur les réseaux sociaux demande aussi un investissement en temps important. En effet, afin d'être crédible, il faut être présent et informer régulièrement sur ses actions. La présence à ce

jour de la fondation elle-même sur les réseaux sociaux n'est pas primordiale. Cependant, la fondation pourrait être plus proactive via Patrimoine suisse. Elle pourrait en effet lancer sur les réseaux sociaux de Patrimoine suisse un concours promotionnel. Les internautes devraient répondre à quelques questions concernant la fondation, puis un tirage au sort désignerait le gagnant qui remporterait par exemple un séjour dans une maison historique. Cette méthode ne demande pas un énorme investissement en temps et permettrait de remplir les logements durant la saison creuse.

Dans le sondage, il a été constaté que les clients romands appréciaient plus les séjours de moins de quatre jours que les clients suisses allemands. A l'heure actuelle, encore sept bâtiments, représentant neuf logements, n'acceptent pas les séjours de moins d'une semaine. Ceci freine aussi un certain nombre de touristes suisses désireux de s'échapper du quotidien pour un long week-end. La fondation est consciente de cette problématique et souhaite y remédier à l'avenir (K. Camenisch, CP, 4 décembre 2013). L'ouverture de courte durée aux touristes est primordiale afin d'offrir aux clients un service en adéquation avec leur désir. Une tendance actuelle de la demande est en effet l'augmentation du nombre de petits voyages (Confédération suisse, 2010, p.27).

Lorsque les clients réservent auprès de la fondation, ils reçoivent une information sur le logement ainsi que sur la région et les activités proposées. Une première information sur le logement et la région est disponible sur le site internet. Cette information est consultable dans l'annexe III. Lors de la réservation, les clients reçoivent une information encore plus détaillée. Cependant, toutes ces informations ne sont disponibles qu'en allemand. Elles doivent donc être traduites en français pour les clients de langue française. Ce travail de traduction est important pour le confort des hôtes et afin qu'ils aient accès aux informations dans leur langue, afin de leur faciliter la réservation.

De plus, ces informations renseignent également le visiteur sur le bâtiment en lui-même, sur les travaux de rénovation entrepris avant la mise en location et sur l'histoire en général du bâtiment. Ces informations sont précieuses et devraient aussi être traduites. Elles sont très importantes afin notamment d'accomplir une des missions de la fondation, qui est d'éduquer sa clientèle à la notion du patrimoine. Ces informations représentent un bon moyen d'y parvenir. Cependant, certaines recherches démontrent que les motivations d'un touriste en vacances sont généralement plus axées sur le plaisir que sur le désir d'apprendre (ma traduction) (Garrod & Fyall, 2000, p.693). Afin donc de les divertir, une information plus *légère* pourrait également leur être proposée. Les maisons historiques, à force des années, doivent regorger d'histoires régionales et de légendes. Ces légendes pourraient être inventoriées puis racontées dans ces informations distribuées. Retrouver et regrouper ces légendes représente

un travail considérable. Un essai pourrait être effectué dans un premier temps sur un seul bâtiment. De plus, des étudiants des hautes écoles ou des universités pourraient être engagés afin d'effectuer ces recherches. Il est également imaginable de collaborer avec une école d'art afin de mettre en scène ces légendes. Les légendes représentent l'imaginaire, elles font vivre le lieu, elles font partie intégrante de la mise en scène du patrimoine. Elles représenteraient une manière plus récréative d'informer et de divertir le visiteur.

Le sondage a également fait ressortir que plus de Romands sont membres de Patrimoine suisse, comparativement aux Alémaniques. Il serait donc judicieux de communiquer encore plus précisément avec les membres romands de Patrimoine suisse. Les sections de Genève et du canton de Vaud publient toutes deux une publication régulièrement. Toutes deux sont également d'accord d'y insérer des informations de la fondation. Ce vecteur devrait aussi être utilisé pour rechercher des bâtiments historiques. Une information générale sur la fondation pourrait alors être publiée via ces deux sections romandes. Des informations plus spécifiques pourraient être également envoyées aux membres de Patrimoine suisse via les sections qui disposent d'adresses électroniques. Par exemple, lorsqu'une maison n'est pas réservée durant une période de basse saison, une promotion de dernière minute pourrait être lancée aux membres de Patrimoine suisse afin de remplir les logements vides. Les sections romandes disposant d'un site internet sont également disposées à y mettre le lien direct du site de la fondation.

La section vaudoise possède grâce à un legs le domaine de la Doges situé à la Tour-de-Peilz. Il s'agit « d'une maison bourgeoise des 18^e, 19^e et 20^e siècles » (La Doges, 2012). Ce domaine pourrait être l'endroit idéal afin d'accueillir une manifestation de la fondation en Suisse romande. Afin de se faire connaître, la fondation pourrait inviter la presse romande et le public à une journée de découverte. La section vaudoise serait prête à ouvrir les portes du domaine de manière gracieuse à la fondation Vacances au cœur du Patrimoine. De plus, une route gourmande fait escale sur le domaine de la Doges chaque automne. La section vaudoise profite pour y tenir un stand d'information et d'animation. Environ 2'000 personnes passent par le domaine durant cette journée (Denis de Techtermann, président de la section vaudoise, CP, 4 novembre 2013). La fondation Vacances au cœur du Patrimoine pourrait également tenir une animation durant cette journée et ainsi se faire connaître du public présent. Il s'agit d'une belle opportunité d'être représenté en Suisse romande.

La figure ci-dessous résume de manière schématique les actions que la fondation pourrait entreprendre afin de toucher le public romand.

Figure 16. Schéma des actions à envisager pour toucher la clientèle romande



Source : données de l'auteur

7 VISION FUTURE : SYNTHÈSE

La fondation Vacances au cœur du Patrimoine a un gros potentiel de développement. Pour preuve le nombre de nuitées réalisé, la satisfaction de sa clientèle et l'engouement que suscite la fondation auprès du public. De plus, la mise en valeur du patrimoine par la création de logements touristiques est une action porteuse auprès du public. En effet, Olivier Lazzarotti précise que « mise en tourisme et mise en patrimoine se répondent » (2011, p.130). Le *Britain's Historic Buildings : A Policy for Their Use* indique également qu'« un bâtiment historique rénové et adapté, n'est pas seulement une avancée en terme d'architecture ou d'urbanisme, mais c'est aussi une opportunité » (in Black, 1990, p.16).

La fondation a des belles opportunités pour l'avenir, elle doit cependant faire face à de gros défis, notamment financiers. Une stratégie claire devra être suivie sur le long terme pour espérer avoir la progression de sa *grande sœur* : *the Landmark Trust*.

Figure 17. Maison des *Mollards-des-Aubert*



Source : FVCP (2013b)

La maison des Mollards-des-Aubert représente le seul projet actuel de mise en location en Suisse romande. Cette maison est située au Brassus dans le canton de Vaud.

Afin d'agrandir son offre en Suisse romande et toucher les clients romands, la fondation, disposant de peu de moyens financiers, pourrait être soutenue par les sections romandes de Patrimoine suisse. Ces sections étant elles aussi confrontées à divers défis, la solution envisagée est de rechercher dans les sections un représentant de chaque canton romand. Ainsi ces personnes formeraient un groupe de travail romand lié à la fondation. Ce groupe proposerait des actions à entreprendre afin de toucher le public romand et servirait d'interlocuteur francophone. Ce groupe de travail aurait l'avantage de représenter les différentes régions romandes et d'être plus proche de la population locale que le siège de la fondation qui se trouve à Zurich.

Ce groupe de travail pourrait travailler à développer autant l'offre que la demande romande. Certaines actions pourraient être entreprises conjointement entre le groupe de travail et la fondation. Les idées d'actions à entreprendre afin de trouver de nouveaux bâtiments à proposer en location consistent à informer les personnes en lien avec les propriétaires ou les propriétaires directement. Les contacts à informer sont listés ci-dessous :

- Communes
- Bureaux d'architecture
- Autorités cantonales
- Organisations en lien avec le patrimoine
- Membres romands de Patrimoine suisse

Afin de faire connaître la fondation aux clients romands, des actions doivent aussi être entreprises. Elles sont listées ci-après :

- Faire paraître des articles dans la presse et pour cela, organiser des voyages promotionnels
- Organiser des concours promotionnels via les réseaux sociaux de Patrimoine suisse
- Ouvrir les locations de courtes durées
- Traduire les informations destinées aux clients romands en français
- Répertorier les légendes des bâtiments afin de partager l'histoire du lieu avec les hôtes
- Informer de manière plus active les membres de Patrimoine suisse
- Organiser des journées ouvertes au public en Suisse romande

Afin que le partenariat entre le groupe de travail et la fondation fonctionne sur la durée, un investissement doit être consenti chez les deux parties. Le groupe de travail devra s'investir pour la fondation et pourrait recevoir, en contrepartie, un séjour offert dans une maison historique ou des réductions. Le groupe de travail se réunira afin de discuter des actions à entreprendre et des rencontres avec la fondation devraient s'effectuer régulièrement.

Ce groupe de travail peut représenter une stratégie de développement pour la fondation en Suisse romande. Elle a l'avantage de ne pas être onéreuse et d'avoir comme interlocuteur des personnes proches de la population locale. Cependant, une recherche de fonds permettrait à la fondation de créer une stratégie plus professionnelle, et donc plus efficace.

CONCLUSION

La fondation Vacances au cœur du Patrimoine ne propose actuellement pas de logement en Suisse romande. Afin de trouver un partenariat possible, des entretiens ont été menés aussi bien auprès d'organisations actives dans le milieu du patrimoine que d'organisations financières. Cependant, aucun partenariat financier n'a pu être proposé. Par contre, un partenariat avec les sections romandes de Patrimoine suisse est à envisager. Ce partenariat prendrait la forme d'un groupe de travail représenté par un membre de chaque section romande de Patrimoine suisse. Afin de développer l'offre de Suisse romande, des actions à mener sont décrites. Ensuite, des recherches et un sondage démontrent les petites différences existantes entre la clientèle romande et suisse allemande. Des actions afin de mieux cibler la clientèle romande sont également exposées.

La stratégie de créer un groupe de travail permettrait à la fondation d'avoir des interlocuteurs de qualité en Suisse romande à moindre coûts. Cependant, un contrôle et des rencontres régulières devront être envisagés afin d'optimiser le travail du groupe et de créer une vision d'avenir commune.

Cette stratégie peu coûteuse ne règle en rien le problème du financement de la fondation. En effet, sans aide financière, la fondation ne pourrait pas se développer. Afin d'envisager le futur de manière plus sereine, une solution alternative de recherche de fonds devrait être approfondie. Un financement assuré permettrait également de réfléchir à une stratégie d'avenir plus professionnelle et donc plus efficace.

RÉFÉRENCES

- Black, N. L. (1990). A Model and Methodology to Assess Changes to Heritage Buildings. *The journal of tourism studies*, 1 (1), pp.15-23.
- Confédération suisse. (2010). *Stratégie de croissance pour la place touristique suisse*. Berne : OFCL, Vente des publications fédérales.
- Desvignes, C. (2009). Hébergement touristique du futur. *Espaces Tourisme & Loisirs*, p.7.
- Du Bois, P. (1999). *Alémaniques et Romands entre unité et discorde*. Lausanne : Éditions Favre.
- Farhangmehr, M., Shoham, A., & Soares, A. M. (2007). Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies. *Journal of Business Research*, 60, pp.277-284.
- Fédération suisse du tourisme. (2013). *Le tourisme suisse en chiffres 2012 : Chiffres structurels et de branche*. Récupéré sur <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/10/22/publ.html?publicationID=5291>
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2008). *Rapport annuel 2006-2007*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/fileadmin/fib/user_upload/files/Rapport_annuel_2006-2007.pdf
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2009). *Rapport annuel 2008*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/fileadmin/fib/user_upload/files/Rapport_annuel_2008.pdf
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2010). *Rapport annuel 2009*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/fileadmin/fib/user_upload/files/rapport_annuel_2009.pdf
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2011). *Rapport annuel 2010*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/fileadmin/fib/user_upload/files/Rapport_Annuel_2010.pdf
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2012a). *Rapport annuel 2011*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/fileadmin/fib/user_upload/files/Rapport_Annuel_2011.pdf

- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2012b). *Statistiques des locations 2011*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/fileadmin/fib/user_upload/files/Statistik_2011_Website_FR.pdf
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2012c). *Exigences pour les logements de vacances*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/fileadmin/fib/user_upload/files/Anforderungen_Ferienwohnungen_FR.pdf
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2013a). *Historique : Historique de la fondation*. Récupéré sur <http://www.magnificasa.ch/index.php?id=1906&L=1>
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2013b). *Photos*. Copyright 2013. Photos récupérées sur le réseau de la fondation Vacances au cœur du Patrimoine.
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2013c). *Rapport annuel 2012*. Récupéré sur <http://www.magnificasa.ch/index.php?id=1720&L=1>
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2013d). *Louer une maison historique : Vue d'ensemble*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/fileadmin/fib/user_upload/files/FR_Broschuere_Internet_klein.pdf
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2013e). *Signaler un bâtiment historique : Formulaire*. Récupéré sur <http://www.magnificasa.ch/index.php?id=858&L=1>
- Fondation Vacances au cœur du Patrimoine [FVCP]. (2013f). *Haus Auf der Kreuzgasse in Boltigen BE*. Récupéré sur http://www.magnificasa.ch/uploads/tx_userfib/Info_Internet_KREUZGASSE.pdf
- Garrod, B. & Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 27 (3), pp.682-708.
- Haegeli, M. (2013, 26 octobre). L'évêque ne roule pas carrosse, mais vélo. *La Gruyère*, p.9.
- Hofstede centre. (s.d.). *What about Switzerland*. Récupéré sur <http://geert-hofstede.com/switzerland.html>
- Hoppe, M.h. (2007). *Culture and Leader Effectiveness: The GLOBE Study*. Récupéré sur <http://www.inspireimagineinnovate.com/PDF/GLOBEsummary-by-Michael-H-Hoppe.pdf>
- La Doges. (2012). *Accueil*. Récupéré sur <http://www.ladoges.ch/accueil>

- Lazzarotti, O. (2011). *Patrimoine et tourisme. Histoires, lieux, acteurs, enjeux*. Paris : Éditions Belin.
- Office fédéral de la statistique [OFS]. (2013). *La statistique suisse du tourisme 2012*. Récupéré sur <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/10/22/publ.html?publicationID=5330>
- Patin, V. (2012). *Tourisme et patrimoine*. Paris : Direction de l'information légale et administrative.
- Patrimoine suisse. (2000). *Statuts de Patrimoine suisse*. Récupéré sur http://www.patrimoinesuisse.ch/fileadmin/heimatschutz/user_upload/files/Portrait/Statuten_f.pdf
- Patrimoine suisse. (2013a). *Portrait : A propos de Patrimoine suisse*. Récupéré sur <http://www.patrimoinesuisse.ch/index.php?id=688&L=1>
- Patrimoine suisse. (2013b). *Magnificasa : Vacances au cœur du patrimoine*. Récupéré sur <http://www.heimatschutz.ch/index.php?id=698&L=1>
- Risi, M. (2004). *Quotidien et festivités en Suisse : Une petite histoire du changement culturel*. Zurich : Pro Helvetia.
- Schwok, R. (s.d.). Le clivage entre Suisses romands et Suisses alémaniques par rapport à l'intégration européenne. *Revue d'Allemagne*, pp.501-525. Récupéré sur http://www.academia.edu/1088250/Le_clivage_entre_Suisses_romands_et_Suisses_alemaniques_par_rapport_a_lintegration_europeenne
- The Landmark Trust. (2013a). *About us : History*. Récupéré sur <http://www.landmarktrust.org.uk/about-us/history/>
- The Landmark Trust. (2013b). *About us : Giving new life to buildings at risk*. Récupéré sur <http://www.landmarktrust.org.uk/about-us/history/>
- Ville de Genève. (2013). *PR-1050. 6 novembre 2013*. Récupéré sur https://www.ville-geneve.ch/conseil-municipal/objets-interventions/detail-objet/?sdl_uid=64627&sechash=cb44cecd

ANNEXE I : LISTE DE CRITÈRES DE CHOIX POUR LES LOGEMENTS DE VACANCES

Exigences pour les logements de vacances

Bâtiment général

Les bâtiments qui entrent en ligne de compte pour Vacances au coeur du Patrimoine doivent remplir les conditions suivantes:

- Le bâtiment doit avoir une valeur historique digne d'être préservée.
- Les objets qui frappent par leur singularité et qui font également forte impression pour les profanes sont particulièrement intéressants.
- Les bâtiments qui sont menacés seront privilégiés, particulièrement si une utilisation par la fondation pourrait contribuer de façon déterminante à leur conservation.

Appartements/Maisons

Les hôtes typiques pour des appartements de vacances peuvent être:

- une famille avec deux à trois enfants
- un couple sans enfants
- un couple de retraités avec deux petits-enfants

De cela découlent les conditions suivantes à remplir en matière de **nombre de lits**:

- En général, un appartement „normal“ avec 4-6 lits est convoité: 2x2 lits dans deux chambres à coucher, 2 lits supplémentaires au salon (canapé-lit). Exceptionnellement, des appartements avec une seule chambre à 2 lits et 2 lits supplémentaires au salon pourraient également être envisageables.
- Les appartements plus petits (seulement 2 lits au total) sont à éviter.
- Les plus grands appartements sont tout à fait possibles, 6-8 lits ou 8-10 lits. Pour ces grands appartements, la distribution des lits peut varier : une à deux chambres avec 2 lits, les autres chambres pouvant tout à fait disposer de plus ou de moins de lits.
- Les appartements avec plus de 10 lits sont envisageables seulement dans des cas exceptionnels. Ceux-ci seraient plutôt à séparer en 2 appartements (voir plus bas).

Les **grandes maisons** avec deux à trois logements séparés sont également intéressantes:

- Les appartements doivent être si possible séparés les uns des autres.
- Certains espaces communs à tous les appartements sont toutefois possibles voire même souhaitables (cave, espace de rangement, salle de jeu, jardin...).

Les appartements doivent tous disposer **d'une cuisine et d'installations sanitaires** modernes.

- Cuisine: La cuisine doit si possible être assez grande pour pouvoir accueillir une table à manger. L'équipement doit être en bon état et approprié, mais pas luxueux.
- Salle de bain/WC: Pour les appartements avec 6 lits et plus, deux toilettes sont souhaitables. L'équipement de la salle de bain doit également être pratique mais pas luxueux (baignoire pas forcément nécessaire).

Les appartements/maisons doivent disposer d'un **chauffage**. Il peut également s'agir d'un chauffage à bois et toutes les pièces ne doivent pas nécessairement pouvoir être chauffées. En général, un séjour dans les saisons fraîches de l'année doit être possible, mais en hiver, les maisons peuvent être fermées pour une période.

Les appartements devraient disposer d'un balcon ou d'un jardin.

Des appartements adaptés aux personnes souffrant d'un handicap sont également souhaités. Si cela est possible avec de moindres investissements.

Situation

- Les appartements doivent être situés au calme.
- Une route fréquentée peut cependant se trouver devant la maison.
- Si possible, les logements devraient disposer à proximité d'un bon système de transport public.
- Si aucun transport public ne dessert la région, une place de parc doit être proposée. Celle-ci ne doit pas nécessairement être juste à côté de la maison.
- Les appartements devraient disposer d'une certaine vue et être lumineux.
- Il faudrait qu'un magasin se trouve à proximité (au moins pour les biens de consommation courante).

Région

Les appartements devraient en général se trouver dans une région touristique attractive avec différentes possibilités d'excursions.

- La région devrait proposer une offre sportive diverse aussi bien en hiver qu'en été.
- La région devrait disposer de différentes offres culturelles.
- Si possible, l'apparence de la commune devrait être intacte, respectivement le paysage devrait être de haute qualité.

Source : FVCP (2012c)

ANNEXE II : FORMULAIRE D'ANNONCE D'UN BÂTIMENT HISTORIQUE

Signaler un bâtiment historique à *Vacances au cœur du Patrimoine*

Coordonnées

Nom et adresse de la maison:

Nom:

Adresse:

CP/Lieu:

Nom et adresse du propriétaire:

Nom:

Prénom:

Adresse:

CP/ Lieu:

Tél:

E-Mail:

Personne de contact (si autre que propriétaire):

Nom:

Prénom:

Adresse:

CP/ Lieu:

Tél:

E-Mail:

Description

Courte description de la maison et de sa valeur historique à l'aide des mots-clés ci-dessous (max. 500 signes)

Description générale:

Valeur historique:

Particularités:

Risques/menaces:

Grandeur/ nombre de pièces:

Terrain:

Description de l'état actuel et des rénovations nécessaires à l'aide des mots-clés ci-dessous (max. 500 signes)

Etat actuel et rénovations nécessaires (général):

Structure porteuse:

Murs:

Fenêtres:

Aménagement intérieur:

Salle de bain:

Cuisine:

Electricité:

Chauffage:

Estimation des investissements nécessaires:

Description de la situation à l'aide des mots-clés ci-dessous (max. 500 signes)

Situation générale:

Desserte des transports publics:

Possibilités de parking:

Bruit:

Vue:

Ensoleillement:

Distance des magasins d'alimentation:

Description de la commune et de la région (max. 500 signes)

Situation et taille de la commune:

Qualité du paysage et du cadre:

Attractivité touristique en été et en hiver:

Offre sportive:

Offre culturelle:

Réseau de chemins pédestres:

Description des éventuelles particularités (p.ex. rapports de propriété, voisinage, soutien local, etc.)

Type de collaboration souhaitée

Si l'objet correspond aux exigences principales de la Fondation Vacances au coeur du Patrimoine, la prise en charge peut alors se faire selon trois variantes. Cochez s'il vous plaît la variante souhaitée:

Variante A

Variante B

Variante C

A: Transmission de la propriété de l'objet à la Fondation Vacances au coeur du Patrimoine: Avec cette variante, les bâtiments historiques deviennent propriété de la fondation, sont rénovés puis loués par ses soins. Le rachat selon ce modèle ne peut cependant pas s'effectuer à un prix de vente habituel, du fait du capital limité de la fondation. En général, les propriétaires cèdent les maisons contre un prix symbolique.

B: Reprise de l'objet par Vacances au coeur du Patrimoine avec un droit de superficie: En lieu et place d'une reprise directe, il existe aussi la possibilité que les maisons ne soient pas vendues mais que le propriétaire cède à la fondation un droit de superficie (à une rente symbolique).

C: Collaboration avec Vacances au coeur du Patrimoine pour la location: Avec cette variante, l'objet reste la propriété de tiers (privés, fondations, etc.). La rénovation et l'ameublement de la maison en tant que logement de vacance est effectuée par le propriétaire sans participation financière de la Fondation. Une fois les travaux terminés, l'objet est mis en location par *Vacances au coeur du Patrimoine*. Les avantages pour le propriétaire résident dans la publicité et le grand cercle de clients potentiels de la fondation. Vous trouverez de plus amples informations sur ce modèle dans le document « Location d'objets de tiers », en annexe.

Annexes: Document « Location d'objets de tiers »
Document « Exigences pour les appartements de vacances »

Renvoyez s'il vous plaît ce formulaire dûment complété accompagné de quelques photos et - si possible – des plans par e-mail à info@magnificasa.ch ou par courrier à : Fondation Vacances au coeur du Patrimoine, Zollikerstrasse 128, 8008 Zürich.

Source : FVCP (2013e)

ANNEXE III : INFORMATION SUR LOGEMENT DE VACANCES



Stiftung Ferien im Bauland
Touristen-Verkehr im Raum der Partnerländer
Tourismus-Verkehr im Alpenraum

Haus Auf der Kreuzgasse in Boltigen BE



Ein typisches Kleinbauernhaus aus dem 16. Jh. mit einem gemauerten Sockel und einem hölzernen Strickteil dartüber, ein Stallanbau auf der Rückseite, eine einfache nach Süden orientierte Fassade, ein schöner vorgelagerter Garten – so präsentiert sich das Haus Auf der Kreuzgasse im Weiler Schwarzenmatt in Boltigen im Simmental BE.

Es wurde in Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege umfassend saniert und zeigt heute, wie ein Baudenkmal auch energetisch auf den neuesten Stand gebracht werden kann.

Im Haus Auf der Kreuzgasse können fünf Personen ruhige Ferien mit schöner Aussicht auf die umgebende Bergwelt verbringen.

Das Haus Auf der Kreuzgasse wird der Stiftung Ferien im Bauland großzügigerweise von der Eigentümerin, Frau Berä Maximova-Bhendi, in Form eines Nutzungsrechts zur Verfügung gestellt.

Lage

Simmental Das Simmental erstreckt sich von Spiez am Thunersee in südwestlicher Richtung. Im Sommer ist das Tal geeignet für Wanderer, Biker und Familien. Bei verschiedenen Anlässen wird das Brauchtum und die Alpkultur gepflegt. Im Winter locken das grosse Skigebiet Adelboden-Lenk oder verschiedene kleinere, familienfreundliche Skigebiete wie der Jaunpass.

Boltigen Boltigen hat knapp 1400 Einwohner und besteht aus acht selbständigen Weilern. Der Weiler Schwarzenmatt liegt erhöht über dem Tal auf einer sonnigen Hangschulter. Das Haus Auf der Kreuzgasse befindet sich mitten im Weiler unmittelbar am historischen Weg Richtung Jaun. Zusammen mit dem vorgelagerten Garten, im Dreieck einer Strassengabelung gelegen, bildet es eine hübsche Gesamtsituation.

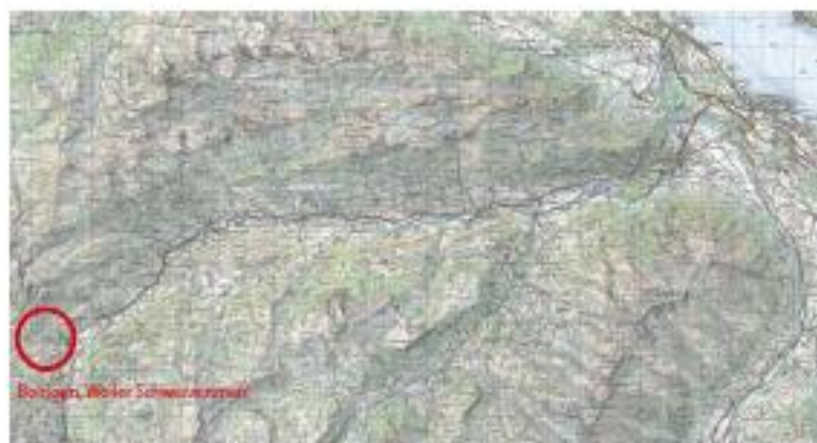


Simmental (L)
historische Aufnahme, 1912 (r.)

Anreise Mit dem Zug über Bern nach Spiez und von dort mit dem Regionalzug nach Boltigen (Richtung Zweisimmen/Gstaad). Vom Bahnhof fährt ein Bus bis zum Ortsteil Reidenbach, danach geht es zu Fuss weiter hinauf nach Schwarzenmatt (ca. 20 Min, ca. 100 Höhenmeter).

Mit dem Auto auf der A6 bis zur Abzweigung „Zweisimmen“, danach durch das Simmental bis Boltigen und im Weiler Reidenbach rechts nach Schwarzenmatt abbiegen.

Einkaufsmöglichkeiten In Reidenbach gibt es einige wenige Geschäfte, u.a. einen kleinen Lebensmittelladen. Die nächsten grösseren Läden befinden sich in Zweisimmen.



Haus

Beschreibung Das Haus Auf der Kreuzgasse ist einer der frühesten datierten Bauten Boltigens und ein heute seltenes Beispiel dieses kleinbäuerlichen Typus. Es ist ein ursprünglich ein Raum breiter und zwei Raum tiefer Holzbau, der 1556 in regionaltypischer Weise errichtet worden ist. Der Keller ist halb abgetieft, die Fassade schlicht. 1705 wurde in der Firstverlängerung ein Ökonometeil mit einem Kleinviehstall und einem Heuraum angebaut. Um 1900 wurde das Erdgeschoss um einen Raum verbreitert. Mitte des 20. Jh. wurden einige weitere Veränderungen vorgenommen, z.B. wurden im oberen Stockwerk die drei vorhandenen Fenster vergrößert und um ein weiteres ergänzt. In der Küche wurde der Bretterkamin entfernt und eine Decke eingezogen.

Geschichte Das Haus befindet sich seit 1556 im Besitz der Familie Müller-Bhend. Die Bewohner und Bewohnerinnen waren Alpküher. Der Käseturm im Keller zeugt von der mühseligen Lagerung des wertvollen Nahrungsmittels. Die heutige Eigentümerin hat das Haus der Stiftung Ferien im Baudenkmal in grosszügiger Weise in Form eines Nutzungsrechts für 30 Jahre überlassen.



Zimmer OG mit Luke zu Ökosteppel (l.) Zimmer OG mit Schlafplätzen über dem Einbauschränk (m.), Bad EG (r.)

Renovation

Energie Die Renovationsarbeiten hatten einerseits zum Ziel, das Haus technisch und energetisch auf den neusten Stand zu bringen. Herzstück ist ein kombinierter Heiz- und Warmwasserspeicher, der mit Holz über den Stubenofen oder mit Sonnenenergie über Kollektoren auf dem Dach erwärmt werden kann. Die Fenster wurden durch moderne Kastenfenster aus einheimischer Produktion ersetzt. Je nach Situation wurden die Wände innen oder aussen gedämmt: um die Hauptfassade gegen Süden unverändert zeigen zu können, wurde die Dämmschicht innen angebracht. Hingegen wurde die Westseite, die teilweise schon eine alte Verkleidung aus Eternit hatte, aussen gedämmt. Dies erlaubt, auf der Innenseite die schönen alten Strickwände zu zeigen.

Denkmalpflege Die Renovation bot auch die Gelegenheit, einige unschöne Veränderungen aus dem 20. Jh. rückgängig und gewisse Charakteristika des Hauses wieder besser sichtbar zu machen. So ist die Küche wieder zweigeschossig, die oberen Räume sind über eine Galerie erschlossen. In der Stube steht neu wieder ein gemauerter Stockofen. Die oberen Schlafräume wurden von unschönen Verkleidungen der 50er Jahre befreit und mit einem modernen Einbau ergänzt. Die neue Nasszelle entstand im Ökonometeil als eigenständiger Einbau.



Nebenzstube EG (l.) Holzfeuerungs-Ofen in der Stube (r.)

Ferienwohnung

Ausstattung Das Haus Auf der Kreuzgasse besticht durch die gekonnte Verbindung von alt und neu. Einige sehr schöne Erbstücke wie ein Schrank von 1815 werden mit modernen, qualitätsvollen Möbeln aus Schweizer Herstellung ergänzt. So wurden die Betten z.B. vom einheimischen Schreiner gefertigt. Küche und Bad sind neu.



Grundriss Erdgeschoss

Grundriss Obergeschoss

Gäste Das Haus bietet Platz für fünf Personen in zwei Schlafzimmern. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, das Sofa in der Stube als Schlafgelegenheit für zwei zusätzliche Gäste zu benutzen. Geheizt wird mit dem Holzofen in der Stube, der über eine kleine Zentralheizung auch die Küche und das Bad heizt sowie das Warmwasser wärmt (s. auch Punkt Renovation).

Besonderheiten Im Obergeschoss kann das hintere Zimmer mit dem Doppelbett nur durch das vordere Zimmer betreten werden. Die Trennwand zur vorderen Kammer besteht aus einer Einbauwand mit einer Schlafgalerie. Darauf befinden sich zwei Betten, die über eine Leiter erreichbar sind.

Preise /Reservation

Preise Das „Haus auf der Kreuzgasse“ wird wochenweise von Samstag zu Samstag vermietet. Kurzaufenthalte sind möglich, aber erst 4 Wochen im Voraus buchbar. Die aktuellen Preise finden Sie auf der Preisliste auf unserer Website www.magnificasa.ch unter der Rubrik „Infos zur Vermietung“/Preisliste.

Reservierungen Reservieren Sie sich Ihre Ferienwohnung mittels unserem elektronischen Formular unter www.magnificasa.ch. Dort finden Sie auch die stets aktuellen Belegungspläne.

Stiftung Ferien im Baudenkmal

„Ferien im Baudenkmal“ ist ein Projekt an der Schnittstelle von Tourismus und Denkmalpflege. Baudenkmäler werden sanft renoviert und als Ferienwohnungen vermietet. Verantwortlich für die Übernahme, die Renovation und die Vermietung der Baudenkmäler ist die Stiftung Ferien im Baudenkmal. Diese wurde im Herbst 2005 durch den Schweizer Heimatschutz gegründet.

Stiftung Ferien im Baudenkmal, c/o Schweizer Heimatschutz, Postfach, 8032 Zürich, T 044 252 28 72, info@magnificasa.ch

Source : FVCP (2013f)

DÉCLARATION DE L'AUTEUR

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Gilbert Coutaz, Claire Delaloye Morgado, Jean-Pierre Galley, Pierre Heegaard, Rafael Matos, Silvia Rohner, Denis de Techtermann, Antoine Voisard.

Myriam Boschung