

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

SÉRIE TÉLÉVISÉE HISTORIQUE ET MISE EN TOURISME DU PATRIMOINE :
LE CAS DE *DOWNTON ABBEY*

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

PAR
MYRIAM LAMOTHE

MARS 2020

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Merci à mon directeur de recherche, Martin Drouin, d'avoir éveillé ma curiosité envers le patrimoine. Merci aussi pour sa patience et ses sages conseils au cours de ces deux longues années de rédaction.

Merci à tous les professeurs de la maîtrise qui m'ont fait sortir de ma zone de confort. Merci, aussi, à tous les étudiants de la maîtrise de m'avoir accueilli si chaleureusement. Merci particulièrement à Chloé Losson et Audrey Rabillard, ma famille est un peu plus grande aujourd'hui grâce à vous.

Merci à tous mes amis qui m'ont fait rire à gorge déployée, même dans les moments les plus difficiles. Merci de m'avoir dérangé, de m'avoir déconcentré, vous étiez la plus belle des distractions. Un merci particulier à Catherine Villeneuve pour nos après-midis de rédaction au succès variable.

Merci à ma famille qui m'a encouragé à entreprendre ce grand projet à un moment où tout semblait s'effondrer. Votre support dans ces moments difficiles a été le baume dont j'avais besoin. Un merci particulier à ma mère de m'avoir accompagné de l'autre côté de l'Atlantique pour le meilleur et pour le pire. Merci pour ton écoute attentive au cours de ces vingt-cinq dernières années.

Enfin, merci à Simon, mon amour, ton support indéfectible est admirable, voire incroyable. Merci de m'avoir accompagné au cours de cette aventure. Merci, maintenant d'entreprendre avec moi le plus grand projet de nos vies.

DÉDICACE

En mémoire de mon père,
qui ne comprenait pas mon amour pour les « vieilles affaires »,
mais qui, je sais, m'aurait soutenu malgré tout

Par amour, pour mon petit poussin, Greta
Ton arrivée imminente m'a donné le courage de terminer ce projet

Et grâce à toi, mon amour, sans qui rien n'aurait été possible

AVANT-PROPOS

Lorsqu'en janvier 2017, est apparue la tâche de trouver un sujet de mémoire, je me suis interrogé sur mes plus grandes passions. Étant bachelière en histoire, j'étais perdue dans ce monde du tourisme. J'ai donc choisi de me rattacher au familier : l'histoire et cette façon qu'ont les amateurs et les spécialistes d'en discuter. Puis, lorsque je réfléchissais à une problématique de recherche, je me suis remémoré mon voyage en Islande l'été précédent. J'avais choisi de visiter ce pays en raison d'un film magnifique qui y avait été filmé: *The Secret Life of Walter Mitty*. La beauté des paysages dont j'avais pu rêver à la suite du visionnement de ce film avait été confrontée à la réalité au moment où je posais le pied sur le tarmac de l'aéroport de Keflavik. À mon plus grand bonheur, je n'avais pas été déçu. Néanmoins, je me suis dit que ça ne pouvait pas toujours être le cas, que la réalité ne pouvait pas toujours répondre aux attentes créées par la fiction. C'est, donc, à cette confluence entre mon intérêt pour l'histoire et ses représentations ainsi que mes expériences comme ciné-touriste que cette recherche est née.

TABLES DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS	iv
LISTE DES FIGURES.....	ix
LISTE DES TABLEAUX.....	xi
LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES	xiii
RÉSUMÉ	xiv
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I TOURISME PATRIMONIAL ET CINÉ-TOURISME	6
1.1 Le tourisme dans les sites patrimoniaux	6
1.2 Ciné-tourisme : l'état de la question	9
1.3 Les enjeux du ciné-tourisme dans les sites patrimoniaux	15
1.4 Mise en ciné-tourisme dans les sites patrimoniaux.....	18
CHAPITRE II CADRE D'ANALYSE.....	21
2.1 Séries télévisées historiques.....	22
2.2 Site patrimonial	30
2.3 La mise en tourisme du patrimoine par la médiation.....	32
2.4 Conclusion	38

CHAPITRE III	MÉTHODOLOGIE	39
3.1	Données.....	40
3.1.1	Analyse qualitative	41
3.1.2	Étude de cas	41
3.2	Herméneutique de la mise en tourisme	43
3.2.1	Mise en tourisme patrimonial	45
3.2.2	Mise en ciné-tourisme	48
3.3	Éléments observables.....	51
3.4	Méthodes de collecte de données.....	53
3.4.1	Recueil de données existantes	53
3.4.2	Observation directe.....	55
3.5	Analyse des données	58
3.6	Conclusion	61
CHAPITRE IV	ÉTUDE DE CAS : DOWNTON ABBEY	63
4.1	Downton Abbey.....	63
4.2	Histoire et histoires	65
4.3	L'ampleur de la Downton Abbey mania.....	68
4.4	Lieux de tournage	70
4.4.1	Ealing studio	70
4.4.2	Highclere Castle ou Downton Abbey.....	71
4.4.3	Bampton Village ou Downton	78
4.4.4	Cogges Manor Farm ou Yew Tree Farm.....	81
4.4.5	Autres lieux de tournage.....	82
4.5	Conclusion	90

CHAPITRE V PATRIMOINE ET TOURISME EN GRANDE-BRETAGNE.....	91
5.1 Le patrimoine en Grande-Bretagne.....	91
5.1.1 L’histoire de la protection du patrimoine en Grande-Bretagne	92
5.1.2 Agences de protection gouvernementales ou parrainées par le gouvernement	95
5.1.3 Agences non gouvernementales	97
5.2 Tourisme en Grande-Bretagne	103
5.3 Conclusion	106
CHAPITRE VI MISE EN COMMUNICATION	107
6.1 Évocation d’univers fictif.....	108
6.1.1 Fréquence.....	108
6.1.2 Positionnement de l’information	111
6.1.3 Les sites patrimoniaux des lieux de tournage privilégiés	115
6.1.4 Type d’information présenté au sujet de Downton Abbey.....	121
6.2 Évocation des valeurs patrimoniales.....	124
6.2.1 Valeur culturelle/historique	124
6.2.2 Valeur esthétique	127
6.2.3 Valeur sociale	130
6.2.4 Valeur scientifique et spirituelle.....	131
6.3 Conclusion	132
CHAPITRE VII MISE EN EXPOSITION	134
7.1 Création de parcours	135
7.2 Présentation des artefacts.....	143
7.3 Perspective des visiteurs du château de Highclere et de Cogges Manor Farm ...	153

7.3.1 Types de visiteurs et contexte de la visite	155
7.3.2 Appropriation.....	162
7.4 Conclusion	170
CHAPITRE VIII MISE EN EXPLOITATION	172
8.1 Services offerts.....	174
8.2 Activités et forfaits.....	175
8.3 Boutiques en ligne et in situ.....	180
8.4 Location pour événements	189
8.5 Location pour tournage	193
8.6 Conclusion	199
CONCLUSION.....	201
LISTE DES RÉFÉRENCES	212
FILMOGRAPHIE.....	224
LISTE DES SOURCES PRIMAIRES.....	226

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
2.1 Convergence entre tourisme patrimonial, tourisme culturel et ciné-tourisme.....	21
2.2 Modélisation de la mise en tourisme des sites patrimoniaux à la suite de tournage de série télévisée historique	37
3.1 Cartes des sites patrimoniaux en Grande-Bretagne utilisés dans <i>Downton Abbey</i>	55
3.2 Cartes des sites patrimoniaux à proximité de Londres utilisés dans <i>Downton Abbey</i>	55
4.1 Highclere Castle dans <i>Downton Abbey</i> (saison 1, épisode 1).....	69
4.2 Highclere Castle dans le logo de <i>Downton Abbey</i> (saison 1, épisode 1).....	69
4.3 <i>The Library</i> du château de Highclere dans <i>Downton Abbey</i> (saison 1, épisode 1).....	70
4.4 <i>The Saloon</i> du château de Highclere dans <i>Downton Abbey</i> (saison 1, épisode 2).....	70
4.5 <i>The Saloon</i> du château de Highclere vue depuis le balcon dans <i>Downton Abbey</i> (saison 1, épisode 2).....	71
4.6 <i>Drawing room</i> du château de Highclere (saison 1, épisode 1).....	71
4.7 <i>Mercia bedroom</i> du château de Highclere dans <i>Downton Abbey</i> (saison 1, épisode 1).....	72
4.8 Stanhope bedroom du château de Highclere dans <i>Downton Abbey</i> (saison 1, épisode 3).....	72
4.9 Temple of Diana de Highclere Castle dans <i>Downton Abbey</i> (saison 1, épisode 3).....	73
4.10 <i>Old Grammar School</i> de Bampton Village.....	76

4.11	Bampton Church lors du tournage de <i>Downton Abbey</i>	76
4.12	<i>Cogges Manor Farm</i>	77
4.13	<i>Cogges Manor Farm</i> lors du tournage de <i>Downton Abbey</i>	78
7.1	Circuit « <i>The DOWNTON MILE</i> »... ..	133
7.2	Dépliants disponibles à Bampton Archive.....	134
7.3	Première approche du château de Highclere	139
7.4	Première image du générique d'ouverture	139
7.5	Jackdaws Castle et son panneau explicatif.....	140
7.6	Panneau du Jackdaws Castle	141
7.7	Photographies du tournage de <i>Downton Abbey</i> et certificat de naissance de Marigold à <i>Cogges Manor Farm</i>	144
7.8	Panneau explicatif sur la Deuxième Guerre mondiale à <i>Cogges Manor Farm</i>	145
7.9	The <i>Cogges Rag Rug</i>	146
8.1	Objets à l'effigie de <i>Downton Abbey</i> en vente à Bampton Archive.....	177
8.2	Artisanat en vente à Bampton Archive.....	178
8.3	Artisanat avec la mention « <i>Downton Abbey</i> » en vente à la boutique de <i>Cogges Manor Farm</i>	178
8.4	Objets avec la mention « <i>Downton Abbey</i> » en vente à la boutique de <i>Cogges Manor Farm</i>	179
8.5	Photographies du tournage de <i>Downton Abbey</i> dans la boutique du château de Highclere.....	179
8.6	Chandail <i>What a Weekend?</i> en vente à la boutique du château de Highclere.....	180
8.7	Produits inspirés par <i>Downton Abbey</i> en vente à la boutique du château de Highclere	181

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
3.1 Résumé du cadre d'analyse de la recherche.....	38
3.2 Résumé de la démarche méthodologique de la recherche.....	39
3.3 Liste complète des lieux de tournage de <i>Downton Abbey</i> (2010-2015) classés sites historiques en fonction de leur rôle dans la série télévisée historique.....	41
3.4 Opérationnalisation de la dimension de valeur patrimoniale.....	43
3.5 Grille d'analyse de la médiation en fonction de la forme de mise en tourisme.....	49
3.6 Éléments observables et méthodes de collecte de données selon la phase de médiation.....	50
3.7 Liste complète des sites patrimoniaux étudiés et leur site Internet.....	52
3.8 Résumé des types d'analyses employées en fonction des acteurs étudiés, des méthodes de collecte, des éléments observables et des données recueillies.....	58
4.1 Liste complète des sites patrimoniaux en ordre d'importance dans <i>Downton Abbey</i> (2010-2015).....	85
5.1 Liste complète des sites patrimoniaux selon les mesures de protections en place et leurs propriétaires.....	96
6.1 Liste des sites patrimoniaux selon la fréquence des évocations de <i>Downton Abbey</i> sur leur site Internet classés en ordre d'importance ...	104
6.2 Sites patrimoniaux en fonction du positionnement de l'information au sujet de <i>Downton Abbey</i> sur leur site Internet.....	109
6.3 Sites patrimoniaux en fonction de la mention d'autres équipes de tournage dans leur mise en communication.....	113

6.4	Liste des sites patrimoniaux en ordre d'importance en fonction d'un discours évoquant les valeurs patrimoniales et de la fréquence d'évocation d'un univers fictif dans la mise en communication.....	120
7.1	Liste des sites patrimoniaux en ordre d'importance en fonction de leur évocation d'un univers fictif et de valeurs patrimoniales dans la création de tours guidés.....	132
8.1	Liste des sites patrimoniaux en fonction des services offerts.....	169

LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

BAFTA	British Academy for Television Arts
COAM	Chiltern Open Air Museum
DCMS	Department for Culture, Media and Sport
HES	Historic Environment Scotland
IEH	Initiative des endroits historiques
IMDb	Internet Movie Database
OGD	Organisme de gestion de la destination
PDF	Portable document format
PBS	Public Broadcasting Service
SAG	Screen Actor Guild
SPAB	Society for the Protection of Ancient Buildings

RÉSUMÉ

Par cette recherche, je souhaite identifier et comprendre la manière dont le tournage d'une série télévisée historique à succès, tel que *Downton Abbey*, peut influencer la manière de mettre en tourisme un site patrimonial. De façon plus précise, je souhaite étudier une forme particulière de mise en tourisme, à savoir celle qui se construit dans un site patrimonial. Je m'intéresse donc plus particulièrement à la médiation du patrimoine, soit sa mise en communication, sa mise en exposition et sa mise en exploitation. L'objectif est de déterminer si la médiation, dans les sites patrimoniaux ayant servi de lieu de tournage, vise à mettre de l'avant la série télévisée historique ou si elle conserve plutôt un rôle plus traditionnel en mettant en exergue les valeurs patrimoniales. C'est par une analyse netnographique, ainsi que par l'observation directe lors de deux excursions que je fais la lumière sur ce questionnement. Au cours de cette recherche sur les sites patrimoniaux étant apparus à différents degrés dans *Downton Abbey*, j'observe qu'aucun d'entre eux ne présente une forme de mise en ciné-tourisme dans l'ensemble des trois phases de médiation. Plutôt, certains sites patrimoniaux profitent de cette nouvelle notoriété pour attirer des visiteurs et proposer des activités sur mesure pour les admirateurs de la série télévisée. De manière générale, il y a un fort éclectisme, qui est sans doute représentatif de l'organisation des sites patrimoniaux en Grande-Bretagne, quant à la manière de bénéficier de cette nouvelle notoriété. Néanmoins, je conviens des limites de cette recherche. En effet, s'agissant d'une étude de cas et d'une analyse qualitative, il n'est pas possible d'extrapoler ces résultats à l'ensemble des cas similaires. Toutefois, cette recherche permet d'avoir une meilleure compréhension du ciné-tourisme du point de vue des sites patrimoniaux.

Mots-clés : ciné-tourisme, tourisme, série télévisée historique, histoire, tourisme, patrimoine, valeurs patrimoniales, mise en tourisme

INTRODUCTION

Le tourisme est indéniablement devenu un phénomène de masse au cours de la deuxième moitié du XX^e siècle grâce entre autres à des avancées technologiques dans les transports (l'arrivée et l'amélioration des avions commerciaux, la popularisation de la voiture, etc.) et à une augmentation du niveau de vie, notamment chez une classe moyenne en croissance (meilleurs salaires, plus de temps libres et plus de vacances). D'environ 25 millions de touristes internationaux en 1950, ce nombre a atteint les 1 235 millions en 2016 (Organisation mondiale du tourisme, 2017, p.3).

Avec ce nombre croissant de touristes, l'industrie s'est adaptée aux changements de la demande et des attentes. En 1950, les acteurs touristiques appliquent les mêmes modèles que les autres industries. Par conséquent, le produit touristique des années 1950 est développé dans la logique fordiste. L'industrie prône alors la production massive de forfaits standardisés, attrayants pour le marché grand public qui recherche majoritairement le soleil et la mer (Apostolakis, 2003, p. 795).

Toutefois, dès les années 1970, ce modèle emprunté aux autres industries est remis en cause et un nouveau courant prend le contre-poids du modèle qui avait jusqu'alors été préconisé. Les acteurs touristiques s'affairent ainsi à mettre au point des produits touristiques qui répondent aux demandes d'une multiplicité de plus petits marchés de niche. Pour ce faire, l'industrie touristique favorise la création de produits plus diversifiés (Ioannides et Debbage, 1997, p. 230) afin de répondre au désir des touristes qui souhaitent réaliser des vacances « plus sophistiquées », se différencier de la masse et réaliser des expériences personnelles uniques et originales (Apostolakis, 2003, p. 796).

À cet effet, le courant expérientiel des années 1970 identifie le consommateur culturel comme étant « en quête de stimulation sensorielle, d'expériences émotionnelles, d'authenticité et d'immédiateté » (Bourgeon-Renault, 2010, p.6). Lors des années 1990, ce courant de pensée jumelé aux recherches en sociologie des consommations culturelles développe « le portrait d'un nouveau consommateur culturel » dont les activités se traduisent par un éclectisme qui allie la haute culture et la culture de masse (Bourgeon-Renault, 2010, p. 5-6).

C'est justement à cette jonction que je pose cette recherche : entre tourisme patrimonial et ciné-tourisme. D'un point de vue historique, le premier possède une filiation évidente à la haute culture, alors que le second s'ancre dans cette nouvelle vague de tourisme de niche.

Ainsi, dans le cadre de cette recherche, je cherche à identifier et à comprendre comment les séries télévisées historiques peuvent participer à la mise en tourisme de sites patrimoniaux. Précisément, je désire étudier une forme particulière de mise en tourisme, à savoir celle qui se construit dans un site patrimonial. Je m'intéresse donc spécifiquement à la médiation du patrimoine, soit sa mise en communication, sa mise en exposition et sa mise en exploitation. L'objectif est de déterminer si la médiation, dans les sites patrimoniaux ayant servi de lieu de tournage, vise à mettre de l'avant la série télévisée historique ou si elle conserve plutôt un rôle plus traditionnel en mettant en exergue les valeurs patrimoniales.

C'est par une analyse netnographique, ainsi que par l'observation directe lors de deux excursions que je fais la lumière sur ce questionnement. Néanmoins, je conviens des limites de cette recherche. En effet, s'agissant d'une étude de cas et d'une analyse qualitative, il n'est pas possible d'extrapoler ces résultats à l'ensemble des cas

similaires. Toutefois, cette recherche offre une meilleure compréhension du ciné-tourisme qui peut s'effectuer dans les sites patrimoniaux.

Le premier chapitre présente une revue de la littérature au sujet de deux formes de tourisme, soit le tourisme patrimonial et le ciné-tourisme. Ce chapitre me permet de poser une problématique à la confluence entre ces deux univers qui peuvent sembler, de prime abord, antagoniques.

Le second chapitre énonce les bases de cette recherche en proposant un cadre d'analyse comprenant les concepts de série télévisée historique, de site patrimonial et de mise en tourisme. Je présente ce dernier, soucieuse d'y inclure les enjeux spécifiques au patrimoine. Par conséquent, je développe ce concept en l'assimilant à la notion de médiation. Je définis en outre les valeurs patrimoniales qui sont mises de l'avant dans une telle approche. Ensuite, je propose une modélisation de ce cadre d'analyse qui me permet d'intégrer les perspectives des téléspectateurs, qui deviennent des ciné-touristes au moment de visiter les sites patrimoniaux, des touristes patrimoniaux et des dirigeants des sites patrimoniaux. Ce chapitre me permet donc de poser cette recherche dans un paradigme constructiviste et phénoménologique.

Le troisième chapitre présente une méthodologie de recherche qui est conséquente avec un tel positionnement. D'abord, je conçois une herméneutique de la mise en tourisme qui me permet de réaliser une analyse qualitative. J'explique, ensuite, la stratégie élaborée pour recueillir des données, soit, principalement, le recueil de données existantes, ainsi que l'observation directe, qui s'inscrit dans une étude de cas, soit la série télévisée historique de *Downton Abbey*. Je termine ce chapitre en examinant les limites soulevées par une telle stratégie de recherche.

Le quatrième chapitre me permet d'approfondir et de justifier le choix de l'étude de cas de cette recherche, soit la série télévisée historique de *Downton Abbey*. Je débute en résumant la structure et les intrigues principales de cette œuvre de fiction. Puis, je présente les distinctions entre réalité et fiction si particulière à ce genre singulier de production culturelle. Par la suite, j'expose de quelle manière la structure distinctive de *Downton Abbey*, ses intrigues et son réalisme historique expliquent la popularité de la série et ses répercussions nommées « *Downton Abbey effect* ». Enfin, je liste les sites patrimoniaux utilisés comme site de tournage et que j'étudierai dans le cadre de cette recherche.

Le cinquième chapitre met en contexte ces sites patrimoniaux qui se situent en Grande-Bretagne. D'abord, je présente la façon dont on traite le patrimoine en Grande-Bretagne. Puis, je commente les faits saillants du tourisme patrimonial et du ciné-tourisme en Grande-Bretagne.

Les sixième, septième et huitième chapitres correspondent respectivement aux trois sous-questions de la recherche, qui adressent les trois phases de la médiation, soit la mise en communication, la mise en exposition et la mise en exploitation. J'étudie et j'analyse de quelle manière *Downton Abbey* et les valeurs patrimoniales sont intégrées dans chacune de ces phases dans les sites patrimoniaux analysés. Pour ce faire, je me base sur le recueil de données existantes.

Le sixième chapitre expose spécifiquement la manière dont *Downton Abbey* est intégrée dans les sites Internet des sites patrimoniaux étudiés. Dans la première partie de ce chapitre, je me concentre sur l'évocation d'univers fictif dans la mise en exposition du patrimoine. Ainsi, j'analyse la fréquence et le positionnement de l'évocation d'univers fictif, qu'il s'agisse de *Downton Abbey* ou de toutes autres productions culturelles sur les sites Internet. Cette analyse me permet de confirmer que

les sites patrimoniaux sont des lieux de tournage privilégiés. Enfin, j'étudie le type d'information qui est présenté. Dans la seconde partie, je me concentre sur l'évocation des cinq valeurs patrimoniales, soit les valeurs culturelle/historique, esthétique, sociale, scientifique et spirituelle dans la mise en exposition.

Le septième chapitre présente de quelle manière *Downton Abbey* participe à la mise en exposition du patrimoine. Dans le cas particulier de cette phase de la médiation, je me base à la fois sur le recueil de données existantes, ainsi que sur mon observation directe. J'étudie spécifiquement l'impact de la série télévisée historique sur la création de parcours et la présentation des artefacts dans les sites patrimoniaux. De plus, j'ajoute la perspective des touristes, afin d'observer de quelle manière le contexte influence l'expérience des visiteurs et leur appropriation subséquente des lieux.

Le huitième chapitre est consacré à la compréhension de l'influence de *Downton Abbey* et tout autre univers fictif dans la mise en exploitation des sites patrimoniaux. À cet effet, je considère toutes formes de commercialisation d'un site patrimonial à l'exception des services de restauration. J'analyse donc l'intégration de *Downton Abbey* et des valeurs patrimoniales dans la création de forfaits et d'activités, dans les boutiques en ligne et *in situ*, ainsi que dans les produits qui y sont vendus. De surcroît, j'observe le même phénomène dans l'offre de location des sites patrimoniaux pour des événements spéciaux et à des fins de tournage.

CHAPITRE I

TOURISME PATRIMONIAL ET CINÉ-TOURISME

Dans ce chapitre, j'approfondis, d'abord, les liens entre tourisme et patrimoine. Puis, j'en fais ressortir les enjeux et la manière dont ils ont été étudiés jusqu'à présent. Ensuite, j'observe de quelles manières le ciné-tourisme a été abordé par les universitaires et les spécialistes. Enfin, je m'attarde plus spécifiquement à la confluence entre tourisme patrimonial et ciné-tourisme. Je constate la façon dont cette relation a été explorée jusqu'ici par les chercheurs, afin de proposer une recherche qui est à la fois originale et pertinente.

1.1 Le tourisme dans les sites patrimoniaux

En 2007, « [s]elon l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le voyage culturel et patrimonial représentait 40 % de l'ensemble du tourisme international » (Jamaa, 2011). Par conséquent, il est possible d'établir que les sites patrimoniaux, l'histoire et la culture sont des atouts majeurs pour les destinations touristiques.

En effet, pour plusieurs destinations, l'histoire est une ressource non négligeable. Néanmoins, tourisme et patrimoine n'ont pas toujours fait bon ménage. Réellement, les dirigeants de sites patrimoniaux percevaient, jusqu'à récemment, l'activité touristique comme un mal nécessaire afin de soutenir les causes plus nobles de conservation et d'éducation propre à leur organisation (Timothy, 2011, p. 305). Leurs

craintes et leurs préoccupations à cet effet concernaient la perte de l'intégrité du site patrimonial (Poria et Ashworth, 2009 cités dans Wong, 2015, p. 673).

Nonobstant cette popularité des sites patrimoniaux auprès des visiteurs, leurs dirigeants doivent se montrer innovants pour s'approprier une part du marché. En effet, les sites patrimoniaux voient leurs subventions publiques diminuées dans un marché de plus en plus concurrentiel (Leask, Fyall, et al., 2013; Leighton, 2007 cités dans Bąkiewicz *et al.*, 2017, p. 548-549). De fait, plusieurs études soulignent qu'à l'heure actuelle, l'offre touristique, en matière de sites patrimoniaux, surpasse la demande. Conséquemment, bien que celle-ci se soit accrue au cours des dernières années, la part de chacun reste relativement minime (Apostolakis, 2003, p. 798).

Néanmoins, les sites patrimoniaux privés doivent, comme toute autre entreprise, garantir leur autonomie financière (Timothy, 2011, p. 296). Les sites patrimoniaux gouvernementaux eux doivent généralement en assurer la protection et la conservation, ainsi que favoriser la création d'emplois et la stimulation de l'économie locale par le tourisme (Timothy, 2011, p. 296). De sorte, aujourd'hui, le tourisme dans les sites patrimoniaux est plus largement accepté par leurs dirigeants et l'apport des visiteurs est maintenant davantage intégré dans les pratiques managériales (Timothy, 2011, p. 305).

Ainsi, les sites patrimoniaux qui cherchent à obtenir davantage d'autonomie financière se tournent vers le marketing, bien qu'elles soient parfois réfractaires au fait d'incorporer « les moyens d'action et les stratégies traditionnels de la sphère des biens de grande consommation ou des biens industriels » (Bourgeon-Renault, 2010, p.5). Afin de rivaliser avec ce marché et trouver de nouvelles manières d'accroître leurs revenus, les dirigeants des sites patrimoniaux diversifient, entre autres, leur offre grâce à des produits moins traditionnels.

Autres que les frais d'entrée, le financement des sites patrimoniaux s'appuient sur les dons, la vente de produits complémentaires, les profits des restaurants, si le site en propose le service. Une pratique courante est aussi d'accueillir des événements spéciaux, comme des mariages durant la saison morte.

Les dirigeants des sites patrimoniaux peuvent également louer des espaces à des équipes de tournage. Dans les dernières années, au Royaume-Uni, la Greenwich Foundation pour le compte du Old Royal Naval College conseille même de recevoir au minimum un, voire deux, films à succès par année afin de subvenir aux besoins des sites patrimoniaux, que ce soit pour leur conservation ou pour l'amélioration des infrastructures d'accueil (Reynolds, 2016, p.49). Cette pratique n'est pas récente. En effet, l'utilisation de patrimoine bâti comme toile de fond dans des séquences filmiques est une méthode en application depuis les origines du cinéma avec des œuvres comme *Captured by Bedouins* (Olcott, 1912) et *Nosferatu eine Symphonie des Grauens* (Murnau, 1922) (Reynolds, 2016, p. 48). De surcroît, depuis les années 1980, la montée en popularité des films historiques a multiplié la présence de tels lieux sur le petit et le grand écran (Reynolds, 2016, p.48).

Cette transition à une approche axée sur le marketing et la diversification de l'offre ne se fait pas facilement pour autant. Les sites patrimoniaux ont des enjeux qui leur sont propres. Concrètement, ces derniers diffèrent d'autres formes d'attractions touristiques qui leur font concurrence en regard à leurs buts et à leurs objectifs notamment (Bąkiewicz et al., 2017, p.548-549). Il s'agit donc d'un défi supplémentaire pour les conservateurs et les dirigeants de sites patrimoniaux qui doivent, parfois pour assurer leur survie, trouver une façon d'accommoder la multiplicité des motivations associées au tourisme patrimonial, tout en défendant des missions de conservation et d'éducation qui leur sont inhérentes.

1.2 Ciné-tourisme : l'état de la question

Un exemple de ces transformations et de cette adaptation à un nouveau marché est l'arrivée des ciné-touristes dans les sites patrimoniaux. En effet, ces derniers se présentent en masse dans les sites patrimoniaux et autres lieux de tournage en raison notamment de leur apparition à l'écran. Néanmoins, cette arrivée massive de visiteurs avec des motivations particulières inquiète parfois les dirigeants des sites patrimoniaux. Beeton (2001 et 2004, citée dans Bakiewicz *et al.*, 2017, p. 560) évoque, à cet effet, la possibilité que ce type de touristes remplace les visiteurs traditionnels (touristes patrimoniaux). Les ciné-touristes ne sont pas tous des habitués des sites patrimoniaux. Conséquemment, aux yeux des dirigeants, ils sont plus susceptibles d'être irrespectueux envers la valeur et la signification historique des lieux. De surcroît, les dirigeants et les conservateurs des sites patrimoniaux craignent qu'ils ne prennent pas conscience qu'il s'agit de ressources irremplaçables et qu'ils agissent parfois d'une manière qui soit incongrue avec l'esprit des lieux. À titre d'exemple, Bakiewicz *et al.* (2017, p.560) relèvent le comportement irrespectueux de certains visiteurs de la Rosslyn Chapel, qui s'est fait connaître notamment en raison de sa présence dans l'univers du roman à succès adapté au cinéma, *Da Vinci code* (Columbia Pictures, Imagine Entertainment et Skylark Productions, 2006).

Cette nouvelle vague de touristes au sein des sites patrimoniaux me pousse à me poser de nombreuses questions. Est-ce que les nouveaux touristes — ces mêmes touristes qui représentent un poids considérable ans le marché des sites patrimoniaux — sont les seuls responsables de cette incongruité entre leurs comportements et le lieu dans lequel ils se trouvent ? Certainement, les dirigeants des sites patrimoniaux ont leur rôle à jouer dans la transmission de l'importance historique des lieux dans lesquels ces

visiteurs nouvellement convertis, qu'ils soient ciné-touristes ou autres, se trouvent. Néanmoins, comment celui-ci se traduit-il concrètement sur le terrain ?

Évidemment, cette cohabitation entre touristes traditionnels et ciné-touristes pose des dilemmes intéressants. Parmi ces derniers : comment satisfaire cette nouvelle vague de touristes tout en respectant les attentes d'autres visiteurs plus traditionnels ? Comment profiter de l'engouement, possiblement éphémère, créé par l'apparition à l'écran d'un site patrimonial, tout en s'assurant de la pérennité du produit offert aux visiteurs ?

C'est donc à cette intersection entre ciné-tourisme et site patrimonial que je souhaite poser ma recherche. Bien que les recherches sur le tourisme patrimonial soient assez nombreuses, celles qui se concentrent sur les sites patrimoniaux qui ont servi de lieux de tournage et qui cherchent à comprendre l'impact de cette utilisation sur leur mise en tourisme le sont beaucoup moins.

Dans cette section du chapitre, je présente, d'abord, de manière générale ce qui a été écrit à ce jour au sujet de la relation entre cinéma/télévision et le tourisme. Pour ce faire, je retrace les origines de cette thématique dans différents domaines de recherche. Puis, je m'attarde à la littérature qui étudie la relation entre le patrimoine et le cinéma ou la télévision et encore plus précisément les séries télévisées historiques. Mon objectif est d'observer ce qui fait aujourd'hui consensus, tout comme ce qui ne le fait pas, ainsi que ce qui semble avoir été omis dans les recherches sur ciné-tourisme afin d'en dégager une problématique de recherche qui est à la fois originale et pertinente.

La relation entre cinéma/télévision et tourisme est étudiée depuis plus de vingt ans. Précisément, c'est en 1998 que Riley, Van Doren et Baker publient un article intitulé « *Movie induced tourism* » dans lequel ils observent l'influence du cinéma sur le choix

d'une destination et analysent la forme de tourisme qui en découle. Beeton (2000) a, par la suite, développé le concept de *Film-induced tourism*, afin d'y intégrer plus facilement le tourisme émanant du visionnement d'un produit tant cinématographique que télévisuel, mais en écartant les films publicitaires. Plusieurs auteurs anglophones continuent d'ailleurs d'utiliser cette locution (Beeton, 2005 ; Busby, Huang, et Jarman, 2013 ; Hahm et Wang, 2011). En français néanmoins, les auteurs choisissent plutôt l'expression « ciné-tourisme » (Lapompe-Paironne, 2011 ; Lizotte & Grenier, 2011 ; Vergopoulos et Bourgatte, 2011).

Ce n'est pas que l'appellation du phénomène qui pose problème chez les chercheurs, c'est aussi ce en quoi consiste cette relation (film/tourisme). En effet, au début des années 2000, des critiques se sont élevées concernant les limites du rôle qu'on accorde aux films en tourisme (Beeton, 2005 ; Roesch, 2009). Deux perspectives sur la question émergent donc, soit une vision plus restrictive et étroite et une autre plus large et plus inclusive.

Dans la version initiale des études sur la relation entre cinéma/télévision et tourisme les auteurs circonscrivent alors l'influence du film à la visite exclusive des lieux de tournage (Grenier, 2011, p. 80). À l'origine, les auteurs sur le sujet étudiaient la visite de lieux de tournage que ce soit des sites éphémères dans des lieux réels ou des studios.

Néanmoins, une version plus récente de la compréhension du phénomène permet d'y ajouter plusieurs autres activités. En effet, selon Grenier (2011, p. 80) il faut l'élargir pour inclure « l'ensemble des activités liées à l'industrie du film (cinéma/télévision) auxquelles participe un touriste dans le cadre d'un voyage ». En effet, Grenier (2011, p. 81) souligne l'importance des activités liées aux communautés d'admirateurs (*fandom*), telles que les colloques spécialisés, les festivals de genre, le repérage de

célébrités, etc. Il compte aussi la visite de parcs thématiques parmi les activités ciné-touristiques. Bolan *et al.* (2011) ajoutent également la *displacement theory*. Celle-ci permet d'expliquer le phénomène par lequel le lieu que les producteurs ont voulu représenter dans le film attire des touristes, alors que, véritablement, le lieu de tournage se trouve à un autre endroit.

De sorte, le *film-induced tourism*, le *TV-induced tourism* (Han et Lee, 2008), le *Drama-induced tourism* (Bagnoli, 2015) ou son équivalent approximatif francophone « ciné-tourisme » consiste en un ensemble d'activités diverses qui ont comme point commun le fait d'avoir été inspirées ou encouragées par une production télévisuelle ou cinématographique.

À cet effet, il faut toutefois mentionner que les études en langue française constituent une très maigre part du corpus (Lizotte et Grenier, 2011, p. 73). À ce jour, l'expression ciné-tourisme englobe donc l'influence des films compris au sens large, soit des « série[s] d'images organisées autour d'une structure narrative, accompagnée[s] de sons d'ambiance, de musique et de dialogues » (Grenier, 2011 : p.79), mais substitue au terme inclusif « film » un de ses sous-genres, le cinéma. Grenier (2011, p.79) justifie d'ailleurs l'utilisation de cette locution par l'absence d'un terme plus adéquat en français.

Néanmoins, toutes langues et typologies confondues, le cinéma a fait l'objet de beaucoup plus de recherches que les productions télévisuelles. En effet, bien que Grenier (2011) tente d'intégrer la télévision au concept de ciné-tourisme, il en relaie toujours son importance au second plan. Parfois, il juxtapose le terme « télévision » entre parenthèses à celui de cinéma, alors que d'autres fois il l'omet complètement.

Pourtant, Grenier (2011, p.86) note lui-même que le pouvoir des séries télévisées peut être plus puissant que celui du cinéma, du moins en ce qui concerne le tourisme. Il mentionne à cet effet comment même plusieurs années après la fin de leur diffusion originale, certaines séries télévisées continuent de générer des activités touristiques (Grenier, 2011, p.86). Grenier (2011) est toutefois le seul auteur francophone, à mettre autant de l'avant leur influence. Puisque les productions télévisuelles ont été largement mises de côté dans la littérature au sujet du ciné-tourisme, je souhaite m'y consacrer dans le cadre de ce mémoire.

De manière générale, les éléments définitionnels du ciné-tourisme sont depuis longtemps analysés et répertoriés. Les différentes études sur le sujet sont aussi nombreuses. Précisément, ces études ont tendance à évaluer, calculer et quantifier l'impact d'un tournage sur le tourisme.

En effet, depuis 1990 et jusqu'à récemment, ces travaux se sont concentrés sur le calcul des impacts potentiels pour les villes ou pour les plus petites communautés qui acceptent d'accueillir les équipes de tournage sur leur territoire. Ainsi, les impacts économiques ont été largement étudiés (Hahm et Wang, 2011 ; Li *et al.*, 2016 ; Lizotte et Grenier, 2011).

Par conséquent, la croissance économique découlant de l'activité touristique pour des lieux présents à l'écran peut être considérée comme un fait acquis. De sorte, il est possible de postuler que l'apparition à l'écran de lieux, de bâtiments et de paysages de tout genre peut être le catalyseur motivant le choix d'une destination. Comme le souligne Grenier et Lizotte (2011 : p.74) « [e]n fait, aujourd'hui, personne ne doute des liens causaux des effets du cinéma sur le tourisme ». Les études en ce sens avaient souvent comme objectif d'aider les organismes de gestion de la destination (OGD) et les gouvernements à concevoir des plans stratégiques de développement touristique.

De manière plus large, ces recherches étudient aussi l'impact du ciné-tourisme sur les communautés locales (Beeton, 2000 ; Busby, Huang, et Jarman, 2013 ; Yoon, Kim, et Kim, 2015). Yoon *et al.* (2015) s'attardent entre autres à comprendre comment le ciné-tourisme affecte la perception des résidents en termes économiques, socioculturels et environnementaux. Conséquemment, ce qu'on observe c'est la façon dont le ciné-tourisme peut entraîner une trop grande affluence de touristes dans leurs rues ce qui pourrait gêner les locaux. On étudie aussi l'empreinte écologique, qu'une telle activité produit. Les chercheurs analysent les retombées perçues comme positives de la part des locaux, dont l'amélioration de l'image de la communauté, de la qualité de vie et l'opportunité de vivre une expérience culturelle (Yoon *et al.*, 2015). L'impact du cinéma et de la télévision sur la culture (Martin-Jones, 2014 ; Papadimitriou, 2006 ; Rains, 2003) a été étudié dans une moins large mesure. Les auteurs qui s'attardent à cet aspect du ciné-tourisme s'intéressent notamment à la question de l'identité des populations présentées au cinéma et dans les productions télévisuelles (Iordanova, 2007 ; Staszak, 2011 ; Sydney-Smith, 2006).

Peu à l'exception de Schofield (1996), Bryon-Portet (2011) ainsi que Vergopoulos et Bourgatte (2011) s'intéressent à la manière dont la mise en tourisme qui suit le tournage d'une production va changer les représentations d'un lieu. En fait, seuls Vergopoulos et Bourgatte (2011, p. 99) examinent de front la « relation entre des univers narratifs et des espaces topographiques » et vont analyser le phénomène de « mise en ciné-tourisme ». Selon eux, « il existe une pratique d'écriture ciné-touristique engendrée à la fois par les lieux, les films qui les convoquent et les dispositifs de médiation qui les mettent en relation » (Vergopoulos et Bourgatte, 2011, p. 99). Néanmoins, ils s'intéressent plutôt à la transformation « d'espaces de pratiques ordinaires » « qui ont su trouver une *existence autre* à travers des œuvres de fiction »

(Vergopoulos et Bourgatte, 2011, p. 99). Ils ne prennent donc pas en considération les lieux qui avaient une carrière touristique bien avant leur apparition à l'écran.

Le point de vue analysé est généralement celui de la demande touristique, tel que les communautés d'admirateurs (Grenier, 2011 ; Kim *et al.*, 2007 ; Roesch, 2009) ou encore des touristes qui se laissent inspirer par le cinéma ou la télévision pour choisir et visiter certaines destinations et attractions touristiques. En ce sens, Saidi (2010, p. 9) note que le tourisme culturel, de manière générale, « a été le plus souvent étudié sous l'angle des attentes, des motivations et des perceptions » des touristes. Toujours selon cet auteur (Saidi, 2010, p. 9-10), cette manière d'appréhender et d'étudier le tourisme tirerait ses origines des organisations internationales non gouvernementales qui considèrent traditionnellement les touristes et les populations locales.

Dans cette représentation binaire, rares sont ceux qui se concentrent sur les acteurs touristiques (Smith, 2014) et qui visent une compréhension culturelle du phénomène ciné-touristique. Encore plus rares sont ceux qui se concentrent sur les acteurs touristiques de sites patrimoniaux et les représentations qu'ils projettent. Bąkiewicz *et al.* (2017, p. 548 -549) mentionnent, à cet effet, le manque de recherche au sujet des problématiques managériales qu'imposent le ciné-tourisme pour les dirigeants de sites patrimoniaux.

1.3 Les enjeux du ciné-tourisme dans les sites patrimoniaux

Dans la section précédente, j'ai exposé la manière dont les chercheurs ont présenté le ciné-tourisme comme une forme spécifique de tourisme au cours des années 1990. J'ai mis en lumière le fait que les études portant sur le ciné-tourisme avaient généralement pour objectif d'observer l'impact d'une telle activité notamment sur l'économie, mais

aussi sur les préoccupations récurrentes des spécialistes en tourisme, soit les impacts sur l'environnement et les communautés hôtes chez lesquelles elle s'effectue.

Plutôt que de s'attarder à réaliser une étude d'impact à proprement parler, je souhaite observer la manière dont se construit la mise en tourisme de sites patrimoniaux ayant servi de lieux de tournage. Pour ce faire, je me concentre sur un type spécifique de ciné-tourisme, soit celui se déroulant dans un site patrimonial et découlant du visionnement de séries télévisées historiques.

La littérature sur le ciné-tourisme est vaste, mais ce genre de point de vue qui analyse comment l'offre ciné-touristique se construit en regard à des préoccupations patrimoniales l'est beaucoup moins. En effet, les auteurs qui s'y sont attardés se sont peu écartés du discours usuel sur l'attractivité (Frost, 2006, p. 248) puisque les films historiques (télévisuels et cinématographiques) sont perçus comme permettant de renforcer l'aspect original, nostalgique et idyllique de régions et de sociétés rurales et que ces qualités sont généralement utilisées pour promouvoir une destination touristique. Par conséquent, ces études ont habituellement pour objectif d'évaluer l'impact économique qu'un tel film a sur une destination ou sur un site patrimonial en particulier.

Selon Frost (2006, p.248) néanmoins si la question de l'attractivité des destinations est largement étudiée, l'enjeu de l'image des destinations l'est moins. Toutefois, il en existe quelques exemples. Winter (2002) notamment observe les tensions créées entre les images représentées dans le film *Lara Croft : Tomb Raider* (West, 2001) et les valeurs patrimoniales du Temple d'Angkor Wat. Cependant, bien que le film *Lara Croft : Tomb Raider* (West, 2001) présente de nombreuses images de sites patrimoniaux, il ne s'agit pas à proprement parler d'un film historique. Conséquemment, les acteurs touristiques n'ont pas à manier différentes trames

historiques, soit une qui correspond au véritable déroulement des événements historiques, tels qu'ils sont relatés par les historiens professionnels et une autre qui provient d'un imaginaire historique s'appuyant sur une part d'éléments fictifs se confondant facilement avec le réel. La trame narrative ne s'intègre pas dans un récit à caractère historique qui risque de se mélanger avec la réalité. En effet, les téléspectateurs et les ciné-touristes comprennent généralement qu'il s'agit d'une œuvre de fiction.

Néanmoins, quelques auteurs ont abordé les films historiques. Pour Frost (2006, p. 248), la littérature au sujet du tourisme provoqué par des films historiques a fait émerger deux problématiques.

D'abord, de tels films génèrent principalement un type de tourisme soit le tourisme patrimonial. Au contraire d'autres genres de films, leur caractère historique constitue un attrait important pour les ciné-touristes qui ne sont pas simplement attirés par une belle prise de vue. De sorte, les films historiques peuvent provoquer le désir de visiter des lieux qui n'ont été que très peu présentés à l'écran (Frost, 2006, p.248). Par exemple, le site historique de la Bataille de Culloden en Écosse est devenu populaire dans les dernières années. En effet, les ciné-touristes qui apprécient la série télévisée historico-fantastique *Outlander* (Left Bank Pictures *et al.*, 2014-) dans laquelle sont présentés les événements menant à la confrontation finale entre les jacobites et les loyalistes visitent le lieu de cette bataille, bien qu'il n'ait pas été filmé à cet endroit.

Puis, les films historiques présentent parfois des histoires qui sont déjà connues du public et des potentiels ciné-touristes. Par conséquent, ils peuvent acquérir les connaissances à leur sujet par d'autres moyens, comme des livres d'histoire (Frost, 2006, p. 248). Alors, les attentes de tels ciné-touristes peuvent être influencées par ces sources supplémentaires d'information. La question de l'authenticité d'un point de vue

historique s'applique autant aux films qu'aux voyageurs qui font la promotion des destinations (Frost, 2006, p.248). Edensor (1997) s'intéresse d'ailleurs aux lieux commémoratifs et à la manière dont les différentes formes de mémoire s'y rencontrent et s'opposent. Les films historiques en sont une illustration flagrante selon lui. Il prend l'exemple du film *Braveheart* (Gibson, 1995) pour éclairer son propos. Il note que les stéréotypes romantiques de ce genre d'œuvres empêchent une représentation progressive de l'histoire et des nationalités. En effet, Edensor (1997) suggère qu'un film comme *Braveheart* (Icon Productions, 1995) renforce plutôt une vision négative et archaïque de la société écossaise.

Néanmoins, il me semble que pour les dirigeants des sites patrimoniaux, les séries télévisées historiques peuvent aussi servir de tremplin formidable pour informer à la fois les sériephiles et les amateurs d'histoire. En effet, les dirigeants doivent également s'assurer de préserver les sites patrimoniaux et renseigner le public. Conséquemment, ils ont un rôle à jouer quant à la transmission de la connaissance historique. Toutefois, étudier et analyser comment ces séries télévisées historiques peuvent servir d'outil de médiation dans un contexte touristique, cela n'a toujours pas été réalisé.

1.4 Mise en ciné-tourisme des sites patrimoniaux

Dans ce chapitre, j'ai présenté les enjeux inhérents aux sites patrimoniaux, tels que les rôles de conservation et d'éducation. J'ai aussi évoqué les dilemmes provoqués par l'apport nécessaire des visiteurs des sites patrimoniaux en raison, entre autres, des forts besoins financiers de ces lieux. J'ai ensuite expliqué de quelle manière les dirigeants des sites patrimoniaux sont maintenant plus ouverts à adopter des approches marketing et à diversifier leur offre afin de faire face à la concurrence. De sorte, j'ai présenté le fait d'accueillir des équipes de tournage dans les sites patrimoniaux comme une avenue possible. Dans ce contexte, j'ai noté comment les dirigeants de sites

patrimoniaux pouvaient tenter de tirer profit de l'engouement suscité par le passage d'une équipe de tournage. Pour ce faire, j'ai passé en revue les éléments définitionnels du ciné-tourisme, ainsi que les études à ce sujet depuis les vingt dernières années.

De manière générale, il est possible de constater que, malgré l'abondance d'études sur le ciné-tourisme (Bagnoli, 2015; Bakiewicz *et al.*, 2017; Beeton, 2000; 2005; Bryon-Portet, 2011; Bolan *et al.*, 2011; Busby, Huang et Jarman, 2013; Edensor, 1997; Frost, 2006; Hahm et Wang, 2011; Han et Lee, 2008; Iordanova, 2007; Kim *et al.*, 2007; Lapompe-Paironne, 2011; Li *et al.*, 2016; Lizotte et Grenier, 2011; Martin-Jones, 2014; Papadimitriou, 2006; Rains, 2003; Roesch, 2009; Schofield, 1996; Smith, 2014; Staszak, 2011; Smith, 2014; Sydney-Smith, 2006; Van Doren et Baker, 1998; Vergopoulos et Bourgatte, 2011, Yoon *et al.*, 2015), il y a encore plusieurs lacunes quant aux connaissances qui existent sur le phénomène. Il y a un manque de clarté sur ce qui caractérise fondamentalement des activités ciné-touristiques. À cet effet, il y a une rareté d'études en français. Il y a aussi peu d'études qui s'attardent spécifiquement aux productions télévisuelles. De plus, malgré l'abondance apparente d'études sur le sujet, en langue anglaise notamment, peu d'entre elles s'écartent d'un calcul d'impact soit économique, environnemental ou social. D'ailleurs, puisque les recherches ont généralement des visées pragmatiques, peu se sont intéressés à la manière dont les acteurs touristiques ont concrètement traduit cette présence à l'écran (Schofield, 1996; Bryon-Portet, 2011 et Vergopoulos et Bourgatte, 2011).

Vergopoulos et Bourgatte (2011) représentent une forme d'exception, à cet effet, puisqu'ils nomment spécifiquement la « mise en ciné-tourisme ». Néanmoins, leurs terrains de recherche ne concernent pas des lieux qui ont une carrière touristique au préalable. Ils ne s'intéressent donc pas à des sites patrimoniaux qui, comme je l'ai mentionné, comportent un ensemble d'enjeux managériaux qui leur sont propres. À

savoir s'il existe une pratique d'écriture ciné-touristique dans les sites patrimoniaux n'a, par conséquent, pas été étudié.

Dans cet ordre d'idée, les séries télévisées historiques et le ciné-tourisme qui en résultent semblent être un terrain de recherche intéressant dans la mesure où ils multiplient ces rapports au passé qui façonnent notre interprétation du patrimoine. Cette intégration d'une écriture ciné-touristique au sein des sites patrimoniaux présente, en effet, des dilemmes importants aux dirigeants des sites patrimoniaux. Ceux-ci cherchent, d'une part à satisfaire les ciné-touristes et d'une autre part, à être fidèles à la connaissance historique.

Ainsi, dans le cadre de cette recherche, je souhaite m'attarder à la manière dont les séries télévisées historiques participent à la mise en tourisme de sites patrimoniaux. Je suggère d'apporter une meilleure compréhension au phénomène ciné-touristique. Pour ce faire, je porte mon attention sur la mise en tourisme proposée dans les sites patrimoniaux ayant servi de lieux de tournage à une série télévisée historique en considérant spécifiquement les différentes phases de la médiation.

De manière plus précise, je souhaite :

1. Examiner de quelle manière le tournage d'une série télévisée participe à la mise en communication des sites patrimoniaux dans lesquels ils sont filmés ;
2. Évaluer, ensuite, comment ce tournage transforme leur mise en exposition ;
3. Comprendre, enfin, leur influence sur leur mise en exploitation.

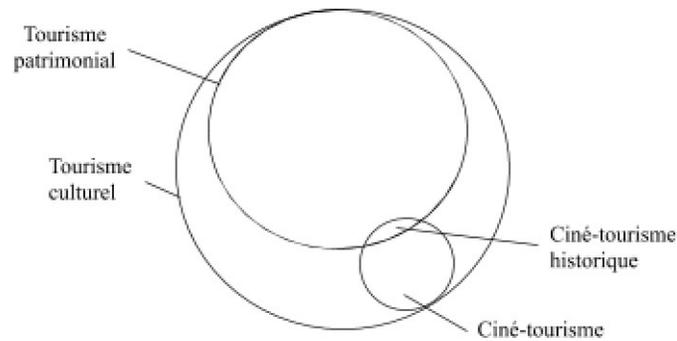
Les prochains chapitres me permettent de circonscrire ma recherche dans une approche constructiviste et phénoménologique, ainsi que de proposer un cadre méthodologique conséquent.

CHAPITRE II

CADRE D'ANALYSE

Le chapitre précédent m'a permis de poser ma recherche à l'intersection entre ciné-tourisme et tourisme patrimonial. Plutôt que de m'intéresser à l'ensemble des activités ciné-touristiques, dans ce mémoire, je me penche sur la mise en ciné-tourisme historique (Figure 2.1).

Figure 2.1 Convergence entre tourisme patrimonial, tourisme culturel et ciné-tourisme



Source : Lamothe, 2020

Ce chapitre présente les trois concepts principaux de la problématique de cette recherche, soit les séries télévisées historiques, les sites patrimoniaux et la mise en tourisme. Je démontre comment ils s'inscrivent dans une perspective constructiviste et phénoménologique. Ce modèle permet d'apprécier les liens entre les séries télévisées historiques, les sites patrimoniaux et leur mise en tourisme, et ce, tout en

permettant de comprendre le rôle du touriste et des autres acteurs touristiques dans celui-ci. Précisément, il permet de constater l'influence d'une série télévisée historique (tournage et diffusion) sur la mise en tourisme de sites patrimoniaux ayant servi de sites de tournage pour celle-ci. Ce modèle n'est pas la traduction d'une structure explicative. Au contraire, son objectif est de proposer une grille d'analyse afin de comprendre les différentes formes de mise en tourisme possible dans de tel cas.

2.1 Séries télévisées historiques

Je porte d'abord mon attention sur les séries télévisées historiques afin de comprendre comment elles participent à la mise en tourisme des sites patrimoniaux dans une perspective phénoménologique et constructiviste. Au préalable, je présente les aspects singuliers des séries télévisées. Puis, je pose les balises de ce qui permet de qualifier une série télévisée d'*historique*. Par la suite, je mets en exergue le rôle du récepteur dans le visionnement de tel contenu.

Dans le cadre de ce mémoire, je privilégie l'utilisation de la paraphrase *série télévisée*, plus internationale au canadianisme *téléserie*. Néanmoins, je considère qu'il s'agit de synonymes. Boucher *et al.* (2016, p. 19) jugent que quatre critères subsistent et servent à circonscrire ce qu'ils appellent les téléséries :

[l]e temps long de la [série télévisée] qui se développe dans la durée, épisode après épisode et, encore, saison après saison, s'avère sans doute la particularité la plus significative qui la distingue des autres productions culturelles. [...] La connaissance du milieu évoqué, le développement des personnages secondaires et la complexité des intrigues [en] forment les trois autres caractéristiques.

En effet, dans la série télévisée, il y a une forme de continuité entre les épisodes en regard à l'histoire, aux personnages ou au thème (Carrazé, 2007, p.10). De sorte, cette suite d'épisodes permet de circonscrire l'utilisation du terme « série ».

L'adjectif « télévisuel », quant à lui, comporte quelques complexités. En réalité, aujourd'hui, il est de plus en plus difficile de marquer une différence entre petit et grand écrans, l'un empruntant à l'autre type d'écriture, longueur du récit, médium d'écoute, diffusion et budget, pour ne nommer que ceux-là. Pour Boucher *et al.* (2016, p.9-10) bien que « [l]a télésérie] s'inscrit dans un prolongement de l'art cinématographique [,] [...] [elle] participe d'un registre différent de celui de l'industrie cinématographique. » En ce sens, il existerait une façon de faire qui soit propre à l'industrie télévisuelle et qui ne serait pas limitée à son support : de la même manière qu'un film peut être visionné sur un écran d'ordinateur ou de télévision sans en perdre ses caractéristiques « cinématographiques ». D'ailleurs, les productions télévisuelles ont aussi fait face à cette réalité dans les dernières années en raison notamment de la multiplication des plateformes de visionnement sur Internet et de leur croissance en popularité. Parallèlement, les productions télévisuelles se sont en outre séparées de leur support original qu'était la télévision grâce à la multiplication des écrans : ordinateurs, téléphones intelligents, tablettes électroniques et autres (Boucher *et al.*, 2016, p.16). Les différentes productions télévisuelles ont ainsi pu se soustraire aux structures traditionnelles des chaînes câblées qui pouvaient imposer des pauses publicitaires et des plages horaires précises. Nonobstant ces changements, Boucher *et al.* (2016, p.16) considèrent tout de même l'aspect éminemment télévisuel de ces productions. Cette acceptation de l'adjectif télévisuel pour désigner celles-ci est aussi présente chez Delavaud *et al.* (2011, p.33) et Esquenazi (2009, p.13). Une série télévisée n'est donc pas celle qu'on écoute à la télévision, mais consiste plutôt en une production culturelle et artistique qui répond à un langage et à des codes propres à l'industrie de la télévision.

Chaque épisode d'une même série télévisée est habituellement d'une durée équivalente, soit d'environ vingt, quarante ou soixante minutes. Au contraire, d'une série cinématographique, telle que les récents films de l'univers Marvel ou encore, la série de films *Harry Potter* (Warner Bros., 2001-2011), il ne faut pas attendre plusieurs mois, voire plusieurs années entre les épisodes d'une série télévisée. Plutôt, les grands diffuseurs transmettent généralement un épisode par semaine jusqu'à la conclusion d'une saison. Chaque saison contient habituellement de cinq à vingt-quatre épisodes. Puis, il y a une période de latence d'environ un an, en fonction des besoins de la production, avant la parution de la saison suivante, ce qui crée un certain suspense chez les téléspectateurs.

La série télévisée se définit donc comme une production télévisuelle de fiction articulée autour d'une histoire, de personnages et/ou de thème récurrents « qui se déroule en plusieurs épisodes d'une durée généralement équivalente (Carrazé, 2007, p.10) et qui sont diffusés périodiquement (généralement hebdomadairement).

La série télévisée historique est un sous-genre des séries télévisées. Peu d'auteurs néanmoins ont cherché à en définir ses limites et ses caractéristiques. Je propose ainsi de m'appuyer sur des éléments définitionnels de Boucher (dans Boucher *et al.*, 2016), qui présente spécifiquement ce sous-genre, et de Pomian (1999), qui s'attarde plutôt au roman historique, mais qui, selon moi, expose les éléments fondamentaux de ce qui constitue une œuvre historique.

Au sujet de *Mad men* (Weiner Bros *et al.*, 2007), une série télévisée qui appartient à ce sous-genre, Boucher (dans Boucher *et al.*, 2016, p.51) mentionne que « la série s'attache à reproduire minutieusement l'univers de l'époque tout en avançant une réflexion critique sur le sens de l'histoire. » C'est cette réflexion critique qui est

importante pour comprendre le fondement du sous-genre *historique*. En ce sens, il ne s'agit pas que de poser la trame narrative de la série télévisée dans le passé pour la qualifier d'historique. Une série télévisée comme *Stranger things* (The Duffer Brothers, 2016-) bien qu'ancrée dans une forme de nostalgie des années 1980 ne correspond pas malgré cela au sous-genre historique. Tout comme, une comédie, comme *That's '70s show* (The Carsey-Werner Company, 1998-2006), n'entre pas dans cette catégorie puisque l'époque dans laquelle les personnages évoluent ne sert pas à apporter une critique ou un nouveau regard sur la période historique.

La série télévisée historique n'est pas pour autant un documentaire. En effet, tel que je l'ai déjà décrit, il s'agit plutôt d'une œuvre de fiction. Pomian (1999, p.18) concède aussi une part de fiction au roman historique. Selon lui, le roman historique est d'ailleurs un des exemples qui démontrent la complexité des rapports entre l'histoire et la fiction (Pomian, 1999, p. 18). À cet effet, il dresse une liste de ce qui permet de caractériser un roman d'*historique*. D'abord, il note que l'intrigue doit se situer dans le passé. Une telle distance temporelle doit être perceptible par le lecteur et rendue explicite par l'auteur. À cette fin, l'auteur doit réaliser des emprunts à une réalité « extraromanesque ». En d'autres termes, l'auteur doit décrire un passé qui est fidèle à la réalité historique, à des faits reconnus, à des événements marquants, etc.

À cet effet, Pomian (1999, p.19) mentionne que l'auteur d'un roman historique doit veiller à représenter fidèlement la société et les artefacts parmi lesquels les protagonistes évoluent. Pomian (1999, p.19) met aussi en exergue l'importance d'appliquer cette même fidélité quant à la psychologie de ces derniers. De plus, en ce qui concerne les éléments romanesques, puisqu'il y en a toujours dans le roman historique, elle doit être plausible, « elle ne [doit] pas [contredire] les résultats de la connaissance, mais s'y intègre[r] sans suture visible, comme si elle n'était pas une

fiction, tout en multipliant des clins d'œil et des indices qui la dévoilent en tant que telle » (Pomian, 1999, p.22).

Une série télévisée historique peut donc être définie comme une œuvre fictive, qui se déroule dans un passé, qui est fidèle à la réalité historique, et qui porte « une réflexion critique sur le sens de l'histoire » (Boucher, dans Boucher *et al.*, 2016, p.51).

La popularisation de ce genre à la télévision a été largement critiquée par de nombreux historiens (De Groot, 2006, p. 396). La question de l'authenticité historique était souvent voire toujours au cœur de ses débats (De Groot, 2006, p. 396). En effet, les détracteurs de ce type de productions culturelles estiment que le fait de vouloir présenter l'histoire à un aussi grand public rend nécessaire le fait de la simplifier et même de la déformer (Evans, 2002, p. 15 cité dans De Groot, 2006, p.396). De ce point de vue, la réalité historique est trop complexe pour être communiqué à un large public. Précisément, selon les détracteurs du genre, l'histoire devrait rester entre les mains des historiens (Groot, 2006, p.396).

Boucher (2016 dans Boucher *et al.*, 2016, p.59) observe d'ailleurs que des représentations caricaturées sont souvent utilisées dans les séries télévisées historiques pour des raisons esthétiques. Ces représentations servent à créer une image pittoresque d'une époque. Ainsi, elle suggère de considérer certaines scènes de celles-ci comme des « cartes postales historiques ». Le tourisme emploie le même genre de méthodes. Selon Dann (1994, cité dans Bąkiewicz, 2017, p.552), les images présentées pour publiciser, promouvoir et essentiellement construire les expériences patrimoniales ont recours à des symboles qui visent à décomplexifier, voire à simplifier le passé. En réalité, ce genre de pratique est caractéristique, selon lui, du monde des loisirs et du divertissement. L'objectif en est de rendre les sites patrimoniaux et les méthodes d'interprétation notamment plus attractives pour les visiteurs. Les recherches de Pan

et Ryan (2011, cité dans Bąkiewicz *et al.*, 2017, p.552) ont d'ailleurs démontré que les médias ont la capacité de promouvoir une vision particulière en matière de conservation, ainsi que d'accroître la conscience de la valeur du patrimoine présentée. De plus, de tels produits médiatiques auraient aussi un pouvoir sur la manière dont le patrimoine est, par la suite, reproduit, commercialisé et vendu (Caton et Santos, 2007, cité dans Bąkiewicz, 2017, p.552).

Le cadre théorique de cette recherche repose sur le fait que l'histoire, ou plus exactement, les représentations qu'on peut se faire du passé sont des constructions sociales. Dans cet esprit, Becker (1932, p. 222) soulignait qu'il y avait deux histoires, soit « *the actual series of events that once occurred; and the ideal series that we affirm and hold in memory* ». Plutôt que de s'attarder à la première, qui est le rôle des historiens, je souhaite m'attarder à la seconde. Précisément, dans le cadre de ce mémoire, je m'intéresse aux représentations du passé produites par les séries télévisées historiques et reproduites par la mise en tourisme des sites patrimoniaux qui ont servi de lieux de tournages pour ces mêmes séries télévisées historiques. Ces représentations historiques entrent aussi dans l'imaginaire du public des séries télévisées qui peuvent alors les rechercher notamment dans les sites patrimoniaux.

Néanmoins, les représentations proposées par les réalisateurs des séries télévisées historiques ainsi que par les différents acteurs touristiques témoignent de l'interprétation que ceux-ci choisissent de mettre de l'avant. Les premiers, comme les seconds, en relatant les faits historiques par le biais d'une trame narrative plus ou moins romancée, peuvent idéaliser certains événements ou certaines périodes. Ils peuvent aussi, au contraire, en caricaturer et en avilir certains aspects. Afin de remplir l'un ou l'autre de ces objectifs, les différentes productions télévisuelles, tout comme les acteurs touristiques réalisent des choix artistiques et narratifs. De la même manière,

les acteurs touristiques doivent réaliser des choix dans ce qu'ils présentent et sur la façon dont ils le présentent.

J'ai déjà posé les liens entre les séries télévisées historiques et les sites patrimoniaux. Néanmoins, je considère aussi que le téléspectateur est au cœur de cette recherche. C'est celui-ci, après tout, que les dirigeants des sites patrimoniaux tentent de joindre par l'entremise du ciné-tourisme.

Des études sur les ciné-touristes ont démontré que leur visionnement de films avait contribué à créer une impression de connexion entre le téléspectateur et les personnages desdits films (Kim, 2012 citée dans St-James *et al.*, 2017, p. 1). Dans le contexte des séries télévisées, la longue période sur laquelle elles sont diffusées permet aux téléspectateurs de s'investir dans l'histoire de ses personnages. Les téléspectateurs peuvent s'y identifier, s'y attacher et leur exprimer de l'empathie (Fu *et al.*, 2016). En ce sens, le visionnement d'une série télévisée n'est pas une expérience passive. Qu'ils écoutent les épisodes hebdomadairement, tel un rituel, ou en rafales en quelques soirées, il y a un engagement de la part des téléspectateurs envers les séries télévisées.

Au sujet des séries télévisées historiques, Sobchack (1996, p. 7 citée dans de Groot, 2009, p. 3) souligne que le grand public est maintenant plus impliqué et comprend davantage les enjeux des représentations historiques. Aussi, ce public ne se perçoit pas comme un simple spectateur, mais plutôt comme le critique, voire comme le juge de l'authenticité et de la réalité historique présentée à l'écran, chacun devenant à son tour historien à ces heures (Sobchack, 1996, p. 7 citée dans de Groot, 2009, p. 3). Cette connexion initiale, entre le téléspectateur et notamment les personnages de la série télévisée, les motive à visiter les lieux présentés à l'écran (Fu *et al.*, 2016) et influence leur expérience subséquente sur les lieux (Kim, 2012 ; Kim et Assaker, 2014 cités dans St-James *et al.*, 2017, p. 1). De surcroît, les ciné-touristes historiques, donc ceux qui

visitent un lieu en raison de son apparition dans une série télévisée historique, risquent de poser un regard à la fois critique sur la fiction et sur la réalité historique. Conséquemment, ce lien crée des attentes différentes chez les ciné-touristes lors de la visite de sites patrimoniaux (Bakiewicz *et al.*, 2017, p. 561).

À cet effet, le paradigme de l'appropriation permet de comprendre que l'engagement du téléspectateur, conçu comme le récepteur, s'inscrit dans une relation bilatérale. Carù et Cova (2003, 2005, 2006) décortiquent le principe d'appropriation, qui peut ici être appliqué à la mise en tourisme en trois phases : la nidification, l'exploration et le marquage. D'abord, les lieux présentés dans les séries télévisées apparaîtront aux ciné-touristes comme connus, familiers. C'est ce qui rendra leur expérience touristique confortable. C'est ce que Carù et Cova (2003, 2005, 2006) nomment nidification. Puis, la phase d'exploration offre l'occasion au ciné-touriste de considérer d'autres produits moins familiers, d'autres activités afin d'enrichir ses références par rapport à la série télévisée de référence par exemple. Enfin, la dernière phase de marquage permet au ciné-touriste d'accorder une signification particulière à son expérience qui sera intrinsèquement personnelle et subjective. En fait, cette charge émotive et cet engagement vont se sentir dans l'expérience ciné-touristique. En effet, les ciné-touristes vont souvent donner une dimension symbolique et émotive à des icônes, à des représentations de leur série télévisée fétiche (Kim, 2010 cité dans Kim, 2012, p.475). Lors de la visite des lieux, les ciné-touristes vont dans ces conditions transférer ce sentiment envers les sites patrimoniaux et vont les considérer avec une émotion et une empathie proportionnelle à leur amour pour la série télévisée, voire les estimer sacrés (Roesch, 2009, p. 129).

La série télévisée historique possède donc une relation avec des sites patrimoniaux où elle filme parfois certaines de ses scènes. De surcroît, la série télévisée historique crée des liens avec ses téléspectateurs, qui à leur tour peuvent choisir de visiter les lieux de

tournage de leur émission fétiche. Le ciné-touriste historique qui en résulte pose alors un regard particulier sur le site patrimonial, qu'il perçoit d'un point de vue de *fan* de la série télévisée et aussi d'amateur d'histoire.

2.2 Site patrimonial

Dans le cadre de cette recherche, je souhaite étudier une forme particulière de mise en tourisme, à savoir celle qui se construit dans un site patrimonial ayant servi de lieux de tournage pour une série télévisée historique. Par conséquent, je m'attarde à définir ce en quoi consiste un site patrimonial.

Concernant ce qui constitue en son essence un site patrimonial, plusieurs visions s'opposent. Il y a deux positions prédominantes, soit la vision de l'économiste et celle du spécialiste du patrimoine. Pour l'économiste, la valeur du patrimoine se trouve du côté de la demande (Davallon, 2006, p.50). Davallon met en opposition deux démarches qui expliquent les raisons derrière les différentes façons d'exploiter le patrimoine. La première dite économiste est fondée sur une perception relativiste du patrimoine. La valeur du patrimoine serait fonctionnelle dans la mesure où elle dépend « de ce que des usagers individuels ou collectifs font, ou peuvent faire, avec les objets » (Davallon, 2006, p.50). Cette démarche suivrait alors une logique du monde de service. Cette compréhension du phénomène suppose que le patrimoine n'a pas de valeur intrinsèque, mais plutôt que cette valeur repose sur une définition sociale (Davallon, 2006, p.50). La valeur du patrimoine est ainsi déterminée d'un point de vue fonctionnel et par conséquent essentiellement relativiste (Davallon, 2006, p.50). Pour le spécialiste du patrimoine, la valeur du patrimoine est intrinsèque. Elle n'est donc ni relativiste ni fonctionnelle (Davallon, 2006, p.50).

Je considère plutôt que le patrimoine n'existe pas en soi. Il est construit et de ce fait même, son importance doit être traduite pour un public néophyte. Selon Timothy et Boyd (2006, p.2), c'est cette utilisation au temps présent (par sa mise en valeur et la transmission de son histoire) qui donne leur sens aux sites patrimoniaux. Pour Davallon (2006, p.91), « cette coexistence entre deux origines (transmission à partir du passé et construction à partir du présent) n'est paradoxale qu'en apparence, car sur le fond elle s'appuie sur un partage entre le patrimoine (le "vrai"), qui vient du passé, et l'usage que le présent fait de ce patrimoine. ».

Je suggère d'adopter une position mitoyenne soit une compréhension du patrimoine comme étant un construit social de la part des différents acteurs qui visitent les lieux, que ce soit les touristes ou les spécialistes du patrimoine. En effet, le patrimoine est ce que l'on choisit qu'il soit. Ce choix provient d'une sélection consciente d'une société selon son système de valeurs qui est représentatif de l'époque à laquelle il est fait (Timothy et Boyd, 2003, p.2).

Les spécialistes du patrimoine, notamment, par leur mise en tourisme du patrimoine, en proposent une vision. Les touristes par ce qu'ils vivent et ressentent lors de leur visite en construisent à leur tour une image. En effet, les touristes à la suite de leur expérience touristique dans les sites patrimoniaux peuvent partager leur avis et leur remarque sur les lieux, ce qu'ils ont trouvé important et mémorable durant leur visite par exemple. Par cet échange avec d'autres futurs visiteurs et d'autres touristes, ils participent à la patrimonialisation d'un lieu.

Dans le cadre de cette recherche, je m'appuie sur la définition de Ashworth et Tunbridge (1999, p.105 cités dans Timothy et Boyd, 2003, p.2-3) pour conceptualiser le site patrimonial. Ainsi, je définis le site patrimonial comme un lieu géographique, qui possède des valeurs pour une communauté, et qui fait l'objet d'une utilisation

contemporaine par une multitude d'acteurs qui vise à les rehausser. Cette communauté est constituée de locaux, ainsi que des acteurs touristiques que ce soit des touristes, des spécialistes du patrimoine ou d'autres intermédiaires, tels que des boutiques souvenirs, des agences réceptives, des voyagistes, etc.

C'est en raison de cette distinction de l'utilisation au temps présent que je privilégie l'expression *site patrimonial* à celle de *site historique*. En effet, l'histoire et, par conséquent, ce qui est considéré comme *historique*, vise à restituer le plus fidèlement possible notre connaissance du passé. Le patrimoine, quant à lui, est une façon de consommer cette connaissance (Cassia, 1999, cité dans Timothy et Boyd, 2003, p.4).

2.3 La mise en tourisme du patrimoine par la médiation

Dans cette section du chapitre, je présente d'abord le concept de mise en tourisme. Puis, j'explique de quelle manière je l'applique au contexte particulier des sites patrimoniaux en utilisant l'approche communicationnelle du patrimoine de Davallon (2006).

L'expression de « mise en tourisme » est employée à maintes reprises notamment dans les rapports de recherche ou les projets de développement touristique où elle est considérée « comme un outil de diagnostic important » (Équipe MIT, 2000 citée dans Kadri *et al.*, 2019, p.2). Jusqu'à récemment, l'expression est aussi utilisée par les spécialistes de disciplines variées sans pour autant se fonder sur une base conceptuelle forte (Kadri *et al.*, 2019, p.2). Nonobstant, l'idée de transformation et de modification subsiste presque toujours dans la compréhension du phénomène de mise en tourisme. Dans sa plus simple définition, « la mise en tourisme consiste en une transformation à des fins touristiques » (Kadri *et al.*, 2019, p.12). Cependant, les acteurs impliqués dans

celle-ci, ainsi que les espaces temporel et géographique concernés ne font pas l'unanimité dans une définition plus approfondie de la mise en tourisme.

Pour ce qui des acteurs impliqués dans la mise en tourisme, je m'appuie en partie sur la proposition de l'Équipe MIT (2002). En effet, selon cette dernière : « Pour comprendre les raisons de la mise en tourisme des lieux, on peut privilégier ce dont le touriste est lui-même porteur, autrement dit ce que le touriste va aller chercher dans les lieux touristiques, de lui-même et pour lui-même » (Équipe MIT, 2002, p.174 citée dans Kadri *et al.*, 2019, p. 24). De sorte, je reconnais que les touristes sont nécessaires à la mise en tourisme des espaces. Néanmoins, je considère que les responsables des attractions touristiques sont aussi responsables de la mise en tourisme des lieux. À cet effet, je me réfère plutôt à la perspective de l'Équipe MIT de 2005. Cette dernière définit « le tourisme comme un système de pratiques sociales de plusieurs acteurs parmi lesquels le touriste n'a plus de position dominante » (Équipe MIT, 2005, p. 342 citée dans Kadri *et al.*, 2019, p. 25). Dans leur définition modèle de la mise en tourisme de la ville, Kadri *et al.* (2019, p. 97) considèrent qu'il y a une triade dominante : les infrastructures d'accueil, le touriste et les instances de pouvoir. Lorsque je réduis l'échelle pour examiner le site patrimonial plutôt que la ville, j'estime aussi qu'il y a trois acteurs majeurs dans la mise en tourisme. Je conserve donc la participation du touriste. Néanmoins, je ne prends en compte que les infrastructures d'accueil des sites patrimoniaux eux-mêmes. Celles-ci sont le reflet des décisions conscientes des dirigeants et des divers responsables des sites patrimoniaux. Je conçois en outre l'importance des instances de pouvoir, telle que les différentes agences gouvernementales impliquées dans le processus. Toutefois, je les écarte de cette recherche. En effet, l'observation et l'analyse des représentations proposées par ces dernières représentent une charge trop grande de travail dans le cadre limité de cette recherche.

En regard à l'espace temporel, je ne suis pas d'avis que la mise en tourisme constitue une fin en soi, plutôt il s'agit d'un processus. À cet effet, Kadri *et al.* (2019, p. 87) souligne qu'« [o]n peut également [...] conclure [du modèle schématisé] que la finalité de la mise en tourisme est relative, et que ce qui est montré comme le produit final ne constitue qu'une étape du processus continu. » De sorte, je ne considère pas que le phénomène de la mise en tourisme s'applique uniquement aux lieux préalablement a-touristiques. Plutôt, j'estime que la mise en tourisme est un processus en perpétuelle fluctuation, puisqu'elle se complète par un individu en un lieu et à un moment précis.

En ce qui concerne l'espace géographique de la mise en tourisme, dans le cadre spécifique de ce mémoire, je m'intéresse à un seul type de lieu, soit le site patrimonial. Conséquemment, je circonscris le phénomène de mise en tourisme autour d'enjeux propres à ces derniers. De manière plus claire, je m'attarde au processus de médiation qui permet de communiquer les valeurs et l'histoire du patrimoine aux visiteurs.

Pour ce faire, je m'appuie sur l'approche communicationnelle de la patrimonialisation de Davallon (2006). Celui-ci s'accorde avec le fait que « la valeur patrimoniale n'est [...] pas inscrite dans l'objet lui-même, mais, tout au contraire, relève d'un processus où la communication est centrale » (Davallon, 2016, p.1).

En réalité, de la même façon que la mise en tourisme est conçue par un ensemble d'acteurs, Davallon (2016, p.16) suggère que la situation sociale de communication, dans laquelle est plongé le patrimoine, met en relation un destinataire et un destinataire. De sorte, la compréhension du patrimoine comme un « fait communicationnel » permet de comprendre le rôle à la fois des responsables des sites patrimoniaux et des touristes dans le phénomène de la mise en tourisme des sites patrimoniaux. La relation entre le patrimoine et le visiteur est établie par le processus de médiation. Celui-ci est compris par Davallon (2006, p. 36) comme « [...] [la] prise en charge par un dispositif

destiné à [...] rendre [les sites et les objets patrimoniaux] plus présents au visiteur par le biais de leur “mise en scène” ».

Davallon (2006) décline la médiation en deux étapes, soit la mise en communication et la mise en exposition (2006, p. 37). Je propose d'intégrer à la médiation une étape, qui, bien que présentée par Davallon (2006), en est parfois mise à l'écart, soit la mise en exploitation. La mise en communication est « le niveau le plus élémentaire de la gestion de la relation entre le public et l'objet [...] recouvr[ant] l'ensemble des procédures qui prétendent installer cette relation. Elle désigne ainsi tout ce qui doit permettre au visiteur d'aller vers l'objet et d'entrer en rapport avec lui » (Davallon, 2006, p.37). La mise en exposition, quant à elle, « nécessite une intervention sur l'objet dans l'objectif d'en rendre le sens plus facilement saisissable et appropriable par le visiteur [...] [Elle] propose au visiteur un dispositif de présentation destiné à régler sa relation à l'objet, à régler la visite » (Davallon, 2006, p. 38). La mise en exposition se décline en deux sous-catégories, soit la présentation elle-même des artefacts et des lieux, ainsi que la création de parcours. Néanmoins, je considère que dans le cas de la mise en exposition, il est aussi nécessaire d'intégrer la perception des visiteurs qui sont mis en relation directe avec le patrimoine et ses différents outils de médiation. Après tout, comme le souligne Davallon (2016, p. 16) :

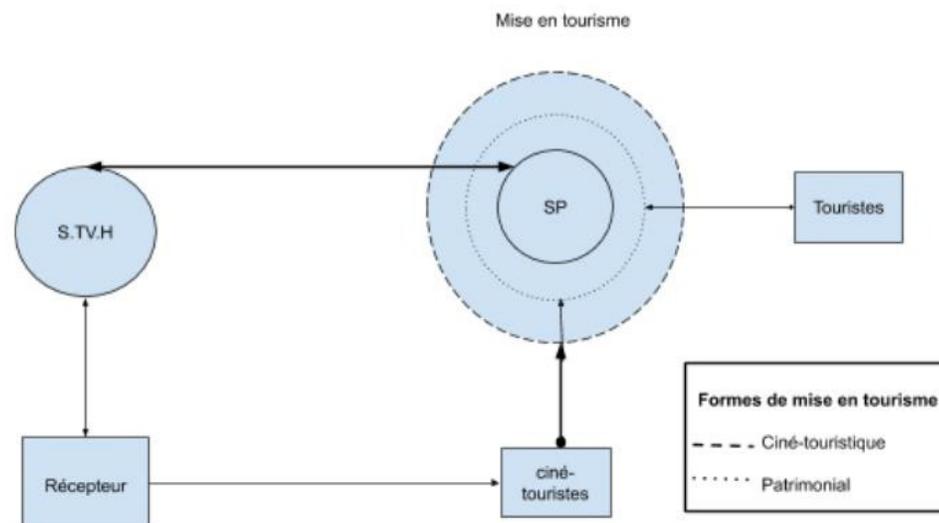
la situation sociale de communication se construit dans un jeu entre la production de ces ensembles signifiants comme objets circulant dans des médias et, au-delà de la simple attribution de sens par le destinataire, ce qu'il en fait. Même si la construction du sens s'appuie sur des règles partagées, elle comprend donc toujours une part d'aléas — ou si l'on veut d'ouverture — et de ce fait d'ajustement et de créativité.

Dernièrement, la mise en exploitation est conçue par Davallon (2006, p. 37) comme la « commercialisation du site ou du monument » par la vente de billets par exemple. Je

propose de l'étendre à toute forme de commercialisation qui se fait, soit sur le site, ou au sujet du site. Dans le cadre de cette recherche, j'assimile cette notion à la quatrième phase de la sacralisation de MacCannell (1976, p.45), soit celle de la reproduction mécanique de l'attrait par des photographies, des modèles réduits, des effigies, etc. MacCannell souligne qu'il s'agit d'une étape importante pour mettre le touriste sur la route de la découverte de l'attrait (1976, p. 45). Davallon (2006, p. 43) note qu'il existe différents degrés de mise en exploitation « qui s'étendent de la simple commercialisation d'un service (accès du site, documents de présentation, etc.) à l'exploitation d'un *produit patrimonial* créé à cette fin ». Dans le premier cas, Davallon (2006, p. 43) mentionne que la dimension économique s'ajoute à l'objet patrimonial sans toutefois le contraindre ou le modifier. Dans le second cas, l'objet patrimonial se voit préalablement transformé en produit en étant aménagé et travaillé en vue de son exploitation commerciale. En ce sens, l'objet patrimonial est ainsi mis au service de la dimension économique.

Figure 2.2 Modélisation de la mise en tourisme de sites patrimoniaux à la suite du tournage de série télévisée historique

Légende : S.TV.H : Série télévisée historique/ SP : Site patrimonial



Source : Lamothe, 2020

De sorte, je conçois la mise en tourisme comme une transformation d'un lieu à des fins touristiques. J'implique dans ce processus une multitude d'acteurs, mais je choisis de me concentrer spécifiquement sur les touristes et les dirigeants des sites patrimoniaux. Je considère aussi que la mise en tourisme doit être réfléchi comme un phénomène qui se déroule en un lieu et un temps précis. Conséquemment, j'adopte une posture ontologique interprétative et une posture épistémologique constructiviste et phénoménologique. Dans le cadre de ce mémoire, je propose alors de m'appuyer sur l'approche communicationnelle de la patrimonialisation de Davallon (2006). Cette approche me permet d'intégrer les préoccupations patrimoniales dans la mise en tourisme, ainsi que de concevoir une grille d'analyse adéquate pour cette recherche. Je développe davantage celle-ci dans le chapitre suivant.

2.4 Conclusion

Ce chapitre présente les trois concepts principaux de la problématique de cette recherche, soit les séries télévisées historiques, les sites patrimoniaux et la mise en tourisme. Au cours du chapitre, j'ai démontré comment ils s'inscrivent dans une perspective constructiviste et phénoménologique. De surcroît, j'ai exposé de quelle manière chacun des concepts principaux de cette recherche s'articulent et s'influencent entre eux (Figure 2.2). Précisément, le modèle que je propose permet de constater l'influence d'une série télévisée historique sur la mise en tourisme de sites patrimoniaux ayant servi de sites de tournage pour celle-ci. D'abord, les équipes de production y filment des scènes qui sont, ensuite, vues à l'écran par des téléspectateurs (récepteurs). Ces derniers, en raison de leur attachement à la série télévisée historique, peuvent subséquemment choisir de visiter les sites patrimoniaux qui ont attiré leur attention dans leur émission fétiche. Ils portent ainsi un regard ciné-touristique sur la mise en tourisme du patrimoine. En fonction, du niveau atteint dans leur processus d'appropriation, ils peuvent, par la suite, s'intéresser au patrimoine en tant que tel. Les dirigeants des sites patrimoniaux proposent aussi une mise en tourisme qui peut ou non intégrer cette approche ciné-touristique dans les différentes phases de la médiation. C'est spécifiquement à cela que je m'attarde dans le cadre de cette recherche.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

La formulation de la problématique et la modélisation du cadre d'analyse me permettent de présenter ma posture ontologique comme interprétative, puisque ma compréhension de la mise en tourisme repose en partie sur la perception des touristes. De surcroît, ma posture épistémologique est à la fois constructiviste et phénoménologique. Afin d'avoir une meilleure compréhension du phénomène de la mise en tourisme dans les sites patrimoniaux, je réalise une recherche essentiellement descriptive et inductive (Tableau 3.1).

Tableau 3.1 Résumé du cadre d'analyse de la recherche

Aspects du paradigme d'enquête	Position adoptée
Posture ontologique	Interprétative (réalités multiples)
Posture épistémologique	Constructiviste et phénoménologique
Type de recherche	Descriptive
Démarche de recherche	Inductive

Le présent chapitre a pour objectif de présenter une stratégie méthodologique (Tableau 3.2) qui est conséquente avec le paradigme d'enquête posé au chapitre précédent. De sorte, je justifie d'abord la réalisation d'une recherche qualitative et d'une étude de cas. Puis, j'énonce les bases d'une herméneutique de la mise en tourisme de sites patrimoniaux qui s'appuie sur les trois phases de la médiation, soit la mise en communication, la mise en exposition et la mise en exploitation. Cela me

permet de proposer des méthodes de collectes de données, ainsi que des méthodes d'analyse cohérentes.

Tableau 3.2 Résumé de la démarche méthodologique de la recherche

Aspects de la stratégie méthodologique	Stratégie adoptée
Méthodologie	Qualitative
Démarche	Herméneutique
Collecte de données	Recueil de données existantes (netnographie) Observation directe
Données	Textuelles et iconographiques
Analyses des données	Analyse de contenu

3.1 Données

Dans la première partie de ce chapitre, je justifie et présente d'abord le type de données sur lequel se base cette recherche, soit des données qualitatives. Puis, j'introduis brièvement l'étude de cas de ce mémoire, soit la série télévisée historique, *Downton Abbey*. Je réalise une analyse plus en profondeur de cette dernière dans le chapitre suivant. Les données qualitatives et l'étude de cas s'articulent parfaitement avec cette recherche essentiellement descriptive. Enfin, j'expose mes deux méthodes de collecte de données, soit le recueil de données existantes et l'observation directe qui sont en harmonie avec ma posture ontologique et épistémologique.

3.1.1 Analyse qualitative

Bąkiewicz *et al.* (2017, p. 553) notent que lorsqu'il s'agit des études sur la gestion et l'interprétation du patrimoine, les études quantitatives et mixtes ont été les plus nombreuses jusqu'à présent. Les auteurs prennent en exemple les études de Beeho et Prentice (1997), Moscardo (1996) et Poria *et al.* (2009) qui tirent leurs résultats en large partie de réponses à des questionnaires, ainsi que de la création de modèle interprétatif. Bąkiewicz *et al.* (2017) mentionnent qu'une approche qualitative est à la fois nécessaire et utile afin de comprendre la complexité des expériences souhaitées par les visiteurs. C'est donc dans cette approche que je désire me positionner. Une analyse qualitative me permet d'examiner en profondeur la médiation des sites patrimoniaux et sa perception par les visiteurs. Une telle approche s'accorde parfaitement avec une recherche descriptive.

3.1.2 Étude de cas

Dans le cadre de cette recherche, je réalise une étude de cas. Selon Gauthier (1992, p. 169), l'étude de cas permet d'« approfondir beaucoup plus que ne peut le faire l'analyse comparative [...] cet approfondissement permet d'effectuer des spécifications, de préciser des détails, d'expliquer des particularités, comme c'est impossible avec la structure comparative. » Ainsi, cette recherche propose de s'attarder au cas de la série télévisée historique britannique *Downton Abbey* qui dépeint les changements de la société britannique du début du XX^e siècle et dont les retombées touristiques dans deux lieux de tournage ont déjà été observées dans le passé (Bagnoli, 2015).

Au cours de ses six saisons, l'équipe de production de la série télévisée historique, *Downton Abbey* a utilisé de divers sites patrimoniaux comme lieux de tournage. Parmi,

les plus connus, il est possible de noter Highclere Castle et Bampton village. Néanmoins, la liste est beaucoup plus longue. À la fin de la quatrième saison, Bagnoli (2015) recense vingt-deux lieux qui ont servi de décor lors du tournage de la série. De ces lieux, je souhaite me concentrer uniquement sur les sites patrimoniaux qui sont exploités à des fins touristiques (Tableau 3.3). Aux deux sites mentionnés plus haut, j'ajoute donc à la liste des sites patrimoniaux que je désire étudier : Bampton Archive, Bampton Church, Basildon Park, Bluebell Railway, Byfleet Manor, la chartreuse de Londres, le château d'Alnwick, le château d'Inveraray, le château de Lincoln, Chiltern Open Air Museum, Cogges Manor Farm, Greys Court, Langdon Down Museum, Royal Hospital Chelsea, St James's Park, Waddesdon Manor et West Wycombe Park.

Tableau 3.3 Liste complète des lieux de tournage de *Downton Abbey* (2010-2015) classés sites historiques en fonction de leur rôle dans la série télévisée

Sites historiques	Rôle dans <i>Downton Abbey</i>
Bampton Archive	Hôpital de Downton village
Bampton Church	Église de Downton village
Basildon Park	Résidence de Londres de Lord Grantham
Bluebell Railway	Station de train de Downton
Byfleet Manor	Maison de Violet Crawley (extérieur seulement)
Chartreuse de Londres	Lieu de rassemblements politiques (saison 2)
Château d'Alnwick	Brancaster Castle
Château d'Inveraray	Duneagle castle
Château de Highclere	<i>Downton Abbey</i>
Château de Lincoln	York Prison
Chiltern Open Air Museum	La ferme de John Drake
Cogges Manor Farm	Yew Tree Farm
Greys Court	Bampton Place
Langdon Down Museum	Lieu du concours de fleur
Royal Hospital Chelsea	Office militaire
St James's Park	St James's Park
Waddesdon Manor	Haxby Hall (extérieur)
West wycombe Park	L'intérieur de la maison de Violet

3.2 Herméneutique de la mise en tourisme

L'opérationnalisation est une étape nécessaire afin de transformer l'intangibilité des concepts en indicateurs qui sont mesurables. Dans les termes de Quivy et Van

Campenhoudt (2011, p. 122) : « [L]es indicateurs sont des manifestations objectivement repérables et mesurables des dimensions du concept ».

Considérant que j’inscris mon étude dans une perspective phénoménologique et que je recueille des données qualitatives, j’expose une herméneutique de la mise en tourisme, c’est-à-dire une interprétation des représentations touristiques à partir de leur contexte d’exécution, ce qui me permet de saisir les transformations engendrées par la diffusion d’une série télévisée historique sur la mise en tourisme d’un site patrimonial.

Plus précisément, je propose de comprendre le phénomène de la mise en tourisme, en adoptant une approche herméneutique, qui permet de faire parler les signes et découvrir leur sens (Foucault, 1966, p. 44), afin de mettre en évidence les liens, ou encore, l’absence de liens entre une série télévisée historique et la mise en tourisme de sites patrimoniaux.

Comprendre le phénomène de la mise en tourisme d’un site patrimonial revient à interpréter les discours de ses acteurs touristiques afin de restituer son processus de transformation à la suite de son apparition dans une série télévisée historique par une démarche herméneutique.

Concrètement, je propose d’analyser les différentes façons de mettre en tourisme un site patrimonial selon les différents outils de médiatisation qui y sont utilisés. Précisément, je décris deux formes de mises en tourisme, soit une mise en tourisme patrimoniale et une mise en ciné-tourisme.

Ce modèle n’est pas la traduction d’une structure explicative. Au contraire, son objectif est de mettre au point une grille d’analyse afin de comprendre les différentes formes de mise en tourisme possible dans de tel cas.

3.2.1 Mise en tourisme patrimonial

Je propose que l'objectif même d'une mise en tourisme patrimonial est de diffuser et de rehausser les valeurs patrimoniales. C'est par la médiation que les spécialistes du patrimoine peuvent choisir et mettre de l'avant des valeurs patrimoniales. De sorte, je présente, d'abord, en quoi consistent ces valeurs patrimoniales. Puis, je détaille la façon dont chacune de ces valeurs est intégrée dans les phases de la médiation.

Tableau 3.4 Opérationnalisation de la dimension de valeur patrimoniale

Valeurs	Indicateurs
Culturelle	Discours axé sur l'âge du secteur patrimonial, son association avec des activités, des personnes, des traditions ou des événements importants ; son rôle dans le développement d'une collectivité, d'une région, d'un territoire ou d'un pays ; ou ses schèmes d'utilisation.
Esthétique	Discours axé sur la forme, la couleur, la texture ou les matériaux, le style, une période de construction, ou un savoir-faire artisanal particulier ou sur le travail d'un architecte, d'un planificateur, d'un ingénieur ou d'un constructeur réputé.
Sociale	Discours axé sur la création d'un sentiment commun d'identité et d'appartenance.
Scientifique	Discours axé sur la manière dont le site patrimonial nous permet de faire progresser notre compréhension et notre appréciation d'une culture.
Spirituelle	Discours axé sur la signification religieuse ou spirituelle accordée par une collectivité ou un groupe de personnes envers un site particulier.

Pour Parcs Canada, une agence fédérale qui œuvre à la valorisation du patrimoine, l'énoncé d'importance « favorise une vision de la conservation patrimoniale fondée sur les valeurs » davantage que sur la préservation de la structure historique. Ce type de document est utilisé aujourd'hui « dans de nombreux pays, y compris l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Écosse, l'Irlande, l'Angleterre et le Canada » (Direction des

services historiques Parcs Canada, 2006, p. 5-6). La définition des valeurs patrimoniales de Parcs Canada « s’inspire de la définition de valeur culturelle (ou valeur patrimoniale) qui figure dans la Charte de Burra ». Cette dernière est « un énoncé de principes reconnue à l’échelle internationale » (Direction des services historiques Parcs Canada, 2006, p. 13).

Dans le cadre de l’Initiative des endroits historiques (IEH), les valeurs patrimoniales se définissent comme suit : « l’importance esthétique, historique, scientifique, culturelle, sociale ou spirituelle d’un lieu patrimonial pour les générations passées, actuelles ou futures » (Direction des services historiques Parcs Canada, 2006, p. 13-14). Afin d’analyser la manière dont les différents acteurs touristiques mettent en tourisme les sites patrimoniaux ayant servi de lieux de tournage aux séries télévisées historiques, je m’appuie sur la vision des valeurs de Parcs Canada (Tableau 3.4).

Les sites patrimoniaux ayant une valeur historique/culturelle sont compris par la Direction des services historiques de Parcs Canada (2006, p. 14) comme étant des lieux qui ont des liens « avec des événements passés et des thèmes historiques », mais aussi des lieux qui sont en mesure « d’évoquer un mode de vie ou des épisodes du passé ». Différents éléments peuvent permettre de justifier la valeur historique/culturelle d’un site patrimonial, soit « l’âge du secteur patrimonial, son association avec des activités, des personnes, des traditions ou des événements importants ; son rôle dans le développement d’une collectivité, d’une région, d’un territoire ou d’un pays ; ou ses schèmes d’utilisation » (Direction des services historiques Parcs Canada, 2006, p. 14).

En ce qui a trait à la valeur esthétique, elle concerne toutes caractéristiques sensorielles d’un lieu patrimonial, bien que la direction des services historiques de Parcs Canada

(2006, p.14) accorde une importance déterminante au sens de la vue. En effet, l'organisation porte une attention particulière aux sites patrimoniaux ayant une valeur esthétique visuelle qui « s'exprime habituellement dans la forme, la couleur, la texture ou les matériaux » (Direction des services historiques de Parcs Canada, 2006, p.14). Cette valeur est comprise comme la traduction « [d']un style, une période de construction, ou un savoir-faire artisanal particulier. Ils peuvent aussi représenter le travail d'un architecte, d'un planificateur, d'un ingénieur ou d'un constructeur réputé » (Direction des services historiques Parcs Canada, 2006, p. 14).

Si les valeurs historique/culturelle et même esthétique s'attardent aux traces du passé laissé par le patrimoine, la valeur sociale, quant à elle, est comprise à la direction des services historiques de Parcs Canada (2006, p.15) comme « la signification que donne actuellement à un lieu une collectivité donnée. » Elle est accordée aux lieux qui favorisent notamment la création d'un sentiment commun d'identité et d'appartenance.

Selon la direction des services historiques de Parcs Canada (2006, p.15), un site patrimonial ayant une valeur scientifique doit contribuer « à faire progresser notre compréhension et notre appréciation d'une culture. » Différents facteurs peuvent justifier le fait d'attribuer cette valeur à un site patrimonial, dont son âge, sa qualité, son intégrité, sa complexité ou sa rareté. Les éléments d'information nous permettant de mieux comprendre une culture peuvent alors se trouver dans la forme, les matériaux ou la conception elle-même du lieu. L'organisation mentionne aussi que le lieu lui-même peut fournir d'autres types d'éléments d'information, tels que des sources écrites, notamment sur les sites archéologiques (Direction des services historiques Parcs Canada, 2006, p. 15).

Enfin, la valeur spirituelle, quant à elle, provient de la signification religieuse ou spirituelle accordée par une collectivité ou un groupe de personnes envers un site particulier. La Direction des services historiques de Parcs Canada (2006, p.15) soulève qu'il peut s'agir d'« éléments paysagers [...], de lieux de sépulture, des alignements et des cairns de pierres, des sites de jeûne ou de quête de la vision, [...] de lieux représentant des systèmes de croyances ou des lieux associés à des traditions sacrées, à des pratiques cérémoniales ou à des rituels d'une collectivité ou d'un groupe de personnes ».

Dans le cadre d'une mise en tourisme patrimonial, je propose que la mise en communication du site patrimonial, réalisée par les acteurs touristiques, doive s'appuyer sur ses différentes valeurs. La mise en exposition du site patrimonial doit aussi viser à promouvoir les valeurs patrimoniales d'un site patrimonial. Une telle mise en exposition est menée dans l'objectif d'en respecter l'intégrité et de transmettre aux visiteurs des informations qui sont fidèles à la vérité scientifique et à la réalité historique. Le site patrimonial dans cette situation doit impérativement être celui qu'on met de l'avant. La mise en exploitation d'un site patrimonial qui se conforme à une mise en tourisme patrimonial ne nécessite que très peu voire aucune intervention pour produire une offre touristique. En effet, la rente qu'elle procure au propriétaire doit être fondée sur cet ensemble de valeurs qu'on lui aura préalablement attribué.

3.2.2 Mise en ciné-tourisme

Si une mise en tourisme patrimonial met les valeurs patrimoniales de l'avant, je propose que l'objectif d'une mise en ciné-tourisme soit de promouvoir un univers fictif qui découle d'une production culturelle, qu'elle soit cinématographique ou télévisuelle. Dans le cadre spécifique de cette recherche, je m'attarde à l'univers fictif d'une série télévisée historique.

Ma compréhension d'un « univers fictif » s'oppose à une trame narrative qui s'appuie sur le réel. Dans le cadre d'une série télévisée historique, il s'agit de tout ce qui n'appartient pas à la réalité « extraromanesque », tel que décrit par Pomian (1999, p. 18).

Ainsi, les indicateurs observables dans le cadre d'une mise en ciné-tourisme se présentent sous toutes formes de références à un univers fictif et qui peuvent contredire la réalité historique, que ce soit par rapport aux personnages, aux intrigues, à un style, etc. Cet univers fictif devient alors plus important que les valeurs patrimoniales dans le site patrimonial.

Dans le cadre d'une mise en ciné-tourisme, je propose que la mise en communication du site patrimonial produite par les acteurs touristiques doive prôner le site patrimonial pour son rôle dans le tournage d'une production culturelle. Elle doit, ainsi, être réalisée spécifiquement autour de la série télévisée historique et viser les ciné-touristes et la communauté d'admirateurs.

La mise en exposition, que ce soit au moment de la création de parcours ou de la présentation des artefacts, doit alors servir à replacer les objets patrimoniaux par rapport à leur utilité dans la série télévisée historique. À la différence de la mise en tourisme patrimonial, compris de manière plus unilatérale, l'intention et les attentes du ciné-touriste ont une importance dans la réception de la mise en exposition du patrimoine. Au-delà des spécialistes du patrimoine, les ciné-touristes, eux-mêmes, vont tenter de transposer leurs connaissances de l'univers fictif sur le site patrimonial. Que ce soit du côté des ciné-touristes ou des dirigeants des sites patrimoniaux, l'objectif de la mise en exposition dans un contexte ciné-touristique n'est pas de mettre

de l'avant les valeurs patrimoniales. Plutôt, il s'agit de valoriser le site patrimonial en fonction de ses liens avec la série télévisée.

En ce qui a trait à la mise en exploitation, une mise en ciné-tourisme nécessite davantage d'intervention sur le site patrimonial qu'une mise en tourisme patrimonial pour produire une offre touristique, puisque la rente qu'elle procure au propriétaire est alors fondée essentiellement sur ce lien avec la série télévisée historique. En effet, il s'agit d'offrir un « produit culturel ou de loisir dont la thématique est à caractère patrimonial sans s'appuyer pour autant véritablement sur du patrimoine [...] [jusqu'à même n'entretenir] aucune relation avec un quelconque objet patrimonial » (Davallon, 2006, p. 47). En ce sens, ce dernier n'est plus qu'un simple « prétexte » à l'activité touristique ou commerciale notamment. Dans sa forme extrême, Davallon (2006, p. 47) suggère qu'un site patrimonial pourrait être transformé en parc à thème à visée commerciale. En d'autres termes, une « disneylandisation » du site s'effectuerait alors (Davallon, 2006, p. 47). La « disneylandisation » fait référence aux populaires parcs d'attractions *Disney World*. La notion généralement attribuée à Brunel (2006) considère que le monde en général, mais aussi plus spécifiquement la culture et l'industrie touristique appliquent les méthodes employées dans les parcs d'attraction afin de satisfaire les touristes. La disneylandisation des musées notamment est envisagée comme un scénario catastrophe où le divertissement et le faux l'emportent sur d'autres aspects, tels que l'éducation et l'authenticité par exemple (Balloffet, Courvoisier et Lagier, 2014, p.7).

Dans un cas, comme dans l'autre, il s'agit d'observer la présence ou l'absence de références à un univers fictif, ainsi que l'importance que prennent les valeurs patrimoniales dans la mise en communication, la mise en exposition et la mise en exploitation des sites patrimoniaux (Tableau 3.5).

Tableau 3.5 Grille d'analyse de la médiation des sites patrimoniaux en fonction de la forme de mise en tourisme

Médiation	Mise en tourisme patrimonial	Mise en ciné-tourisme
Mise en communication	Aucune mention de la série télévisée	Est réalisée spécifiquement autour de la série télévisée historique. Elle vise les ciné-touristes et la communauté d'admirateur.
Mise en exposition	Respecte l'intégrité de l'objet patrimonial Médiation utilisée comme support	Les dispositifs de médiation servent à replacer les objets patrimoniaux en fonction de leur utilité dans la série télévisée historique
Mise en exploitation	Billet d'entrée Boutique : représentations du site patrimonial ou représentations de l'époque	Forfait et produits dérivés de la série télévisée

3.3 Éléments observables

Afin d'observer cette présence ou cette absence dans le discours de la mise en tourisme des différents sites patrimoniaux, je dois recueillir des données qui me permettent d'analyser les trois phases de la médiation (Tableau 3.6).

D'abord, par rapport à la première phase de la médiation, soit la mise en communication, étant donné le nombre important de sites patrimoniaux étudiés, je m'attarde uniquement à un aspect de la mise en communication, soit la façon dont les sites patrimoniaux se présentent sur leur site Internet.

Tableau 3.6 Éléments observables et méthodes de collecte de données selon la phase de la médiation

Médiation	Éléments à observer (stratégies de recherche)
Mise en communication	Outils de communication : Sites Internet des sites patrimoniaux Recueil de données existantes
Mise en exposition	Présentation des artefacts et des lieux : Cartels, musique, éclairage Observation directe
	Création de parcours : Sites Internet des sites patrimoniaux Recueil de données existantes Pancartes, disposition des objets, rétrécissement de passages, dispositif d'audioguidage, guide Observation directe
	Point de vue des visiteurs : Commentaires des visiteurs sur la plateforme <i>TripAdvisor</i> Recueil de données existantes
Mise en exploitation	Commercialisation du site : Sites Internet des sites patrimoniaux Vente de billets, location pour événements et tournages Recueil de données existantes
	Commercialisation au sujet du site : Vente de produits dérivés, vente dans les boutiques <i>in situ</i> et <i>ex situ</i> Recueil de données existantes et observation directe

Puis, en ce qui concerne la seconde phase de la médiation, soit la mise en exposition, je considère trois éléments, soit la présentation des artefacts et des lieux, la création des parcours et le point de vue des visiteurs. Par rapport au premier, je porte une attention particulière aux cartels et à l'ambiance générale procurés par la musique et l'éclairage. En ce qui a trait au second, je sonde les sites Internet afin d'observer leur

offre sur le plan de tours guidés. Je note aussi *in situ* la présence de pancartes, la disposition des objets, les dispositifs d'audioguidage, ainsi que l'aide offerte par les guides sur place. En regard au troisième, je recueille les commentaires des visiteurs sur la plateforme *TripAdvisor*.

Enfin, en ce qui concerne la troisième phase de la médiation, soit la mise en exploitation, j'observe deux types d'éléments, soit la commercialisation du site et la commercialisation au sujet du site. Pour ce qui est du premier, je sonde les sites Internet des sites patrimoniaux, afin de recueillir de l'information au sujet de la vente de billets d'activités et de forfaits, ainsi que la location du site patrimonial pour des événements et des tournages. Pour ce qui est du second, je sonde d'abord les sites Internet des sites patrimoniaux pour obtenir de l'information sur la vente de produits sur les boutiques en ligne. Puis, j'observe les produits offerts dans les boutiques *in situ*.

3.4 Méthodes de collecte de données

Ainsi, afin de recueillir des données au sujet de la médiation des sites patrimoniaux, ma recherche repose sur deux méthodes de collecte de données, soit le recueil de données existantes et l'observation directe.

3.4.1 Recueil de données existantes

Le recueil des données existantes s'appuie sur la liste des sites patrimoniaux ayant servi de lieu de tournage pour la série télévisée historique *Downton Abbey* (Tableau 3.7). Ma cueillette de données à cet effet s'effectue entre le 10 janvier 2019 et le 1er août 2019. Je recueille les données et les classe dans ma grille d'observation qui repose sur mon herméneutique de la mise en tourisme.

Tableau 3.7 Liste complète des sites patrimoniaux étudiés et leur site Internet

Sites historiques	Site Internet
Bampton Archive	https://www.bamptonarchive.org/
Bampton Church	http://www.bamptonchurch.org.uk/
Basildon Park	https://www.nationaltrust.org.uk/basildon-park
Bluebell Railway	https://www.bluebell-railway.com/
Byfleet Manor	http://www.byfleetmanor.com/
Chartreuse de Londres	http://www.thecharterhouse.org/
Château d'Alnwick	https://www.alnwickcastle.com/
Château d'Inveraray	https://www.inveraray-castle.com/
Château de Highclere	https://www.highclerecastle.co.uk/
Château de Lincoln	http://www.lincolncastle.com/
Chiltern Open Air Museum	https://www.coam.org.uk/
Cogges Manor Farm	https://www.cogges.org.uk/
Greys Court	https://www.nationaltrust.org.uk/greys-court
Langdon Down Museum	https://langdondownmuseum.org.uk/
Royal Hospital Chelsea	http://www.chelsea-pensioners.co.uk/
St James's Park	https://www.royalparcs.org.uk/parks/st-jamess-park
Waddesdon Manor	https://waddesdon.org.uk/
West wycombe Park	https://www.nationaltrust.org.uk/west-wycombe-park-village-and-hill

En ce qui concerne la perception des visiteurs, je m'inscris dans le courant des recherches netnographiques. Bernard (2004) définit la netnographie comme :

une méthode d'enquête qualitative qui utilise Internet comme source de données en s'appuyant sur les communautés virtuelles de consommation. Elle analyse les actes communicationnels des membres d'une communauté virtuelle de consommation dans le but de produire une connaissance nouvelle relative à l'objet de consommation autour duquel gravite la communauté.

Cette méthode d'enquête qualitative s'inscrit parfaitement dans le cadre de cette recherche et permet d'apprécier le rôle des visiteurs dans la mise en exposition du patrimoine. De plus, cette méthode de collecte de données a l'avantage d'offrir une abondance d'information. En effet, dans les communautés en ligne, les utilisateurs ont la possibilité de s'exprimer implicitement et explicitement en partageant leurs désirs, leurs attentes et leurs croyances, de sorte, ils produisent une grande quantité d'information (Tavakoli et Mura, 2018). Pour des raisons de fiabilités des données, je n'effectue qu'une collecte de données netnographiques pour des sites patrimoniaux que j'ai pu visiter, soit des lieux où je réalise une observation directe et qui font l'objet d'une mise en exposition. De cette façon, je peux confronter la véracité des commentaires recueillis et en avoir une meilleure compréhension. Conséquemment, j'étudie uniquement la perception des visiteurs du château de Highclere et de Cogges Manor Farm. Le recueil de données existantes sur *TripAdvisor* s'exécute le 15 février 2019 en ce qui concerne le château de Highclere et le 26 juillet 2019 en ce qui concerne Cogges Manor Farm.

3.4.2 Observation directe

Dans le chapitre précédent, j'ai déjà défini la mise en tourisme comme un phénomène se passant à un endroit et un instant précis. Conséquemment, j'en réalise une observation directe. Selon Quivy et Van Campenhoudt (2011, p. 150), l'avantage de cette méthode de collecte de données est que « les informations recueillies par le

chercheur sont arrangées pour lui ». De plus, les auteurs suggèrent que « [l]es méthodes d'observation directe constituent les seules méthodes de recherche sociale qui captent les comportements au moment où ils se produisent sans l'intermédiaire d'un document ou d'un témoignage. Dans les autres méthodes, au contraire, les événements, les situations ou les phénomènes étudiés sont reconstitués à partir des déclarations des acteurs (enquête par questionnaire et entretien) ou des traces laissées par ceux qui en furent les témoins directs ou indirects (analyse de documents) » (Quivy et Van Campenhoudt, 2011, p. 174). De cette façon, je suis en mesure d'observer par moi-même la manière dont les guides touristiques présentent les sites patrimoniaux ayant servi de décor pour *Downton Abbey*. Je suis aussi en mesure de réaliser personnellement l'expérience afin d'en avoir une meilleure compréhension. De sorte, je peux répertorier et analyser les outils de médiation mis en place par les acteurs touristiques dans le cadre de leur mise en tourisme.

Dans le cas particulier de la présentation des artefacts, me rendre sur les lieux est nécessaire. Cela me permet de prendre note de la présentation des artefacts dans les sites patrimoniaux, ainsi que la manière dont les parcours sont créés *in situ*.

Toutefois, puisque je dois payer pour l'accès aux sites patrimoniaux et pour tous les déplacements en Grande-Bretagne, je ne peux pas visiter l'ensemble des sites patrimoniaux ayant servi de lieux de tournage pour *Downton Abbey*. En effet, plusieurs d'entre eux se trouvent à des distances notables l'un de l'autre, ce qui m'aurait contraint à déboursier une quantité substantielle d'argent pour les multiples déplacements requis (Figures 3.1 et 3.2). De plus, la visite de chacun de ces lieux aurait nécessité l'achat de billet d'entrée dans de nombreux cas, ce qui m'aurait causé un stress financier supplémentaire. Par conséquent, j'ai plutôt choisi d'optimiser le nombre de visites de sites patrimoniaux en réalisant deux excursions.

Figure 3.1 Carte des sites patrimoniaux en Grande-Bretagne utilisés dans *Downton Abbey* (créée à partir de © Mes Cartes de Google Maps, 2019)



Source : Lamothe, 2020

Figure 3.2 Carte des sites patrimoniaux à proximité de Londres utilisés dans *Downton Abbey* (créée à partir de © Mes cartes de Google maps, 2019)



Source : Lamothe, 2020

Lors des excursions, je prends des notes au sujet des aménagements touristiques, j'inscris aussi mes impressions personnelles dans un cahier. De surcroît, je prends de nombreuses photographies, afin de dresser un portrait qui est le plus fidèle possible.

De manière plus précise, je photographie les outils de médiation utilisés dans les différents sites patrimoniaux visités, et ce, dans le respect des règles établies.

De plus, afin de dresser un portrait qui est fidèle à la situation, je ne peux que discuter de la mise en exposition des lieux auxquels j'ai eu accès dans leur entièreté. Je ne discute donc pas des lieux que j'ai pu observer brièvement lors des excursions. De surcroît, je ne prends pas en compte les lieux mis en tourisme dans le cadre de l'excursion, mais qui, en réalité, n'ont pas une vocation touristique. Je n'analyse pas, non plus, les lieux présentés par les guides, mais qui dans leur essence n'ont aucun lien avec *Downton Abbey*, puisque cela va au-delà du mandat de recherche que j'ai établi.

Concrètement, je réalise mon observation directe lors de deux tours guidés au départ de Londres. Ils me permettent d'accéder au plus grand nombre de sites patrimoniaux exposés dans *Downton Abbey*. J'en effectue un premier avec Brit Movie Tours et un second avec Premium Tours. Le premier tour guidé « *Downton Abbey Country Film Locations Tour from London* » s'accomplit le 22 juillet 2017. Il amène un petit groupe de touristes, d'abord à différents lieux de tournage de la série dans la ville de Londres. Puis le tour se poursuit à Cogges Manor Farm et le village de Bampton. L'excursion se termine à Londres en fin de journée. Le second tour, « *Downton Abbey Day Trip with Highclere Castle, Oxford and Bampton* » est réalisé le 24 juillet 2017. Il accueille davantage de touristes. Il quitte Londres directement en direction d'Oxford, lors du trajet, le guide donne des informations au sujet des divers attrait qui se posent sur la route. À la suite d'une visite à pied d'Oxford, l'autobus part en direction du village de Bampton et termine la journée au Highclere Castle où les touristes sont laissés à eux-mêmes pour environ une heure.

3.5 Analyse des données

J'inscris mon analyse dans mon herméneutique de la mise en tourisme. À cet effet, j'exécute une analyse de contenu des données recueillies lors du recueil de données existantes et de l'observation directe (Tableau 3.8). Cette méthode me permet « d'élaborer une interprétation qui ne prend pas pour des repères [m]es propres valeurs et représentations [grâce à] la mise en œuvre de procédures techniques relativement précises » (Quivy et Van Campenhoudt, 2011, p. 207). Je réalise donc une analyse thématique de toutes les données recueillies. Ce type d'analyse « [met] en évidence les représentations sociales ou les jugements des locuteurs à partir d'un examen de certains éléments constitutifs du discours » (Quivy et Van Campenhoudt, 2011, p.208). En ce qui concerne le recueil de données existantes des sites patrimoniaux, j'applique plus précisément une analyse catégorielle qui consiste à « calculer et à comparer les fréquences de certaines caractéristiques » (Quivy et Van Campenhoudt, 2011, p.208) dans ce cas spécifique, les valeurs patrimoniales et les références à *Downton Abbey*. De plus, puisqu'un certain nombre de données ne se présentent pas sous forme textuelle, il est aussi nécessaire dans certains cas de procéder à une analyse iconographique. Dans ce contexte, il s'agit de porter une attention particulière à la signification des symboles, aux personnages, au décor, au lieu, aux références et autres éléments, qui pourraient être inspirés d'une série télévisée historique, à savoir, dans ce cas précis, *Downton Abbey*.

Par rapport aux données recueillies au sujet de la perception des touristes, j'ajoute une forme d'analyse thématique, soit l'analyse d'évaluation « qui porte sur les jugements formulés par le locuteur » (Quivy et Van Campenhoudt, 2011, p.208). Je m'attarde donc à la fréquence des différents jugements, mais aussi leur direction et leur intensité quant à l'évocation de *Downton Abbey* dans la médiation du patrimoine. De plus, puisque j'analyse des commentaires qui ont comme objectif de critiquer les sites patrimoniaux, j'ajoute un niveau supplémentaire d'analyse, soit une analyse

structurale. En effet, je considère que je ne peux pas dans ce cas-ci prendre en compte seulement la fréquence de l'évocation des valeurs patrimoniales et de *Downton Abbey* dans les commentaires des usagers de *TripAdvisor*. Plutôt, je réalise deux formes d'analyses structurales. La première est une analyse des cooccurrences qui me permet d'observer quels thèmes sont systématiquement associés dans leurs commentaires. La seconde, une analyse structurelle me permet de constater la structure d'ensemble des commentaires, notamment l'ordre de présentation des valeurs patrimoniales et des références à *Downton Abbey*.

3.6 Conclusion

Tableau 3.8 Résumé des types d'analyses employées en fonction des acteurs étudiés, des méthodes de collecte, des éléments observables et des données recueillies

Acteurs étudiés	Méthode de cueillette	Éléments observables	Types d'analyse de contenu	Sous-catégorie
Touristes	Recueil de données existantes	Commentaires TripAdvisor (analyse netnographique)	Analyses thématiques	Analyse catégorielle
				Analyse de l'évaluation
			Analyses structurales	Analyse des cooccurrences
				Analyse structurelle
Sites patrimoniaux	Recueil de données existantes	Site Internet des sites patrimoniaux	Analyse thématique	Analyse catégorielle
			Analyse iconographique	
		Guide d'exposition (analyse de contenu)	Analyse thématique	Analyse catégorielle
			Analyse iconographique	
	Observation directe	Outils de médiation (analyse de contenu)	Analyse thématique	Analyse catégorielle
			Analyse iconographique	

Dans ce chapitre, j'ai présenté une méthodologie conséquente avec les approches constructiviste et phénoménologique posées au chapitre précédent (Tableau 3.2). À cet effet, j'ai fixé une herméneutique de la mise en tourisme se déclinant en deux formes, soit une mise en tourisme patrimoniale et une mise en ciné-tourisme. Une telle

approche m'a permis de proposer des méthodes de collectes de données pertinentes, soit le recueil de données existantes, ainsi que l'observation directe dans le cadre d'une étude de cas particulière, soit la série télévisée *Downton Abbey*. En regard, à ces méthodes de collectes de données, j'ai aussi été en mesure d'offrir des méthodes d'analyses de données.

CHAPITRE IV

DOWNTON ABBEY

Ce chapitre a pour objectif de présenter en profondeur l'étude de cas sur laquelle cette recherche prend appui, soit la série télévisée historique *Downton Abbey*. D'abord, j'en expose les caractéristiques narratives. Spécifiquement, je porte une attention aux histoires représentées dans la série télévisée et à l'Histoire dans laquelle elle s'inscrit, à savoir, ce que Pomian (1999, p.18) nommait la réalité extraromanesque. Je brosse aussi un tableau du public auquel s'adresse généralement *Downton Abbey* et je dresse un portrait de sa diffusion à l'internationale. Par la suite, je dévoile les sites patrimoniaux sur lesquels cette recherche s'attarde davantage. Enfin, j'expose les effets de *Downton Abbey* qui ont déjà été observés jusqu'à maintenant par les nombreux acteurs touristiques.

4.1 *Downton Abbey*

Downton Abbey est une série télévisée anglo-américaine qui combine les structures d'un feuilleton télévisé et d'une série télévisée historique. Elle répond au carcan du premier en raison de son grand nombre de personnages et d'arcs narratifs à la fois distinct et convergent (Byrne, 2014, p.311), mais aussi en traitant de la vie quotidienne de ces personnages. Elle suit le schéma classique de la seconde en utilisant l'histoire comme un accessoire et comme sujet de l'intrigue. En effet, parfois les événements historiques sont la cause de la situation des personnages, comme le naufrage du Titanic ou l'arrivée de la Première Guerre mondiale. Parfois, les enjeux de la société sont

examinés par l'entremise des différents conflits entre ses personnages, comme les questions de succession, d'avancement social ou encore de la montée du féminisme.

À la manière de la série télévisée historique *Upstairs Downstairs* (1971-1975), l'histoire suit deux groupes de personnages, à savoir les domestiques de *Downton Abbey*, un manoir situé dans le comté de Yorkshire, et les Crawley, la riche famille qui le possède.

Les membres de la famille sont nombreux. Il y a le comte de Grantham, Robert Crawley (Hugh Bonneville), sa femme américaine Cora (Elizabeth McGovern) et leurs trois filles Mary (Michelle Dockery), Edith (Laura Carmichael) et Sybil (Jessica Brown Findlay) ainsi que la comtesse douairière de Grantham, Lady Violet (Maggie Smith). Il est aussi possible de compter dès la fin du premier épisode l'arrivée de deux lointains parents qui prendront un rôle essentiel dans la série, soit Isobel Crawley (Penelope Wilton) et son fils Matthew Crawley (Dan Stevens), l'héritier de *Downton Abbey*. Les deux proviennent d'un milieu plus humble et libéral : le défunt mari d'Isobel Crawley ayant été médecin et son fils, occupant la profession d'avocat. Le mélange des deux branches de la famille permet à l'auteur de présenter les changements dans la culture des grandes maisons et des grandes familles britanniques au début du XX^e siècle.

L'équipe qui s'affaire au sous-sol n'est pas en reste et occupe aussi une place centrale dans la série télévisée historique. Parmi ceux, qui perdurent pour l'ensemble des six saisons, il est possible de noter *Mr Carson* (Jim Carter), le majordome, *Mrs Hughes* (Phyllis Logan), la gouvernante, Thomas Barrow (Robert James Collier), qui occupe de nombreux postes tout au long de la série, dont premier valet de pied, ainsi que *Mr Bates* (Brendan Coyle), valet de Lord Grantham et sa femme, femme de chambre

en chef, Anna Smith, plus tard Anna Bates (Joanne Froggatt). Plusieurs autres foulent les sols de *Downton Abbey*, la liste s'étirant et se modifiant au cours des saisons.

Cette série télévisée historique débute avec le naufrage du Titanic en 1912 qui cause la mort de Patrick Crawley, l'héritier de *Downton Abbey*. Lady Mary, l'aînée de la famille ayant été fiancée à ce dernier, il est tout naturel pour la famille de proposer la même entente à Matthew Crawley, le nouvel héritier de *Downton Abbey*. Néanmoins, la différence de statut social et de mode de vie entre Lady Mary et Matthew Crawley crée des tensions entre les deux personnages. C'est la possibilité ou l'impossibilité de cette relation qui est la trame de fond des premières saisons. L'histoire de la série s'étire sur plusieurs années de 1912 à 1925. Cela permet à l'auteur d'aborder plusieurs événements historiques et de s'en servir dans la trame narrative de ses personnages.

4.2 Histoire et histoires

Cette série télévisée historique prend place dans un contexte historique particulièrement mouvementé et, de ce fait, emprunte plusieurs éléments d'une réalité extraromanesque pour alimenter ses intrigues. Les événements comme le naufrage du Titanic, la Première Guerre mondiale et la grippe espagnole guident et ancrent le récit. Le climat de l'entre-deux-guerres, qui cause des difficultés, notamment financières, chez les grandes familles aristocrates britanniques, permet aussi d'exploiter une trame narrative qui force les personnages à changer et à évoluer plus rapidement. *Downton Abbey* nous permet de comprendre le système restreignant dans lequel progressent les domestiques, en matière, par exemple, d'éducation, d'avancement social, de la proximité des relations avec la famille qui les emploie, de la hiérarchie au sein de l'équipe et de différentes relations entre ces différents membres. *Downton Abbey* par le choix de ses intrigues et de ses personnages demeure néanmoins une source de débats chez les universitaires.

Les débats entourant la télévision et ses productions à caractère historique se butent presque systématiquement à la conviction que ce médium est incapable d'offrir une représentation fidèle de l'histoire (Bell, 2007, p.12). Les tenants de la perspective fictionnaliste affirment plutôt que l'histoire n'est, en fait, qu'une branche de la rhétorique (Pomian, 1999, p.16). À cet effet, certains auteurs mentionnent les risques de représenter le passé. Black (2005, cité dans Bell, 2007, p.5), par exemple, juge que les représentations de séries télévisées historiques peuvent se montrer anhistoriques. Il suggère qu'elles peuvent être trop portées sur l'aspect fictif ou encore renforcer la mauvaise représentation d'individus ou de groupes. Il suit ainsi les traces de Hobsbawm (Bell, 2007, p.5) qui avance que la société post-moderne représente l'histoire comme une fiction.

Nonobstant les débats chez les universitaires, Bell (2007, p.12) note que les années quatre-vingt-dix ont vu croître le nombre de productions télévisuelles à contenu historique. Conséquemment, l'intérêt des chercheurs pour celles-ci, qui n'avait été que minime depuis les années soixante-dix, s'est investi d'un nouveau souffle en Grande-Bretagne, en Europe continentale ainsi qu'en Amérique. Bell (2007) mentionne aussi qu'en règle générale, les auteurs d'ouvrage sur le sujet sont historiens ou acteurs de l'industrie médiatique, mais qu'encore peu ont une approche propre aux études filmiques, aux *television studies* ou aux *cultural studies*. En effet, si les études sur le *film-induced tourism* produisent énormément de littérature, comme il a été possible de le voir dans le premier chapitre, les études touristiques qui s'attardent spécifiquement aux productions télévisuelles à caractère historique sont peu nombreuses.

Downton Abbey se situe au cœur des débats de l'historicité et de l'authenticité de telles œuvres de fictions. La critique au sujet de *Downton Abbey* ne forme toutefois pas un front commun. Sa valeur historique, son accessibilité et sa facilité d'écoute semblent

être, à cet effet, les éléments polarisants (Byrne, 2014, p.312). Néanmoins, selon Byrne (2014, p.313) le fait que ses producteurs mettent en exergue certains aspects de la sphère domestique, avec une attention particulière à des artefacts de la vie quotidienne, permet d'offrir au public une perception du passé peu présentée jusqu'à présent. *Downton Abbey* est d'ailleurs reconnu pour cette préoccupation pour les détails historiques, ce qui ne l'a pas, toutefois, rendu hermétique aux critiques concernant de potentiels anachronismes chez certains admirateurs passionnés (Byrne, 2014, p.313).

Selon Byrne (2014, p.315), d'un point de vue idéologique, *Downton Abbey* est davantage une critique du présent plutôt que du passé. La série télévisée historique renvoie à une vision plus traditionnelle de la notion du patrimoine. De cette façon, Byrne (2014, p.315) situe *Downton Abbey* entre deux courants, soit le courant traditionnel qui prédomine depuis les films historiques des années 1980 et celui que De Groot (2009) a qualifié de post-moderne. La série télévisée historique répond au carcan du premier, en présentant une anglitude (*englishness*) conservatrice grâce à une hiérarchie patriarcale bien ancrée dès le premier épisode de la série. En d'autres termes, *Downton Abbey* est représenté comme un microcosme de la société britannique du début du XX^e siècle où doivent régner ordre et responsabilité sociale. *Downton Abbey* répond également aux structures du second courant en raison de l'attention donnée à ceux qui vivent généralement en marge de la société à l'aide d'arcs narratifs comme celui du personnage de Thomas Barrow, un valet homosexuel et Tom Branson, un chauffeur socialiste qui marie une des filles Crawley.

De plus, le fait que *Downton Abbey* ne soit pas une adaptation d'un texte préexistant, mais plutôt un texte original réalisé pour la télévision permet une plus grande flexibilité (Byrne, 2014, p.315). Précisément, il est possible pour l'auteur, Julian Fellowes, de créer une nouvelle version de l'histoire (Byrne, 2014, p.315). En échappant au carcan d'une adaptation littéraire, Byrne (2014, p.315) mentionne

comment Julian Fellowes peut aborder des thèmes modernes, comme la sexualité, le féminisme et la guerre, qui intéressent le public d'aujourd'hui.

Ainsi, *Downton Abbey* reste une série télévisée assez classique et traditionnelle qui par certains arcs narratifs parvient à introduire des éléments plus modernes et originaux. Néanmoins, malgré les débats chez les universitaires, *Downton Abbey* rallie les foules devant leur écran.

4.3 L'ampleur de la *Downton Abbey mania*

À son apogée, soit au cours de la quatrième saison, *Downton Abbey* amenait 13,3 millions de visionneurs devant leur écran pour écouter les aventures de la famille Crawley (Cuccinello, 2016, p.1). En 45 ans, il s'agit de la série télévisée la plus visionnée de la chaîne PBS (Public Broadcasting Service) (Cuccinello, 2016, p.1). La série télévisée historique britannique a été généralement plus appréciée en Amérique qu'en Grande-Bretagne. Les droits de diffusion de *Downton Abbey* ont été vendus dans 220 territoires. En 2013, cet auditoire international était estimé à 120 millions (Cuccinello, 2016, p.1).

L'amour des admirateurs pour la série ne se traduit pas que par leur nombre de visionnements, mais aussi par leur témoignage sur les réseaux sociaux. À cet effet, les *Downtonians*, comme ils s'appellent, ont fixé un record de publications pour PBS. De manière concrète, durant la cinquième saison, la série télévisée a généré au-delà de 10 000 gazouillis (*tweets*) et 24 millions d'impressions médiatiques (Cuccinello, 2016, p.1).

De plus, la série télévisée a reçu cinquante-et-une nominations au Emmys et en a remporté onze. Elle a aussi gagné trois prix de la BAFTA (British Academy for

Television Arts), trois prix de la SAG (Screen Actors Guild) et un prix de la PGA (Producers Guild Award) (Cuccinello, 2016, p.1). Après deux saisons seulement, *Downton Abbey* avait suscité le plus de nominations parmi les émissions de télévision diffusées à des heures de grande écoute aux Emmys dans la catégorie des séries télévisées internationales (Cuccinello, 2016, p.1).

La vente de produits dérivés a généré environ 24 \$ (USD) millions (environ 25 CAD millions) en 2013. En 2014, grâce notamment aux admirateurs américains et chinois, ce montant s'élève à 250 \$ millions (US) (environ 275 CAD millions) (Cuccinello, 2016, p.2).

Selon Bagnoli (2015, p.103), plusieurs facteurs expliquent le succès de *Downton Abbey* et parmi eux, l'excellent scénario y serait pour beaucoup. La reproduction minutieuse de la vie britannique au début du XX^e siècle, à l'aide du conseiller historique Alastair Bruce, serait aussi une cause importante. De surcroît, la mise en exergue des changements profonds de cette période, propulsés principalement par la Première Guerre mondiale serait également très bien reçue par le public.

Byrne (2014, p.16) fait remarquer que la série télévisée historique fonctionne très bien parce qu'elle témoigne de préoccupations contemporaines. Selon Bagnoli (2015, p.104), un exemple où la *Downton mania* croise ces dernières est lorsque le *Equality Titles Bill*, présenté à la Chambre des Lords en 2013, est surnommé la « *Downton Abbey Law* » puisque le projet de loi reprend essentiellement les préoccupations qui sont fondamentales à la structure de la première saison de la série. En effet, cette loi assure qu'il n'y aurait pas de discrimination de genre dans la succession des titres, ce qui dans le monde de *Downton Abbey* aurait permis à Lady Mary d'être héritière du titre de son père et ainsi du domaine qui y était lié.

Aux yeux de Byrne (2014, p.311-312), le succès de *Downton Abbey* démontre que la popularité du patrimoine et de sites patrimoniaux à l'écran ne se dément pas. Selon elle, *Downton Abbey* a créé une industrie qui lui est propre grâce à la marchandisation, par exemple, de livres, ou encore, de lignes de vêtements qui en sont inspirés. Selon l'auteure, une telle série télévisée et ses répercussions font émerger des questions sur la manière dont nous consommons l'histoire à travers les médias de masse.

4.4 Lieux de tournage

Le choix de lieux de tournage pour la série télévisée historique permet de refléter une forme d'authenticité à l'écran. *Downton Abbey* a été filmé dans de nombreux endroits, qu'ils soient créés de toutes pièces ou tout simplement transformés. Ces lieux incluent entre autres le *Ealing Studio* en périphérie de Londres, dont je glisserai quelques mots. Les lieux de tournage utilisés par la compagnie de production comportent en outre divers sites patrimoniaux, tels que Highclere Castle, mais aussi Cogges Manor Farm, le village de Bampton et plusieurs autres de moins grandes ampleurs. Cette section du chapitre vise à retracer l'histoire de ces lieux et à souligner l'impact notamment financier qu'a eu la diffusion de la série télévisée historique sur ceux-ci.

4.4.1 Ealing studio

Ealing studio est un studio de télévision et de cinéma situé dans l'est de Londres en fonction depuis 1902. En ce sens, il s'agit du plus ancien studio de production de film toujours actif. La scène sonore ouverte en 1931 possède un grade II de protection. Néanmoins, bien qu'il soit considéré comme un site historique, Ealing studio n'est pas utilisé à titre de site patrimonial dans le tournage de *Downton Abbey*, je ne l'étudie donc pas dans le cadre de cette recherche. Toutefois, je tenais à mentionner comment il s'inscrit dans la mise en tourisme générale de la série télévisée historique. L'objectif

est d'en comprendre l'intérêt pour les admirateurs et les limites des sites patrimoniaux quant aux attentes des touristes concernant ce qui semble être et ce qui est réellement.

En effet, bien que les changements d'angle de caméra laissent penser qu'une scène est filmée dans le même lieu, parfois ce n'est pas le cas. Par exemple, s'il n'en était que ce que nous voyions à l'écran, nous croirions que lorsque les serviteurs de *Downton Abbey* quittent les étages supérieurs et descendent dans leur quartier, ils le font véritablement à Highclere Castle. Néanmoins, ce n'est pas la réalité puisqu'entre 2010 et 2012, ces scènes sont filmées au Ealing Studio.

Le quartier des domestiques n'est pas accessible aux visiteurs au château de Highclere. Toutefois, il était possible, jusqu'à récemment, pour les touristes de visiter Ealing Studios afin de visiter les décors de la série télévisée historique. Depuis, l'exposition itinérante *Downton Abbey The exhibition* (2018) à New York permet d'en faire autant.

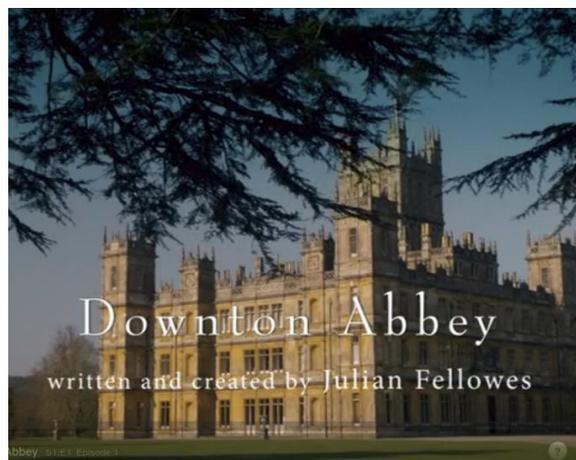
4.4.2 Highclere Castle ou *Downton Abbey*

Highclere Castle occupe une place centrale dans la série télévisée, son homonyme télévisuel n'est autre que le nom de la série. Highclere Castle est situé dans la ville de Newbury, dans le comté du Berkshire en Angleterre. Le château a été construit dans le style néo-jacobin. Historiquement, il s'agit de la résidence des comtes de Carnarvon. À la demande du III^e comte, John George Herbert, la résidence a été modifiée pour être ce que nous en connaissons aujourd'hui. Les travaux ont débuté en 1842 et ont été exécutés en 1854. Ceux-ci ont été planifiés par Charles Barry, l'architecte du Palais de Westminster.

L'architecture singulière du château le rend facilement reconnaissable, notamment lors du visionnement de *Downton Abbey*. En effet, tous les épisodes de la série télévisée

commencent par un générique montrant plusieurs plans rapprochés du château (Figure 4.1). La forme du château fait partie du logo de la série (Figure 4.2). De surcroît, de nombreuses scènes ont été filmées tant à l'intérieur du château que dans ses jardins. En ce sens, la série télévisée historique joue un rôle très important quant à sa notoriété à un large public.

Figure 4.1 Highclere Castle dans *Downton Abbey* (saison 1, épisode 1) (PBS et Carnival, 2010)



Source : PBS et Carnival, 2010

Figure 4.2 Highclere Castle dans le logo de *Downton Abbey* (saison 1, épisode 2)



Source : PBS et Carnival, 2010

À l'intérieur du château, l'équipe de production a notamment filmé des scènes dans la *Library* (Figure 4.3), le *Saloon* (Figures 4.4 et 4.5) et le *Drawing room* (Figure 4.6) du château de Highclere.

Figure 4.3 *The Library* de Highclere Castle dans *Downton Abbey* (saison 1, épisode 1)



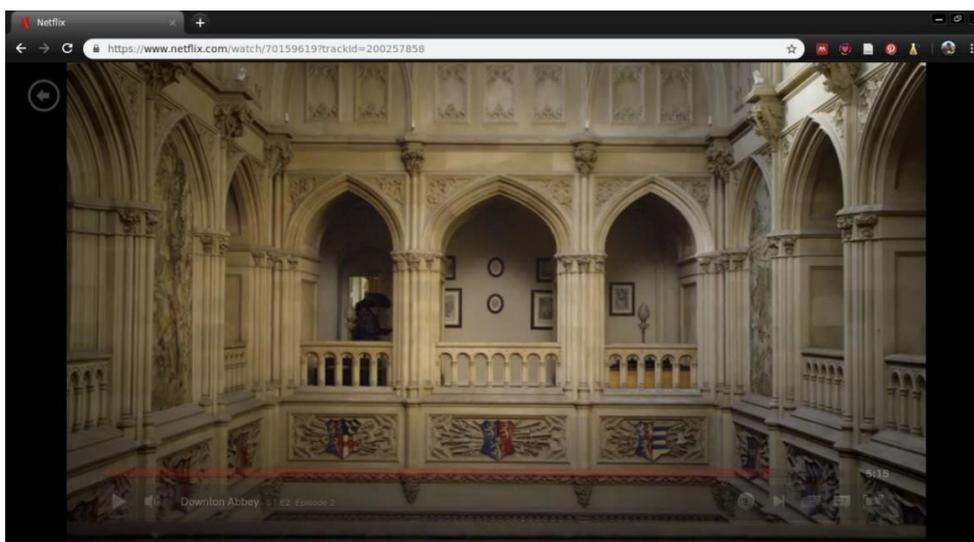
Source : PBS et Carnival, 2010

Figure 4.4 *Saloon* du Highclere Castle dans *Downton Abbey* (saison 1, épisode 2)



Source : PBS et Carnival, 2010

Figure 4.5 *Saloon* du Highclere Castle vue depuis le balcon du 1^{er} étage dans *Downton Abbey* (saison 1, épisode 2)



Source : PBS et Carnival, 2010

Figure 4.6 *Drawing room* du Highclere Castle dans *Downton Abbey* (saison 1, épisode 1) (PBS et Carnival, 2010)



Source : PBS et Carnival, 2010

De nombreuses scènes ont d'ailleurs été filmées dans les chambres situées au 1er étage du château, comme la *Mercia Bedroom* (Figure 4.7) et la *Stanhope Bedroom* (Figure 4.8). Toutes ces pièces sont visibles par les visiteurs du château de Highclere en été. Néanmoins, certaines des pièces, telles que les chambres à coucher offrent un accès très limité aux visiteurs.

Figure 4.7 Mercia bedroom du Highclere Castle dans *Downton Abbey* (saison 1, épisode 1) (PBS et Carnival, 2010)



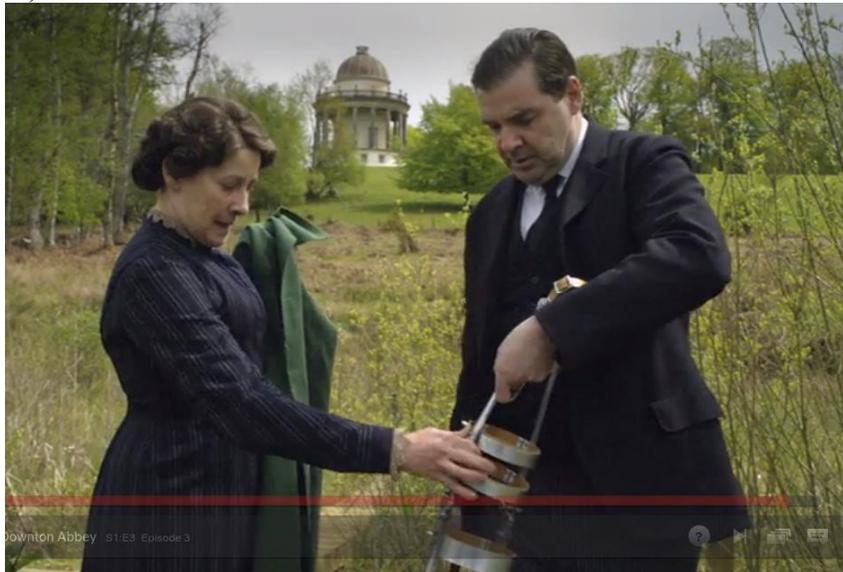
Source : PBS et Carnival, 2010

Figure 4.8 Stanhope bedroom de Highclere Castle dans *Downton Abbey* (saison 1, épisode 3)



Source : PBS et Carnival, 2010 1

Figure 4.9 Temple of Diana de Highclere Castle dans *Downton Abbey* (saison 1, épisode 3)



Source : PBS et Carnival, 2010

Outre les images capturées du château de Highclere lui-même et de l'intérieur de ses murs, l'équipe de production a aussi filmé des scènes dans les jardins du château, notamment dans les sentiers entourant le château et à proximité des différentes *folies* architecturales, tels que le *Temple of Diana* (Figure 4.9) et le *Jackdaws castle*.

Depuis les nombreux tournages de l'équipe de production de *Downton Abbey*, une hausse de la quantité de touristes et conséquemment une hausse substantielle des revenus du château de Highclere ont été observées. En matière de finances, le château de Highclere a largement bénéficié de son apparition à l'écran dans la populaire série télévisée historique. Préalablement, cette résidence privée, comme bien d'autres similaires sur le territoire britannique, souffrait d'un manque d'entretien, dont les coûts étaient estimés à 18 millions de \$ (US) (Cuccinello, 2016, p.2). Depuis, la maison a été complètement restaurée et a repris ses lettres de noblesse, accueillant annuellement le double des visiteurs, qui doivent d'ailleurs se procurer leurs billets de nombreux mois d'avance pour s'assurer de pouvoir circuler dans les murs du château

(Cuccinello, 2016, p.2). Les producteurs ont aussi dû déboursier le double en location d'espace pour filmer dans le château entre la première saison (500 000 £) et la cinquième saison (1 million de £). Cuccinello (2016, p.2) du magazine économique *Forbes* prévoit que les ventes diminueront certainement dans les années à suivre puisque la série télévisée est officiellement terminée. Néanmoins, la parution d'un film de *Downton Abbey* en septembre 2019 risque bien de faire démentir ces prévisions du moins encore pour quelques années.

Les touristes quant à eux ne bénéficient que d'une étroite fenêtre de temps pour visiter le site. En effet, malgré sa popularité, le château et ses jardins, qui demeurent une propriété privée, ne sont ouverts que deux mois par an, soit en juillet et en août, ainsi que pour quelques journées et événements spéciaux au cours de l'année.

Ainsi, en de nombreux aspects, le château de Highclere est dans une situation singulière par rapport au ciné-tourisme. L'équipe de production de *Downton Abbey* y a filmé de nombreuses scènes, dans de nombreux lieux sur une longue période de temps. Ce qui a transformé le château de Highclere en un attrait de prédilection pour de multiples ciné-touristes, *admirateurs* de la série télévisée historique. Néanmoins, d'autres lieux de tournage ont aussi bénéficié d'une attention accrue, c'est notamment le cas du village de Bampton et de Cogges Manor Farm.

4.4.3 Bampton Village ou Downton

Le village se situe à environ 65 km du château de Highclere. Cette proximité entre les deux lieux permet de les intégrer dans une excursion journalière.

En 2014, une étude réalisée par Olsberg et SPI pour Creative England en association VisitEngland démontre l'importance des ciné-touristes (défini dans le rapport comme

screen tourist) notamment dans le village de Bampton. Durant l'été 2015, on estimait une hausse de 23 000 visiteurs supplémentaires dans le village en raison de la série (Sunday Telegraph, 2015). Olsberg et SPI (2014) affirment que le village de Bampton a la plus forte proportion de *screen tourist*. Aussi, ils établissent qu'une majorité d'entre eux (62,2 %) sont des touristes internationaux. Néanmoins, ils notent que la valeur financière apportée par les touristes locaux est d'une plus grande importance. Cet effet au village de Bampton est associé à la représentation dramatique d'une Angleterre traditionnelle où le patrimoine est un catalyseur majeur pour attirer les touristes locaux (Olsberg et SPI, 2014).

Le village de Bampton est particulièrement intéressant, à cet effet, puisque l'aspect du village représente très bien une époque révolue, telle qu'il est dépeint dans *Downton Abbey* (Olsberg et SPI, 2014). En effet, Bampton est un ancien village maraîcher dans le sud de la région des Cotswolds dans le Comté d'Oxfordshire. Les traces les plus anciennes du village de Bampton datent aussi de 1086 dans le *Domesday Book* (Oxfordshire Cotswolds, 2018). Il est devenu prospère dès le début du Moyen Âge grâce au commerce de la laine, puis du textile et du travail du cuir (Oxfordshire Cotswolds, 2018).

Trois lieux dans le village sont particulièrement importants lors des tournages de *Downton Abbey*. D'abord, l'ancienne école de grammaire, qui accueille aujourd'hui le Bampton Community Archive, a tenu lieu d'hôpital dans *Downton Abbey* (Figure 4.10). Puis, St Mary's Church (Figure 4.11), qui occupe le rôle de l'église du village de Downton. L'église de St-Mary's est l'endroit où les personnages de *Downton Abbey* sont mariés, enterrés et baptisés (Sunday Telegraph, 2015). Enfin, les murs extérieurs d'une résidence privée ont servi à représenter la Crawley House. Dans le cadre de cette recherche, j'analyse les deux premiers, mais j'exclus la dernière puisqu'elle n'est pas opérée à des fins touristiques.

Figure 4.10 *Old Grammar School* de Bampton Village



Source : Collection personnelle, 2017

Figure 4.11 *Bampton Church* lors du tournage de *Downton Abbey* (Cotswolds.com)



Source : Cotswolds.com

4.4.4 Cogges Manor Farm ou Yew Tree Farm

Un autre site patrimonial souvent inclus dans les itinéraires de ciné-tourisme reliés à *Downton Abbey* est Cogges Manor Farm (Figure 4.12). La ferme se trouve à proximité du village de Witney dans le comté d'Oxfordshire. Elle se situe à environ 15 km du village de Bampton et à 70 km du château de Highclere.

Figure 4.12 *Cogges Manor Farm*



Source : Collection personnelle, 2017

Cogges Manor Farm est classé monument historique. Il y a deux parties distinctes sur le site, soit le manoir datant du XIII^e siècle et les bâtiments de la ferme, eux ; du XVII^e siècle. Les premières traces du site remontent en 1086 dans le *Domesday Book* (Cogges Manor Farm, 2018). La famille Mawle a habité le manoir jusqu'en 1968 (Cogges Manor Farm, 2018). Ce site patrimonial a donc un peu moins de 1000 d'histoire. En plus, d'avoir accueilli les équipes de production de *Downton Abbey*, le

site patrimonial a aussi reçu, à plus petite échelle, l'équipe du film *Arthur & George* diffusé en 2015 (Cogges, 2018).

Au contraire, du Highclere Castle, la ferme ne possède pas un rôle central dans la série. En fait, elle arrive beaucoup plus tardivement dans l'univers de *Downton Abbey*. Précisément, Cogges Manor Farm incarne Yew Tree Farm dans la saison quatre et cinq de *Downton Abbey* (Figure 4.13). Si Brit Movie Tours l'intègre dans son excursion journalière, la ferme est largement moins considérée dans les propositions d'itinéraire ciné-touristique.

Figure 4.13 *Cogges Manor Farm* lors du tournage de *Downton Abbey* (Saison 4, épisode 5)



Source : PBS et Carnival, 2010

4.4.5 Autres lieux de tournage

D'autres sites patrimoniaux ont aussi de plus petits rôles dans *Downton Abbey*. C'est le cas de Basildon Park, la Bluebell Railway, le Byfleet Manor, la chartreuse de

Londres, le château d'Alnwick, le château d'Inveraray, le château de Lincoln, le Chiltern Open Air Museum, Greys Court, le Langdon Down Museum, le Royal Hospital Chelsea, St James's Park, le Waddesdon Manor et West Wycombe Park. Je les présente ici en ordre alphabétique. Je mentionne notamment de quelle façon ces sites patrimoniaux sont utilisés dans *Downton Abbey*. De surcroît, je donne quelques détails sur l'histoire du site et sur la manière dont ils satisfont les critères comme site patrimonial dans le cadre de cette recherche.

Basildon Park représente la résidence de Londres de Lord Grantham à Londres dans l'épisode *The London Season* (2013), l'émission spéciale de Noël lors de la quatrième saison. Le site patrimonial est situé dans le comté du Berkshire. Il s'agit d'un manoir géorgien. Il est la propriété du *National Trust*.

Horsted Keynes Station, qui fait partie de la Bluebell Railway, dépeint Downton Station dans la série télévisée historique. La station est construite en 1882 par la London Brighton et la South Coast Railway. Elle a été restaurée de façon à être dans l'état dans lequel elle était au milieu des années 1920 (Bluebell Railway, 2019). Elle est donc idéale pour *Downton Abbey* qui se déroule approximativement durant cette période. On l'aperçoit de manière sporadique au cours des six saisons.

Le Byfleet Manor est une résidence privée située dans le comté de Surrey. Il représente la maison de la comtesse douairière, Violet Crawley (Maggie Smith). Il s'agit d'un bâtiment protégé de grade II. Elle a été ouverte au public dans le passé pour des réceptions privées. Le site Internet donne d'ailleurs toujours de l'information relative au manoir et à ses disponibilités (Byfleet Manor, 2019). Néanmoins, il n'est pas clair si depuis la vente du bâtiment en 2015, le manoir est encore disponible pour de tels événements.

La chartreuse de Londres n'est employée que très brièvement dans *Downton Abbey*. En fait, elle est utilisée à trois reprises pour représenter des lieux très différents les uns des autres (FreeToursbyfoot, 2015). D'abord, elle incarne Harvell & Carter, l'endroit où Matthew travaille comme avocat au cours de la première saison. Puis, elle fait office du lieu où Lady Sybil assiste à un rassemblement politique lors duquel elle est blessée. Enfin, il s'agit de l'endroit où cette dernière réalise son entraînement pour devenir infirmière durant de la Première Guerre mondiale. En réalité, il s'agit d'un ensemble de bâtiments historique dans le quartier d'Islington à Londres. Son origine date de 1371. Elle a occupé plusieurs fonctions depuis, mais est aujourd'hui un musée, une chapelle et une maison de charité.

Le château d'Alnwick se situe dans le comté du Northumberland. Il est utilisé deux fois afin de représenter Brancaster Castle dans deux épisodes spéciaux de Noël de *Downton Abbey*. L'équipe de production s'y est affairée en juillet et août 2014 et a notamment eu recours aux *State Rooms*, aux jardins et aux ruines de Hulne Abbey. Elle y retourne en juillet 2015, cette fois pour seulement une semaine pour filmer des scènes du tout dernier épisode de *Downton Abbey*. À ce moment, elle filme à nouveau des scènes dans les *State Rooms*, mais aussi aux remparts du château, ainsi qu'à proximité de Bow Alley et de St Michael's Church Hall (Alnwick Castle, 2019). Les origines du château remontent au XIV^e siècle, au moment où l'arrière-arrière-grand-père de Henry Percy acquiert un château de style normand. Dans les années qui suivent, il est transformé en forteresse. Les *States rooms* sont de style renaissance italienne. Hulne Abbey est un ancien monastère carmélite de la période médiévale. Aujourd'hui, le château est encore une propriété privée opérée par la famille Percy à la tête du duché du Northumberland. Il est ouvert au public de la fin du mois de mars, jusqu'à octobre 2019.

Le château d'Inveraray est situé en Écosse. Il est utilisé pour représenter Duneagle Castle dans l'épisode spécial de Noël 2012. Il s'agit de la résidence familiale des ducs

d'Argyll et du siège du Clan Campbell. Le château d'Inveraray, tout comme les châteaux de Highclere et d'Alnwick, n'est pas ouvert toute l'année. En fait, il est accessible d'avril à octobre et offre durant cette période un grand nombre d'activités et d'événements. Le château date du XV^e siècle et a été transformé en son état actuel au XIX^e siècle à la suite d'un incendie. Tout comme le château de Highclere, il s'agit encore à ce jour d'une résidence familiale.

Le château de Lincoln est situé dans le comté du Lincolnshire en Angleterre. La prison victorienne du château de Lincoln représente la prison de York où le personnage de John Bates est emprisonné au cours notamment de la troisième saison. Le château de Lincoln est la propriété du comté du Lincolnshire. Aujourd'hui, des parties de la prison sont ouvertes au public à titre de musée.

Le Chiltern Open Air Museum (COAM) est situé à Chalfont St Giles dans le comté du Buckinghamshire. Le musée consiste en un ensemble de trente différents bâtiments historiques qui étaient menacés de destruction avant d'être transférés sur le site actuel. Le musée fondé en 1976 se concentre sur la préservation de résidences ordinaires. Le COAM est organisme de bienfaisance enregistré. Une équipe de 200 volontaires et le *Friends of the Museum Association* permet au musée d'être en activité. L'équipe de production a filmé des scènes dans la section de la Historic Chilterns Farm afin de représenter la ferme de John Drake lors de la deuxième saison de *Downton Abbey*. La Historic Chilterns Farm est une ferme fonctionnelle qui utilise les techniques d'agriculture traditionnelles.

L'équipe de production de *Downton Abbey* a employé Greys Court afin de tenir le rôle de Bampton Place au cours d'un épisode de la troisième saison de la série télévisée historique. Le site patrimonial du comté d'Oxfordshire est géré par le *National Trust* depuis 1969. Il s'agit d'une maison de campagne Tudor protégée de grade I.

L'équipe de production de *Downton Abbey* a aussi fait une brève apparition au Normansfield Theater du Langdon Down Museum of Learning Disability. En réalité, le théâtre n'est utilisé que pour une scène de la série télévisée historique, soit pour un concours de fleur dans le cinquième épisode de la première saison. Le musée est situé à Teddington, une ville d'Angleterre du district londonien de Richmond upon Thames. Le musée est un ancien hôpital fondé par John Langdon Down en 1868. Le fondateur a commissionné la construction d'un théâtre quelques années plus tard, afin que les enfants traités à l'hôpital puissent apprendre la musique et le théâtre. Depuis des travaux de restauration, le théâtre de protection de grade II offre des prestations de différentes natures. Le musée qui opère le théâtre est un organisme sans but lucratif.

Le Royal Hospital Chelsea est aussi utilisé de manière très brève par l'équipe de production de *Downton Abbey*. En fait, les lieux ne sont seulement employés afin d'interpréter l'office militaire dans lequel le personnage d'Anna se rend dans le septième épisode de la première saison. L'hôpital royal est l'œuvre de Charles II et Sir Christopher Wren et est aujourd'hui un bâtiment protégé de grade I et II. À ce jour, trois-cents vétérans de l'armée britannique y logent (Royal Hospital Chelsea, 2019).

St James's Park apparaît aussi à l'écran, et ce, au cours de deux épisodes de *Downton Abbey*. Les deux premières apparitions ont lieu lors du septième épisode de la première saison. En fait, c'est justement en route vers l'office militaire qu'on voit Anna traverser St James's Park. On y aperçoit dans le même épisode Lady Mary et sa tante discuter de Matthew Crawley. Enfin, c'est à la fin de la cinquième saison de *Downton Abbey*, lors du huitième épisode, pour être plus exact, qu'on peut à nouveau observer St James's Park. Ce dernier fait partie d'un organisme de charité appelé Royal Parks. Cet organisme s'occupe de huit parcs royaux de Londres.

Waddesdon Manor est une propriété construite à la fin du XVIII^e siècle dans la campagne du comté du Buckinghamshire pour le Baron Ferdinand de Rothschild. Le manoir est géré par la Fondation de Rothschild, un organisme de bienfaisance, au nom

du *National Trust* (National Trust, 2019a). Waddesdon Manor est aperçu au cours du sixième épisode de la deuxième saison. Néanmoins, seul l'extérieur du manoir est utilisé dans le tournage de la série télévisée historique. Dans *Downton Abbey*, il s'agit simplement de montrer Haxby Park, une propriété, qui pourrait être achetée par Lady Mary et son prétendant à ce moment dans l'histoire de la série.

West Wycombe Park apparaît à plusieurs reprises dans *Downton Abbey* pour représenter l'intérieur des appartements de Lady Rosamund, la tante de Lady Mary, de Lady Edith et de Lady Sybil. En fait, les téléspectateurs peuvent l'observer maintes fois lors de la troisième à la sixième saison. Tout comme Basildon Park et West Wycombe Park, Waddesdon Manor est la propriété du *National Trust*.

Downton Abbey utilise de multiples sites patrimoniaux lors de ces tournages. Parmi ceux-ci, le château de Highclere est certainement le plus reconnaissable et le plus souvent associé à la série télévisée à succès. Néanmoins, d'autres lieux sont visibles à l'écran au cours des six saisons. C'est notamment le cas de l'église et du centre d'archive dans le petit village de Bampton dans le comté d'Oxfordshire. Sans être présent dans l'ensemble des six saisons, Cogges Manor Farm laisse aussi sa marque dans *Downton Abbey* en apparaissant à de nombreuses reprises dans plusieurs saisons. D'une façon semblable, une des fermes de Chiltern Open Air Museum peut être reconnue par les admirateurs de la série télévisée historique. En effet, durant toute une saison, une grande part des intrigues attachées à Lady Edith s'y déroulent.

D'autres sites patrimoniaux sont utilisés, mais ont un moins grand rôle dans la série télévisée. Byfleet Manor et West Wycombe Park en sont des exemples. De fait, tous deux sont présents à l'écran de manière récurrente. Néanmoins, dans le cas du premier, les téléspectateurs ne peuvent en apercevoir que l'extérieur lors du visionnement de *Downton Abbey*. Au contraire, dans le cas du second, les téléspectateurs ne peuvent observer que l'intérieur de West Wycombe Park. Les lieux incarnent l'intérieur des

appartements de Lady Rosamund, un personnage secondaire. Similairement, la prison du château de Lincoln est présente couramment pour représenter l'endroit où l'un des personnages principaux est emprisonné. Une des stations de train de la Bluebell Railway est présente de manière sporadique au cours des saisons pour dépeindre *Downton Station*. Néanmoins, il s'agit d'un lieu plutôt générique qui ne démarque pas autant que les lieux évoqués précédemment.

À l'opposé, d'autres lieux ne sont présents que dans le cadre d'un épisode, mais l'importance de l'épisode fait pencher la balance en faveur d'une plus grande visibilité des sites patrimoniaux. Les épisodes spéciaux de Noël sont particulièrement importants à cet effet. Les *christmas specials* font partie d'une longue tradition de la télévision britannique. En effet, les épisodes diffusés à ce moment de l'année sont généralement plus longs que la normale et atteignent un plus grand auditoire. Le château d'Alnwick est présent dans deux de ces épisodes. Le château d'Inveraray et Basildon Park sont aussi à la vedette lors d'épisode de Noël.

Six des dix-huit sites patrimoniaux que j'étudie ont néanmoins un temps d'antenne beaucoup plus limité. St James's Park apparaît trois fois au cours de deux épisodes dans l'ensemble de la série. Pour ce qui est du Langdon Down Museum et plus spécifiquement du Normansfield Theater, du Waddesdon Manor, de Greys Court et du Royal Hospital Chelsea, ils n'apparaissent qu'une fois chacun au cours des six saisons. Enfin, la chartreuse de Londres a servi de lieux de tournage pour l'équipe de production de *Downton Abbey* à trois reprises. Toutefois, c'était pour faire figure de trois lieux différents. De sorte, le site patrimonial était présenté de manière très limitée et générique. Conséquemment, il est plus difficile d'associer le lieu véritable et son rôle fictif dans *Downton Abbey*.

Tableau 4.1 Liste complète des sites patrimoniaux classés en ordre d'importance dans Downton Abbey (2010-2015)

Sites patrimoniaux	Importance
Château de Highclere	Majeur
Bampton Church	Récurrent sur plusieurs saisons
Bampton Archive	Récurrent sur plusieurs saisons
Cogges Manor Farm	Récurrent sur plusieurs saisons
Chiltern Open Air Museum	Récurrent dans une saison
Byfleet Manor	Récurrent sur plusieurs saisons (extérieur)
West Wycombe Park	Récurrent sur plusieurs saisons (intérieur)
Château de Lincoln	Récurrent période limitée
Bluebell Railway	Sporadique
Château d'Alnwick	2 spéciaux de Noël
Château d'Inveraray	Spécial de Noël
Basildon Park	Spécial de Noël
St James's Park	Apparaît à 3 reprises dans 2 épisodes
Langdon Down Museum	Apparaît dans 1 épisode
Waddesdon Manor	Apparaît dans 1 épisode (extérieur)
Greys court	Apparaît dans 1 épisode
Royal Hospital Chelsea	Apparaît dans 1 épisode
Chartreuse de Londres	Apparaît à 3 reprises pour représenter 3 lieux différents

4.5 Conclusion

Dans le cadre de ce chapitre, j'ai présenté l'étude de cas de *Downton Abbey* en profondeur. Dans la première partie, j'ai discuté spécifiquement de la série télévisée historique. D'abord, j'ai décrit l'arc narratif de la série télévisée historique. Puis, j'ai soulevé les débats au sujet de ce type de production culturelle. Enfin, j'ai exposé l'ampleur du phénomène, tant en ce qui concerne ses téléspectateurs, que les lieux de tournage utilisés. Dans la seconde partie du chapitre, j'ai présenté plus en profondeur les sites patrimoniaux que j'étudie dans le cadre de cette recherche. J'ai commencé par trois sites majeurs pour le tournage de *Downton Abbey*, soit le château de Highclere, le village de Bampton et Cogges Manor Farm. Par la suite, j'ai brièvement donné de l'information sur des sites patrimoniaux qui ont une moins grande importance dans la série télévisée.

Certains de ces sites patrimoniaux sont des propriétés privées, alors que d'autres sont gérés par des organismes qui en regroupent plusieurs, tels que le *National Trust*. Le prochain chapitre offre davantage d'information sur la gestion du patrimoine en Grande-Bretagne. J'y inclus aussi des renseignements sur le tourisme patrimonial et le ciné-tourisme.

CHAPITRE V

PATRIMOINE ET TOURISME EN GRANDE-BRETAGNE

Le cinquième chapitre est consacré à la Grande-Bretagne. D’abord, j’explore le patrimoine britannique : son histoire, ses législations, sa gestion et ses organismes. Cela me permet de consolider mes choix de sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de cette recherche. De plus, cela me permet de souligner les enjeux causés par les différentes formes de financement des sites patrimoniaux en Grande-Bretagne. Puis, je dresse un portrait du tourisme patrimonial qui est un moteur économique important dans le pays. Enfin, je mets de l’avant la popularité du cinéma et de la télévision en Grande-Bretagne et présente de la façon dont le ciné-tourisme fait déjà partie de ses coutumes. L’objectif de ce chapitre est de comprendre comment les trois pôles de cette recherche à savoir les sites patrimoniaux, le tourisme et le film sont reliés dans le contexte particulier et singulier qu’est la Grande-Bretagne.

5.1 Le patrimoine en Grande-Bretagne

Dans cette section, je décris brièvement l’histoire de la protection et de la conservation patrimoniales en Grande-Bretagne. D’abord, j’expose de manière succincte les grands penseurs qui ont façonné les bases de la protection et de la conservation du patrimoine et qui ont, à terme, fait de la Grande-Bretagne un leader mondial dans le domaine. Puis, je présente les principales institutions de ce domaine. J’évoque en premier lieu les corps gouvernementaux chargés de la protection et de la promotion du patrimoine.

En second lieu, j'explique comment les différentes formes de classification me permettent de choisir les sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de ce mémoire. Je présente aussi les associations de protection du patrimoine et les diverses œuvres de charité qui les supportent. Cette brève présentation me permet de commenter la manière dont sont financés les sites patrimoniaux et de manière générale l'importance du tourisme patrimonial en leur sein.

5.1.1 L'histoire de la protection du patrimoine en Grande-Bretagne

L'histoire de la protection du patrimoine en Grande-Bretagne débute à la fin du XIX^e siècle. Plus précisément, la première législation au sujet du patrimoine en Grande-Bretagne date de 1882 avec le *Ancient Monuments Act* qui vise originellement à protéger les sites préhistoriques, mais qui, par une suite d'amendements successifs, s'étend à des sites beaucoup plus tardifs, dans la mesure où ceux-ci ne font pas l'objet d'une utilisation contemporaine (Stubbs *et al.*, 2011, p.60).

En 1947, le *Town and Country Act* permet au Ministère de l'Habitation et aux différents gouvernements locaux d'identifier et de protéger des bâtiments d'une certaine valeur patrimoniale, qu'ils soient occupés ou non (Stubbs *et al.*, 2011, p.60).

Par la suite, le *Historic Buildings and Ancient Monuments Act* de 1953 donne un plus grand pouvoir d'action en octroyant des fonds pour l'entretien des sites historiques afin d'en prévenir leur démolition. En 1967, le *Civic Amenities Act* met sous le couvert de la protection des ensembles de bâtiments et crée ainsi des zones de conservation (*Conservation areas*) (Stubbs *et al.*, 2011, p.60).

Aujourd'hui, la vision en matière de protection et de conservation de l'architecture et du patrimoine en Angleterre et au pays de Galles s'appuie sur le *Ancient Monuments*

and archeological Areas Act de 1979, ainsi que le *Listed Buildings and Conservation Areas Act* de 1990. Ces deux actes encadrent la protection de trois catégories de sites, soit les monuments classés (*Scheduled monuments*), les bâtiments classés (*Listed Buildings*) et les zones de conservation (Stubbs *et al.*, 2011, p.60).

Les monuments classés comprennent tous les sites archéologiques qui ne sont plus habités et qui ne sont plus économiquement utiles, mais qui sont considérés comme ayant une importance nationale (Stubbs *et al.*, 2011, p.60). De plus, les monuments classés ne sont pas restreints par une période de temps déterminée. Le gouvernement britannique subdivise les monuments classés en 200 catégories. En 2011, l'État recensait 1 000 sites.

Les bâtiments classés sont des sites qui ont un intérêt national architectural, historique ou associatif et qui nécessitent un statut de protection. Il existe trois grades de protection I, II* et II. Les grades I et II* sont attribués aux sites considérés comme ayant une importance exceptionnelle. Une demande de classification peut être faite par tout individu, organismes ou agences étatiques. Par la suite, le grade est octroyé par le ministre responsable. En 2011, il y avait 50 000 bâtiments classés en Grande-Bretagne. Tous changements à ces bâtiments doivent être préalablement autorisés par les instances locales. En outre, ces sites ne peuvent être détruits que dans des circonstances exceptionnelles.

Les zones de conservation sont des arrondissements historiques ou des ensembles de bâtiments. Il peut s'agir de paysage urbain, de village entier ou de maisons de campagne avec leur domaine. Les zones de conservation sont gérées comme des ensembles, de sorte que les responsables de ces zones doivent contribuer à rehausser leur caractère particulier dans leur entièreté, ce qui inclut les panneaux routiers, la végétation ou le mobilier urbain.

Dans un autre ordre d'idée, les titres de monuments, de bâtiments classés et de zones de conservation ne sont pas mutuellement exclusifs. Ainsi, un bâtiment classé peut à la fois se trouver dans la liste des monuments classés et s'inscrire dans le cadre plus large d'une zone de conservation.

Les parcs et les jardins historiques possèdent aussi un registre qui permet de les répertorier. La liste comporte actuellement 1 600 sites qui sont considérés comme ayant une signification particulière. Leur catégorisation est semblable à celle pour des monuments, des bâtiments et des zones de conservation.

Je me base notamment sur cette classification afin de choisir les sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de cette recherche (Tableau 5.1). En fait, seule l'*Old Grammar School* propriété de la Bampton Community Archive et le Chiltern Open Air Museum ne possèdent pas de grade de protection. Néanmoins, je retiens tout de même la première puisqu'elle a un statut particulier auprès sa communauté. Celle-ci veille d'ailleurs à sa protection en s'assurant, par exemple, d'obtenir des fonds pour sa restauration. En ce sens, elle s'intègre à ma définition de site patrimonial. J'ai aussi admis le second parce que l'organisme de bienfaisance à sa tête considère que son rôle est de préserver et de conserver des bâtiments historiques pour les générations futures. Les autres sites patrimoniaux que j'étudie ont généralement un Grade de protection I. C'est le cas de Bampton Church, de Basildon Park, de la chartreuse de Londres, du château d'Alnwick, du château de Highclere, de Greys Court, de Waddesdon Manor et de West Wycombe Park. Horsted Keynes Station de la Bluebell Railway et Cogges Manor Farm détiennent, quant à eux, un Grade II. Cogges Manor Farm est aussi considéré comme un monument classé. Le Royal Hospital Chelsea a également deux classements. En effet, certaines parties des bâtiments possèdent un Grade de protection I, alors que d'autres, un Grade II. Le Byfleet Manor et le Normansfield Theater du

Langdon Down Museum ont un Grade II*. Le St-James's Park s'inscrit dans le registre des parcs et des jardins historiques avec un Grade I.

5.1.2 Agences de protection gouvernementales ou parrainées par le gouvernement

Les législations britanniques en matière de protection et de conservation de l'architecture et du patrimoine ne sont pas excessivement restrictives. Conséquemment, l'essence de la loi est interprétée de différentes manières par différentes agences régionales. Ainsi, l'Écosse, le pays de Galles et l'Irlande possèdent des lois et des réglementations qui varient de celles de l'Angleterre (Stubbs *et al.*, 2011, p.60). Dans le cadre de cette recherche, je m'attarde essentiellement à des sites patrimoniaux en Angleterre et en Écosse. Les sites patrimoniaux anglais sont sous le couvert de la protection d'*English Heritage*, alors que les sites patrimoniaux écossais ; par *Historic Environment Scotland* (HES).

5.1.2.1 English Heritage

En Angleterre, la supervision des monuments et des bâtiments classés est effectuée par *English Heritage*, une agence non gouvernementale établie en 1983 par le *National Heritage Act*. Cette agence est parrainée par le *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) du gouvernement anglais.

Le rôle d'English Heritage est de recommander la nomination des sites, ainsi que de conseiller les autorités locales sur les possibles modifications et les travaux à réaliser sur les bâtiments classés. C'est aussi le rôle de l'agence de surveiller les risques de détérioration des monuments et des bâtiments classés, tout comme des zones de conservation (Stubbs *et al.*, 2011, p.60). À cet effet, *English Heritage* possède une mission financière d'une grande importance. En effet, l'agence débourse annuellement

environ 30 millions £ (47 CAD millions) en restauration et en subventions pour des recherches archéologiques (Stubbs *et al.*, 2011, p.60).

En plus de ces rôles, *English Heritage* gère plus de 400 propriétés historiques. À ce sujet, English Heritage (2019) reconnaît son rôle dans la transmission du savoir historique, ainsi que sa responsabilité en tant qu'entreprise touristique. En réalité, l'organisme conçoit que la population est à la recherche d'expériences dans lesquelles elle peut s'immerger. Ainsi, dans la création de ses expériences, *English Heritage* (2019) mentionne être mené par des valeurs d'authenticité, de qualité, d'imagination, de responsabilité et de plaisir.

Au sujet de l'authenticité, English Heritage (2019a) cherche à respecter l'intégrité des sites et des artefacts présentés au public. L'organisme souligne également qu'elle n'invente pas ni ne déforme l'histoire à des fins de divertissement, plutôt, elle s'assure de séparer la réalité de la fiction en mettant la lumière sur des événements historiques qui sont captivants pour le public. En matière de qualité, English Heritage (2019) affirme que tous les services qu'ils offrent sont tenus aux plus hauts standards. Quant à la question de l'imagination, l'organisme vise à recréer l'histoire de manière créative afin que chaque expérience soit « vive, animée et inoubliable ». English Heritage (2019) déclare aussi que leurs rôles de conservation et d'attraction touristique sont pris avec la plus grande responsabilité. L'organisme balance donc ces rôles, tout en ayant comme préoccupation majeure le divertissement et le plaisir de ses visiteurs.

La *Heritage lottery Fund* est un organisme public non ministériel tenu responsable devant le gouvernement par l'entremise du DCMS. L'organisme vient en aide au patrimoine au Royaume-Uni notamment en distribuant des subventions. Deux sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de cette recherche ont eu accès à un tel financement, soit Cogges Manor Farm et le Langdon Down Museum (Tableau 5.1).

5.1.2.2 *Historic Environment Scotland*

En Écosse, c'est plutôt *Historic Environment Scotland* (HES), une agence gouvernementale qui supervise de manière similaire les divers sites qui nécessitent une protection accrue. À la différence, néanmoins, qu'elle catégorise les bâtiments et les monuments selon des niveaux de protection nommés grades A ou B. De plus, tout comme son homologue anglais, elle encadre également des zones des conservations.

HES gère aussi plus de 300 sites et propriétés. En 2014-2015, HES recevait 3,5 millions de visiteurs dans ces sites accessibles au public. L'agence gouvernementale comporte 10 000 membres, génère 41,6 millions £ (70,41 millions CAD) de revenus par an et embauche 1 200 employés.

La vision de HES (2019) est de s'assurer que le patrimoine écossais soit chéri, compris, partagé et apprécié par tous. La mission de HES est définie comme visant à protéger et à conserver le patrimoine pour les générations futures. L'organisme souhaite y parvenir en améliorant les connaissances et la compréhension de l'héritage culturel écossais.

Le seul site patrimonial qui s'intègre dans le classement écossais dans le cadre de cette recherche est le château d'Inveraray qui est un bâtiment classé de catégorie A.

5.1.3 *Agences non gouvernementales*

La Grande-Bretagne possède aussi une quantité d'organismes et d'associations non gouvernementaux qui veillent à la protection du patrimoine bâti. Certains sont constitués de propriétaires, d'activistes ou de résidents.

Un des groupes avec le plus d'influence est la *Society for the Protection of Ancient Buildings* (SPAB). Elle est fondée en 1877 par William Morris, et ce, en réaction aux pratiques des architectes de l'époque victorienne (SPAB, 2017). Son influence se ressent dans les différents regroupements qui naissent par la suite et par les philosophies qu'ils prônent (Stubbs *et al.*, 2011, p.61).

Le *National Trust*, un organisme privé de bienfaisance, naît quelques années plus tard, soit en 1895. L'objectif de l'organisme est alors d'arrêter ou, du moins, de freiner la disparition de bâtiments historiques causée par la rapide croissance du monde industrielle (Stubbs *et al.*, 2011, p.65). Sa mission est de veiller à la conservation d'aires d'une beauté naturelle et de bâtiments d'une importance historique et architecturale en Angleterre, au pays de Galles et en Irlande du Nord.

Au cours du XX^e siècle, les contrecoups de la Deuxième Guerre mondiale ont parfois forcé les propriétaires à se départir de leur domaine familial (Stubbs *et al.*, 2011, p.65), laissant au passage ces sites d'une importance historique susceptibles de se détériorer. Ainsi, depuis 1945, le *National Trust* s'est attardé à la préservation de ces grandes maisons de campagne.

Pour ce faire, le National Trust, comme English Heritage et HES, est devenu propriétaire de nombreux sites patrimoniaux afin d'en faciliter leur gestion. En effet, aujourd'hui l'organisme de charité possède 500 bâtiments historiques, châteaux, monuments anciens, jardins, parcs et réserves naturelles (National Trust, 2019b). Les coûts liés à l'entretien de ces sites s'élevaient à 107,1 millions £ (182 millions CAD) en 2015-2016 (National Trust, 2019b).

Afin de s'occuper de ces sites patrimoniaux, le *National Trust* s'appuie sur le soutien de ses membres, de donateurs et de bénévoles. En 2007, le *National Trust* bénéficiait de l'apport de 3,5 millions de membres (Stubbs *et al.*, 2011, p.65). L'organisme de bienfaisance reçoit aussi des subventions et peut accroître ses revenus grâce à des activités commerciales, telles que la vente de nourritures, de boissons et de souvenirs (National Trust, 2019b) dans les différentes propriétés qu'elle gère.

Historic Houses est une autre association qui participe à la protection du patrimoine bâti en Grande-Bretagne. Au contraire du National Trust, néanmoins, les propriétés membres de *Historic houses* demeurent des propriétés indépendantes. Souvent, il s'agit de maisons toujours habitées qui possèdent également une vocation touristique. Les 1 650 propriétés associées à *Historic houses* accueillent 26 millions de visiteurs chaque année. Elles font appel à 33 700 employés à temps plein (Historic Houses, 2018).

Originellement nommée la *Historic Houses Association*, dans les années 1950-1960, il s'agissait d'un sous-comité du *British Tourism Authority* (aujourd'hui connu sous le nom de VisitBritain). La mission de l'association est de protéger les plus belles maisons de campagne de la Grande-Bretagne (Historic Houses, 2018). La plupart de ces membres sont des bâtiments classés Grade I, II ou II*. De surcroît, ceux-ci ne reçoivent pas de soutien gouvernemental direct. Conséquemment, de tels sites patrimoniaux doivent être financièrement autosuffisants. À cet effet, *Historic houses* conseille les propriétaires des sites patrimoniaux tant en ce qui concerne les enjeux de conservation et de restauration que de la meilleure façon de tirer profit des lieux (Historic Houses, 2018). Au nom des multiples propriétés de son association, *Historic Houses* met aussi de la pression sur le gouvernement afin que celui-ci offre un allègement fiscal à ses entreprises. L'association suggère qu'une telle politique fiscale permettrait aux différents sites patrimoniaux de réaliser des réparations nécessaires à

leur entretien, ainsi que d'assurer qu'elles puissent continuer de jouer un rôle important dans l'industrie touristique. Outre cela, elle veille également au développement du rôle éducatif de ces maisons patrimoniales et effectue des recherches au sujet de celles-ci et de leurs collections (Historic Houses, 2018). Dans le cadre de cette recherche, deux des sites patrimoniaux étudiés sont membres de cette association, soit le château d'Alnwick et le château de Highclere.

Tableau 5.1 Liste complète des sites patrimoniaux selon les mesures de protection en place et leurs propriétaires

Site patrimonial	Mesure de protections gouvernementales	Propriétaires
Bampton Archive	Aucune	Bampton Community Archive (organisme de bienfaisance)
Bampton Church	Bâtiment classé grade I	Diocèse d'Oxford
Basildon Park	Bâtiment classé grade I	National Trust
Bluebell Railway (Horsted Keynes Station)	Bâtiment classé grade II	Bluebell Railway
Byfleet Manor	Bâtiment classé grade II*	Particulier (inconnu)
Chartreuse de Londres	Bâtiment classé grade I	Fiducie de bienfaisance
Château d'Alnwick	Bâtiment classé grade I	Famille du Duc du Northumberland
Château d'Inveraray	Bâtiment classé catégorie A	Famille du Duc d'Argyll
Château de Highclere	Bâtiment classé grade I	Geroge Herbert (comte de Carnarvon)
Château de Lincoln	Prison victorienne : bâtiment classé grade II*	Lincolnshire County Council
Chiltern Open Air Museum	Aucune	Chiltern Open Air Museum (organisme de bienfaisance)
Cogges Manor Farm	Monument classé et bâtiments classés grade II (<i>Heritage Lottery Fund</i>)	Cogges Heritage Trust (Fiducie de bienfaisance)
Greys Court	Bâtiment classé grade I	National Trust
Langdon Down Museum (Normansfield theater)	Bâtiment classé grade II* (<i>Heritage Lottery Fund</i>)	Down's Syndrome Association
Royal Hospital Chelsea	Bâtiment classé I et II	Royal Hospital Chelsea : Organisme de bienfaisance
St James's Park	Gade I dans le registre des parcs et des jardins historiques	The Royal Parks : Organisme de bienfaisance
Waddesdon Manor	Bâtiment classé grade I	National Trust
West wycombe Park	Bâtiment classé grade I	National Trust

De nombreux autres sites patrimoniaux étudiés, dans le cadre de cette recherche, sont toujours entre les mains de propriétaires privés, ou encore, opérés et gérés par des organismes de bienfaisance (Tableau 5.1).

Parmi les sites patrimoniaux étudiés, Basildon Park, Greys Court et West Wycombe Park sont la propriété du *National Trust*. De surcroît, bien que Waddesdon Manor soit opéré par la Fondation de Rothschild, il est la propriété du *National Trust*. La chartreuse de Londres et Cogges Manor Farm sont également gérées par des fiducies de bienfaisance (*charitable trust*). De plus, de nombreux sites patrimoniaux sont la propriété d'organisme de bienfaisance. C'est le cas de Bampton Archive, du Chiltern Open Air Museum, du Langdon Down Museum et du Royal Hospital Chelsea. The Royal Parks qui gère le St-James's Park est aussi un organisme de bienfaisance. Bampton Church est un peu atypique, dans la mesure où le propriétaire du lieu est le diocèse d'Oxford. De sorte, l'église n'est pas réellement administrée comme une entreprise touristique. Les revenus engendrés par le tourisme dans tous ces lieux servent généralement à assurer leur bon fonctionnement. L'argent amassé permet notamment d'effectuer des travaux de restauration. De surcroît, les membres qui font des dons et les bénévoles sont essentiels aux activités qui ont lieu dans ces sites patrimoniaux.

Néanmoins, parmi les sites patrimoniaux que j'ai choisi d'étudier, un certain nombre sont plutôt des entreprises privées. À cet effet, les châteaux d'Alnwick, d'Inveraray et de Highclere sont toujours entre les mains des familles propriétaires depuis plusieurs siècles, soit, respectivement, la famille du Duc du Northumberland, du Duc d'Argyll et du comte de Carnarvon. La Bluebell Railway et le Byfleet Manor sont aussi des entreprises privées. Conséquemment, au-delà d'être autosuffisant financièrement, l'objectif de ces sites patrimoniaux est de générer des profits.

Dans cette section, j'ai d'abord exposé la manière dont les sites historiques étaient classés en Grande-Bretagne. Puis, j'ai présenté les agences qui étaient responsables de s'assurer de la protection et de la conservation de ce patrimoine, soit *English Heritage* et *Historic Environment Scotland*. Ces deux agences gouvernementales ont des rôles importants à jouer en regard au financement des sites patrimoniaux en Grande-Bretagne. *English Heritage* balance les objectifs de conservation du patrimoine et d'attraction touristique afin de financer ces lieux. Le divertissement et le plaisir de ses visiteurs sont d'ailleurs des préoccupations majeures. Cette considération pour les visiteurs est néanmoins moins présente chez son homologue écossais. Deux des sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de ce mémoire ne font pas l'objet d'une protection particulière d'une agence gouvernementale, soit Bampton Archive et le Chiltern Open Air Museum. De sorte, leur financement est plus limité. Ils se doivent donc d'être plus créatifs et innovants afin d'assurer leur autosuffisance. À cet effet, le mode de fonctionnement des différents sites patrimoniaux que j'ai choisi d'étudier varie grandement de l'un à l'autre. Une majorité d'entre eux sont gérés par des organismes de bienfaisance ou des fiducies de bienfaisance dont l'objectif est notamment de garantir la protection et la conservation des lieux pour les générations futures. D'autres sont plutôt des entreprises privées qui possèdent aussi cet objectif en plus de chercher à maximiser les profits engendrés par le tourisme par exemple.

5.2 Tourisme en Grande-Bretagne

En 2015, la Grande-Bretagne était classée cinquième sur un total de 50 nations en matière de richesse en bâtiment et de monuments historiques et 7^e sur le plan du patrimoine culturel selon l'index des nations d'Anholt Gfk (Historic England, 2017, p.5). Cette perception de la Grande-Bretagne est en partie responsable de son succès touristique. En effet, le patrimoine est sans conteste un catalyseur important de tourisme dans cette région du monde. En 2015, le nombre de voyages motivés par la

visite de sites patrimoniaux était évalué à 192 millions (Oxford economics, 2016, p.3). Selon un sondage du DCMS, 73,2 % des adultes en Angleterre, soit environ 40 millions d'individus, mentionnent avoir visité au minimum un site patrimonial en 2015-2016 (Historic England, 2017, p.5). Selon une étude de VisitEngland en 2015, 6 % des touristes domestiques citent la visite d'un bâtiment historique ou d'un monument comme l'unique raison de leur voyage, 28 % ; comme une raison très importante et 40 % ; comme une raison assez importante (TNS, 2016, p.12). Le tourisme patrimonial peut, en ce sens, être une industrie particulièrement lucrative. En 2016, le tourisme patrimonial a généré 16,4 milliards £ (environ 27 milliards \$) en dépenses de visiteurs domestiques et internationaux (Historic England, 2017, p.1).

En 2016, VisitEngland, VisitScotland et VisitWales ont travaillé avec l'agence de recherche TNS pour comprendre les habitudes de consommation de leurs visiteurs. Parmi les questions posées aux touristes intérieurs réalisant des voyages de courte durée, l'une d'entre elles interrogeait l'importance des activités dans la prise de décision de leur voyage. 16 % des touristes intérieurs réalisant un voyage de courte de durée avaient pour seul motif la visite d'un site de tournage d'une série télévisée ou autres, pour 23 % ; il s'agissait d'une raison très importante et pour 27 % il s'agissait d'une raison d'une importance significative (TNS, 2016, p.5). Lorsqu'il s'agit d'effectuer une excursion d'une journée, 28 % des touristes intérieurs ont pour unique raison de visiter le site de tournage d'une série télévisée ou autres, pour 33 % il s'agissait d'une raison très importante et pour 31 % d'entre eux, il s'agissait d'une raison d'une importance significative (TNS, 2016, p.5).

Les agences réceptives, telles que VisitBritain (2019a), reconnaissent l'importance des sites patrimoniaux comme lieux de tournages pour différents films. En réalité, à travers les billets de blogue, VisitBritain encourage notamment les visiteurs à en visiter en raison de leurs liens avec la télévision ou le cinéma. Le billet « Top Stately Homes on

Film » recense huit manoirs. Sans grande surprise, Highclere Castle se trouve au sommet de cette liste. En effet, l'annonce de la parution d'un nouveau film en septembre 2019 a revigoré l'intérêt de VisitBritain pour cette maison familiale dans laquelle l'équipe de production de la série télévisée historique à succès internationale *Downton Abbey* n'avait plus mis les pieds depuis déjà quelques années.

Les différentes agences réceptives sont conscientes du potentiel touristique que représentent les sites de tournage et vont donc intervenir pour tenter de le rentabiliser. VisitEngland (2019), par exemple, possède sa section concernant les sites de tournage qu'il est possible de visiter, tout comme VisitScotland (2019) et VisitBritain (2016).

De surcroît, les sites patrimoniaux et les autorités responsables s'assurent de promouvoir leur capacité à accueillir des équipes de tournage de toutes sortes, que ce soit English Heritage (2019b), Historic Environment Scotland (2019b) ou le National Trust (2019c). Plus que de recruter les équipes de tournage, ces différents groupes tout comme les agences réceptives cherchent à attirer les touristes en raison justement de leur apparition à l'écran. C'est le cas notamment de Historic Environment Scotland (2019c) qui mise entre autres sur le tournage de la série télévisée fantastico-historique, adaptée des romans de Diana Gabaldon, *Outlander* (Starz, 2014-). En effet, l'agence gouvernementale a produit à cet effet des itinéraires de 3 et 7 jours (Historic Scotland, 2018). Pour HES, il s'agit d'une façon d'acquérir davantage de membres en proposant des tarifs réduits pour visiter une multitude de sites patrimoniaux.

Des voyagistes offrent aussi des tours spécialisés. C'est le cas notamment de la compagnie Brit Movie Tours. Au moment d'analyser leur site Internet, soit le 18 février 2019, la compagnie détaille 49 excursions au public. La compagnie propose également 20 tours guidés privés. Ces excursions s'articulent tant autour de film que de série télévisée. Précisément, trois excursions sont consacrées à *Downton Abbey*.

D'autres séries télévisées historiques font aussi l'objet d'excursion, tels que *Call the Midwife* (Neal Street Productions, 2012-), *The Crown* (Left Bank Pictures et Sony Pictures Television, 2016-), *Outlander* (Left Bank Pictures *et al.*, 2014-) et *Peaky Blinders* (BBC Studios, 2013-).

5.3 Conclusion

Dans ce chapitre, j'ai renforcé l'idée qu'une étude de cas au sujet de *Downton Abbey* est intéressante dans la mesure où le contexte de réalisation est propice à la confluence entre tourisme patrimonial et ciné-tourisme. En effet, le patrimoine britannique est depuis longtemps conservé, protégé et mis en valeur par de nombreuses associations, qu'elles soient gouvernementales ou non. Le patrimoine est également un catalyseur important de tourisme en Grande-Bretagne et est, de fait, une source considérable de revenu dans le pays. De surcroît, les agences réceptives, ainsi que des voyagistes, tels que Brit Movie Tours, ont flairé le potentiel du ciné-tourisme en réalisant notamment des tours organisés, dont la thématique principale est une série télévisée historique. Ces excursions offrent d'ailleurs des itinéraires qui intègrent de nombreux sites patrimoniaux.

Les chapitres suivants ont pour objectif de mettre la lumière sur la médiation dans les sites patrimoniaux qui ont servi de lieux de tournage pour la série télévisée historique *Downton Abbey*.

CHAPITRE VI

MISE EN COMMUNICATION

Dans ce mémoire, je cherche à comprendre comment les séries télévisées historiques participent à la mise en tourisme des sites patrimoniaux. Dans ce chapitre, je m'intéresse spécifiquement à la première phase de la médiation, soit la mise en communication du patrimoine.

La mise en communication, comme je le présentais dans le chapitre II, est « le niveau le plus élémentaire de la gestion de la relation entre le public et l'objet [...] recouvr[ant] l'ensemble des procédures qui prétendent installer cette relation. Elle désigne ainsi tout ce qui doit permettre au visiteur d'aller vers l'objet et d'entrer en rapport avec lui » (2006, p. 37).

Dans le contexte de cette recherche, j'observe uniquement une méthode de mise en communication soit l'affichage des sites patrimoniaux sur les sites Internet des différents sites patrimoniaux ayant servi de lieu de tournage pour *Downton Abbey* et qui ont à ce jour une vocation touristique. Dix-huit sites patrimoniaux correspondent à cette définition, soit le château d'Alnwick, Basildon Park, Bampton Archive, Bampton Church, Bluebell Railway, Byfleet Manor, la chartreuse de Londres, le château de Highclere, le château d'Inveraray, le Chiltern Open Air Museum, Cogges Manor Farm, Greys Court, le Langdon Down Museum, le château de Lincoln, Royal Hospital Chelsea, St James's Park, le Waddesdon Manor, West Wycombe Park.

Ce chapitre se divise en trois parties. D’abord, j’ai pour objectif de déterminer de quelle manière les différents sites Internet des sites patrimoniaux étudiés évoquent leur relation par rapport à des univers fictifs. À cet effet, je porte une attention particulière à *Downton Abbey*. Puis, j’analyse s’ils présentent les valeurs patrimoniales d’une façon distinctive. Enfin, j’observe la présence de corrélations entre l’évocation d’univers fictifs et l’évocation des valeurs patrimoniales dans le discours des sites Internet des sites patrimoniaux considérés.

6.1 Évocation d’univers fictif

Dans la mise en communication, j’analyse la fréquence et le positionnement de l’évocation des univers fictifs sur les sites Internet. Je mesure aussi l’importance de *Downton Abbey* par rapport à la présentation d’autres tournages. Finalement, j’observe plus en profondeur le type d’information qui y est offert.

6.1.1 Fréquence

De prime abord, j’observe quel site Internet évoque la relation entre le site patrimonial et le tournage de *Downton Abbey* (Tableau 6.1). Sept sites Internet l’évoquent à de nombreuses reprises, soit Bampton Archive, Basildon Park, Byfleet Manor, le château d’Alnwick, le château de Highclere, le château d’Inveraray et Cogges Manor Farm. Sept sites Internet l’évoquent quelques fois (moins de trois fois), soit Bampton Church, Bluebell Railway, la chartreuse de Londres, le Chiltern Open Air Museum, le château de Lincoln, le Langdon Down Museum et West Wycombe Park. Quatre sites Internet ne mentionnent absolument pas la relation entre *Downton Abbey* (ou d’autres univers fictifs) et le site patrimonial, soit le Royal Hospital Chelsea, Greys Court, St James’s Park et Waddesdon Manor.

Tableau 6.1 Liste des sites patrimoniaux selon la fréquence des évocations de Downton Abbey sur leur site Internet, classés en ordre d'importance

Sites patrimoniaux	Importance	Fréquence
Château de Highclere	Majeur	>3
Bampton Church	Récurrent sur plusieurs saisons	<3
Bampton Archive	Récurrent sur plusieurs saisons	>3
Cogges Manor Farm	Récurrent sur plusieurs saisons	>3
Chiltern Open Air Museum	Récurrent dans une saison	<3
Byfleet Manor	Récurrent sur plusieurs saisons (extérieur)	>3
West Wycombe Park	Récurrent sur plusieurs saisons (intérieur)	<3
Château de Lincoln	Récurrent période limitée	<3
Bluebell Railway	Sporadique	<3
Château d'Alnwick	2 spéciaux de Noël	>3
Château d'Inveraray	Spécial de Noël	>3
Basildon Park	Spécial de Noël et épisode final saison 5	>3
St James's Park	Apparaît à 3 reprises dans 2 épisodes	0
Langdon Down Museum	Apparaît dans 1 épisode	<3
Waddesdon Manor	Apparaît dans 1 épisode (extérieur)	0
Greys Court	Apparaît dans 1 épisode	0
Royal Hospital Chelsea	Apparaît dans 1 épisode	0
Chartreuse de Londres	Apparaît à 3 reprises : 3 lieux différents	<3

Légende

< 3 : moins de trois

> 3 : plus de trois

De manière générale, les sites Internet des sites patrimoniaux les plus visibles dans Downton Abbey sont également ceux qui font le plus souvent mention de la série télévisée. En effet, le château de Highclere qui occupe un rôle majeur tout au long de *Downton Abbey* n'y fait pas exception. C'est aussi le cas du site Internet de Bampton

Archive, de Cogges Manor Farm et du Byfleet Manor que les téléspectateurs peuvent apercevoir de manière récurrente au cours de nombreuses saisons dans la série télévisée historique.

Les sites Internet du château d'Alnwick, du château d'Inveraray et de Basildon Park, sont tous les trois présents dans des épisodes spéciaux de Noël et évoquent à de maintes reprises le tournage de *Downton Abbey*. Le site Internet de Basildon Park (2019) mentionne d'ailleurs le nombre de téléspectateurs qui ont pu apercevoir le site patrimonial à l'écran lors de l'épisode de Noël 2013 : « *[t]he house also featured in the special London Season episode of Downton Abbey on Christmas Day 2013, which was watched by over 10 million people.* » Une vidéo est également mise en ligne dès 2014 pour expliquer de quelle manière l'équipe de production de la série télévisée s'est servie des lieux (National Trust, 2014). De surcroît, les narrateurs sont des membres de l'équipe du *National Trust*, soit la gestionnaire de la propriété et le gestionnaire de la maison. La vidéo utilise notamment des scènes tirées directement de l'épisode, gracieuseté de Carnival Films.

Néanmoins, les sites Internet de Bampton Church et du Chiltern Open Air Museum, malgré la récurrence de leur apparition à l'écran, y font référence moins souvent. West Wycombe Park, le château de Lincoln et la Bluebell Railway évoquent aussi souvent *Downton Abbey* que ces deux derniers, et ce, bien qu'ils apparaissent encore moins souvent à l'écran que ceux-ci.

Dans un autre ordre d'idée, les sites Internet des sites patrimoniaux les moins importants dans la série télévisée sont généralement ceux qui évoquent le moins le tournage de la série télévisée historique en leurs lieux. C'est notamment le cas du Waddesdon Manor, de Greys Court et du Royal Hospital Chelsea qui n'apparaissent

tous que lors d'un épisode de *Downton Abbey*. St James's Park ne fait aucunement mention du tournage, bien qu'il se retrouve à trois reprises au cours de deux épisodes.

Ainsi, il semble qu'en général, les sites patrimoniaux les plus souvent représentés à l'écran sont aussi ceux dont le site Internet fait le plus souvent référence à *Downton Abbey*. Sans doute, la capacité des téléspectateurs à reconnaître les lieux à l'écran explique en partie, du moins, ce lien entre la série télévisée historique et le site patrimonial. Néanmoins, le Langdon Down Museum et la chartreuse de Londres font exception à cette règle. En effet, malgré leur petit rôle à l'écran, il est possible d'observer quelques références à la série télévisée historique sur leur site Internet.

6.1.2 Positionnement de l'information

Le positionnement de l'information au sujet de *Downton Abbey* varie d'un site Internet à l'autre. De manière générale, quatre cas de figure deviennent visibles au cours de l'analyse (Tableau 6.2). Dans un premier temps, cette information peut se retrouver en arrière-plan : au détour d'une phrase, une référence à la série dans un article concernant un sujet plus global, etc. Dans un deuxième temps, la relation entre *Downton Abbey* et le site patrimonial peut être présentée sur le blogue du site Internet, plutôt que sur le site Internet lui-même. La différence principale entre le site Internet et le blogue qui y est associée est que le premier est habituellement plus statique et offre toujours la même information aux utilisateurs, alors que le second permet de publier des articles sur une base régulière. En effet, « [l]e blogue se caractérise par une facilité de publication, une grande liberté éditoriale et la possibilité d'interagir avec le lectorat » (OQLF, 2018). Dans un troisième temps, l'évocation de cet univers fictif ou d'autres peut se retrouver dès la page d'accueil du site Internet. Dans un quatrième et dernier temps, une page entière du site peut y être consacrée. Ces quatre cas de figure ne sont pas mutuellement exclusifs. Par exemple, une référence à *Downton Abbey* peut se

trouver dès la page d'accueil et elle peut prendre la forme d'un lien qui mène à une page entièrement consacrée à la série. Néanmoins, aucun de ces cas de figure ne se démarque particulièrement. En effet, parmi les quatorze sites Internet étudiés autant d'entre eux présentent l'information au sujet de la série télévisée en arrière-plan (3), que dès la page d'accueil (4).

Toutefois, il est possible d'observer un phénomène semblable à la fréquence des évocations de *Downton Abbey* quant au positionnement de l'information sur les sites Internet des sites patrimoniaux, et ce, de manière encore plus flagrante.

En effet, les sites patrimoniaux les plus souvent présents dans la série télévisée historique ont tous une mention du tournage dès la page d'accueil du site Internet. C'est le cas du château de Highclere, de Bampton Church, de Bampton Archive, de Cogges Manor Farm et du Byfleet Manor. De surcroît, *Downton Abbey* cumule les références dans d'autres parties de certains de ces sites Internet. En réalité, ceux du château de Highclere et de Cogges Manor Farm évoquent *Downton Abbey* dans des articles de blogue. Ils y dédient aussi une page entière de leur site Internet pour décrire notamment comme s'est déroulé le tournage. Cette page sur le site Internet du château de Highclere mentionne d'ailleurs que l'équipe de production de *Downton Abbey* est revenue au château pour filmer des scènes du film qui sort en septembre 2019. Cette mention est jumelée à la bande-annonce dudit film. Les trois sites patrimoniaux présents dans des épisodes de Noël, quant à eux, dédient tous une page entière de leur site Internet au tournage de *Downton Abbey*.

Le Chiltern Open Air Museum, malgré sa récurrence à l'écran, fait cependant exception à la règle. Cela peut sans doute être expliqué par le fait qu'au contraire des six autres lieux, qui apparaissent à l'écran durant l'ensemble de la série, il est visible à l'écran lors d'une saison de *Downton Abbey seulement*.

Les sites patrimoniaux qui ont un petit rôle récurrent à l'écran au cours de la série télévisée présentent habituellement l'information au sujet du tournage en arrière-plan, soit au détour d'une phrase dans un article ou une page qui n'y est pas entièrement dédiée. C'est le cas de West Wycombe Park, du château de Lincoln et de la Bluebell Railway.

Les sites patrimoniaux qui sont présents le moins souvent à l'écran, mais qui mentionnent tout de même le tournage sur leur site Internet, le font généralement dans un article de blogue. C'est le cas du Langdon Down Museum et de la chartreuse de Londres. Néanmoins, la référence est brève pour le premier. En réalité, l'article de blogue n'est pas consacré au tournage de *Downton Abbey*. Plutôt, une bénévole, Jacqui Humphreys, qui est le sujet de l'article, indique que des bénévoles ont travaillé à l'élaboration de panneaux explicatifs du tournage pour le Langdon Down Center (Jacqui Humphreys, 2014). Dans le cas du second, l'article de blogue fait directement référence aux tournages réalisés sur les lieux.

Tableau 6.2 Liste complète des sites patrimoniaux classés en ordre d'importance dans Downton Abbey (2010-2015) selon le positionnement de l'information sur leur site Internet

Sites patrimoniaux	Importance	Positionnement de l'information
Château de Highclere	Majeur	B, PA, PE
Bampton Church	Récurrent sur plusieurs saisons	PA
Bampton Archive	Récurrent sur plusieurs saisons	PA
Cogges Manor Farm	Récurrent sur plusieurs saisons	B, PA, PE
Chiltern Open Air Museum	Récurrent dans une saison	AP
Byfleet Manor	Récurrent sur plusieurs saisons (extérieur)	PA, AP
West Wycombe Park	Récurrent sur plusieurs saisons (intérieur)	AP
Château de Lincoln	Récurrent période limitée	AP
Bluebell Railway	Sporadique	AP
Château d'Alnwick	2 spéciaux de Noël	PE
Château d'Inveraray	Spécial de Noël	PE
Basildon Park	Spécial de Noël et épisode final saison 5	PE
St James's Park	Apparaît à 3 reprises dans 2 épisodes	S/O
Langdon Down Museum	Apparaît dans 1 épisode	B
Waddesdon Manor	Apparaît dans 1 épisode (extérieur)	S/O
Greys Court	Apparaît dans 1 épisode	S/O
Royal Hospital Chelsea	Apparaît dans 1 épisode	S/O
Chartreuse de Londres	Apparaît à 3 reprises : 3 lieux différents	B

Légende :

PA : Page d'accueil B : Blogue
 PE : Page entière S/O : Sans-objet
 AP : Arrière-plan

6.1.3 Les sites patrimoniaux des lieux de tournage privilégiés

Dans le cas de plusieurs des sites patrimoniaux étudiés, l'équipe de production de *Downton Abbey* n'est pas la seule qui s'est déplacée pour y filmer des scènes. Néanmoins, en raison de l'ampleur du phénomène de *Downton Abbey*, l'importance de la relation entre cette série télévisée historique et le site patrimonial constitue un cas d'étude intéressant. J'analyse d'abord les sites patrimoniaux qui ne mentionnent pas d'autres tournages en leur lieu. L'objectif est de déterminer si l'absence de telles informations est tout simplement le reflet de l'absence d'autres tournages. Puis, je souhaite aussi établir s'il s'agit d'un choix conscient en regard à un genre particulier ou, encore, s'il s'agit plutôt de bénéficier de la notoriété et de la popularité d'une production. Enfin, j'analyse les sites Internet de sites patrimoniaux qui mentionnent d'autres tournages afin d'en faire ressortir l'importance de *Downton Abbey* spécifiquement par rapport aux autres.

Concrètement, seuls Bampton Archive et Bampton Church ont un catalogue limité de tournage à leur actif. Effectivement, si Bampton Archive et Bampton Church ont accueilli d'autres équipes de tournage, il est difficile de le savoir. De surcroît, si de nombreux blogues créés par des admirateurs de *Downton Abbey* ou encore des articles de journaux mentionnent la relation entre le village de Bampton et la très populaire série télévisée historique *Downton Abbey*, tout autre tournage potentiel ne semble pas avoir fait la liste. Il faut plutôt élargir la recherche au village en entier pour trouver un autre tournage, un téléfilm, soit *The Suspicions of Mr Whicher : The Murder at Road Hill House* (Hat Trick Productions, 2011), un drame policier.

Byfleet Manor et le château d'Inveraray possèdent un recensement de tournage très limité. Le site Internet du Byfleet Manor est très direct quant à sa relation avec *Downton Abbey*, mais c'est le seul tournage qu'on mentionne. Cette information est d'ailleurs soutenue par le site Internet IMDb (Internet Movie Database) (2019) qui ne recense que les épisodes de *Downton Abbey*. Toutefois, une recherche plus approfondie permet aussi de savoir que le manoir a servi à filmer l'intérieur de la maison de Mrs Jamieson, dans une autre série télévisée historique, soit *Cranford* (BBC *et al.*, 2007-2010). La liste de tournage réalisé au château d'Inveraray est un peu plus longue. Malgré cela, on y liste seulement un film, soit une comédie, *Bullseye !* (Columbia Pictures, 1990) et un documentaire *Great Estates Scotland* (B4Films, 2013). Ainsi, il n'est pas si étonnant que les sites Internet du manoir et du château ne mentionnent que la série télévisée à succès *Downton Abbey*.

Nonobstant les cas de Bampton, du Byfleet Manor et du château d'Inveraray, chez les autres sites patrimoniaux qui ne mentionnent pas d'autres tournages, les causes semblent être différentes. En effet, il ne s'agit pas de lacune au niveau du nombre de tournages effectués, puisqu'ils possèdent tous de longues listes à cet effet.

Concrètement, le site Internet de Basildon Park ne recense pas de tournage à l'exception de celui de *Downton Abbey*, ce n'est pourtant pas ce que nous apprend la fiche technique du bâtiment sur IMDb. Ce dernier énumère plutôt sept autres productions qui y ont filmé des scènes, dont deux à caractère historique : *Pride & Prejudice* (Wright J., 2005) et *The Duchess* (Dibb S., 2008).

Le cas du château de Highclere est semblable. Son site Internet rappelle à maintes reprises ses liens avec *Downton Abbey*. Toutefois, il ne mentionne pas que d'autres équipes de production y ont filmé des scènes que ce soit pour des films diffusés au cinéma, des téléfilms ou d'autres séries télévisées. En effet, le site Internet, IMDb

(2019) recense aussi un grand nombre de tournages, soit quatre téléfilms et sept films. Bien que quelques-uns des titres listés puissent être classés comme historique, les genres sont variés.

De son côté, le site Internet du Langdon Down Museum n'évoque que le tournage de *Downton Abbey*, ainsi qu'un tournage pour un événement particulier de la BBC. Pourtant ce n'est pas le cas du site Internet de Visit Richmond (2019). En effet, celui-ci révèle que le Normansfield Theatre du Langdon Down Museum est un lieu de tournage populaire chez les équipes de production et mentionne notamment *Downton Abbey*, mais aussi *Endeavour* (ITV studios *et al.*, 2012), *Harry Price — The Ghost Hunter* (Bentley Productions, 2015), ainsi que *Poirot* (Carnival Films *et al.*, 2008). Ces productions s'inscrivent toutes dans des périodes passées. *Endeavour* (ITV studios *et al.*, 2012-) se déroule au milieu des années 1960, dans la ville d'Oxford en Angleterre. Le téléfilm de *Harry Price - Ghost Hunter* (Hat Trick Productions, 2012), pour sa part, a lieu, tout comme, *Downton Abbey*, au début du XX^e siècle, plus précisément, dans les années 1920. Sans être nécessairement des films et des séries télévisées de genre historique, ils ont donc un esthétisme qui s'y apparente.

Pour ce qui est de West Wycombe Park, malgré l'absence d'information à ce sujet sur son propre site Internet, le site Internet IMDb (2019) recense quarante tournages. Les films de la liste sont variés allant de la science-fiction, au genre historique.

Tableau 6.3 Site patrimonial en fonction de la mention d'autres équipes de tournage dans la mise en communication

Site patrimonial	Mention d'autres équipes de tournage	
	oui	non
Bampton Archive		x
Bampton Church		x
Basildon Park		x
Bluebell Railway	x	
Byfleet Manor		x
Chartreuse de Londres	x	
Château d'Alnwick	x	
Château d'Inveraray		x
Château de Highclere		x
Château de Lincoln	x	
Chiltern Open Air Museum	x	
Cogges Manor Farm	x	
Langdon Down Museum		x
West wycombe Park		x
Total	6	8

Du côté des sites patrimoniaux qui ne font pas mention d'autres tournages sur leur site Internet, il m'est possible d'affirmer que la cause n'est pas l'absence de tournages ou l'attrait de valoriser un genre en particulier, tel que les films ou les séries télévisées historiques. En effet, pour la plupart, ils ont accueilli diverses équipes de production au cours des années. De plus, les genres de films, de série télévisée ou encore de téléfilm qui y sont filmés sont variés. De manière globale, les productions à caractère historique ne jouissent pas d'un traitement particulier. En fait, même s'il s'agit d'un genre récurrent, ces productions ne sont pas davantage mises de l'avant dans la mise

en communication des sites patrimoniaux. Plutôt, il semblerait que l'attrait soit du côté de la notoriété des productions promues, comme c'est le cas de *Downton Abbey*.

À cet effet, le château d'Alnwick est très intéressant. À bien des égards, il représente un cas singulier, et ce, notamment, car une équipe de production d'une encore plus grande envergure que celle de *Downton Abbey* a aussi utilisé ce site patrimonial comme lieu de tournage. En effet, l'équipe de production de *Harry Potter* s'est servie du château afin de filmer, entre autres, une scène de la saga où le personnage principal apprend à voler sur un balai pour la première fois. La relation entre le château d'Alnwick et *Harry Potter* est d'ailleurs référencée à de nombreuses reprises et ce, surtout lorsqu'on expose les activités offertes. La relation avec *Downton Abbey* apparaît de manière plus subtile et figure plutôt dans des tours guidés où l'on décrit l'ensemble des tournages réalisés au château. De plus, le site Internet mentionne que le tournage de *Downton Abbey* ne figure que sur une longue liste d'autres tournages : « *Alnwick Castle has been used for more than fifty years as a location for various feature films and television series* ». Malgré cela, les deux œuvres mises davantage de l'avant sont les méga productions de *Downton Abbey* et de *Harry Potter* auxquels le site Internet accorde respectivement une page entière.

Les cinq autres sites patrimoniaux, soit la Bluebell Railway, le château de Lincoln, la chartreuse de Londres, le Chiltern Open Air Museum, et Cogges Manor Farm, présentent tous d'autres tournages sur leur site Internet bien que parfois brièvement (Tableau 6.3). En effet, tous font état d'autres tournages sur place. De surcroît, si l'on présente d'autres tournages sur les sites Internet des sites patrimoniaux étudiés, dans aucun cas, on ne fait abstraction du tournage de *Downton Abbey*.

Au sujet de la Bluebell Railway (2019), le site Internet indique que : « *The Bluebell Railway is popular with film and television productions and our Horsted Keynes*

station has been seen regularly on television and in films, including Downton Abbey, Muppets Most Wanted and Churchill's Secret. »

Dans la section « Historic Buildings » sur le site Internet du Chiltern Open Air Museum, quant à lui, chaque bâtiment possède une fiche descriptive dans laquelle on liste notamment les différents tournages. À propos de Arborfield Barn, on peut lire par exemple : « *[t]he barn was used for filming a wedding in the comedy television series Man Down and was used for a witch trial in dark comedy Inside Number 9* ». Dans le cas du château de Lincoln, les auteurs du site Internet mentionnent que les équipes de tournage de *Downton Abbey* et de *Call the Midwife* (Neal Street Productions, 2012-) ont filmé des scènes dans la prison.

Enfin, les références à *Downton Abbey* sur le site Internet de la chartreuse de Londres se retrouvent dans la section blogue du site Internet. Dans un article intitulé « *The Charterhouse on screen* » du 19 septembre 2017, l'auteur présente les différentes productions qui l'ont utilisé, dont *Downton Abbey*, mais aussi *The Guernsey Literary and Potato Peel Pie Society* (Newell, 2018), *Mr Selfridge* (ITV studios et Masterpiece, 2013-2016), *Hercule Poirot* (Carnival Films *et al.*, 1989-2013). Parmi les dix-neuf productions recensées, que ce soit des films, des téléfilms ou des séries télévisées, neuf sont de nature historique, tels que je les conçois dans ce mémoire.

Cogges Manor Farm mentionne également que le site est un lieu de tournage populaire pour la télévision, comme pour le cinéma. À ce sujet, le site Internet liste notamment les séries télévisées historiques *Downton Abbey* et *Arthur & George* (Buffalo Picture et Fresh Jade, 2015).

Ainsi, je peux affirmer que *Downton Abbey* a laissé sa marque dans la mise en communication d'une majorité des sites patrimoniaux où des scènes de la série

télévisée historique ont été filmées. Dans un premier temps, une majorité des sites patrimoniaux utilisés lors des tournages mentionnent *Downton Abbey*. Dans un deuxième temps, cette mention a préséance sur d'autres productions, et ce, à l'exception du château d'Alnwick. De surcroît, l'absence de mention d'autres tournages du même sous-genre me laisse croire que l'ampleur du phénomène *Downton Abbey* y a plus à faire que le genre historique.

6.1.4 Type d'information présenté au sujet de *Downton Abbey*

Lorsque j'analyse le type d'information présentée, en ce qui concerne la relation entre le site patrimonial et *Downton Abbey*, j'observe aussi des récurrences. Notamment, je remarque que la majorité des sites Internet étudiés tendent à rapporter des informations factuelles, telles que le temps de tournage, les pièces utilisées, les acteurs présents au moment du tournage, etc. tandis qu'une minorité préfère offrir de l'information relative aux arcs narratifs des personnages, et, ainsi, donner plus d'information en regard à l'histoire elle-même de *Downton Abbey*.

Par exemple, sur le site Internet du château d'Inveraray, dans la section « *visit* » et plus précisément, la sous-section « *Downton Abbey* », on peut lire :

The drama unfolded as the Flintshire's marriage continued to disintegrate, Lady Rose's modern ways upset her mother, Lady Edith considered becoming the mistress of a married man, Lady Mary's pregnancy developed, The Dowager Marchioness strolled through the gardens of the castle offering her usual direct and damning wisdom, Anna and Bates caused (unwitting) trouble 'downstairs', while Miss O' Brien met her match in the Marchioness' ladies maid. The Ghillies Ball was the highlight of the Duneagle stay when the whole household came together for a Campbell tartan bedecked evening of Scottish dancing and tensions reached their peak.

Le château d'Alnwick, quant à lui, en plus de donner de l'information sur les modalités du tournage offre aussi quelques détails sur l'intrigue des épisodes dont des scènes y ont été filmées. Ainsi, on peut lire dans la sous-section dédiée à *Downton Abbey* :

The episode finds the Crawley family in 1924. When Lady Rose's father-in-law, Lord Sinderby, rents out Brancaster Castle, the family are invited to a shooting party. Surprises are in store when a scandalous secret threatens to undermine the holiday, and some new faces arrive on the scene.

Au sujet du rôle de Cogges Manor Farm dans *Downton Abbey*, l'information est plutôt présentée comme suit :

Filmed in the manor house kitchen and grounds, Yew Tree Farm is home to the Drewe family in series 4 & 5 where Lady Edith's child is brought up, and later home to Mr Mason in series 6. Dame Maggie Smith and characters Tom Branson, Lady Edith and Lady Mary featured in episodes.

En fait, la tendance à donner aux visiteurs potentiels une idée de l'envers du décor a beaucoup de sens. Effectivement, les ciné-touristes qui feront l'effort de se déplacer pour visiter un site de tournage connaissent certainement déjà l'histoire de la série télévisée. C'est justement en raison de cet attachement émotif qu'ils font le déplacement et veulent se plonger dans l'univers des acteurs. Conséquemment, valoriser l'envers du décor, les anecdotes de tournage, etc. a du sens pour les sites patrimoniaux. De plus, à cause de la nature de l'attraction touristique, il est sans doute plus facile, en agissant de la sorte, de s'assurer de maintenir l'intégrité des valeurs patrimoniales. En effet, au lieu de tomber dans une forme d'hyperréalité de la série télévisée historique, on intègre plutôt le tournage à l'histoire contemporaine du lieu.

Ainsi, en ce qui concerne l'évocation des univers fictifs, il est possible d'observer qu'une majorité des sites patrimoniaux évoquent le passage d'équipes de tournage en

leurs lieux. En outre, plus le site patrimonial possède un rôle important dans *Downton Abbey*, plus son site Internet évoque le tournage de la série télévisée. L'information ne se retrouve pas systématiquement aux mêmes endroits sur les sites Internet. À vrai dire, l'information est dispersée un peu partout sur le site lui-même que ce soit en page d'accueil, simplement au détour d'une phrase, ou, encore, sur leur blogue. Néanmoins, si le site patrimonial occupe un rôle important à l'écran ou s'il est présent lors d'un épisode à grande écoute comme les épisodes de Noël, l'information au sujet de *Downton Abbey* se retrouve généralement dès la page d'accueil ou, encore, une page entière y est consacrée. Aussi, il est possible d'observer que les sites de tournage sont des lieux de tournages privilégiés. Toutefois, le genre historique n'est pas valorisé outre mesure bien qu'un client récurrent chez les sites patrimoniaux. Plutôt, on présente les équipes de production qui ont une grande notoriété, tel que *Downton Abbey* et *Harry Potter*. Le type d'information donnée aux visiteurs au sujet de *Downton Abbey* est largement similaire d'un site Internet à l'autre. Majoritairement, cette information concerne des éléments factuels du déroulement du tournage lui-même plutôt que des aspects de l'histoire de la série télévisée historique. Je ne peux pas établir qu'il existe une forme récurrente de mise en communication pour les sites patrimoniaux ayant servi de lieu de tournage à une série télévisée historique. Toutefois, il semble que le rôle du site patrimonial dans *Downton Abbey*, ainsi que la notoriété de celle-ci expliquent en majeure partie son intégration dans la mise en communication des sites patrimoniaux.

Malgré l'évocation de l'univers fictif qu'est *Downton Abbey* dans la mise en communication de certains sites patrimoniaux, je souhaite tout de même vérifier si ceux-ci promeuvent toujours une forme de mise en tourisme patrimonial par l'entremise de l'évocation de valeurs patrimoniales.

6.2 Évocation des valeurs patrimoniales

Tel que je l'ai mentionné dans le cadre d'analyse, de mon point de vue, un site patrimonial ne possède pas des valeurs intrinsèques, plutôt, les valeurs et l'histoire du patrimoine doivent être communiquées au public. C'est là, l'importance de la médiation dans le contexte du tourisme patrimonial.

En effet, on accorde aux sites patrimoniaux des valeurs. Ces valeurs patrimoniales sont promues par les dirigeants et les conservateurs de ces sites à travers les outils de médiation qu'ils utilisent. « Le fait d'attribuer une valeur à un site constitue, en soi, d'un acte éminemment subjectif. La “fabrication” du patrimoine est intimement liée à la manière dont les individus se souviennent, organisent leurs souvenirs, y réfléchissent et souhaitent les utiliser » (Beaudet et Commission des biens culturels du Québec, 2004, p. 6).

Dans cette partie du chapitre, j'observe comment les valeurs patrimoniales, soit les valeurs culturelle et historique, esthétique, sociale, scientifique et spirituelle sont présentées dans les sites Internet des sites patrimoniaux étudiés. L'intégration des valeurs patrimoniales, telles que je les ai définies dans le chapitre III, me permet de confirmer ou d'infirmer que les sites patrimoniaux ayant servi de lieux de tournage à une série télévisée historique produisent toujours une forme de mise en tourisme patrimonial dans la mise en communication.

6.2.1 Valeur culturelle/historique

La valeur culturelle est celle le plus souvent évoquée sur les sites Internet des sites patrimoniaux. En effet, dix-sept des dix-huit sites Internet la mentionnent à travers

leur discours. Seul le Chiltern Open Air Museum, qui est une collection de bâtiments patrimoniaux qui auraient risqué la démolition s'il ne les avait pas récupérés, ne l'évoque pas réellement, mais y substitue plutôt une valeur sociale au site. La Bluebell Railway est le seul site patrimonial qui ne présente qu'un discours qui s'accorde exclusivement avec la valeur culturelle (Tableau 6.4).

Tableau 6.4 Liste des sites patrimoniaux en ordre d'importance en fonction d'un discours évoquant les valeurs patrimoniales et de la fréquence d'évocation d'univers fictif dans la mise en communication

Site patrimonial	Valeurs				
	Cult.	Est.	Soc.	Sc.	Spirit.
Château de Highclere	X	X			
Bampton Church	X	X	X		X
Bampton Archive	X		X		
Cogges Manor Farm	X	X	X		
Chiltern Open Air Museum		X	X		
Byfleet Manor	X	X			
West Wycombe Park	X	X			
Château de Lincoln	X	X	X		
Bluebell Railway	X				
Château d'Alnwick	X	X	X	X	
Château d'Inveraray	X	X			
Basildon Park	X	X			
St James's Park	X	X		X	
Langdon Down Museum	X	X	X		
Waddesdon Manor	X	X	X		
Greys Court	X	X	X		
Royal Hospital Chelsea	X	X	X		
Chartreuse de Londres	X		X		
Total	17	15	10	2	1

Légende :

Cult. : culturelle

Est. : esthétique

Soc. : sociale

Sc. : scientifique

>3 : plus de trois

<3 : moins de trois

0 : aucune évocation

De manière générale, les sites patrimoniaux étudiés mettent largement l'accent sur leurs liens avec des personnages historiques importants. C'est le cas d'une majorité d'entre eux indépendamment de l'évocation d'un univers fictif dans leur mise en communication. Souvent, il s'agit de mettre en relation le site patrimonial à un ou deux monarques britanniques. Le Byfleet Manor, le château d'Inveraray, St James's Park et le Royal Hospital Chelsea n'y manque pas. Du côté du Byfleet Manor, le site Internet rappelle qu'Édouard II y a résidé à de nombreuses reprises. Pour le château d'Inveraray, c'est Marie Reine d'Écosse, ainsi que de la Reine Victoria. Les pélicans de St James's Park sont présentés comme un cadeau de l'ambassadeur russe au Roi Charles II. Pour les grandes maisons, il s'agit aussi de valoriser les membres de la famille propriétaire.

L'âge du site patrimonial est également largement mis de l'avant. Le site Internet de Highclere Castle possède une section sur l'histoire du château et de ses jardins. On y retrace ainsi la longue histoire du château débutant à l'âge de fer, puis se poursuivant à l'époque georgienne et victorienne et enfin au début du XX^e avec la découverte de la tombe de Tutankhamun, la Grande Guerre et aujourd'hui les 8^e comte et comtesse de Carnarvon. Byfleet Manor mentionne son importance depuis la fin du VIII^e siècle. Bampton Church retrace son histoire jusqu'au X^e siècle sur son site Internet. Cogges Manor Farm, quant à elle, la retrace plutôt jusqu'au XI^e siècle. Le site Internet de Greys Court attire l'attention sur les changements esthétiques et pratiques de la propriété depuis ces débuts à titre de maison de spectacle Tudor (*Tudor show house*) jusqu'à une maison familiale du XX^e siècle. La Bluebell Railway et le Royal Hospital Chelsea, bien qu'ils s'inscrivent dans une histoire plus moderne, voire contemporaine, indique eux aussi leur période d'activité comme étant lointaine. Le site Internet de la première note à cet effet :

The Bluebell Railway was one of the first preserved heritage lines in the country resulting in one of the finest collections of vintage steam

locomotives and carriages many of which were preserved straight out of service from British Railways.

Le site Internet de la seconde mentionne pour sa part qu'il est possible de retrouver un diorama dans le hall d'entrée qui représente la manière dont était l'hôpital en 1742.

Quelques-uns des sites patrimoniaux font aussi référence à leurs liens concernant des événements historiques majeurs. C'est le cas notamment de Greys Court qui marque sa relation avec la Seconde Guerre mondiale : « *The kitchen garden has its roots in the Second World War Dig for Victory campaign. It's just as productive today thanks to the work of our gardening team and army of volunteers.* » Pour le château de Highclere, il s'agit plutôt de relater son importance durant la Première Guerre mondiale. Aussi, dans une moins large mesure, les sites Internet des sites patrimoniaux mentionnent leur rôle dans le développement d'une collectivité. Dans le cas du Langdon Down Museum et plus précisément du Normansfield Theater, il s'agit de rappeler l'influence de John et Mary Langdon Down sur l'amour du théâtre pour les générations futures. Pour Bampton Church, il s'agit de rappeler le rôle central qu'a eu l'église dans le développement du village de Bampton autrefois et aujourd'hui encore.

6.2.2 Valeur esthétique

La seconde valeur patrimoniale la plus souvent évoquée sur les sites Internet est la valeur esthétique. En vérité, seules la Bluebell Railway, la chartreuse de Londres et Bampton Archive ne présentent pas un discours qui évoque la valeur esthétique des lieux.

De la même façon que les sites Internet des sites patrimoniaux font référence aux personnages historiques importants et à l'âge des lieux, ils font également souvent mention notamment aux architectes, ainsi qu'au style et à la période de construction.

Certains sites Internet le font plus simplement, c'est le cas du Royal Hospital Chelsea qui indique au passage : « *You will marvel at Sir Christopher Wren's stunning buildings* ». Parfois, même lorsqu'un artiste est inconnu, le mystère entourant son origine fait aussi surface sur le site Internet :

The proscenium is a notable architectural ornament and to this day it isn't known who designed it. We know that Rowland Plumbe did not design any other stage. It is believed that Plumbe designed the carcass, and then left the details to an artistic decorator or scenic artist.

La plupart, par contre, tentent plutôt de jumeler l'architecte à une période de construction. Par exemple, le site Internet du château d'Inveraray mentionne : « *The foundation stone was laid in 1746 and what followed was the construction - to a design by the architects Roger Morris and William Adam - of a truly modern, baroque, Palladian and Gothic-style castle, architecturally before its time* ». Aussi, les anciennes grandes maisons souhaitent faire connaître l'influence des ancêtres de leurs propriétaires. Le site Internet de Basildon Park précise en outre : « *The gardens at Basildon Park were designed by JB Papworth around 1839, for the then owner James Morrison* ». L'ancien propriétaire de Waddesdon Manor semble encore plus impliqué dans la construction du site aujourd'hui patrimonial : « *Baron Ferdinand, who built Waddesdon, was also fascinated by 18th-century France. He used a French architect who created rooms using wall panels taken from Parisian houses of the 1700s* », tout comme à West Wycombe : « *the house as we see it today is the 18th-century creation of Sir Francis Dashwood, the 2nd baronet, founder of the Dilletanti Society and the Hell-Fire Club* ». Néanmoins, le château de Highclere va encore plus loin en organisant une activité autour même de la valeur esthétique du lieu. En effet, sur la page d'accueil, une section « *Tickets, Tours, Events and Special Interest* » permet de rediriger l'utilisateur vers d'autres sections du site Internet. Parmi les sept pages, deux concernent spécifiquement des activités reliées à *Downton Abbey*. Cependant, les

autres se concentrent notamment sur des activités reliées à la valeur esthétique du site patrimonial. C'est le cas de l'activité *Art and Architecture Week — May 2019* :

The talks are not wholly about Highclere – they may consider Anthony Van Dyck, given the magnificent painting in the Dining Room and use that as starting point, or Joshua Reynolds or Richardson and the establishment of the Royal Academy in London. I hope to begin and end our May week with a talk by myself on Sir Charles Barry, the pre-eminent Victorian architect who was building the Houses of Parliament at the same time as he was building Highclere Castle.

Un autre hyperlien renvoie plutôt à un article de blogue de la comtesse Carnarvon dans lequel elle exprime l'impact de Capability Brown, grand architecte paysager de l'époque victorienne, sur le paysage anglais, mais aussi plus spécifiquement sur le château. La section sur l'histoire du château et de ses jardins sur le site Internet permet aussi de présenter le rôle de Sir Charles Barry dans la conception du manoir tel qu'on le connaît aujourd'hui. Chacune des *states rooms* possède une sous-section explicative qui sert à donner des renseignements sur le rôle de ces pièces, ainsi que des informations sur la personne ou les personnes ayant conçu et décoré chacune d'entre elles. Il y a également une sous-section concernant les pièces *upstairs et downstairs* qui fait état d'informations semblables. La situation est la même pour les jardins et la forêt entourant le château, ainsi que les différentes folies architecturales sur le terrain.

D'autres, comme le Byfleet Manor, vont plutôt mettre de l'avant une ambiance générale qui s'émane du site en raison justement du style dans lequel il a été conçu et décoré. D'ailleurs, quelques sites patrimoniaux s'attardent sur les formes, les couleurs et les textures des matériaux lorsqu'ils les présentent.

Dans la section « Historic Buildings » du Chiltern Open Air Museum, chaque bâtiment possède une fiche détaillée qui décrit son origine, de quelle manière il a été déplacé sur le site actuel, ainsi que les matériaux qui ont été utilisés pour sa fabrication. Les

châteaux d'Alnwick et d'Inveraray vont tous deux exposer avec précision la qualité de certains ornements architecturaux. Pour le premier, il s'agit notamment de présenter en profondeur le décor inspiré de la Renaissance italienne des *State Rooms*. Pour le second, il s'agit de présenter le *Armoury Hall*.

Le sens de la vue est aussi largement mis en exergue lorsqu'il s'agit de mettre en valeur le contexte idyllique dans lequel se situe le site patrimonial. Le site Internet du château de Lincoln mentionne que : « *There is no finer view of Lincoln Cathedral than that from the castle's east wall battlements, which look onto the Cathedral's majestic West Front and soaring spires.* » Pour le château d'Inveraray et le Chiltern Open Air Museum plutôt que d'éloigner le regard des visiteurs vers d'autres horizons, leur site Internet vise à rappeler qu'ils se trouvent respectivement dans des contextes quintessentiellement écossais et anglais. Dans une moins large mesure, le site Internet de Bampton Church souligne que l'église est une magnifique pièce maîtresse au centre du village. Enfin, St James's Park se présente tout simplement comme une superbe toile de fond pour de nombreux événements entourant Buckingham Palace, tel que le *Trooping the Colour* et d'autres cérémonies royales.

6.2.3 Valeur sociale

Une majorité de sites Internet présente un discours qui promeut la valeur sociale de leur site patrimonial respectif. C'est le cas de Bampton Archive, de Bampton Church, du château d'Alnwick, du château de Lincoln, de la chartreuse de Londres, du Chiltern Open Air Museum, de Cogges Manor Farm, de Greys Court, de Langdon Down Museum, du Royal Hospital Chelsea et du Waddesdon Manor.

Pour plusieurs, c'est à travers le travail de leurs bénévoles qu'ils mettent en valeur l'aspect social de leur site patrimonial, c'est le cas notamment de la Bampton Church,

la chartreuse de Londres, la Royal Hospital Chelsea et Cogges Manor Farm. Les sites Internet de la chartreuse de Londres et du Royal Hospital Chelsea mettent aussi de l'avant le support social qu'ils offrent à leurs résidents. Pour d'autres, c'est plutôt à travers l'accomplissement d'une mission sociale. C'est d'ailleurs le cas du Chiltern Open Air Museum, dont l'objectif est de conserver l'histoire d'une population grâce à son patrimoine architectural populaire. Plus largement, le site Internet du château de Lincoln rehausse la valeur sociale par l'entremise de la promotion de son *Heritage Skills Centre* qui crée des groupes de travail qui visent à améliorer les connaissances d'un savoir-faire artisanal. La Bampton Archive, quant à elle, met en œuvre des expositions qui retracent l'histoire du village et ainsi permet de contribuer au développement d'un sentiment d'appartenance dans le village. Dans le cas du Langdon Down Museum, c'est en conservant le rôle d'origine du Normansfield Theater comme salle de théâtre que son site Internet met de l'avant sa valeur sociale. De manière différente, le château d'Alnwick et Waddesdon Manor mise plutôt sur le fait qu'ils attirent familles et enfants pour amener le site patrimonial dans sa contemporanéité. Beaucoup plus simplement, c'est en soulignant que Greys Court constitue essentiellement encore aujourd'hui en une maison qui est toujours habitée par la famille de propriétaires qu'elle rehausse discrètement sa valeur sociale.

6.2.4 Valeur scientifique et spirituelle

Les valeurs scientifique et spirituelle sont les moins évoquées sur les sites Internet des sites patrimoniaux. Seuls le château d'Alnwick et St James's Park mentionnent la première.

Le site Internet du château d'Alnwick indique que c'est l'intention du duc de promouvoir l'étude de l'archéologie dans le nord de l'Angleterre. À cet effet, il subventionne de nombreuses recherches et fouilles. Plus simplement, St James's Park rehausse la valeur scientifique de son site patrimonial par son rôle de la sensibilisation

au sujet de la population de pélicans du parc. Pour ce faire, un partenariat avec Royal London permet depuis 2015 de mettre en œuvre des outils éducatifs et des ateliers de travail scolaire sur la question.

Sans grand étonnement, seul Bampton Church met en lumière la valeur spirituelle de son patrimoine par l'entremise de son offre notamment de différents rites sacrés à la communauté.

De manière générale, dans la mise en communication des sites patrimoniaux, l'évocation d'un univers fictif ne se substitue pas à l'évocation des valeurs patrimoniales. En effet, à de nombreuses reprises les sites Internet des sites patrimoniaux étudiés retracent et répertorient avec détail leurs éléments caractéristiques et leurs valeurs patrimoniales. En outre, les différentes valeurs patrimoniales répertoriées sur leur site Internet ne dépendent pas de leur apparition à l'écran. S'il est impossible de stipuler qu'il existe des liens entre les valeurs patrimoniales accordées aux sites patrimoniaux et la relation établie avec *Downton Abbey*, à l'inverse, il est possible d'envisager que les sites patrimoniaux dont les valeurs culturelle et esthétique sont importantes représentent des choix récurrents chez les chercheurs de lieux de tournage pour des séries télévisées historiques, tel que *Downton Abbey*.

6.3 Conclusion

De manière générale en ce qui concerne la mise en communication des sites patrimoniaux utilisés lors des tournages de *Downton Abbey*, il est possible d'établir cinq constats préliminaires. Dans un premier temps, une majorité des sites Internet font mention du tournage de *Downton Abbey*. En outre, plus un site patrimonial est présent à l'écran et visible à un grand nombre de téléspectateurs, plus son site Internet fait référence à sa participation au tournage. Dans un deuxième temps, l'information à

ce sujet se trouve à des endroits variés sur les sites Internet des sites patrimoniaux. Néanmoins, tout comme pour l'évocation de *Downton Abbey*, les sites Internet des sites patrimoniaux les plus reconnaissables aux yeux des admirateurs de la série télévisée historique tendent à proposer l'information au sujet du tournage dès la page d'accueil ou une page entière y est consacrée. Dans un troisième temps, les sites patrimoniaux sont des lieux de tournage privilégiés, mais l'ampleur du phénomène qui en résulte explique le choix de certains sites de promouvoir ce type d'activité en leur lieu. Dans un quatrième temps, une majorité des sites Internet qui font mention du tournage de *Downton Abbey* le font de manière à présenter des informations factuelles, plutôt que des informations quant à l'histoire même de la série télévisée historique. Dans un cinquième temps, les renseignements offerts au sujet de *Downton Abbey* ne se substituent pas à l'illustration des valeurs patrimoniales. Conséquemment, lorsque j'observe spécifiquement la mise en communication des sites patrimoniaux sur leur site Internet, je ne peux pas conclure qu'ils adoptent une mise en ciné-tourisme. Plutôt, de manière générale, leur mise en valeur s'accorde avec une forme de mise en tourisme patrimonial auquel on ajoute quelques informations à propos des tournages qui y ont eu lieu. L'objectif de la mise en communication est d'installer une relation entre le visiteur et le patrimoine. Le type de mise en communication du patrimoine influence alors les attentes du visiteur. La mise en exposition, par la suite, peut, ou non, répondre à la vision préalable qu'il s'en fait.

CHAPITRE VII

MISE EN EXPOSITION

Dans ce mémoire, je cherche à comprendre comment les séries télévisées historiques participent à la mise en tourisme des sites patrimoniaux. Dans ce chapitre, je m'intéresse spécifiquement à la deuxième phase de la médiation, soit la mise en exposition du patrimoine.

Davallon (2006, p. 38) suggère que « [l]a mise en exposition nécessite une intervention sur l'objet dans l'objectif d'en rendre le sens plus facilement saisissable et appropriable par le visiteur [...] [Elle] propose au visiteur un dispositif de présentation destiné à régler sa relation à l'objet, à régler la visite. » La mise en exposition se décline en deux sous-catégories, soit la création de parcours, ainsi que la présentation elle-même des artefacts et des lieux. Il s'agit respectivement des deux premières parties de ce chapitre. De surcroît, la médiation ne concerne pas uniquement les pratiques de diffusion, mais aussi celle de réception. Conséquemment, j'analyse également la perspective des visiteurs de deux sites patrimoniaux que j'ai pu visiter au cours de mes recherches et qui proposent une forme de mise en exposition, soit le château de Highclere et Cogges Manor Farm.

7.1 Création de parcours

Les visites guidées permettent aux sites patrimoniaux de diriger les visiteurs dans un parcours prédéterminé. En fait, il s'agit d'un outil de médiation très populaire pour les sites patrimoniaux étudiés. Des dix-huit sites patrimoniaux, quatorze offrent la possibilité de réaliser un tour guidé. Seul Bampton Church, le Byfleet Manor, le château d'Inveraray et le Chiltern Open Air Museum ne propose pas ce support à leurs visiteurs selon ce qu'on trouve sur leur site Internet.

Des quatorze sites patrimoniaux qui proposent une visite guidée de leur lieu, seule une minorité, soit cinq d'entre eux, évoque un univers fictif de films ou de séries télévisées. Les cinq sites sont Bampton Archive, Basildon Park, le château d'Alnwick, le château de Highclere et Cogges Manor Farm. Il est possible d'observer qu'il s'agit, encore une fois, des sites patrimoniaux qui sont plus reconnaissables à l'écran, que ce soit parce qu'ils sont présentés de manière récurrente aux téléspectateurs ou parce qu'ils font partie d'épisode avec une grande cote d'écoute, comme c'est le cas des épisodes spéciaux de Noël. Parmi ce petit groupe des pratiques différentes émergent tout de même.

Parmi les quatorze sites patrimoniaux qui offrent des tours guidés, neuf d'entre eux n'y évoquent pas d'univers fictif. Plutôt, ils mettent de l'avant les valeurs historique, culturelle et esthétique (Tableau 7.1). La Bluebell Railway propose une visite guidée de la Sheffield Park Station. Celle-ci inclut notamment l'exposition principale *SteamWorks !* À la chartreuse de Londres, il est aussi possible de réaliser un tour accompagné d'un des frères résidants, afin d'avoir une interprétation plus personnelle et plus singulière des lieux. De manière similaire, le château de Lincoln offre des tours guidés qui permettent aux visiteurs d'en apprendre davantage sur la muraille

médiévale, la prison victorienne ou sur la Magna Carta en exposition au château. Greys Court propose deux tours guidés. Le premier est le « *History Tour* » dans lequel les visiteurs peuvent en apprendre davantage sur l'histoire du site, ses bâtiments et les gens qui les ont animés. Le second est le « *Garden Tour* » où les visiteurs se joignent à l'équipe du jardinage pour en apprendre davantage sur les plantes qui poussent dans les jardins de Greys Court. Différents tours guidés sont organisés dans les différentes sections du Langdon Down Museum. Concernant le Normansfield Theater spécifiquement, il y a une visite d'une heure trente minutes qui porte sur caractère patrimonial du théâtre. Ainsi, les organisateurs y retracent l'histoire du théâtre et présentent des artefacts reliés au monde du théâtre. Le St James's Park organise différents tours guidés. Ceux-ci se concentrent généralement sur la flore et la faune du parc. Le Waddesdon Manor propose des discussions, des conférences et des tours guidés ayant différentes thématiques. Ces activités sont regroupées sur le site Internet sous le grand thème des événements « *Behind the scenes* ». Elles concernent spécifiquement l'envers du décor du travail réalisé pour maintenir un tel site historique. West Wycombe Park invite ses visiteurs à participer à un tour guidé des huit pièces ouvertes au public. L'objectif est d'en apprendre davantage sur l'histoire de la famille Dashwood. Au Royal Hospital Chelsea, il est aussi possible de se procurer des billets pour y effectuer un tour guidé. Néanmoins, étant donné la nature de ce site patrimonial, ces tours doivent être réservés largement d'avance et se réaliser en groupe de plus de 10 personnes. Durant le tour guidé le Grand Hall, la chapelle et Figure Court sont notamment visités.

La situation n'est pas grandement différente chez les sites patrimoniaux qui offrent des tours guidés en lien avec un univers fictif.

Le contexte de la Bampton Archive est plutôt singulier. En effet, le centre d'archive de la ville de Bampton n'est pas à proprement parler un attrait touristique et il n'est

donc pas organisé comme tel. Ainsi, il propose différentes activités qui entrent dans sa mission initiale à titre de centre d'archive et de lieu de rassemblement pour la communauté.

Tableau 7.1 Liste des sites patrimoniaux en ordre d'importance dans *Downton Abbey* en fonction de leur évocation d'un univers fictif et de valeurs patrimoniales dans la création de tours guidés

Sites patrimoniaux	Évocation des valeurs patrimoniales
Château de Highclere	Historique et esthétique
Bampton Church	S/O
Bampton Archive	Historique et sociale
Cogges Manor Farm	Pas mentionné
Chiltern Open Air Museum	S/O
Byfleet Manor	S/O
West Wycombe Park	Historique et esthétique
Château de Lincoln	Historique
Bluebell Railway	Historique
Château d'Alnwick	Historique
Château d'Inveraray	S/O
Basildon Park	Historique
St James's Park	Historique, scientifique et esthétique
Langdon Down Museum	Historique, esthétique et sociale
Waddesdon Manor	Historique, esthétique et sociale
Greys Court	Historique et sociale
Royal Hospital Chelsea	Historique et sociale
Chartreuse de Londres	Historique et sociale

Légende :

Évocation d'un univers fictif dans la création de tours guidés

S/O : sans objet, il n'y a pas de tours guidés offerts

Figure 7.1 Circuit « The ‘DOWNTON MILE’ »



Source : Collection personnelle, 2017

Des activités dirigées directement aux ciné-touristes qui visitent la ville de Bampton sont élaborées par cet organisme. Elles sont à contributions volontaires et visent à récolter des fonds pour la restauration de l'*Old Grammar School* de Bampton. Plus spécifiquement, il s'agit d'un circuit ayant pour thématique les différents lieux fictifs de *Downton Abbey* intitulé « The 'DOWNTON MILE' » (Figure 7.1). Le centre d'archive de Bampton offre aussi aux visiteurs la possibilité de se procurer des dépliants qui donnent de l'information au sujet d'un circuit historique dans le village de Bampton (Figure 7.2) ou encore sur ses sentiers pédestres.

Figure 7.2 Dépliants disponibles à Bampton Archive



Source : Collection personnelle, 2017

Sur le site Internet de Basildon Park, un court paragraphe permet de diriger les admirateurs de la série vers un tour guidé de la maison qui leur offre de l'information détaillée au sujet du tournage : « *On your visit fans can take a guided house tour with details about Downton and other filming every day at 11:30am* ». Le site Internet donne la même information pour les groupes : « *Group bookings of over 15 people can opt for a filming talk or tour, where you can learn what happens behind the scenes when a National Trust property is used as a film location.* ». Des tours guidés qui n'ont pas pour thématique des tournages de différentes productions télévisuelles et cinématographiques sont aussi offerts. L'objectif de ces tours est d'en faire découvrir plus au sujet de l'histoire de Basildon Park aux visiteurs.

Cogges Manor Farm propose des tours guidés pour les groupes qui désirent en apprendre davantage sur le tournage de *Downton Abbey* et de *Colette* (Westmoreland,

2018), un film historique sur la vie de la romancière française du même nom paru en 2018, ainsi que la série télévisée *Arthur & George* (Buffalo Pictures et Fresh Jade, 2015). La page « *Groups and Tours* » donne davantage de détail sur chacune de ces trois productions. Le site Internet informe aussi le visiteur que chaque lieu de tournage est situé à proximité les uns des autres, ce qui permet de réaliser la visite en environ une heure.

Le château d'Alnwick, bien qu'il offre de nombreuses activités en lien avec la mégaproduction *Harry Potter*, propose aussi un tour guidé plus générique intitulé « *Alnwick Castle "ON LOCATION TOURS"* ». Ce tour guidé présente les tournages de *Downton Abbey*, de *Harry Potter* et de *Transformers : The Last Knight* (Bay, 2017).

Le château de Highclere offre également une grande variété de forfaits et d'activités en tout genre. Quelques-uns de ceux-ci font référence à *Downton Abbey*. C'est le cas du tour guidé « *Romance at the Real Downton Abbey Valentine's Tea* ». L'événement organisé pour la Saint-Valentin est inspiré par *Downton Abbey* : « *Enjoy the romance of a Valentines Day Tea, Champagne and Chocolates with a Guided Tour of Highclere Castle, the setting for so many happy scenes, weddings and engagements in "Downton Abbey"* ». Durant le mois de mai, des visites guidées sont offertes avec pour thématique l'art et l'architecture au château de Highclere. Bien que la majorité de l'information au sujet de la visite ne concerne pas *Downton Abbey*, on y trouve tout de même de l'information à propos de la série :

following each talk which will take place in the Saloon, the heart of the Castle, guests have the chance to enjoy a guided Tour both to explore the works of art, but also the rooms which are of course also the set in which "Downton Abbey" was filmed both for TV and film.

Une autre activité offerte au public au château se présente sous la forme du « *Mother's Day Afternoon Tea at Highclere Castle* ». Ici, aussi, sans la nommer directement, on

fait référence à *Downton Abbey* : « *Our guides will take you through the State Rooms that are so familiar from the TV series.* » Cette brève référence est la seule au sujet de *Downton Abbey*. Les autres informations données concernent plutôt les origines de la fête des Mères et les spécificités de l'activité. Le château de Highclere propose également des visites à la fin du printemps et durant l'été. Ces visites ne possèdent pas de thématique particulière. Elle se concentre sur le château et son histoire et met en lumière l'exposition égyptienne qui présente des artefacts obtenus par un des prédécesseurs du comte de Carnarvon. Les références à *Downton Abbey* sont absentes de la page qui décrit ces visites. D'ailleurs, ceux-ci s'éloignent de *Downton Abbey* et du contexte du tournage.

Ainsi, les sites patrimoniaux qui offrent des activités en lien avec un univers fictif peuvent aussi proposer différents forfaits et différentes activités sans lien avec des tournages. C'est le cas notamment du château d'Alnwick, du château de Highclere, de Basildon Park et d'une certaine façon de Bampton Archive. Cela leur permet de rehausser les valeurs patrimoniales à travers d'autres activités. Néanmoins, Cogges Manor Farm a une offre plus limitée à cet effet. Sa seule offre à valeur ajoutée concerne spécifiquement des produits inspirés des univers fictifs ou plus largement des tournages de production culturelle en ses lieux.

J'ai aussi pu observer lors de la cueillette de ces données que certains sites patrimoniaux limitent cette offre à la mise en valeur d'un seul tournage. En fait, c'est du château de Highclere et du village de Bampton qui ne relève que *Downton Abbey*.

Ce n'est toutefois pas le cas de Cogges Manor Farm, de Basildon Park et du château d'Alnwick. En effet, tous les trois offrent des visites guidées qui font le point sur la manière dont un tournage se déroule *in situ*. À Cogges Manor Farm, l'offre est plutôt semblable et propose de réaliser un tour guidé qui donne de l'information sur le

tournage de *Downton Abbey*, de *Colette* (2018) et de *Arthur & George* (Buffalo Pictures et Fresh Jade, 2015). Enfin, du côté de Basildon Park, le *National Trust* présente aux visiteurs la façon dont se déroulent les tournages dans un site patrimonial qui fait partie de leur regroupement.

D'ailleurs, à cet effet, une majorité de sites patrimoniaux offrant des tours guidés en lien avec leur participation à un ou des tournages choisissent de présenter de manière factuelle et quelques fois anecdotique la façon dont un tournage se déroule en leur lieu. C'est le cas de Cogges Manor Farm, Basildon Park, le château de Highclere et du château d'Alnwick. Toutefois, ce dernier offre des activités alternatives. Une minorité seulement opte pour une présentation hyperréelle de l'univers fictif. Le château d'Alnwick le fait notamment en invitant ses convives à réaliser un cours de balai volant (*Broomstick training*). Enfin, Bampton Archive le fait en guidant les visiteurs du village de Bampton avec une carte sur laquelle on retrouve des lieux fictifs de *Downton Abbey*.

Ainsi, de manière générale, seul un petit nombre de sites patrimoniaux tentent de créer des circuits au sujet des tournages réalisés dans leur site patrimonial. En fait, seuls les sites patrimoniaux qui ont un plus grand rôle dans *Downton Abbey* en offrent. De ce déjà petit nombre, une portion minime n'offre que des parcours qui y sont reliés. De surcroît, lorsqu'ils choisissent d'en présenter, autant misent sur plus d'un tournage que ceux qui se concentrent exclusivement sur un, soit celui de *Downton Abbey*. Néanmoins, il faut noter que la plupart d'entre eux indiquent la manière dont les tournages se déroulent plutôt que de tenter de recréer l'univers de l'œuvre de fiction.

La mise en exposition des sites patrimoniaux ayant servi de lieu de tournage pour *Downton Abbey*, en matière de création de parcours, n'est donc pas, selon ce que j'en observe, grandement transformée. Je ne peux conclure qu'il y a une mise en ciné-

tourisme qui est créée dans ces lieux. À l'exception, de Cogges Manor Farm, dont le seul tour guidé proposé sur le site Internet concerne les tournages effectués sur le site.

7.2 Présentation des artefacts

Bampton Archive, Bampton Church, Cogges Manor Farm et le château de Highclere sont les seuls sites patrimoniaux, dont je peux étudier la mise en exposition. Néanmoins, le centre d'archive et l'église de Bampton n'offrent pas réellement une forme de mise en exposition. Je ne peux donc, en réalité, étudier que la mise en exposition de Cogges Manor Farm et du château de Highclere.

À l'approche du château de Highclere, le guide de Premium Tours nous avertit que les guides externes au château ne sont pas autorisés à exécuter des visites *in situ*. Ainsi, notre guide qui possède des connaissances de *Downton Abbey* ne peut poursuivre la visite du château avec nous. Toutefois, il utilise le temps dans l'autobus pour faire des remarques sur les tournages ayant eu lieu au château de Highclere. De cette façon, les visiteurs qui réalisent des excursions de ce genre peuvent être davantage outillés une fois sur les lieux pour replacer le tournage dans son contexte. Néanmoins, les visiteurs qui se rendent sur les lieux de manière indépendante n'ont pas cette même mise en contexte préalable.

À leur arrivée au château, les admirateurs de *Downton Abbey* peuvent tout de suite reconnaître le château, présenté de manière identique dans le générique d'ouverture de chaque épisode de la série télévisée (Figure 7.3 et 7.4).

Figure 7.3 Première approche du château de Highclere



Source : Collection personnelle, 2017

Figure 7.4 Première image du générique d'ouverture de *Downton Abbey*



Source : PBS et Carnival, 2010

Pour ce qui est des plus grandes pièces, tels que les salons et le hall d'entrée, les panneaux explicatifs servent plutôt à retracer l'histoire des lieux. Elles comprennent généralement des informations sur la maison et sur la famille Herbert, propriétaire du château. À l'extérieur, de plus petits panneaux explicatifs permettent d'en apprendre davantage sur les *folly* présentes de manières disparates dans les jardins du château (Figure 7.5). Leurs affiches offrent des renseignements sur leur construction et les gens impliqués dans celle-ci. Elle donne aussi des caractéristiques spécifiques quant à leur style architectural (Figure 7.6). De sorte, une telle mise en exposition vise à rehausser les valeurs historique et esthétique du château.

Figure 7.5 Jackdaws Castle et son panneau explicatif



Source : Collection personnelle, 2017

Le château offre deux guides d'exposition, l'un physique, en papier, qu'il est possible de se procurer à la boutique du château, l'autre virtuel, qu'il est possible de télécharger sur un support mobile, tel qu'un cellulaire ou une tablette électronique.

Figure 7.6 Panneau du Jackdaws Castle



Source : Collection personnelle, 2017

Le guide d'exposition physique débute par une présentation du château par le comte et la comtesse actuels. Celle-ci est suivie par une introduction à l'histoire du château. Par la suite, chaque pièce est présentée avec des images et du texte. En ordre de parution, il y a *The Entrance Hall*, *The Library*, *The Music Room*, *The drawing Room*, *The smoking Room*, *The morning Room*, *The red staircase*, *The Gallery & Gallery Bedrooms*, *The Oak Staircase*, *The Saloon* et, enfin, *The Dining Room*. La suite du guide comporte une section sur le personnel employé à Highclere Castle. Puis, quelques pages présentent l'exposition permanente ouverte au public sur les artefacts d'origine égyptienne. Quelques pages traitent par la suite de l'importance des courses à cheval à Highclere. Les dernières pages du guide couvrent le parc et les jardins. Il y a également une page présentant une ligne du temps de la propriété. Enfin, le guide se

termine par une page présentant les livres écrits par la comtesse au sujet de la propriété et des femmes qui ont marqué son histoire. Les différents services offerts au château sont aussi présentés.

Trois valeurs patrimoniales y sont largement mises de l'avant, soit les valeurs culturelle/historique, esthétique et sociale du château.

La première est promue par l'introduction historique présente au début du guide. De manière plus précise, le guide retrace l'histoire du château et de la propriété depuis le début du XIV^e siècle à l'aide notamment de documents historiques, de cartes topographiques, de tableaux et de gravures (p.4-5). La section au sujet de l'exposition égyptienne se concentre sur la façon dont le 5^e comte de Carnarvon a obtenu les artefacts ainsi que les dessins, les cartes et autres objets personnels du comte.

Les pages suivantes permettent plutôt de rehausser la seconde, soit la valeur esthétique du château. Les pages 5 et 6 décrivent comment le château est devenu celui que l'on reconnaît aujourd'hui. Elles mettent de l'avant la valeur esthétique de Highclere en retraçant les phases de construction et de transformation du château. Les sections décrivant les pièces servent essentiellement à rehausser la valeur esthétique du château en présentant notamment les matériaux utilisés, mais aussi les courants architecturaux desquels les décors sont inspirés. Chaque présentation est renforcée par de grandes images qui se déploient parfois sur deux pages. Plusieurs pages sont aussi consacrées aux tableaux que les visiteurs peuvent apercevoir dans plusieurs des pièces. Les sections sur le terrain et les jardins affermissent également les valeurs historique et esthétique de la propriété.

La troisième valeur, soit la valeur sociale du château de Highclere est aussi développée par la mention de l'importance politique du château durant la période victorienne, mais également en raison de son rôle lors la Première et la Deuxième Guerre mondiale,

lorsqu'elle sert d'hôpital pour les soldats blessés, puis de maison pour les enfants évacués.

La dernière page (qui se trouve à être la 3^e de couverture) est la seule page sur soixante-quatorze qui présente des références à *Downton Abbey*. Les premières concernent les premières de couverture des livres écrits par la comtesse. Elles ont toutes l'inscription « *the real Downton Abbey* ». Puis, en haut, à droite de la page, il y a une image publicitaire des acteurs de *Downton Abbey* devant une image du château et au premier plan le titre « *Downton Abbey* ». De sorte, la part accordée à *Downton Abbey* dans le guide physique est minime.

Le guide virtuel est très semblable notamment par rapport à sa présentation des pièces et des valeurs patrimoniales mises de l'avant. Néanmoins, celui-ci comporte davantage de référence à *Downton Abbey*. En effet, à la fin de la vidéo d'introduction, l'utilisateur peut lire d'abord « *welcome to Highclere castle* », puis « *The real Downton Abbey* ». Cette inscription est suivie par une image promotionnelle de *Downton Abbey* dans laquelle on retrouve tous les personnages les plus importants. L'image disparaît en fondue, laissant apparaître une photographie similaire des membres de la famille Herbert et des gens qui y travaillent. De plus, chaque pièce comporte une vidéo explicative narrée par Jim Carter qui joue Carson, le majordome dans la série télévisée. C'est d'ailleurs de cette manière qu'il se présente dans la première vidéo, soit celui du *Saloon*. À ce moment, il y a la même image promotionnelle de *Downton Abbey*. Néanmoins, il n'y a pas davantage de référence à la série télévisée. En fait, les vidéos des chambres d'invités qui ont servi de lieu de tournage ne font pas du tout référence à *Downton Abbey*. Alors qu'*in situ*, des affiches permettent de faire cette connexion entre la réalité et la fiction. Ainsi, à l'exception du narrateur et de deux images tirées de la série télévisée, le guide virtuel, bien qu'il comporte davantage de référence à son effet, il n'en possède pas beaucoup.

De manière générale, le château de Highclere présente donc une mise en exposition hybride, qui se rapproche davantage d'une mise en exposition patrimoniale traditionnelle. En effet, les quelques changements apportés au site patrimonial, soit les affiches à l'entrée des chambres à coucher ayant servi au tournage, sont éphémères et n'endommagent en aucun cas l'intégrité du château. De plus, les cartels et les panneaux explicatifs, tout comme les guides d'exposition physique et virtuel, rehaussent plutôt les valeurs historique/culturelle, esthétique et sociale.

Figures 7.7 Photographies du tournage de *Downton Abbey* et certificat de naissance de Marigold à Cogges Manor Farm



Source : Collection personnelle, 2017

À Cogges Manor Farm, davantage d'attention est mise sur le tournage de *Downton Abbey*. D'ailleurs, une pièce entière, le *sitting room*, est dédiée à l'écoute d'une vidéo sur son tournage. Tout autour de cette pièce, il y a des photographies du tournage de *Downton Abbey* (Figure 7.7) et de *Arthur & George* (Buffalo Pictures et Fresh Jade, 2015). Il y a aussi un cadre dans lequel les visiteurs peuvent observer le certificat de naissance de Marigold, la fille de Lady Edith dans *Downton Abbey*. Il s'agit de l'accessoire authentique ayant servi lors du tournage de la série télévisée. Il revêt une importance particulière pour Cogges Manor Farm. En effet, c'est en raison de cette fille illégitime et de la relation qui s'établit entre le fermier de Yew Tree Farm (Cogges Manor Farm) et Lady Edith qui lui confie la garde de son enfant que l'on voit davantage la ferme dans *Downton Abbey*.

Figure 7.8 Panneau explicatif sur la Deuxième Guerre mondiale à Cogges Manor Farm



Source : Collection personnelle, 2017

Néanmoins, il n'y a pas d'autres références à *Downton Abbey* à travers le site patrimonial. Plutôt les cartels dispersés dans les différentes pièces donnent des

renseignements sur la vie quotidienne des fermiers d'autrefois à Cogges Manor Farm. Cette mise en exposition rehausse davantage les valeurs historique/culturelle et sociale. On y retrouve, par exemple, des informations sur le rôle de Cogges Manor Farm durant la Seconde Guerre mondiale (Figure 7.8). Les cartels et les panneaux explicatifs présentent aussi des recettes pour cuisiner du pain et davantage d'indications sur le garde-manger et la chambre froide avant que n'apparaisse l'électricité à Cogges Manor Farm.

De plus, la mise en exposition de Cogges Manor Farm met grandement de l'avant le rôle de sa communauté. Par exemple, de l'artisanat local agrémenté certaines pièces et des affiches explicatives permettent d'en apprendre davantage sur ces pratiques (Figure 7.9). Le *Cogges Rag Rug* project en est un exemple. Il s'agit d'un projet débuté en 2014, dont l'objectif était de faire coopérer les bénévoles et les visiteurs afin de créer un tapis artisanal. D'ailleurs, tous les guides présents sur place à Cogges Manor Farm sont des bénévoles qui offrent de leur temps au site patrimonial.

Figure 7.9 *The Cogges Rag Rug*



Source : Collection personnelle, 2017

Ainsi, à l'exception du *sitting room* du *Manor house* qui est dédié à *Downton Abbey* et aux tournages à Cogges Manor Farm, le reste de la mise en exposition ne fait pas allusion à *Downton Abbey*. Plutôt, la mise en exposition de Cogges Manor Farm met l'accent sur les valeurs historique/culturelle et surtout sociale de la ferme et de sa maison de maître. Conséquemment, il s'agit d'une mise en exposition hybride. Néanmoins, au contraire du château de Highclere, Cogges Manor Farm a choisi de consacrer une pièce entière à *Downton Abbey* et Arthur & George, en plus d'y offrir la présentation d'une vidéo sur le tournage du premier. En ce sens, cette pièce possède plutôt une mise en exposition ciné-touristique, alors que le reste du site patrimonial a conservé son intégrité et sert à promouvoir ses valeurs patrimoniales. Il y a donc une séparation entre ces deux univers distincts, entre la réalité et la fiction. Cependant, au niveau ciné-touristique, la mise en exposition de Cogges Manor Farm vise plutôt à montrer la réalité derrière le tournage à la ferme.

Ainsi, en regard à la présentation des artefacts, bien que le château de Highclere et Cogges Manor Farm mentionnent leurs liens à *Downton Abbey*, ce lien ne supprime pas l'évocation de leurs valeurs patrimoniales.

7.3 Perspective des visiteurs du château de Highclere et de Cogges Manor Farm

La compréhension de la notion de médiation dans le cadre de cette recherche me permet d'y inclure le rôle du récepteur. En effet, je considère que les touristes sont nécessaires au processus de mise en tourisme des espaces. De plus, je juge que la mise en tourisme propre au patrimoine, conçu ici comme médiation, s'intègre dans un fait communicationnel. Comme le note Davallon (2006) « la valeur patrimoniale n'est [...] pas inscrite dans l'objet lui-même, mais, tout au contraire, relève d'un processus où la communication est centrale » (Davallon, 2016, p.1). De sorte, il s'agit d'une relation entre un destinataire et un destinataire ou récepteur. Dans le contexte de cette recherche, ce récepteur prend la forme du visiteur du site patrimonial. Dans le cadre du ciné-tourisme, il peut se présenter sous la forme de l'admirateur de *Downton Abbey*. En raison de sa relation préétablie avec le site patrimonial, par l'entremise de la série télévisée, il commence sa visite avec certaines préconceptions. Afin d'obtenir la perspective des visiteurs au sujet de la mise en exposition, je recueille les commentaires des visiteurs sur la plateforme *TripAdvisor*.

Au sujet du château de Highclere, il y a un total de 2 768 commentaires, dont 2 606 en anglais et 33 en français en date du 28 janvier 2019. Les visiteurs ont attribué en moyenne 4,5 étoiles au château sur une possibilité de 5 étoiles. Un peu plus de la moitié des usagers (58 %) ont accordé une note de cinq étoiles, considérée comme une expérience excellente au château. 26 % d'entre eux ont accordé une très bonne note,

soit 4 étoiles, 12 % ; une note moyenne de 3 étoiles, 3 % ; une note faible de 2 étoiles et 1 % ; une note médiocre de 1 étoile.

TripAdvisor recense seulement 122 commentaires ayant un lien direct avec *Downton Abbey*, qui comprend l'expression « Downton connection ». Ainsi, seule une très faible minorité des visiteurs (4 %) a, au cours de la vie touristique du château de Highclere, évoqué cette relation dans la critique de leur expérience. Selon l'analyse que j'en fais, 49 des 122 commentaires recensés exposent de manière positive l'évocation de *Downton Abbey* au château de Highclere. Néanmoins, 42 usagers présentent le lien entre *Downton Abbey* et le château de Highclere de manière négative. De ceux-ci, cinq d'entre eux considèrent qu'il y a trop de référence à *Downton Abbey* dans la mise en exposition du château alors que trente-sept jugent qu'il n'y en a pas assez. Les 31 autres usagers présentent la relation de manière neutre. En fait, ils établissent la connexion entre le château de Highclere et *Downton Abbey* sans porter de jugement à cet effet.

Au sujet de Cogges Manor Farm, il y a un total de 248 commentaires recensés sur *TripAdvisor*. Près de l'entièreté des commentaires, soit 243 d'entre eux, sont rédigés en langue anglaise. Il y en a seulement deux en français. La note moyenne accordée au château est de 4 étoiles. Tout comme pour le château de Highclere, une majorité des visiteurs (55 %) accordent une note excellente de 5 étoiles à Cogges Manor Farm. 28 % d'entre eux ont accordé une très bonne note, soit 4 étoiles, 9 % ; une note moyenne de 3 étoiles, 4 % ; une note faible de 2 étoiles et 4 % ; une note médiocre de 1 étoile.

TripAdvisor recense 31 commentaires ayant un lien direct avec *Downton Abbey*. De sorte, seule une très faible minorité des visiteurs, soit environ 12 % d'entre eux, évoque cette connexion. Malgré des résultats très semblables sur le plan des notes

accordées à leur expérience, les deux sites patrimoniaux offrent des résultats grandement différents lorsque soumis à une analyse qualitative des commentaires qui mentionnent *Downton Abbey*. En effet, de manière générale, l'ensemble des commentaires à cet effet au sujet de Cogges Manor Farm ont des notes parfaites de cinq étoiles. Ils présentent de manière positive cette relation entre la série télévisée historique et le site patrimonial. De plus, le directeur de Cogges Manor Farm, au nom d'utilisateur Colin S., offre une réponse personnalisée à chacun de ces visiteurs.

Je présente donc parallèlement les résultats obtenus à la suite de l'analyse de ces commentaires. À cet effet, la situation exceptionnelle de Cogges Manor Farm permet d'offrir une vision différente de celle du château de Highclere.

7.3.1 Types de visiteurs et contexte de la visite

Le récepteur de la médiation du patrimoine prend ici de nombreuses formes. Dans un premier temps, il s'agit du récepteur qui est d'abord intéressé par la série télévisée historique. Celui-ci peut s'intéresser subséquemment aux sites patrimoniaux qui ont servi de lieux de tournage à cette émission. De sorte, il se transforme en ciné-touristes. Dans un second temps, il s'agit de touristes patrimoniaux qui visitent le lieu en raison des valeurs patrimoniales qu'ils y perçoivent. Dans un troisième temps, il y a des touristes hybrides dont les motivations sont multiples. J'analyse donc d'abord la présence et l'interprétation des lieux de chacun de ces types de visiteurs. Puis, j'analyse les relations sociales qui s'établissent entre chacun de ceux-ci afin de déterminer quelle forme de mise en exposition en résulte.

En raison de la nature des commentaires sur le château de Highclere recueillis sur *TripAdvisor*, nombre d'entre ceux-ci sont les propos de ciné-touristes. En fait, une grande portion d'entre eux évoque tout simplement qu'ils sont des « *Downton Abbey* fans » et y juxtaposent des qualificatifs, tels que « great » (Karen Wiles, 2016) et

« avid » (Andrea930, 2016). L'usagère emma I (2015) se présente même comme une « *Downton Abbey* tourist ». De surcroît, certains commentaires indiquent que cette connexion à *Downton Abbey* est la seule raison ou, du moins, la raison principale, qui a amené les visiteurs à se rendre au château de Highclere. Généralement, il est possible d'observer que chez les auteurs de ces commentaires le nombre d'étoiles données à leur expérience est en deçà de la moyenne.

À Cogges Manor Farm, certains visiteurs mentionnent qu'ils font partie d'un tour guidé, tel que celui de BritMovie Tours. C'est le cas notamment de Laney66 (2018) qui écrit :

We visited Cogges as part of a Britmovies Tour for Downton Abbey, they laid on pots of tea and scones for 32 of us! It's a lovely place to visit, especially if you want to see where the scenes for Yew Tree Farm were shot. It's also a working farm and has attractions for young and old! There was a wedding there while we visited! Well worth a visit!

D'ailleurs, le forfait offert aux excursions spécialisées sur les lieux de tournage, dont *Downton Abbey*, soit le *cream tea package* favorise une intégration de ces ciné-touristes à Cogges Manor Farm.

Parmi l'ensemble des commentaires disponibles sur *TripAdvisor*, une grande majorité d'entre eux n'évoquent pas la connexion entre *Downton Abbey* et le château de Highclere ou Cogges Manor Farm. Néanmoins, même parmi les commentaires recueillis, qui sont tous des commentaires contenant le thème de *Downton Abbey*, certains usagers indiquent qu'ils ne sont pas des admirateurs de cette série télévisée historique. L'utilisateur pausilypon (2012) écrit :

I have visited Highclere Castle several times over the years but this was my first visit since it became, for T.V. purposes "Downton Abbey" and the Egyptian exhibition was extended. As I have no interest in the "Downton

Abbey" series, I was relieved to see that the connection was not all-pervasive in either the shop or the house.

En ce sens, il y a encore de nombreux touristes patrimoniaux qui visitent le château de Highclere. Freddie K (2017) un visiteur de Cogges Manor Farm évoque aussi qu'il n'a jamais visionné *Downton Abbey* :

I have never watched Downton Abbey so went here with no expectations but loved the place! The buildings are beautifully maintained and the animals are great! Loved the 3 pigs and the goats who are real characters! The Manor House is beautifully maintained and all the rooms are presented to show how things would have looked at the time. We walked within the grounds, the walled garden and did the meadow walk and were there for a good 3 hours. The café is a beautiful beamed building and we had a good flapjack and hot chocolate there. Highly recommended for both children and adults alike!

Le directeur général de Cogges Manor Farm répond à son commentaire (Colin S., 2017) en mentionnant qu'effectivement, il n'est pas nécessaire de connaître *Downton Abbey* pour apprécier le site patrimonial, puisque l'histoire de la maison de maître précède celle de la série télévisée de près de 700 ans.

De manière intéressante, à Cogges Manor Farm les visiteurs ne se rendent pas toujours compte qu'il s'agit d'un site de tournage pour la méga production qu'est *Downton Abbey*. En fait, ils ne l'apprennent parfois qu'une fois sur les lieux, ce qui amène une valeur ajoutée à leur expérience. C'est d'ailleurs l'expérience de 154 187 048 (2018) :

Visiting cogges turned out to be a wonderful surprise , as didn't realise that this lovely farm was same one being used for filming on Downton Abbey series as Yew Tree Farm!! Staff were fabulous ... Warm and friendly... They do tours of the farm... Also a DVD to watch Downton Abbey getting it ready for filming... Lovely cafe too... Great place for families to visit... Well worth a visit if you in Witney ... Don't let it pass by...

Toutefois, parmi les commentaires recueillis au château de Highclere, j'observe en majorité un type de touriste que je pourrais qualifier d'hybride. En effet, les raisons de leur visite qu'ils choisissent de mettre de l'avant sont généralement multiples et inclus à la fois l'histoire des lieux, son architecture, l'exposition égyptienne, ainsi que *Downton Abbey*. À ce titre, je ne les considère pas comme des touristes purement patrimoniaux puisque leur intention de visite ne concerne pas seulement les valeurs patrimoniales des lieux, mais aussi cette connexion avec *Downton Abbey*. De surcroît, il ne s'agit pas, non plus, de ciné-touristes, puisque ces visiteurs ne sont pas motivés à visiter le château purement en raison de son apparition au petit écran. Effectivement, dans ces commentaires, la connexion à un univers fictif, soit celui de *Downton Abbey* est habituellement présenté comme une raison secondaire de visiter les lieux. Par exemple, 355janm (2017) indique spécifiquement que trois raisons motivent sa visite, soit le château lui-même, ainsi que ses jardins, l'exposition égyptienne et « évidemment » la connexion à *Downton Abbey*. Ebbee (2018) souligne que les raisons principales de leur visite étaient l'exposition égyptienne, plutôt que *Downton Abbey*, mais que cette connexion ne faisait qu'y ajouter davantage d'intérêt. L'utilisateur stevensB754XG (2017) mentionne, quant à lui, que la raison principale de la visite est l'intérêt historique des lieux.

D'autres auteurs de commentaires indiquent néanmoins que ces deux aspects sont sur un pied d'égalité. Par exemple, Ray S (2014) écrit : « *Being an avid visitor to National Trust properties and stately homes I was as interested to see Highclere Castle as an historic home as much as the setting for the upstairs scenes of 'Downton Abbey'.* ».

Conséquemment, il est possible d'interpréter par ces commentaires, qu'en plus des ciné-touristes motivés uniquement par la connexion du château à la très populaire série télévisée historique et les touristes patrimoniaux, une majorité de visiteurs s'intéressent à la fois à l'histoire réelle et fictive du château. En effet, en raison du

genre de série télévisée, soit le genre historique, on peut supposer que ces ciné-touristes *historiques* s'intéressent autant à l'histoire fictive des lieux qu'à son histoire réelle. Tel que je le notais dans le chapitre II, le grand public est maintenant plus impliqué et comprend davantage les enjeux des représentations historiques (Sobchack, 1996, p. 7 citée dans de Groot, 2009, p. 3). De sorte, les ciné-touristes historiques comprennent qu'ils visitent un lieu qui possède sa propre histoire.

Ainsi, différents types de touristes sont présents au même moment sur les lieux. Ce mélange de touristes influence l'expérience des visiteurs.

Certains perçoivent l'arrivée massive d'admirateurs de *Downton Abbey* au château de Highclere de manière positive. Ils notent d'ailleurs que ces visiteurs ont l'air heureux de leur visite, ce qui crée une ambiance générale positive. Certains, tel que Richard J (2016), notent qu'ils ont réalisé la visite, accompagnés de personnes qui apprécient *Downton Abbey* et qu'ils ont pu profiter de leur enthousiasme à cet effet. D'autres mentionnent plutôt le contexte de leur visite et les autres visiteurs présents à ce moment. Ils indiquent un sentiment semblable à celui de Richard J (2016). C'est le cas notamment de BobandJosie (2014) qui écrit :

Of course many visitors have come because of the Downton connection - and why not, it is a great show. Easy to visualise the house converted to a living Film set. We were vastly outnumbered by American visitors (brought by the coachload) but from overheard conversations, they were clearly enjoying themselves immensely, immersed in both a huge hit show and real British History at the same time.

De sorte, ce climat positif et enthousiaste amené par l'arrivée de nombreux ciné-touristes peut être contagieux. Néanmoins, tous les ciné-touristes n'indiquent pas avoir apprécié leur visite sur *TripAdvisor*. Ce mécontentement est parfois visible chez les autres visiteurs, ce qui ne fait que conforter les ciné-touristes dans leur position. L'usagère emma I (2015) écrit sur *TripAdvisor* au sujet du château de Highclere : « *I*

would not drive five hours to see [it] ! (my view shared by many American tourists who came to see Downton!) ».

En fait, nombre d'entre eux considèrent que les dirigeants du château de Highclere n'en font pas assez pour les accommoder. Richard T (2014) mentionne à cet effet :

Essentially visitors are drawn from around the world because of the Downton Abbey connection, but the owners distance themselves from this which is totally baffling, they are in my mind really missing a trick and not catering for the fans in such simple ways, instead they want to be offering a stately home viewing which is misleading for many of the visitors.

L'utilisateur *_zeenaandme_* (2013) offre une critique semblable en ajoutant que les dirigeants du château de Highclere devraient plutôt accueillir à bras ouvert cet afflux de visiteurs provenant de partout dans le monde et qui viennent spécifiquement pour la connexion entre ce site patrimonial et *Downton Abbey*.

D'un autre côté, d'autres visiteurs motivés par l'aspect historique et patrimonial voient d'une manière plus négative cette arrivée massive de ciné-touristes. Certains se montrent relativement compréhensifs à leur égard. L'utilisateur *pausilypon* (2012) mitige la situation en indiquant au sujet de la mise en exposition et du parcours général :

Some rooms had pictures of the cast along with information that "This was XXX's bedroom etc., etc." which slowed progress through the first floor as there was only room for two or three people to read at a time, but I appreciate that, for many visitors, these details were essential to their enjoyment of the visit.

Néanmoins, d'autres visiteurs reprochent aux ciné-touristes de manquer de considération envers leur patrimoine et leur histoire. Kate C (2015) note à leur sujet :

However, I think visitors needs to realise this house has its own history that's worth knowing about and so Downton aren't absolutely everywhere on site. I can see why some people find this disappointing and it would

generate more money on site but I guess they're focussing on Highclere's true history and not a fictional one.

De son côté, kentishbell2016 (2016) indique de nombreuses autres raisons de visiter le château, qui n'ont pas de lien avec *Downton Abbey* : « *It's historic, it's our heritage, Tutankhamen's tomb was discovered by the 5th Earl of Caernarvon (hence the exhibition), visit for the history of the place, the artwork - paintings on the wall and the ornate ceilings!* (sic) ». L'utilisateur note à ce propos sa déception face aux visiteurs qui passe outre ces aspects.

La situation à cet effet semble grandement dissimilaire à Cogges Manor Farm. En effet, de tous les commentaires recueillis, aucun ne mentionne ce mélange entre les différentes sortes de touristes. Plutôt, il semble que le fait de proposer une activité particulière spécialement conçue pour les groupes de ciné-touristes permet d'éviter que les besoins très spécifiques de ces derniers nuisent à l'expérience des autres touristes qui ne viennent pas pour ces raisons.

Il est ainsi possible d'imaginer que de tenter de satisfaire ce mélange éclectique de touristes n'est pas une chose facile pour les dirigeants de sites patrimoniaux qui ont servi de lieu de tournage pour une équipe de production comme celle de *Downton Abbey*. Néanmoins, il semble évident que le tournage de cette série a participé à la mise en exposition subséquente des deux sites patrimoniaux. En effet, du point de vue des visiteurs, leur expérience est marquée, que ce soit de manière positive ou négative, par le fait de côtoyer des ciné-touristes lors de leur visite au château de Highclere. À l'inverse, une approche comme celle de Cogges Manor Farm permet au site patrimonial d'offrir un contexte approprié aux ciné-touristes et de satisfaire les touristes hybrides qui veulent s'informer davantage au sujet du tournage.

7.3.2 Appropriation

La médiation devrait permettre à ses récepteurs de s'approprier le site patrimonial. Lors de l'analyse des données, je remarque que les ciné-touristes satisfaits semblent vivre une expérience qui correspond aux trois phases d'appropriation de Carù et Cova, soit la nidification, l'exploration et le marquage (2003, 2005, 2006). Essentiellement, le processus d'appropriation devrait permettre au visiteur de passer du familier (nidification) au moins familier (exploration) et ainsi d'accorder une signification particulière à son expérience qui sera intrinsèquement personnelle et subjective (marquage).

En effet, il semble que la première approche au château et les premiers moments de la visite aient été facilités par une reconnaissance du familier chez les admirateurs de la série télévisée historique. C'est ce que Carù et Cova (2003, 2005, 2006) nomment la nidification. En août 2015, l'utilisateur Ducatibabe mentionne d'ailleurs : « *As a Downton fan it was lovely to see the familiar rooms* ». Puis, en 2016, Andrea930 évoque un sentiment similaire : « *The drive into the Castle grounds is breathtaking and to see the Castle in the distance was so reminiscent of the television shots - just incredible.* » Les usagers Tracey L (2016) et magic006 (2016) révèlent une impression comparable quant à l'ensemble de leur visite. D'abord, Tracey L relève que le château est très semblable à la façon dont il est aperçu à l'écran, puisque beaucoup des installations et du mobilier sont les mêmes que dans la série. Puis, magic006 (2016) écrit sur *TripAdvisor* que le fait de pouvoir explorer chacune des chambres et de pouvoir faire les connexions à la série télévisée « *was pure heaven* ».

Les commentaires au sujet de Cogges Manor Farm ne révèlent pas ce même sentiment. Néanmoins, cela peut être expliqué par le fait que Yew Tree Farm a une moins grande importance dans *Downton Abbey* que le château de Highclere. Ainsi, il est plus

difficile de reconnaître Cogges Manor Farm au moment du visionnement de la série télévisée historique. Les visiteurs ne reconnaissent donc pas systématiquement son rôle dans le tournage de la production à grand déploiement et ont des attentes moins élevées. Lorsqu'ils comparent leur visite entre le château de Highclere et Cogges Manor Farm, certains visiteurs de ce dernier indiquent qu'ils y ont vécu une meilleure expérience. Linda Susan P (2018) écrit d'ailleurs sur *TripAdvisor* :

We traveled to England to celebrate our 50th Wedding Anniversary. A tour of Highclere Castle was a MUST since I am a huge Downton Abbey fan. This [Cogges Manor Farm] was the best tour we have ever taken and we have taken LOTS of tours. Our guide was very knowledgeable and fun. We feel this was a bargain for all we experienced. We highly recommend this tour to anyone. It was wonderful.

Du côté du château de Highclere, une transition graduelle de la mise en exposition qui amène le visiteur à s'intéresser à l'histoire du château, ainsi que de la famille semble être clé à une perception positive des ciné-touristes de leur visite. Cette transition semble leur permettre d'accéder à la deuxième phase du processus de Carù et Cova (2003, 2005, 2006), soit l'exploration. La phase d'exploration permet au ciné-touriste de considérer d'autres produits moins familiers, d'autres activités afin d'enrichir ses références par rapport à la série télévisée de référence. L'utilisateur Ducatibabe (2015) mentionne d'ailleurs que la maison est tellement plus qu'un lieu de tournage et évoque, à cet effet, son architecture atypique et la qualité de l'entretien du mobilier. De surcroît, l'utilisateur rapporte au sujet de sa visite qu'il a l'impression de visiter une maison habitée en raison du mélange agréable entre les affaires familiales et télévisuelles dans le château. L'utilisateur Roohi R (2018) remarque qu'il est très intéressant de découvrir la vie des véritables résidents du château dans les années 1920, puisqu'il y a de nombreux parallèles entre celle-ci et celle des personnages de *Downton Abbey*. Aussi, l'utilisateur écrit, à cet effet, sur *TripAdvisor* qu'il n'avait aucune connaissance préalable des liens entre Lord Carnarvon et Toutankhamon.

Ils perçoivent ainsi que le château lui-même a de la valeur et que cette connexion avec *Downton Abbey* a ajouté de la valeur supplémentaire à leur expérience. Par exemple, Tracey L (2016) écrit :

The castle is beautiful in it's own right, but the Downton connection makes it all the more special. The salon that sits right in the centre of the castle is spectacularly beautiful. The castle had a really welcoming feel, and was not as stuffy as some other similar properties open to the public (I guess this is because it is lived in).

L'utilisateur debexplores (2014) stipule d'ailleurs que l'ouverture des guides à discuter du tournage de la série télévisée a favorisé une expérience positive des lieux :

We loved the experience of visiting a country estate as well as the experience of visiting some of the set for the TV show that we love [...] They were very open to talking about Downton Abbey, as opposed to what I've read in other reviews. Maybe we were lucky. One person talked with us about how filming for season 5 had ended just the week before.

Néanmoins, si cette transition entre la phase de nidification et d'exploration ne se fait pas de manière graduelle ou n'est pas du tout prise en charge par le site patrimonial, les ciné-touristes sont généralement grandement déçus. C'est d'ailleurs ce à quoi fait référence debexplores (2014) lorsqu'elle mentionne d'autres commentaires plus négatifs rédigés préalablement sur *TripAdvisor* au sujet du château de Highclere. En effet, c'est ce que critiquait déjà samsouthwell en 2013 quand il indique que son premier contact avec un guide du château s'est révélé décevant :

As a huge fan of Downton Abbey, the visit to Highclere Castle was eagerly awaited. A tour guide welcomed us by saying "welcome to Highclere Castle, not Downton Abbey, that place doesn't exist!" Which considering the huge increase of visitors, mainly due to the tv show, was a misguided thing to say.

En fait, les visiteurs du château de Highclere s'indignent généralement du manque de reconnaissance que les dirigeants du château ont envers la série télévisée. Ce manque

de reconnaissance est perçu à travers une mise en exposition qui ne met pas assez de l'avant les connexions entre le château et *Downton Abbey*. À cet effet, je rappelle que sur les cent-vingt commentaires récupérés sur *TripAdvisor*, seuls cinq usagers mentionnent qu'il y a trop de référence à *Downton Abbey*. Néanmoins, trente-sept usagers de *TripAdvisor* jugent, au contraire, qu'il n'y en a pas assez.

Les commentaires déposés au fil des ans révèlent tous une impression semblable au sujet de la mise en exposition chez les ciné-touristes insatisfaits. Il n'y a d'ailleurs pas de changement entre les commentaires recueillis peu après la diffusion des premières saisons et plus récemment. En effet, Kathleen R R indique en 2012 sur *TripAdvisor* que seules des affiches décrivant, par exemple, la chambre dans laquelle le personnage de Pamuk décède au cours d'un épisode permettent de faire la connexion entre les pièces et leur rôle dans le tournage. De plus, l'utilisateur mentionne qu'une telle indication était peu utile dans la mesure où il était difficile, de toute façon, d'observer quoi que ce soit dans la pièce. Deux ans plus tard, en 2014, cette mise en exposition ne paraît pas avoir changé. Selon ce qu'en rapporte Katwhite39 (2014) sur *TripAdvisor*, il n'y a que cinq références à *Downton Abbey* dans le château. Celles-ci se retrouvent sur feuilles laminées de format 8'' x 11''. Un autre usager, 9876 (2014) mentionne d'ailleurs la même chose que Kathleen R R en 2012, soit l'impossibilité de rentrer dans ces pièces. De plus, il s'agit des mêmes références à *Downton Abbey* que j'ai pu observer en 2017.

En 2015, mabelEngland s'attriste du fait que les responsables du château de Highclere ne donnent pas davantage d'information au sujet du tournage. D'ailleurs en 2014, Richard T indique déjà que les guides présents sur les lieux se distancent des liens entre le château et *Downton Abbey*. À cet effet, Alison 2666 (2015) qualifie même l'attraction touristique de « paresseuse ». Au-delà du peu de connexion entre la série

télévisée historique et le château, elle tente très peu de définir la maison comme une maison de maître.

De plus, l'accès ou, à l'inverse, le manque d'accès à certaines pièces en raison de la mise en exposition peut être une source d'insatisfaction chez les ciné-touristes du château de Highclere. Nonobstant cela, le *displacement theory* de Bolan *et al.* (2011), soit le phénomène par lequel le lieu que les producteurs ont voulu représenter dans le film attire des touristes, alors que, véritablement, le lieu de tournage se trouve à un autre endroit, paraît aussi pouvoir être mis en cause dans certains cas. Les ciné-touristes qui viennent au château de Highclere ont des attentes élevées. En effet, dans *Downton Abbey* le château n'est rien de moins qu'un personnage à part entière. De sorte, ses admirateurs croient en connaître tous les recoins. Néanmoins, en raison, d'astuces cinématographiques tous les lieux qui semblent être dans le château ne le sont pas nécessairement. C'est le cas notamment de tout l'aspect *downstairs* de *Downton Abbey*. Les quartiers des domestiques, ainsi que les cuisines du manoir ne sont pas accessibles aux visiteurs puisque les scènes n'ont pas réellement été visitées au château, mais plutôt dans un studio de télévision. Secret_Squirrel1 (2012) témoigne de cet effet sur *TripAdvisor* : « *Surprising to learn which rooms from the show are actually not located in Highclere at all, that was a bit of a shock* ».

Ainsi, le fait de ne pas pouvoir les visiter représente un risque de décevoir les ciné-touristes. L'utilisateur Philip M (2018), qui ne donne que 2 étoiles au château de Highclere sur *TripAdvisor*, écrit, à cet effet : « *Downton was as much about upstairs as downstairs, but there is no access to the servants quarters* ». Généralement, néanmoins, les ciné-touristes sont au courant du fait que les scènes concernant les domestiques n'y ont pas été filmées. Par contre, ils souhaiteraient que les dirigeants du site patrimonial prennent en compte l'arrivée massive d'admirateurs de *Downton Abbey* dans la mise en exposition du château. Dès 2011, MFL1931 les critique d'ailleurs à ce propos :

I think they could make a little more out of the connection to Downton Abbey and perhaps this will develop? The real Highclere Castle Kitchens are modernized and so there is no scope to show visitors around them and so you do miss out on the “Upstairs Downstairs” type of contrast that helps make Downton Abbey so interesting.

Certains visiteurs vont même jusqu’à offrir des pistes de solution aux dirigeants du château de Highclere à ce sujet. C’est le cas de London TravelAgent (2015) qui écrit sur *TripAdvisor* :

I know that the downstairs scenes are not filmed here but the house itself has a servants staircase and quarters downstairs so why not at least have one servant’s room set up to view to make the visits longer and more interesting. Dress the dining table, put a few staff in character clothing, do something to make this more of a Downton attraction.

Un autre usager, shadyree14 (2013), va même jusqu’à proposer de déplacer l’exposition égyptienne du château pour faire davantage de place à *Downton Abbey* :

I can’t help thinking though that since the advent of Downton, it would have been better to house the Egypt exhibition elsewhere at Highclere, and restore the basements to give an idea of what “Downstairs” life would have been [...] Going beyond the green baize door and seeing a Mock-up of Mr Carson’s room, the Kitchen, and the servants’ hall would certainly have been of much more interest to our daughter and would capitalize even more on the Downton connection.

Au contraire des visiteurs du château de Highclere, qui ont l’impression que les dirigeants de ce dernier ne font que profiter financièrement de l’afflux des visiteurs amenés par *Downton Abbey*, les visiteurs de Cogges Manor Farm apprécient le prix abordable de leur visite, la disponibilité des guides et le support filmique qui leur sont offerts. L’usager USExpatInUK (2016) écrit d’ailleurs :

We visited here because it was one of the Downton Abbey filming location doubling as Yew Tree Farm. Though it was [...] [a] rainy day, we were not disappointed. We were lucky to find that there is a free Downton [...] Abbey

tour on Thursday and Friday. The guide was very passionate about Cogges Farm and shared much of the history as well as pointed out what was filmed where. On the tour you get to see rooms that are not open to the public including a Victorian bedroom where a scene was filmed with Bates and Anna. He also pointed out the different building eras with the oldest part being 1250! There is a 10 minute film regarding the filming of Downton at the farm.

Des guides bénévoles sont aussi disponibles pour répondre aux questions des visiteurs, ce qui ajoute une dimension humaine à la visite et accentue la valeur sociale du site patrimonial. Cette impression est d'ailleurs énoncée par anashparmar (2018) : « *The volunteers who are the life and soul of Cogges really do make the venue a great place to visit and happy to engage with all. We even had the chance to see the 'Downton' kitchen in action.* » L'ouverture des guides à discuter de *Downton Abbey* est perçue de manière positive par les visiteurs. De surcroît, lorsque les guides ne sont pas présents pour répondre aux questions des visiteurs, une vidéo permet de répondre en partie à leur interrogation à ce sujet. L'utilisateur GroovyTraveller01 (2016) mentionne toutefois que l'absence de guides peut être un frein pour apprécier la visite du manoir :

The adults loved watching the short movie about how Cogges was turned into sets for Downton Abbey. However, we were very sorry not to have had any staff/interpreters around to ask them more about the manor house. It would have been a more educational visit if someone knowledgeable had been around. Maybe they are available at the weekend?

Néanmoins, la réponse de la direction générale à cette critique démontre une compréhension des besoins d'accommoder les touristes de tout genre, ainsi que de la nécessité d'une médiation qui permet d'offrir des réponses aux questionnements des visiteurs au sujet des lieux. Colin S. (2016) écrit en réponse à GroovyTraveller01 :

Sorry one of our volunteers wasn't on hand to answer some questions. We know how much this adds to the experience, particularly the tours on Thursdays and Fridays. As we build we will add more layers of interpretation of this very old site. Thank you for your support.

Malgré cela, bien que certains ciné-touristes soient bloqués au stade de nidification par certains aspects de la mise en exposition du château de Highclere, plusieurs visiteurs mentionnent que la connexion entre *Downton Abbey* et l'histoire du château donne une valeur ajoutée à leur expérience. Une telle impression correspond au dernier stade de l'appropriation des lieux par les visiteurs, soit le marquage (Carù et Cova, 2003, 2005, 2006). C'est le cas de Tracey L (2016) qui indique sur *TripAdvisor* « The castle is beautiful in it's own right, but the Downton connection makes it all the more special. » L'impression est partagée par 144lesleyg (2015) qui écrit : « [t]he *Downton Abbey* connection is an added interest to a lovely house as is seeing family members wandering around their home. » Les deux usagers accordent d'ailleurs une note parfaite au château de Highclere et sont manifestement satisfaits de leur expérience.

De manière intéressante, une telle mise en exposition du site patrimonial à Cogges Manor Farm rehausse ses valeurs historique, culturelle et esthétique en plus de redonner le goût aux visiteurs de comparer ce qu'ils ont vu à la série télévisée elle-même. Claire669 (2018) note à cet effet :

One of the ladies spent several minutes talking to us imparting her fantastic knowledge of the history of the farm. We finished the visit with a lovely coffee and cake in the spotless cafe. I will definitely return and it made me want to watch Downton again!

Ainsi, il semble qu'en fonction notamment de l'ouverture des guides à discuter des tournages de *Downton Abbey* une mise en exposition qui correspond aux attentes des ciné-touristes n'est pas systématiquement atteinte au château de Highclere. De manière générale, la présentation des artefacts et des pièces en rapport avec leur lien à *Downton Abbey* est minimale. Cela satisfait généralement les touristes patrimoniaux et les touristes hybrides. Néanmoins, les visiteurs qui ont des motivations purement ciné-touristiques ne semblent pas pouvoir tirer un maximum de satisfaction de leur expérience. À ce titre, la série télévisée historique qu'est *Downton Abbey* a transformé

en partie la mise en exposition du château de Highclere. En raison de ce que j'observe sur le terrain et des témoignages généraux recueillis sur *TripAdvisor*, je ne considère, cependant, pas qu'une telle transformation a mené à une mise en ciné-tourisme par rapport à la mise en exposition des lieux.

À Cogges Manor Farm, néanmoins, une ouverture apparente des dirigeants à s'adapter aux besoins des ciné-touristes en leur offrant des dispositifs de médiation qui répondent à leurs questionnements au sujet du tournage semble remporter plus de succès. En effet, en séparant à la fois les visiteurs, mais aussi en donnant un contexte distinct aux ciné-touristes et aux touristes hybrides, soit une pièce dans laquelle on peut visionner un vidéo à propos du tournage de *Downton Abbey*, les visiteurs de Cogges Manor Farm se sentent bien accueillis. De surcroît, cette façon de faire s'intègre à la mise en exposition normale du site patrimonial sans en affecter, outre mesure, l'intégrité du site patrimonial et les valeurs patrimoniales qu'on y accorde.

7.4 Conclusion

Dans le cadre de chapitre, j'ai tenté de déterminer de quelle manière une série télévisée historique, comme *Downton Abbey*, participe à la mise en exposition d'un site patrimonial. D'abord, j'ai pu observer des changements minimaux en matière de création de parcours chez un petit nombre de sites patrimoniaux. En fait, les sites patrimoniaux qui intègrent ces changements sont ceux qui ont un rôle récurrent dans la série télévisée ou qui sont présentés lors de période de grande comme le soir de Noël. De surcroît, je note que parmi ceux qui présentent des parcours qui sont reliés à des tournages peu choisissent de se concentrer exclusivement sur celui de *Downton Abbey*. Puis, je me suis basée sur ce que j'ai pu observer au château de Highclere et à Cogges Manor Farm pour déterminer si des changements ont lieu en ce qui concerne la présentation des artefacts. Par rapport au premier, j'estime que de manière générale

la présentation des artefacts concorde davantage avec une mise en exposition hybride, soit à la fois patrimoniale et ciné-touristique. En effet, les changements apportés au château pour accommoder les ciné-touristes sont minimaux et éphémères. Ils n'endommagent donc, en aucun cas, l'intégrité du site patrimonial. Par rapport au second, je suis également d'avis qu'il s'agit d'une mise en exposition hybride, puisque seule une pièce du site patrimonial a été modifiée afin d'accueillir des ciné-touristes. De plus, ces changements sont aussi éphémères, bien qu'ils soient d'une plus grande ampleur que ceux réalisés au château de Highclere. Ainsi, le reste de Cogges Manor Farm propose toujours une mise en exposition patrimoniale à ses visiteurs. C'est d'ailleurs cette séparation entre des zones ciné-touristique et patrimoniale qui permet à Cogges Manor Farm d'offrir un contexte approprié aux ciné-touristes et de satisfaire les touristes hybrides qui veulent s'informer davantage au sujet du tournage. À l'inverse, quelques modifications en ce qui concerne la présentation des artefacts au sein même du château de Highclere, ainsi que des parcours qui marient l'intention de rehausser les valeurs patrimoniales et les attentes des ciné-touristes remportent moins de succès. En regard à ses attentes, il semble que du point de vue des visiteurs, l'expérience dans ces deux sites patrimoniaux s'est vue modifiée par les tournages de *Downton Abbey*. Il faut noter que ces attentes sont marquées par le vocabulaire utilisé dans le cadre de la mise en communication des sites patrimoniaux qui les amène à visiter le lieu. De surcroît, la satisfaction des touristes, qu'ils soient des touristes patrimoniaux, des ciné-touristes ou des touristes hybrides est influencée par le pouvoir de vivre une expérience qui correspond à ces besoins. Ces expériences peuvent être aussi minimalistes qu'un tour guidé ou plus étoffées et demander une plus grande immersion des visiteurs. Ce sont à ces formes de produits patrimoniaux que je m'attarde dans le chapitre suivant.

CHAPITRE VIII

MISE EN EXPLOITATION

Dans ce mémoire, je cherche à comprendre comment les séries télévisées historiques participent à la mise en tourisme des sites patrimoniaux. Dans ce chapitre, je m'intéresse spécifiquement à la troisième phase de la médiation, tel que je l'ai établi dans le chapitre II, soit la mise en exploitation du patrimoine.

Davallon (2006, p. 37) conçoit la mise en exploitation comme la « commercialisation du site ou du monument » par la vente de billets par exemple. Je propose de l'étendre à toute forme de commercialisation qui se réalise soit sur le site ou au sujet du site. Dans le cadre de cette recherche, j'assimile cette notion à la quatrième phase de la sacralisation de MacCannell (1976, p. 45), soit celle de la reproduction mécanique de l'attrait par des photographies, des modèles réduits, des effigies, etc. MacCannell souligne que la reproduction mécanique est une étape importante qui permet d'engager le touriste à découvrir l'attrait (1976, p. 45) et se l'approprier.

Davallon (2006, p. 43) note qu'il existe différents degrés de mise en exploitation « qui s'étendent de la simple commercialisation d'un service (accès du site, documents de présentation, etc.) à l'exploitation d'un *produit patrimonial* créé à cette fin ». Dans le premier cas, Davallon (2006, p. 43) mentionne que la dimension économique s'ajoute à l'objet patrimonial sans toutefois le contraindre ou le modifier. Dans le second cas, l'objet patrimonial se voit préalablement transformé en produit en étant aménagé et

travaillé en vue de son exploitation commerciale. En ce sens, l'objet patrimonial est ainsi mis au service de la dimension économique.

Conséquemment, ma première tâche est d'observer de quelle manière les personnes responsables ont choisi de commercialiser leur site patrimonial. Plus précisément, de constater quels sont les services qui sont offerts. Étant donné que j'ai déjà effectué un tri des sites patrimoniaux exploités à des fins touristiques, je peux affirmer que les dix-huit sites patrimoniaux étudiés jusqu'ici atteignent le premier degré d'exploitation tel que présenté par Davallon (2006, p. 43). Je m'attarde donc davantage aux autres produits patrimoniaux et autres produits dérivés détaillés *in situ* et *ex situ* par l'entremise entre autres des boutiques en ligne accessibles sur les sites Internet des différents sites patrimoniaux.

Dans un premier temps, j'observe les sites patrimoniaux qui offrent des activités en lien avec un univers fictif. Je note aussi, tel que je l'ai mentionné, si les sites patrimoniaux possèdent une boutique souvenir que ce soit en ligne ou *in situ*. Dans une plus large mesure, je liste en outre les sites patrimoniaux qui se sont pourvus d'un service de restauration *in situ* et pareillement ceux qui commercialisent leur site pour la location d'événement. Enfin, je constate de quelle façon ils se valorisent à titre de lieux de tournage. Dans un second temps, j'établis si pour chacune de ces formes de commercialisation, les sites patrimoniaux mettent de l'avant leur relation avec un univers fictif et plus précisément dans ce cas-ci celui de *Downton Abbey*. J'analyse aussi de quelle manière cette relation est présentée. Dans un troisième temps, j'observe si chacune de ces formes de commercialisation sert à rehausser les valeurs patrimoniales des différents sites patrimoniaux.

8.1 Services offerts

La majorité des sites patrimoniaux étudiés offre aux visiteurs la possibilité d'acquies plus qu'un billet d'entrée. En effet, quatorze des dix-huit sites patrimoniaux proposent aux visiteurs de payer des frais supplémentaires pour réaliser un tour guidé, assister à une présentation, participer à un événement spécial tel qu'un *afternoon tea* avec la comtesse des lieux, etc. De plus, quatorze sites patrimoniaux ont une boutique. En outre, seul six de ces quatorze sites patrimoniaux n'offrent qu'une boutique *in situ*. Douze sites patrimoniaux possèdent un service de restauration quelconque et onze louent leurs espaces pour la tenue d'événements, comme des mariages. Aussi, les sites patrimoniaux étudiés disposent en moyenne de trois de ces quatre services. À l'inverse, aucun de ces sites patrimoniaux ne présente aucun de ces services. Toutefois, Bampton Church détient un statut particulier. En réalité, sa seule offre, soit celle de la location pour événements spéciaux, tels que des mariages et autres rites sacrés, coïncide plutôt avec la nature même du lieu. De plus, en raison de leur apparition dans *Downton Abbey*, nous pouvons supposer que tous louent leur site pour des tournages (Tableau 8.1).

Dans la prochaine portion de ce chapitre, j'analyse d'abord indépendamment chaque type de services : les activités et les forfaits, ainsi que les produits offerts dans les boutiques en ligne et *in situ*. Puis, je fais ressortir les références à des univers fictifs. Je fais de même avec les valeurs patrimoniales qui sont évoquées dans les différentes formes de mise en exploitation des sites patrimoniaux. Je mets toutefois de côté une analyse des services de restauration puisque l'information à ce sujet est extrêmement limitée sur les sites Internet et ne permettrait pas de comparer adéquatement l'évocation d'univers fictif dans les produits offerts sur les menus notamment. J'analyse aussi cette relation dans la mise en valeur du service de location d'espace

pour des événements spéciaux. Enfin, j'observe de quelle manière les sites patrimoniaux mettent leur capacité à accueillir des équipes de production de l'avant.

Tableau 8.1 Liste des sites patrimoniaux en fonction des services offerts et de l'évocation d'univers fictif

Sites patrimoniaux	Activités	Boutique	Restauration	Événements
Bampton Archive		UF		
Bampton Church				
Basildon Park				
Bluebell Railway				
Byfleet Manor	UF			UF
Chartreuse de Londres				
Château d'Alnwick	UF	UF		UF
Château d'Inveraray				
Château de Highclere	UF	UF		UF
Château de Lincoln				
Chiltern Open Air Museum				
Cogges Manor Farm	UF	UF		UF
Greys Court				
Langdon Down Museum				
Royal Hospital Chelsea				
St James's Park				
Waddesdon Manor				
West Wycombe Park				
Total	14	14	12	11
Légende :		Le service n'est pas offert		
		N'a pas été étudié		
	UF	Évocation d'un univers fictif		

8.2 Activités et forfaits

Dans le chapitre précédent, je me suis déjà attardée aux tours guidés proposés dans les sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de ce mémoire. Néanmoins, j'ai laissé de côté d'autres formes d'activité et de forfait, ainsi que la valeur commerciale qui leur est attribuée. C'est donc à ces différents produits patrimoniaux et à cette valeur

commerciale que je porte mon attention dans ce présent chapitre. L'objectif est de déterminer si cette forme d'exploitation commerciale valorise la dimension économique du site patrimonial au détriment d'une médiation qui promeut ses valeurs patrimoniales.

J'ai déjà établi que quatorze sites patrimoniaux offrent des tours guidés à leur visiteur. J'ai aussi établi qu'une minorité d'entre eux, soit Bampton Archive, Basildon Park, le château d'Alnwick, le château de Highclere et Cogges Manor Farm, évoquent un univers fictif dans le cadre de ces visites.

Néanmoins, certains sites patrimoniaux détaillent également d'autres types d'activités. C'est le cas de la Bluebell Railway, du Byfleet Manor, des châteaux d'Alnwick, de Highclere et de Lincoln, du Chiltern Open Air Museum, de Cogges Manor Farm et du Waddesdon Manor. Par contre, la Bluebell Railway, le château de Lincoln, le Chiltern Open Air Museum et le Waddesdon Manor n'établissent pas de rapport avec les tournages effectués en leur lieu dans le cadre de ces activités. Ainsi, seuls le Byfleet Manor, les châteaux d'Alnwick et de Highclere et Cogges Manor Farm fournissent des activités en lien avec un univers fictif.

À cet effet, le Byfleet Manor propose l'*Afternoon Tea* et met ce produit en relation directe avec la série télévisée historique *Downton Abbey*. Dès la première page, l'utilisateur du site Internet peut observer une présentation classique d'un Afternoon tea britannique. Un recueil des scénarios complets de la première saison apparaît au premier plan de cette image. De plus, des locutions comme « *Downton room* » et « *Downton crew* » renforcent cette relation. Enfin d'autres éléments, tels qu'une attention à l'ambiance et à l'esthétisme d'une époque et d'un style de vie particuliers, permettent aux visiteurs de se procurer une expérience qui leur rappelle *Downton Abbey*.

Le château d'Alnwick fait partie des sites patrimoniaux qui offrent une variété d'activités à ces visiteurs au cours de la saison touristique. La troisième page du guide de visite disponible sur le site Internet en fait état. Le château est accessible de mars à octobre. En mars, étant donné la courte période d'ouverture du château au public, seules deux activités sont proposées. En avril, quatorze jours du mois offrent des activités, dont « Potter-inspired Characters » et « Potter-inspired Characters & Perkins the Jester » qui font l'affiche 3 jours dans le mois. Les autres mois présentent un horaire semblable. Néanmoins, les mois de septembre et octobre ne présentent pas d'activités reliées à *Harry Potter*. Le mois d'août est le plus occupé avec des activités presque chaque jour. Il n'y a toutefois que des représentations reliées à *Harry Potter* du 28 juillet au 1^{er} août avec le « Wizarding Week – Potter-inspired Characters, Magical Beasts. ».

Au château d'Alnwick, la participation aux activités en lien avec *Harry Potter* est incluse dans le prix courant d'un billet d'admission au château. Cependant, cette activité ne rehausse pas réellement les valeurs du site patrimonial. De sorte, cette activité correspond davantage à un produit ciné-touristique, bien qu'il ne nécessite pas de déboursement d'argent supplémentaire aux visiteurs du château. En effet, comme, il sera possible de le voir, les produits offerts à la boutique du château d'Alnwick mise sur la commercialisation de produits dérivés de la saga d'*Harry Potter*. Cette activité va donc main dans la main avec cette forme de mise en exploitation du site. En effet, le château invite les visiteurs à se costumer spécialement pour cette occasion et les produits en vente à la boutique leur permettent de le faire.

Parmi les activités étudiées dans le cadre de cette recherche, le château de Highclere possède les plus onéreuses. Les opinions au sujet de la commercialisation du château de Highclere varient grandement. D'un côté, certains auteurs de commentaires sur

TripAdvisor, tels que Liffey (2012), mentionnent qu'ils sont heureux que le site patrimonial n'ait pas été tenté d'être trop « commercial » et de donner trop d'importance à *Downton Abbey*. D'un autre côté, certains visiteurs affirment que le château de Highclere est prêt à gonfler les prix à la suite du succès de *Downton Abbey*, malgré le fait qu'il n'intègre pas suffisamment de références à la série télévisée dans leur mise en exposition. C'est le cas notamment de Fussybitches (2013) qui indique : « *A few photos in some of the rooms are the only references to the TV series which has made this castle so famous and is now probably making it very rich.* » Par exemple, un événement est organisé dans le cadre de la Saint-Valentin et il est inspiré par *Downton Abbey* : « *Enjoy the romance of a Valentine's' Day Tea, Champagne and Chocolates with a Guided Tour of Highclere Castle, the setting for so many happy scenes, weddings and engagements in "Downton Abbey"* ». Les billets pour cet événement s'élèvent à 150 £ (environ 240 CAD) par personne. Lors de la cueillette de données, ils étaient d'ailleurs en rupture de stock. Malgré l'inspiration initiale de l'événement qui est *Downton Abbey*, le site Internet mentionne que l'objectif de la visite est de faire découvrir l'histoire des différentes pièces, des différents artefacts et œuvres d'art présents dans le château. Durant le mois de mai, des billets pour des visites guidées sont vendus avec pour thématique l'art et l'architecture au château de Highclere. Ces visites coûtent 85,00 £ (environ 135 CAD). Une autre activité offerte au public au château se présente sous la forme du « *Mother's Day Afternoon Tea at Highclere Castle* ». Le prix s'élève à 120 £ (environ 190 CAD) par personne. Ces activités n'exposent pas véritablement de rapport à *Downton Abbey* au contraire de la visite dans le cadre de la Saint-Valentin.

Pour les autres sites patrimoniaux, néanmoins, les activités proposées, que ce soit des tours guidés ou d'autres formules, en lien avec un univers fictif sont incluses dans le prix courant des billets d'entrée. Ainsi, il s'agit davantage de divertir les visiteurs qui

avaient déjà prévu de visiter les sites patrimoniaux, en plus d'attirer différents types de visiteurs grâce à ces activités particulières.

À Cogges Manor Farm, le *cream tea package*, quant à lui, est plutôt une offre d'entreprise à entreprise qui vise à attirer des groupes d'excursionnistes à visiter la ferme. L'offre s'adresse en effet aux groupes, qui à la suite du visionnement de la vidéo sur le tournage de *Downton Abbey*, sont invités à consommer une pâtisserie, ainsi qu'un café ou un thé avant de poursuivre leur visite du site patrimonial.

Le Byfleet Manor possède sans doute l'offre la plus ciné-touristique d'autant plus que le site patrimonial ne détient pas une offre variée d'activités qui lui permettent de rehausser ses valeurs patrimoniales. Du côté du château d'Alnwick, bien que certaines activités valorisent le site patrimonial uniquement pour son rôle dans la saga de *Harry Potter*, il ne s'agit que d'une offre parmi d'autres et ne concernent que quelques journées dans un calendrier d'activités bien rempli. Le château de Highclere semble bénéficier de l'attrait de *Downton Abbey* et s'en sert notamment dans le titre de certaines activités. Néanmoins, concrètement, les activités se concentrent à rehausser les valeurs patrimoniales. Cette forme de mise en communication des activités en ses lieux peut induire certains ciné-touristes en erreur. C'est entre autres le cas de Rebecca F en 2016 qui critique le château de Highclere à cet effet sur TripAdvisor :

We visited Highclere for a valentines afternoon tea. We are Downton fans which was our main reason for going. We are not local so this was part of a weekend away. The house itself is lovely and our guide was very good. We learned a lot about the history of the house and it's family, which we were unaware of before we went. However there was very little reference to Downton Abbey itself?? It was as if they are trying to disassociate themselves with the TV connection. Which is strange considering the vast majority of people there were there for that reason and paid £240 per couple for the privilege!!

Cogges Manor Farm semble toutefois essayer d'accueillir davantage de ciné-touristes avec son offre particulière, qui consiste à proposer l'*Afternoon Tea* à des groupes d'excursionnistes. Néanmoins, cette offre profite d'outils de médiation déjà en place et ajoute plutôt de la valeur en détaillant des produits frais à ces visiteurs, ce qui dans le cas d'une visite à la ferme paraît approprié.

Ainsi, des quatorze sites patrimoniaux qui proposent des activités supplémentaires aux visiteurs, seuls quatre d'entre eux y évoquent un univers fictif. Le Byfleet Manor n'offre que ce genre d'activité et en ce sens, il s'agit de l'offre la plus ciné-touristique étudiée. Le château d'Alnwick détaille plutôt une variété d'activités et quelques-unes d'entre elles évoquent l'univers fantastique de *Harry Potter*. Le château de Highclere met en marché les activités les plus onéreuses. Néanmoins, bien que la mise en communication de ces activités laisse envisager qu'elles misent grandement sur cette relation. En réalité, les produits offerts mettent largement de l'avant les valeurs patrimoniales du château. Cogges Manor Farm cherche à attirer davantage de ciné-touristes avec le *cream tea package*. Toutefois, le lien avec le tournage de *Downton Abbey* n'est qu'une mince part de l'expérience vécue par les visiteurs de la ferme.

8.3 Boutiques en ligne et *in situ*

Parmi les boutiques étudiées, j'ai davantage de difficulté à recueillir de l'information exacte lorsque les sites patrimoniaux ne détiennent pas de boutique en ligne. En effet, si je prends l'exemple de la boutique de Cogges Manor Farm, qui n'en possède pas, le site patrimonial présente sa boutique de cette façon sur son site Internet : « *It sells a beautiful variety of gifts, stationary, games, souvenirs and handmade arts & crafts. We also stock a range of local beers & ciders and farm eggs.* » Aucune mention de *Downton Abbey* n'apparaît dans les produits qui y sont offerts. Néanmoins, lorsque je me rends sur les lieux, j'observe une variété de produits auxquels on a appliqué une référence à *Downton Abbey*. Malheureusement, je ne peux pas me rendre dans chacune

des boutiques des quinze sites patrimoniaux. Ainsi, je ne peux m'appuyer que sur ce que les sites Internet indiquent au sujet de leur boutique *in situ* ou présentent sur leur boutique en ligne. Cette liste et son analyse subséquente ne sont donc pas définitives.

Toutefois, je peux affirmer avec certitude qu'au moins quatre de ces sites patrimoniaux offrent des produits qui font directement référence à un univers fictif. Il s'agit du château d'Alnwick, de Bampton Archive, de Cogges Manor Farm et du château de Highclere (Tableau 8.1).

Le château d'Alnwick s'appuie encore fortement sur sa relation avec *Harry Potter*. En effet, sur la boutique en ligne, des objets souvenirs de *Harry Potter* et des *Animaux fantastiques*, série d'antépisodes dérivée de la première saga sont largement commercialisés. Concrètement, on y détaille des baguettes magiques, les lunettes d'*Harry Potter*, des costumes complets, dont des robes de sorcier et les foulards à l'effigie des maisons de l'école fictive, etc. On y vend aussi le livre *Harry Potter on location* qui donne de l'information sur les différents lieux de tournage. Cette offre de produits spécifiques à l'univers d'*Harry Potter* fait sans aucun doute écho aux activités proposées aux visiteurs du château qui invitent les visiteurs à imiter les personnages fictifs et à apprendre à voler sur un balai comme un véritable sorcier. La boutique en ligne ne présente, toutefois, aucun objet souvenir de *Downton Abbey*. Elle détaille également quelques objets reliés spécifiquement au château. En fait, seuls trois articles sont disponibles, à cet effet, soit le guide d'exposition, ainsi qu'un napperon et un tapis de souris avec une vue aérienne du château. Le premier permet sans doute de contextualiser les valeurs historique, culturelle et esthétique du château, alors que les deux autres rappellent minimalement sa valeur esthétique.

La boutique de Bampton Archive sert un but particulier dans la mesure où les profits récoltés par la vente d'objet souvenir visent à réaliser des travaux de restauration à

l'*Old Grammar School*. Bampton Archive possède aussi un statut distinctif puisqu'il n'est pas d'une attraction touristique à proprement parler. En fait, il remplit essentiellement son mandat de centre d'archive. Toutefois, il bénéficie d'une nouvelle notoriété grâce à *Downton Abbey*. Ainsi, bien que l'entrée au centre d'archive soit gratuite pour les visiteurs, la petite boutique permet de renflouer les coffres du site patrimonial. D'ailleurs, le site Internet de l'association touristique régionale, The Oxfordshire Cotswolds évoque l'attrait de la boutique et mentionne *Downton Abbey* : « *There is also a shop, selling a variety of books, audio CDs, DVDs and cards, including a small selection of Downton Abbey memorabilia including cards, booklets, mugs, pictures and prints* ». De plus, une visite sur les lieux permet d'observer que parmi les objets vendus certains font effectivement référence à *Downton Abbey*. Les objets à l'effigie de *Downton Abbey* s'inscrivent en grand nombre au moment de la visite en juillet 2017 : des tasses, des serviettes à thé, des sous-verres, des signets, des cartes postales, des illustrations, etc. (Figures 8.1 et 8.2). La plupart intègrent une image du château de Highclere. Toutefois, on représente pareillement Bampton qui revêt les allures d'époque qu'on lui donne dans la série télévisée. Des livres et des feuillets en vente dans la boutique présentent le tournage de la série télévisée historique dans le village ou plus largement le comté.

La boutique met également en marché une quantité de produits qui n'établissent pas de relation avec *Downton Abbey*. En effet, elle offre de bijoux et d'autres objets artisanaux réalisés par des gens de la communauté. D'ailleurs, des brochures posées stratégiquement à proximité de ces produits permettent d'en apprendre davantage sur une exposition, soit la *Contemporary crafts exhibition* qui a lieu à la fin de l'été 2017. Sur le plan des valeurs patrimoniales, la valeur sociale semble plus importante qu'une référence précise à l'histoire ou à l'esthétisme du site. En effet, dans le cas de Bampton Archive, la boutique promeut plutôt la contribution de la communauté locale.

Figure 8.1 Objets à l'effigie de *Downton Abbey* en vente à Bampton Archive



Source : Collection personnelle, 2017

Dans le cas de Cogges Manor Farm, bien que le site Internet mentionne qu'ils vendent des produits locaux, ce qu'il omet de soulever c'est que quelques produits référencent directement *Downton Abbey*. En effet, sur certains produits artisanaux, une image du château de Highclere avec l'inscription *Downton Abbey* peut être trouvée (Figure 8.3). De plus, un grand nombre d'articles reproduits mécaniquement au sujet de *Downton Abbey* peuvent être aperçus sur les tablettes de la boutique, tels que les livres « *Downton Abbey a celebration* », « *The Wit and Wisdom of Downton Abbey* », ainsi que « *Downton Abbey on location* » (Figure 8.4). La boutique vend aussi des tasses avec une image du site patrimonial et une inscription qui se lit : « *Downton Abbey's Yew Tree Farm* » qui fait référence au rôle que prenait le site de tournage dans la série télévisée historique. Un chandail semblable ajoute à cette imagerie le nom du lieu « *Cogges* ».

Figure 8.2 Artisanat en vente à Bampton Archive



Source : Collection personnelle, 2017

Figure 8.3 Artisanat avec la mention « *Downton Abbey* » en vente à la boutique de Cogges Manor Farm



Source : Collection personnelle, 2017

Des cartes postales qui font référence au tournage de *Arthur & George* (Buffalo Pictures et Fresh Jade, 2015) peuvent aussi être achetées dans la boutique. Néanmoins,

un grand nombre de produits vendus ne fait aucune allusion à *Downton Abbey* ou à *Arthur & George* (Buffalo Pictures et Fresh Jade, 2015). Ces produits s'apparentent d'ailleurs à la description que l'on peut en trouver sur le site Internet de Cogges Manor Farm. Ils visent donc davantage à mettre en valeur des produits locaux et faits main. De sorte, de la même manière que Cogges Manor Farm, la valeur sociale semble transparaître davantage dans les produits mis en marché.

Figure 8.4 Objets avec la mention « *Downton Abbey* » en vente à la boutique de Cogges Manor Farm



Source : Collection personnelle, 2017

Figure 8.5 Photographies du tournage de *Downton Abbey* dans la boutique de Highclere



Source : Collection personnelle, 2017

À la boutique du château de Highclere, deux photographies du tournage de *Downton Abbey* accueillent les visiteurs (Figure 8.5). À l'intérieur de la boutique, certains produits évoquent subtilement la série télévisée à succès. Un chandail en vente, par exemple, possède une large image du château et l'on peut y lire « *what is a weekend?* » (Figure 8.6). Il s'agit d'une citation de la comtesse douairière interprétée par Maggie Smith dans *Downton Abbey*.

Figure 8.6 Chandail *What is a weekend?* en vente à la boutique du château de Highclere



Source : Collection personnelle, 2017

Néanmoins, sauf cette exception, les références à *Downton Abbey* sont plutôt discrètes. En effet, des vêtements et des accessoires inspirés de la période de *Downton Abbey* sont accompagnés d'un petit bout de papier où les visiteurs peuvent lire « *Inspired by Downton Abbey* » (Figure 8.7). D'ailleurs, les romans écrits par la comtesse du château sont aussi en vente dans la boutique. Dans le titre, on peut toujours repérer la mention « *the real Downton Abbey* ». Cette locution se retrouve également dans la mise en communication du site patrimonial. De surcroît, la boutique comporte un lot de produits de décoration, de service et d'autres qui évoquent l'ambiance de château et plus précisément le château de Highclere lui-même. La majorité des produits ou leur étiquette contient une image du château en biais qui rappelle l'image du château qui

apparaît dans l'introduction de la série télévisée. Néanmoins, il s'agit de l'image de marque dont s'est doté le château, plutôt que d'une tentative de tirer profit de la notoriété de *Downton Abbey*. Après tout, la forme du château le rend caractéristique et reconnaissable. L'emblème du comte et de la comtesse de Carnarvon, créé par deux C s'emboîtant, se retrouve aussi parfois sur les produits, mais moins fréquemment. De manière générale, les valeurs rehaussées par les produits mis en vente dans la boutique sont davantage d'ordre esthétique.

Figure 8.7 Produits inspirés par *Downton Abbey* en vente à la boutique du château de Highclere



Source : Collection personnelle, 2017

Des quatre sites patrimoniaux évoquant des univers fictifs dans la vente de produits, seul le château d'Alnwick ne propose pas de produits liés à l'univers de *Downton Abbey*. En effet, les trois autres vendent des produits avec l'inscription « *Downton Abbey* ». Néanmoins, le château de Highclere reste plus subtil à ce propos. Plutôt, les articles offerts sont « inspirés » par *Downton Abbey*. De manière intéressante, les deux attrait touristiques plus modestes, soit Cogges Manor Farm et Bampton Archive, offrent des produits qui s'inscrivent dans leur communauté, que ce soit parce qu'ils

sont faits main ou parce qu'ils proviennent d'une source locale. Du côté des châteaux, les produits évoquent plutôt l'esthétisme et l'ambiance générale des lieux.

8.4 Location pour événements

Des dix-huit sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de cette recherche, onze offrent la possibilité de louer certains de leurs espaces pour des événements spéciaux, tels qu'un mariage. De ce nombre, une minorité mentionne une des équipes de production qui en a préalablement foulé le sol. En effet, quatre évoquent, bien que de manières succinctes, un ou des univers fictifs dans la promotion de ce service. À l'inverse, sept sites patrimoniaux n'en font pas mention. De manière générale, tous ou presque tentent de rehausser les valeurs esthétique, culturelle et historique pour cette forme de mise en exploitation.

Les quatre sites patrimoniaux qui évoquent sur leur site Internet un ou plusieurs univers fictifs dans la mise en marché du service de location d'espace pour la tenue d'événements spéciaux sont le Byfleet Manor, le château d'Alnwick, le château de Highclere et Cogges Manor Farm.

Fidèle à son habitude, le site Internet du château d'Alnwick fait référence à *Harry Potter* plutôt qu'à tout autre tournage. En fait, par rapport à la location d'espace pour la tenue d'événements spéciaux, il s'agit du seul univers fictif qui est évoqué. D'ailleurs, les références sont réalisées avec parcimonie et ne se trouvent pas au premier plan sur la page Internet à cet effet. Par exemple, une référence largement implicite se trouve sur une des photographies qui permet d'être redirigé vers les deux options possibles d'espace pour la réalisation de mariage : « *Two magical venues to choose from* ». Cette référence à la magie peut subtilement faire référence à l'univers de *Harry Potter*. Puis, une référence un peu plus directe peut être aperçue plus bas sur

la page. Il s'agit d'une image d'invités sur des balais comme dans les films d'*Harry Potter* sur laquelle on peut cliquer et qui nous amène à :

A Magical Twist : Treat your wedding guests to one of Alnwick Castle's world famous broomstick training lesson on the very lawn where Harry Potter first learned to fly. Our professors will use their unique skills to teach every class the basics of mastering a broomstick. Learn to mount and dismount, corner and manoeuvre, and accelerate and decelerate, all with the professors' expert guidance!

Nonobstant, de nombreuses autres photographies sont présentes et ne font d'aucune façon référence à cette production. Lors de la présentation de ces deux espaces disponibles, le site Internet du château d'Alnwick évoque les valeurs culturelle et historique, ainsi qu'esthétique des lieux. Au sujet du Guest Hall, on peut lire : « *[t]he Alnwick Castle Guest Hall lends a historic atmosphere to wedding celebrations, with its beautifully restored beamed roof and stone archways.* ». De surcroît, le site Internet décrit Hulne Abbey comme « *a truly exclusive and enchanting venue, nestled on a hillside in the private parklands of the Duke of Northumberland. Surrounded by medieval walls and founded in the 13th century as a Carmelite monastery, Hulne Abbey is a beautifully secluded venue for your celebrations.* » L'attrait de ces deux espaces repose donc sur la valeur d'âge des bâtiments, leur âge réel et leur contexte idyllique.

La page du site Internet du château de Highclere concernant ce service fait, quant à elle, directement référence à *Downton Abbey*, et ce dès la première ligne : « *In a beautiful and dramatic setting such as Highclere Castle, your wedding day could be a real life experience as glamorous and magical as any depicted on Downton Abbey.* » Toutefois, il s'agit de la seule référence qui en soit faite.

En effet, le reste de la page sert plutôt à détailler les caractéristiques de la prise en charge et de l'aide fournies par les membres de l'équipe du château. Les paragraphes sont accompagnés de photographies des espaces, de la nourriture et de différents mariages qui y ont eu lieu. Lors de la promotion du château de Highclere comme lieu de réception pour les anniversaires, les fiançailles, les mariages et autres plus petits événements, le site Internet met largement l'accent sur les valeurs esthétiques. À cet effet, le site évoque de nombreuses caractéristiques architecturales :

Brides are welcome to prepare for their day in an elegant south-facing bedroom in the Castle. Enjoy making an entrance walking around the first floor Gallery above your guests, before descending the sweeping Oak Staircase into the Saloon, which sits at the very heart of the Castle.

De manière semblable, la référence à *Downton Abbey* sur le site Internet de Cogges Manor Farm est tout aussi succincte : « *Cogges is a beautiful wedding venue with over 1000 years of history, as well as being an integral part of the local area and a filming location for Downton Abbey.* » Le reste de la page donne également d'autres informations sur ce service aux clients potentiels.

Cogges Manor Farm justifie cette forme de mise en exploitation du site patrimonial en mentionnant que les profits réalisés permettent d'entretenir le site et d'en garder les portes ouvertes afin que toute la communauté puisse en profiter. De cette façon, le site Internet met l'accent sur la valeur sociale du site patrimonial. De plus, la page des mariages rappelle l'âge des bâtiments mis à la disposition de sa clientèle et les qualités esthétiques offertes par les différentes granges, ce qui met respectivement de l'avant les valeurs historique et esthétique du site patrimonial.

De son côté, le site Internet du Byfleet Manor regroupe tous les renseignements au sujet des événements sur une même page. Néanmoins, elle est minimale. La seule information qui soit disponible est comprise en quelques lignes : « *A Manor Wedding*

is as unique as the couple who are marrying and as such have our 100% attention to achieve their perfect dream day. We only have a limited amount of dates available each year for the most exclusive weddings in Surrey if not the country! » Ainsi, bien que sur la page des événements, il est possible de trouver des références à *Downton Abbey*, elle ne s'applique pas directement à ce service. De manière générale, le Byfleet Manor se fait aussi plus discret quant à l'évocation des valeurs patrimoniales en ce qui concerne la location pour la tenue d'événement. En fait, lors de la lecture précise de cette page du site Internet je n'en relève aucune mention implicite ou explicite.

Ainsi, il semble que, bien que ces quatre sites patrimoniaux se distinguent des autres quant à l'évocation d'univers fictif pour la promotion du service de location pour la tenue d'événement, ils le font généralement avec parcimonie. De plus, ces mêmes sites insistent aussi sur les valeurs patrimoniales afin de se différencier de la concurrence.

La situation n'est pas bien différente sur les sites Internet qui n'évoquent pas d'univers fictif pour faire la promotion de cette forme d'exploitation de leur site patrimonial. En effet, la plupart d'entre eux présentent les valeurs sociale, esthétique, ainsi qu'historique et culturelle pour tenter de conquérir les clients potentiels. C'est le cas notamment de la Royal Hospital Chelsea. Ce site patrimonial, tout comme Cogges Manor Farm, valorise cette mise en exploitation comme participant au bien-être financier des lieux. De surcroît, le site Internet mentionne le contexte idéal des lieux ainsi que leur caractère historique. Le site Internet comporte d'ailleurs une fiche de chacun des espaces disponibles avec de l'information sur les ornements architecturaux. Par exemple, au sujet du Great Hall, les lecteurs peuvent lire : « *Whilst dining in splendour in the Great Hall, one can gaze upon a magnificent mural of Charles II, painted by Antonio Verrio, dating back to 1690.* » La Bampton Church présente un mélange des valeurs sociale et esthétique en mentionnant la communauté de Bampton et la beauté du bâtiment. La situation se répète au Waddesdon Manor ainsi

qu'à la chartreuse de Londres. Le château d'Inveraray est cependant plus limité dans la promotion de ce service. En effet, seule la valeur esthétique est succinctement évoquée lorsque les auteurs du site Internet présentent les jardins majestueux entourant le château. Une telle description est aussi observée au Chiltern Open Air Museum. En ce qui concerne Basildon Park, si des recherches permettent de supposer que ce service a déjà été disponible, il ne semble pas que le *National Trust* le propose encore.

Ainsi, bien que certains sites patrimoniaux évoquent un ou des univers fictifs, soit dans certains cas *Downton Abbey*, leur site Internet font généralement référence aux valeurs patrimoniales dans une plus large mesure pour faire la promotion de ce service.

8.5 Location pour tournage

À l'évidence, l'ensemble des dix-huit sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de cette recherche ont, à un moment ou à un autre, offert leur service comme lieu de tournage à des équipes de production. De nouveaux tournages et conséquemment une visibilité au petit ou au grand écran pourraient attirer de nouveaux visiteurs. Néanmoins, ils n'en font pas tous mention de manière similaire sur leur site Internet respectif. En fait, sept n'en font absolument pas mention, soit Bampton Archive, Bampton Church, la Bluebell Railway, les châteaux d'Inveraray, de Highclere et de Lincoln, ainsi que le Langdon Down Museum. Les onze autres sites patrimoniaux, soit Basildon Park, le Byfleet Manor, la chartreuse de Londres, le château d'Alnwick, le Chiltern Open Air Museum, Cogges Manor Farm, Greys Court, le Royal Hospital Chelsea, St James's park, Waddesdon Manor et West Wycombe Park donnent de l'information à ce sujet bien qu'en quantité variable.

En effet, tout comme l'évocation d'univers fictif dans la mise en communication, en général, les sites Internet des sites patrimoniaux mentionnent à différents degrés cette forme de mise en exploitation qu'est la location d'espace à des fins de tournage.

Dans certain cas, il est très facile de trouver des renseignements quant à cette dernière puisqu'une section entière du site Internet y est dédiée. C'est le cas du château d'Alnwick et du Waddesdon Manor.

Le site Internet du premier possède aussi une section où est offerte de l'information à de potentielles compagnies de productions télévisuelles et cinématographiques. Cette section présente les qualités esthétiques et architecturales et les caractéristiques de chacune des sections et mentionne au passage que le château a été utilisé par différentes équipes de production, la plus connue, celle des deux premiers films de la saga d'*Harry Potter*.

Le site Internet du second possède une section concernant la location des lieux pour d'éventuels tournages. Sur la page, les auteurs du site Internet renvoient les utilisateurs à une page d'IMDb listant toutes les productions ayant été filmées au manoir. Dans un document en format PDF (*portable document format*) présenté sur la page du site Internet du manoir, il y a aussi une liste de plusieurs productions télévisuelles et cinématographiques de différentes natures ayant réalisé des tournages sur place. Cette liste mentionne *Downton Abbey* à travers un lot d'autres tournages. Afin de faire valoir l'utilité de ce site patrimonial, les auteurs du site Internet soulignent l'âge du bâtiment et ses caractéristiques esthétiques : « *Waddesdon captures the magic of a French château in the heart of Buckinghamshire, built in the style of a 16th century French Renaissance-style château of the Loire. The Manor, grounds, Dairy and estate are ideally suited for use as a filming location.* »

Pour ce qui est du Chiltern Open Air Museum et du Royal Hospital Chelsea, l'utilisateur doit plutôt atteindre une sous-section du site Internet pour obtenir de l'information au sujet de location pour tournage.

En effet, dans le cas du premier, il faut atteindre la section « *Venue hire & Filming* » puis spécifiquement la sous-section « *Filming* ». Le site Internet présente d'abord les qualités du musée, tel que sa quantité de bâtiments d'époque d'une grande variété de périodes historiques, son contexte traditionnellement fermier et la magnifique forêt entourant le site. Puis, le site Internet mentionne les autres tournages qui ont été tournés au musée, tel que *Call the Midwife*, *Horrible Histories*, *Downton Abbey*, *Midsommer Murders*, *Boomers*, *Grantchester*, *The Suspicions of Mr Whicher*, *Drunk Histories*, *Mandown*, *Lightfields*. Il note également qu'il y en a eu plusieurs autres. Le site Internet rappelle aussi qu'il y a eu des séances photo de grandes marques.

La situation est semblable pour le Royal Hospital Chelsea. Le site Internet possède une section « *venue hire* » facilement accessible depuis la page d'accueil. Dans cette section du site Internet, il y a une sous-section « *commercial filming & photography* ». En raison de la nature de ce site patrimonial, le site Internet mentionne que tout tournage est considéré individuellement. Le premier paragraphe donne de l'information au sujet de la localisation du site patrimonial, ainsi que de différents espaces disponibles pour des tournages ou des séances photo. Le second paragraphe quant à lui indique plutôt quelques tournages et séances photo précédentes, soit « *Christopher Robin, the Compare the Meerkat advertising, feature film Diana, the Telegraph Christmas shoot and various military campaigns.* » Le site Internet ne fait donc pas référence à *Downton Abbey* pour promouvoir sa mise en exploitation comme lieu de tournage.

Au sujet de la location d'espace afin d'y réaliser des tournages, tous les sites patrimoniaux gérés par le *National Trust* présentent l'information de la manière similaire. En effet, pour ce qui est des sites Internet de Basildon Park, Greys Court et West Wycombe Park, en cliquant sur la section « *Venue hire* » l'utilisateur est redirigé sur

la même page du site principal du *National Trust* qui décrit toutes les locations d'espaces dans toutes les propriétés prises en charge par l'organisme. La page mentionne alors : « *We hire out the special places we look after for weddings, TV and film locations and for corporate events* ». La première image est celle d'un tournage, spécifiquement celui de *The Mill*, c'est ce qu'indique le clapet au premier plan de la photographie. Il y a une sous-section « *Film hire* » dans laquelle on peut lire : « *We have a wealth of unique locations available for hire, for all kinds of professional filming and commercial photography* ». Cette section donne accès à un registre de tous les sites patrimoniaux du *National Trust* classés en différentes catégories pour faciliter la recherche.

La situation est semblable pour St James's Park géré par *The Royal Parks*. Il faut accéder au plan du site disponible en bas de la page d'accueil, à la section « *Media Centre* » et à la page « *commercial filming and photography* » pour avoir de l'information au sujet du tournage dans le parc. Puisque le site Internet de St James's Park est hébergé sur le site Internet de *The Royal Parks*, l'utilisateur est redirigé vers une page qui concerne le tournage dans l'ensemble des parcs de cette organisation. À cet effet, le site Internet met de l'avant les réglementations entourant cette pratique. Ainsi, à l'exception de la première phrase sur la page « *The Royal Parks have made popular backdrops for many feature films and television programmes* », le site Internet ne mentionne pas d'autres tournages ni ne fait référence à des univers fictifs.

Les cas du Byfleet Manor, de Cogges Manor et de la chartreuse de Londres sont assez différents des autres sites patrimoniaux étudiés jusqu'à présent. En effet, bien que de l'information est donnée au sujet des tournages, celle-ci est très limitée.

Dans le cas du Byfleet Manor, il est mentionné sur la page d'accueil « *This unique manor house can be made available for special occasions, celebrations, wedding*

receptions, film and location photography. Just imagine the possibilities...»

Néanmoins, il s'agit de la seule indication à ce propos sur le site Internet.

Le site Internet de Cogges Manor Farm donne de l'information au sujet de tournages potentiels, dont la manière de faire une requête pour réaliser un tournage sur le site patrimonial. Les renseignements à propos du tournage de *Downton Abbey* se trouvent sur la même page. On mentionne d'abord le tournage de *Downton Abbey* avec une photographie et une vidéo sur son déroulement. De l'information est aussi donnée sur le tournage de *Arthur & George* (Buffalo Picture et Fresh Jade, 2015), mais dans une moins large mesure. Une photographie miniature de cette série télévisée est d'ailleurs glissée au bas de la page.

Dans le cas de la chartreuse de Londres, comme les autres sites étudiés précédemment, il y a une section « *venue hire* », mais celle-ci offre plus de renseignements sur les événements spéciaux et les mariages. Elle ne fournit pas d'information sur les tournages. Dans la liste des contacts sur le site Internet, il est néanmoins possible de joindre le responsable de la location d'espace qui s'occupe aussi de la location pour tournage et séance photo.

Peu importe la quantité d'information donnée au sujet de la possibilité de louer des espaces à des fins de tournage, une faible majorité des sites Internet ne mentionnent pas d'autres tournages ou d'autres univers fictifs lorsqu'il la présente. En effet, seul cinq des onze sites patrimoniaux valorisant cette forme de mise en exploitation sur leur site Internet en profitent pour nommer d'autres équipes de production qui ont utilisé leurs espaces dans le passé. Il s'agit du château d'Alnwick, du Chiltern Open Air Museum, de Cogges Manor Farm, de la Royal Hospital Chelsea et de Waddesdon Manor.

Le château d'Alnwick décrit avec beaucoup de détails les caractéristiques esthétiques de chacun des espaces intérieurs et extérieurs disponibles pour les tournages et ne mentionne que minimalement ses liens avec les très populaires films d'*Harry Potter*. D'une façon semblable, le site Internet Chiltern Open Air Museum présente d'abord ses valeurs patrimoniales, puis de l'information au sujet d'autres tournages, sans donner davantage d'importance à l'un ou l'autre de ces derniers. Le Royal Hospital Chelsea fait de même en évoquant en premier lieu les valeurs esthétiques liées principalement au contexte du site patrimonial. Puis, en second lieu, la page liste les tournages. Le Waddesdon Manor présente l'information dans le même ordre. Néanmoins, il faut atteindre la fin de la page à la suite de nombreuses informations concernant les caractéristiques du lieu et différentes informations regardant spécifiquement le tournage tel que le prix et les réglementations avant de parvenir à un paragraphe intitulé « *Film Highlights* » dans lequel on présente quelques tournages marquants. Deux autres liens permettent d'obtenir de l'information quant à ceux-ci, mais forcent l'utilisateur à quitter le site Internet pour y accéder. Cogges Manor Farm est le seul site Internet de cette courte liste à mentionner exclusivement d'autres tournages sans faire référence aux caractéristiques propres du lieu ou à ses valeurs patrimoniales.

D'ailleurs, du côté des sites patrimoniaux qui mettent de l'avant la possibilité de louer des espaces à des fins de tournage sans évoquer d'autres équipes de production ou d'univers fictif, les valeurs patrimoniales ne prennent nécessairement pas la place vacante. Lorsque j'observe spécifiquement la manière de présenter son potentiel de tournage du *National Trust* en fait on s'attarde brièvement aux caractéristiques esthétiques des sites patrimoniaux simplement comme une façon de les classer pour aider les chercheurs de lieux de tournage. Le site des parcs royaux auxquels est associé le St James's Park ne fait aucune remarque quant aux valeurs patrimoniales de ses parcs dans la mise en exploitation de ces différents espaces à des fins de tournage. Le Byfleet Manor accorde si peu d'espace à la possibilité de filmer qu'aucune mention

des valeurs patrimoniales ne peut être observé. Enfin, le site Internet de la chartreuse de Londres ne donne pas d'information quant aux valeurs patrimoniales lorsqu'il est question de la mise en exploitation d'espaces de tournage.

Dans ce contexte, je peux donc établir que même lorsqu'il s'agit d'exploiter un site patrimonial à des fins de tournages, les valeurs patrimoniales et plus spécifiquement la valeur esthétique des sites patrimoniaux concernés sont largement rehaussées. Les autres tournages sont généralement relayés au second rang. J'observe aussi que l'absence d'évocation d'autres équipes de tournage ou d'univers fictif ne signifie pas que les sites Internet des sites patrimoniaux accordent davantage d'importance au rehaussement des valeurs patrimoniales.

8.6 Conclusion

Dans ce chapitre, je cherchais à comprendre comment les séries télévisées historiques participent à la mise en exploitation des sites patrimoniaux. Pour ce faire, j'ai observé de manière systématique la plupart des formes de mise en exploitation des sites patrimoniaux exploités à des fins touristiques où l'équipe de production de *Downton Abbey* avait filmé des scènes. J'ai cependant mis de côté une cueillette d'information au sujet de la restauration pour des raisons de logistique.

J'ai pris connaissance de la mise en marché des activités et des forfaits offerts, des produits disponibles en boutique (*ex situ* et *in situ*, lorsque c'était possible), ainsi que de l'offre de location du site pour la réalisation d'événements et de tournage. J'ai observé qu'une minorité des sites patrimoniaux étudiés disposent de l'ensemble de ces services, soit Basildon Park, la chartreuse de Londres, le château d'Alnwick, le Chiltern Open Air Museum, Cogges Manor Farm, le Royal Hospital Chelsea et Waddesdon Manor.

Néanmoins, lorsque j'observe de quelle manière les sites patrimoniaux commercialisent ces services, un encore plus petit nombre d'entre eux évoquent leurs liens avec un univers fictif. En fait, parmi ceux qui exploitent le plus leur produit patrimonial, soit les sept sites patrimoniaux mentionnés précédemment, seul le château d'Alnwick et Cogges Manor Farm font référence à un univers fictif. De surcroît, dans le cas du château d'Alnwick, l'univers fictif le plus souvent évoqué n'est pas celui de *Downton Abbey*, mais plutôt celui de *Harry Potter*. Le type et le genre de production n'a donc que très peu, voire aucun impact sur la mise en exploitation d'un site patrimonial. Aussi, je constate que la chartreuse de Londres, qui offre également à ses visiteurs l'ensemble de ces services, ne fait jamais référence à un univers fictif. Basildon Park ne le fait d'ailleurs que par l'entremise des activités proposées aux visiteurs. Enfin, sans grand étonnement, le Chiltern Open Air Museum, le Royal Hospital Chelsea et le Waddesdon Manor ne font référence à un univers fictif que pour mettre en valeur leur capacité à accueillir des équipes de tournage.

Il n'y a donc pas de corrélation entre une plus grande transformation à des fins commerciales et l'intégration d'un ou des univers fictifs dans les services offerts. De plus, lorsqu'il y a des références à des univers fictifs chez les différents sites patrimoniaux étudiés, les valeurs patrimoniales ne sont pas reléguées au second rang. Plutôt, ces sites patrimoniaux mettent de l'avant leurs valeurs historique, culturelle, esthétique et parfois sociale pour renforcer leur offre.

CONCLUSION

Dans les dernières années, de nombreux chercheurs ont réalisé des études au sujet du ciné-tourisme. Néanmoins, peu d'entre eux se sont penchés spécifiquement sur le processus de mise en tourisme. De plus, peu ont intégré à la fois les visiteurs et les acteurs touristiques dans ce processus. En outre, aucun auteur n'avait encore tenté d'appréhender la manière dont le ciné-tourisme et le tourisme patrimonial pouvaient se renforcer et créer une mise en tourisme qui est attractive et singulière. Dans cet ordre d'idée, j'ai choisi de me pencher sur les séries télévisées historiques et le ciné-tourisme qui en résultent afin d'aborder de façon originale les enjeux qui s'appliquent au patrimoine. Je proposais ainsi d'offrir une meilleure compréhension du phénomène ciné-touristique.

Dans le cadre de ce mémoire, j'ai cherché à comprendre la manière dont le tournage d'une série télévisée historique, tel que *Downton Abbey*, peut influencer la façon de mettre en tourisme un site patrimonial. De sorte, je me suis intéressée plus particulièrement à une forme de ciné-tourisme que l'on peut qualifier d'historique. Pour ce faire, j'ai abordé le sujet par le biais de la médiation du patrimoine, soit sa mise en communication, sa mise en exposition et sa mise en exploitation. L'objectif était de déterminer si la médiation, dans les sites patrimoniaux ayant servi de lieu de tournage, vise à mettre de l'avant la série télévisée historique ou si elle conserve un rôle plus traditionnel en mettant en exergue les valeurs patrimoniales.

Afin d'atteindre cet objectif, j'ai mis en œuvre une méthodologie conséquente avec les approches constructiviste et phénoménologique de mon cadre d'analyse. À cet effet, j'ai posé une herméneutique de la mise en tourisme se déclinant en deux formes,

soit une mise en tourisme patrimonial et une mise en ciné-tourisme. Une telle approche m'a permis de proposer des méthodes de collectes de données pertinentes, soit le recueil de données existantes, une analyse netnographique des commentaires de visiteurs sur *TripAdvisor*, ainsi que l'observation directe dans le cadre d'une étude de cas particulière, soit la série télévisée *Downton Abbey*.

Je suis parvenue à dégager certaines tendances dans la mise en communication des sites patrimoniaux utilisés lors du tournage de *Downton Abbey*. D'abord, une majorité des sites Internet font mention de son tournage en leur sein. De surcroît, plus un site patrimonial a un rôle important dans la série télévisée historique, soit par sa récurrence au fil des saisons ou parce qu'il apparaît dans un épisode à grande écoute, plus sa mise en communication en fait mention. Puis, il est possible d'établir que les sites patrimoniaux sont effectivement des sites de tournage privilégiés pour des productions de genre historique. Ensuite, les sites Internet qui mettent en exergue cette association le font de manière factuelle plutôt qu'hyperréelle. En d'autres termes, ils expliquent le contexte du tournage davantage qu'ils ne relatent les subtilités de l'évolution des arcs narratifs des personnages dans le cadre des épisodes filmés sur les lieux. Enfin, l'information au sujet de *Downton Abbey* ne se substitue pas à la promotion des valeurs patrimoniales du site en question. Il n'est pas possible d'établir des règles générales en ce qui concerne l'endroit où se trouve l'information à propos du tournage sur les sites Internet des sites patrimoniaux. Toutefois, les sites patrimoniaux les plus importants dans *Downton Abbey* tendent à présenter l'information sur la page d'accueil de leur site Internet et/ou à y dédier une page entière.

En regard, à mon herméneutique de la mise en tourisme, je peux donc conclure qu'une majorité des sites patrimoniaux étudiés adoptent une mise en tourisme patrimonial quant à cette première phase de la médiation. En effet, la mise en communication

s'accorde avec une forme de mise en tourisme patrimonial auquel on ajoute quelques informations au sujet des tournages qui y ont eu lieu.

Les dirigeants des sites patrimoniaux référencent parcimonieusement leur relation à la série télévisée historique à succès *Downton Abbey*. Ce n'est pas si étonnant si l'on considère que les sites patrimoniaux étudiés dans le cadre de cette recherche n'ont pas tous un grand rôle dans la série télévisée. De plus, si l'on ajoute à cela le fait qu'une mise en communication qui se permet d'évoquer un univers fictif ouvre la porte à de nombreuses critiques, cette distance est compréhensible. En effet, il est impossible aujourd'hui de concevoir le récepteur de média comme étant un acteur passif. Plutôt, le téléspectateur, puis le ciné-touriste accède aux lieux de tournage avec un investissement sentimental fort. Les références à un univers fictif dans la mise en communication d'un site patrimonial ne font donc qu'accroître les attentes du ciné-touriste. Conséquemment, un site patrimonial qui fait référence à un univers fictif dans sa mise en communication, mais qui n'exécute pas de façon adéquate une telle évocation dans sa mise en exposition risque d'aliéner tout un segment de sa clientèle. Celle-ci y voit de la fausse représentation. Toutefois, certaines allusions, bien que réalisées de manière parcimonieuse à travers les sites Internet des sites patrimoniaux peuvent se refléter dans la perception de la mise en exposition de ceux-ci. En effet, elle influence notamment les attentes des visiteurs, mais aussi le type et le nombre de ces visiteurs.

En ce qui concerne la mise en exposition du patrimoine, j'ai pu observer des changements minimaux en regard à la création de parcours chez un petit nombre de sites patrimoniaux. Je note que, parmi ceux qui présentent des parcours qui sont reliés à des tournages, peu choisissent de se concentrer exclusivement sur celui de *Downton Abbey*. Le type de production ou la production n'a donc que peu à voir avec la création des parcours. Il s'agit plutôt de montrer de quelle manière les tournages se déroulent

dans des sites patrimoniaux. Pourtant, il est étonnant que les dirigeants des sites patrimoniaux ne profitent pas du caractère historique de la production pour réaliser des parallèles avec l'histoire réelle des lieux. En effet, *Downton Abbey* offre l'opportunité d'évoquer, par exemple, la situation sociale de l'Angleterre du début du XX^e siècle. Cette période a d'ailleurs apporté de nombreux changements dans certaines maisons patrimoniales étudiées dans le cadre de cette recherche. Par rapport à la présentation des artefacts, en observant plus spécifiquement le château de Highclere et Cogges Manor Farm, j'établis que cet aspect de la mise en exposition correspond davantage à une forme de mise en tourisme hybride, alliant à la fois des éléments de la mise en ciné-tourisme et de la mise en tourisme patrimonial. Au château de Highclere, les changements apportés pour accommoder les ciné-touristes sont minimaux et éphémères. En ce sens, ils n'endommagent, en aucun cas, l'intégrité du site patrimonial. À Cogges Manor Farm, une seule pièce du site patrimonial a été modifiée afin d'accueillir des ciné-touristes. Je considère aussi que ces changements sont éphémères, bien qu'ils soient d'une plus grande ampleur que ceux réalisés au château de Highclere. Une séparation entre des zones ciné-touristique et patrimonial permet à Cogges Manor Farm d'offrir un contexte approprié aux ciné-touristes et de satisfaire les touristes hybrides qui veulent s'informer davantage au sujet du tournage.

En regard aux attentes des visiteurs, il semble que l'expérience dans ces deux sites patrimoniaux s'est vue modifiée par les tournages de *Downton Abbey*. À cet effet, je remarque que ces attentes sont influencées par les références à cet univers fictif dans la mise en communication des sites patrimoniaux qui les amène à visiter le lieu. La satisfaction des touristes, qu'ils soient des touristes patrimoniaux, des ciné-touristes ou des touristes hybrides, est marquée par le pouvoir de vivre une expérience qui reflète les attentes créées par la mise en communication. De sorte, les dirigeants des sites patrimoniaux doivent donner des consignes et des outils plus clairs à leur personnel sur la manière d'interagir avec la clientèle de niche que représentent les

ciné-touristes. En effet, ceux-ci, comme j'ai pu l'établir à de nombreuses reprises, ont des attentes plus élevées et souvent plus spécifiques que les touristes patrimoniaux traditionnels. Grenier (2011, p.84) note d'ailleurs comment « le fan s'adonne à l'analyse de la production cinématographique qu'il décortique à différents niveaux : la narrative et les problèmes dans la continuité de la scénarisation et de tournage, symbolisme et valeurs véhiculées, contre-messages, etc. » De sorte, pour éviter un sentiment d'insatisfaction comme c'est le cas de certains ciné-touristes et touristes hybrides au château de Highclere, il faut s'assurer de leur offrir une médiation qui soit fidèle à leurs attentes, mais qui va également les amener à vouloir en apprendre davantage sur le site patrimonial lui-même. Les ciné-touristes attirés à visiter un lieu en raison de son apparition dans une série télévisée historique sont aussi généralement des amateurs d'histoire. Conséquemment, ils acceptent habituellement plus facilement que la mise en exposition ne présente pas grandement l'univers fictif. De la même façon, les touristes hybrides, qui mélangent des intentions ciné-touristiques et patrimoniales, comprennent les enjeux propres à la médiation du patrimoine.

Néanmoins, lorsque j'observe de quelle manière les dirigeants exploitent leur site patrimonial, je note qu'un faible nombre d'entre eux évoquent leurs liens avec un univers fictif. En fait, parmi ceux qui exploitent le plus leur produit patrimonial, seuls le château d'Alnwick et Cogges Manor Farm font référence à un univers fictif. Enfin, en regard à la mise en exploitation d'un site patrimonial qui apparaît à l'écran, les responsables des sites patrimoniaux devraient pourtant limiter leurs références à la fiction lors de la création de produits de niche. Ces produits doivent être conçus de manière à permettre aux ciné-touristes de passer de la phase de la nidification à la phase d'exploration de manière graduelle. L'objectif de cette transition est d'éviter aux ciné-touristes un contraste trop draconien entre les attentes causées par un univers fictif et la réalité des lieux visités. De plus, ces produits doivent être distincts des

produits traditionnels et ainsi donner une valeur ajoutée à l'expérience afin de justifier une valeur économique plus grande.

De surcroît, dans le cas du château d'Alnwick, l'univers fictif le plus souvent évoqué n'est pas celui de *Downton Abbey*, mais plutôt celui de *Harry Potter*. Encore une fois, le type et le genre de production n'a donc que très peu, voire aucun impact sur la mise en exploitation d'un site patrimonial. De mon point de vue, cet aspect est très étonnant. En effet, le caractère historique des productions pourrait justement permettre de renforcer les valeurs patrimoniales des sites. Néanmoins, je peux concevoir que de tels parallèles s'effectuent plus difficilement dans certains sites patrimoniaux dont l'histoire ne s'intègre pas aussi facilement à celle de la série télévisée historique. Je note également qu'il n'y a pas de corrélation entre une plus grande transformation à des fins commerciales et l'intégration d'un ou des univers fictifs dans les services offerts. De plus, lorsqu'il y a des références à des univers fictifs dans la médiation des différents sites patrimoniaux étudiés, les valeurs patrimoniales ne sont pas reléguées au second rang. Plutôt, ces sites patrimoniaux mettent de l'avant leurs valeurs historique, culturelle, esthétique et parfois sociale pour renforcer leur offre. De sorte, les sites patrimoniaux qui apparaissent à l'écran lors de *Downton Abbey* ne subissent pas une forme de « disneylandisation » des lieux. En réalité, il y a une séparation entre les activités et les produits offerts qui relèvent de la série télévisée ou de toutes autres productions et des produits traditionnels à une mise en tourisme patrimonial.

Ainsi, en réponse à la question de cette recherche : comment les séries télévisées historiques participent-elles à la mise en tourisme des sites patrimoniaux ? Je peux établir qu'elles n'y participent pas grandement. En d'autres termes, la mise en tourisme construite autour de ces lieux ne met pas de côté une mise en tourisme patrimonial. De manière générale, il y a une hausse du nombre de visiteurs dans les lieux les plus

facilement reconnaissables à l'écran, tel que le château de Highclere, le village de Bampton et Cogges Manor Farm. Cette hausse avait d'ailleurs déjà été observée dans les dernières années (Olsberg et SPI, 2014). Cette modification du genre de visiteurs dans les sites patrimoniaux a des incidences sur l'expérience des touristes *in situ*. Néanmoins, en regard à la médiation mise en place par les dirigeants des sites patrimoniaux, elle n'est pas modifiée de manière irréversible. Les valeurs patrimoniales y ont toujours une grande place. Ainsi, de manière générale une forme de mise en tourisme hybride s'établit dans une faible proportion des sites patrimoniaux étudiés, alors qu'une majorité conserve une mise en tourisme patrimonial.

La mise en tourisme étudiée dans le cadre de cette recherche est très précise. En effet, le ciné-tourisme historique est différent des autres formes de ciné-tourisme, puisqu'il doit composer avec une ressource singulière soit le site patrimonial. Celui-ci comporte des enjeux inhérents notamment en matière de représentations historiques et d'authenticité par rapport à une communauté qui lui accorde des valeurs. Ces enjeux ne sont pas présents dans des lieux préalablement a-touristiques, des studios de tournage ou, encore, des lieux créés de toutes pièces pour accueillir les admirateurs de certains univers fictifs comme le *Wizarding World of Harry Potter* de Universal Studios. Le ciné-touriste historique est aussi différent du ciné-touriste ordinaire. En effet, les ciné-touristes attirés par un lieu en raison de sa présence dans une production de science-fiction ou fantastique n'ont pas les mêmes attentes. La différence entre la réalité et la fiction est beaucoup plus facilement établie. De plus, le téléspectateur qui écoute des séries télévisées historiques est souvent un amateur d'histoire. Il porte ainsi un regard critique sur l'histoire et s'attarde aux formes de représentations historiques qu'on lui présente. Il est aussi plus ouvert à découvrir la « vraie histoire » des sites patrimoniaux qui ont servi de lieux de tournage à une série télévisée historique que d'autres types de ciné-touristes. Les dirigeants des sites patrimoniaux ne devraient donc pas tourner le dos au tournage sur leur site. Plutôt, il devrait être en mesure

d'évoquer le tournage de façon à l'inscrire dans la chronologie récente des lieux à titre d'événement historique. Les dirigeants de ces sites patrimoniaux devraient également, lors de la mise en exposition, réaliser des parallèles entre l'histoire fictive et l'histoire réelle des lieux. Cela permettrait une transition graduelle entre la phase de nidification et la phase d'exploration. C'est d'ailleurs ce que fait *Downton Abbey, The Exhibition*, une exposition itinérante sur le tournage de la série télévisée historique à succès. En effet, l'exposition traite notamment de la santé, des droits des femmes et des troubles de l'aristocratie à l'époque, des thèmes qui sont abordés à maintes reprises dans la série télévisée.

Le cas spécifique du château de Highclere a aussi mis en lumière une problématique quant à la double identité d'un site patrimonial. En effet, lorsqu'un tel lieu est si facilement reconnaissable à l'écran, il peut être plus difficile pour ses dirigeants de séparer l'image fictive de l'image réelle. En effet, il s'agit d'un couteau à double tranchant. Dans un sens, cette nouvelle notoriété apporte une vague importante de touristes en son sein. Néanmoins, ceux-ci ont des attentes élevées. Au contraire, dans un endroit dont le lien avec une grande série télévisée n'est pas si évident, les touristes ont l'impression de posséder une information cachée, de découvrir un secret. Ce sentiment est souvent positif chez les visiteurs. Certaines personnes qui visitent Cogges Manor Farm ressortent avec la perception d'avoir pu visiter l'envers des décors. De surcroît, le fait d'être si facilement reconnaissable à l'écran, comme c'est le cas de l'extérieur du château de Highclere, peut en réduire la polyvalence au petit comme au grand écran. En effet, lorsque l'association est aussi importante, il peut être difficile pour les chercheurs de lieux de tournage d'envisager le tournage dans un lieu aussi iconique.

Cette recherche comporte toutefois des limites qui empêchent d'en généraliser ses conclusions. Certaines de ces limites concernent les stratégies méthodologiques employées.

En effet, puisqu'il s'agit d'une étude de cas et d'une analyse qualitative, il n'est pas possible d'extrapoler ses résultats à l'ensemble des cas similaires. Le choix de l'étude de cas et son contexte particulier de réalisation expliquent en partie certains des résultats obtenus dans l'analyse subséquente. D'abord, *Downton Abbey* est un cas singulier parmi les séries télévisées historiques. Rarement, une production de ce genre a atteint une si grande popularité et une si grande notoriété au niveau mondial. Les répercussions d'une association avec une aussi grande production sont, sans aucun doute, différentes de celle avec une plus petite production. En fait, en ciné-tourisme ce genre de répercussion est plus souvent associé à des productions à grand déploiement, tel que des œuvres de science-fiction, comme *Star Wars* (Lucas Film, 1977-) ou fantastique, comme *Games of Thrones* (HBO, 2011) ou *Le Seigneur des anneaux* (New Line Cinema, 2002). Puis, *Downton Abbey* met largement le château de Highclere de l'avant dans le cadre de ses épisodes. En réalité, il s'agit d'un personnage à part entière dans la série télévisée historique. De sorte, il est facilement reconnaissable. Au contraire, les autres sites patrimoniaux passent plus inaperçus. Ils sont donc plus aisément distinguables de leur homologue fictif. Enfin, l'éclectisme en regard aux différentes formes de gestion des sites patrimoniaux et des bâtiments historiques en Grande-Bretagne se reflète dans l'absence de tendance forte dans les résultats obtenus lors de l'analyse. Néanmoins, on peut supposer que si une production d'une telle envergure n'a pas influencé une grande modification de la mise en tourisme des sites patrimoniaux ayant servi de lieu de tournage, l'impact de plus petites productions serait encore plus minime.

Les méthodes de cueillette des données imposent aussi certaines limites aux conclusions de cette recherche. Le recueil de données existantes ne permet pas de connaître les raisons et les intentions derrière certains choix des dirigeants des sites patrimoniaux. Il n'est pas possible de savoir, par exemple, si l'absence de référence à

Downton Abbey provient de restrictions légales quant à la violation de droits d'auteur. Une façon d'y remédier aurait été de réaliser des entretiens semi-dirigés avec les dirigeants des sites patrimoniaux. Malheureusement, mes ressources en temps et en argent étant limitées, je n'ai pas pu adopter cette méthode de cueillette de données. Aussi, les sites Internet que j'observe et que j'analyse peuvent subir des modifications et je ne peux pas systématiquement noter tous les changements apportés. Plutôt, je dois me fier à l'état dans lequel est le site Internet, au moment où je collecte les données. De plus, je me suis concentrée uniquement sur les sites Internet des sites patrimoniaux. Il ne s'agit pas du seul moyen de communication qu'ils possèdent pour rejoindre le public. En effet, j'ai mis de côté une analyse d'autres plateformes en ligne, telles que les réseaux sociaux, comme Facebook, Twitter ou Instagram. Cet apport supplémentaire aurait permis d'observer des formes de communication plus éphémères et sporadiques. Il est possible de supposer que ces plateformes sont plus propices à l'évocation d'univers fictif dans la mesure où elles peuvent être modifiées plus facilement et rapidement qu'un site Internet. De plus, une analyse netnographique du contenu diffusé par les visiteurs des sites patrimoniaux sur les réseaux sociaux aurait permis de concevoir quels éléments avaient davantage attiré leur attention notamment en ce qui concerne la mise en exposition des sites patrimoniaux. Enfin, en regard à la mise en communication, j'ai omis une analyse de dispositifs physiques, tels que des dépliants ou des affiches publicitaires. L'objectif était d'analyser tous les sites patrimoniaux selon des éléments comparables. Ces différents outils de communication auraient pu apporter des informations supplémentaires et pertinentes quant à cette recherche.

De surcroît, l'observation directe que je réalise du village de Bampton, de Cogges Manor Farm et du château de Highclere s'exécute dans un contexte ciné-touristique qui peut teinter ma perception des lieux visités. De plus, je n'ai pu visiter qu'une petite portion des sites patrimoniaux étudiés en raison des limites en regard au temps et à

l'argent que cela aurait nécessités. De sorte, je n'ai pas pu observer toutes les boutiques *in situ*. J'ai donc dû me fier uniquement à ce qui en était dit sur les sites. Néanmoins, comme c'était le cas avec Cogges Manor Farm, les produits proposés sur le site Internet ne mentionnaient pas de produits dérivés de *Downton Abbey*, alors qu'en réalité, il y en avait sur place.

Dans un autre ordre d'idée, je me suis concentrée sur deux acteurs touristiques dans le cadre de cette recherche, soit les responsables des sites patrimoniaux et les visiteurs. Toutefois, je suis consciente que davantage d'acteurs touristiques permettent de mettre en tourisme un site patrimonial. C'est le cas entre autres des agences réceptives et des voyagistes. Ces derniers peuvent notamment organiser des tours guidés de certains sites patrimoniaux qui sont apparus au petit, comme au grand écran. Il est aussi possible de supposer que les voyagistes et les agences réceptives ne sont pas tenus au même standard en regard à la promotion des valeurs patrimoniales. Plutôt, leur rôle consiste à attirer davantage de visiteurs. Conséquemment, une analyse de ces acteurs aurait peut-être permis d'observer une forme de mise en ciné-tourisme.

Finalement, cette recherche représente un pas additionnel dans la compréhension du ciné-tourisme. Celle-ci prend en compte à la fois les visiteurs et des attraits touristiques particuliers, soit des sites patrimoniaux qui comportent des enjeux spécifiques à leur gestion. Certes, ce mémoire contient des limites. Ainsi, malgré l'abondance d'études réalisées au sujet du ciné-tourisme, il est encore de mon avis que des recherches supplémentaires sont pertinentes. En effet, comme j'ai pu le mentionner précédemment, il serait notamment intéressant d'exécuter des entretiens semi-dirigés avec les dirigeants des sites patrimoniaux, ainsi que de multiplier l'analyse des outils de médiation employés. Ce mémoire peut aussi être un outil intéressant pour des responsables de sites patrimoniaux qui souhaitent intégrer le fruit de leur apparition à l'écran dans le cadre de leur médiation, tout en respectant l'intégrité des lieux.

LISTE DES RÉFÉRENCES

- Apostolakis, A. (2003). The convergence process in heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 795–812. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00057-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00057-4)
- Ashworth, G.J. et Tunbridge, J.E. (1999). Old cities, new pasts: Heritage planning in selected cities of Central Europe. *GeoJournal*. 49. 105-116, cité dans Timothy, D. J., et Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. New York : Prentice Hall.
- Bagnoli, L. (2015). «*Downton Abbey*» and the TV-induced Tourism. *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, (4), 102–116.
- Bakiewicz, J., Leask, A., Barron, P. et Rakić, T. (2017). Management Challenges at Film-Induced Tourism Heritage Attractions. *Tourism Planning and Development*, 14 (4), 548–566. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1303540>
- Beaudet, J., et Commission des biens culturels du Québec. (2004). *La gestion par les valeurs : Exploration d'un modèle* (p. 48). Commission des biens culturels du Québec. Consulté à l'adresse <http://www.cbcq.gouv.qc.ca/valeurs.html>
- Becker, C. (1932). Everyman His Own Historian. *The American Historical Review*, 37(2), 221–236.
- Beeton, S. (2000). It's a wrap! What happens After the Film Crew Leaves? An examination of Community responses to Film-induced Tourism. In *Lights! Camera ! Action !* (p. 127–136). Burbank, Californie: TTRA National Conference proceedings.
- Beeton, S. (2001). Smiling for the Camera: The Influence of Film Audiences on a Budget Tourism Destination. *Tourism Culture & Communication*, 3, 15-25. <https://doi.org/info :doi/10.3727/109830401108750661>

- Beeton, S. (2004). The More Things Change...A Legacy of Film-Induced Tourism (p. 13). Présenté à International Tourism and Media Conference Proceedings, Monash University, Melbourne : Tourism Research Unit.
- Beeton, S. (2005). *Film-induced tourism*. Clevedon ; Toronto : Channel View Publications.
- Bell, E. (2007). Televising history The past(s) on the small screen. *SAGE Publications London*, 5, 12-136.
- Bernard, Y. (2004). *La netnographie : Une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation*. 36.
- Black, J. (2005). *Using History*. Oxford University Press., cite dans Bell, E. (2007). Televising history The past(s) on the small screen. *SAGE Publications London*, 5, 12-136.
- Bolan, P., Boy, S., et Bell, J. (2011). "We've seen it in the movies, let's see if it's true" : Authenticity and displacement in film-induced tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), 102–116.
<https://doi.org/10.1108/17554211111122970>
- Boucher, F.-E., David, S., et Prévost, M. (dir). (2016). *Les téléseries : l'historicité des communautés imaginaires*. Montréal : Nota Bene.
- Bourgeon-Renault, D. (2010). Appropriation du marketing par le secteur des arts et de la culture. *Décisions Marketing*, 60, 5–9.
- Brit Movie Tours. (2019). Brit Movie Tours | UK Tours of TV and Film Locations in Britain. Consulté 18 février 2019 à l'adresse <https://britmovietours.com/>
- Bryon-Portet, C. (2011). Les productions télévisées, genre oublié dans la construction de l'image d'un territoire ? L'exemple de co-construction de l'image socioculturelle de la ville de Marseille par la série Plus belle la vie. *Études de communication*, (2), 79-96.
- Busby, G., Huang, R., et Jarman, R. (2013). The Stein Effect: An Alternative Film-induced Tourism Perspective. *International Journal of Tourism Research*, 15(6). <https://doi.org/10.1002/jtr.1875>

- Byrne, K. (2014). Adapting heritage : Class and conservatism in Downton Abbey. *The Journal of Theory and Practice*, 18(3), 311-327. <https://doi.org/10.1080/13642529.2013.811811>
- Carù, A. et Cova, B. (2003). Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation : les opérations d'appropriation. *Recherche et Applications en Marketing*, 18 (2), 47-65.
- Carù, A. et Cova, B. (2005). The Impact of Service Elements on the Artistic Experience: The Case of Classical Music Concerts. *International Journal of Arts Management*, 7(2), 39-54.
- Carù, A. et Cova, B. (2006). How to facilitate immersion in a consumption experience: appropriation operations and service elements. *Journal of Consumer Behaviour*, 5(1), 4-14. <https://doi.org/10.1002/cb.30>
- Carrazé, A. (2007). *Les séries télé*. Hachette Pratique.
- Cassia, P. (1999). Tradition, tourism and memory in Malta. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 5 (2), 247-263, cité dans Timothy, D. J., et Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. New York : Prentice Hall.
- Caton, K., & Santos, C. (2007). Heritage tourism on route 66: Deconstructing nostalgia. *Journal of Travel Research*, 45(4), 371–386. [https://doi: 10.1177/0047287507299572](https://doi.org/10.1177/0047287507299572), cité dans Bakiewicz, J., Leask, A., Barron, P. et Rakić, T. (2017). Management Challenges at Film-Induced Tourism Heritage Attractions. *Tourism Planning and Development*, 14 (4), 548–566. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1303540>
- Cuccinello, H. C. (s. d.). « Downton Abbey » By The Numbers : Farewell To A Multimillion-Dollar Dynasty. Consulté 9 août 2019, à l'adresse Forbes website : <https://www.forbes.com/sites/hayleycuccinello/2016/03/06/downton-abbey-by-the-numbers-farewell-to-a-multimillion-dollar-dynasty/>
- Dann, G. M. S. (1995). Tourism : The nostalgia industry of the future. Dans *Global tourism : The next decade*. (p. 55-67), cité dans Bakiewicz, J., Leask, A., Barron, P. et Rakić, T. (2017). Management Challenges at Film-Induced Tourism Heritage Attractions. *Tourism Planning and Development*, 14 (4), 548–566. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1303540>

- Davallon, J. (2006). *Le don du patrimoine une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris : Lavoisier.
- Davallon, J. (2016). Penser le patrimoine selon une perspective communicationnelle. *Sciences de la société*, (99), 15-29. <https://doi.org/10.4000/sds.5257>
- De Groot, J. (2006). Empathy and enfranchisement: Popular histories. *Rethinking History*, 10(3), 391–413. <https://doi.org/10.1080/13642520600816171>
- De Groot, J. (2009). *Consuming history : historians and heritage in contemporary popular culture*. London ; New York : Routledge. Consulté à l'adresse http://mcgill.worldcat.org/title/consuming-history-historians-and-heritage-in-contemporary-popular-culture/oclc/166360259&referer=brief_results
- Delavaud, G. (dir). (2011). *Permanence de la télévision*. Rennes : Éditions Apogée.
- Direction des services historiques Parcs Canada. (2006, novembre). Le Répertoire canadien des lieux patrimoniaux Rédaction d'Énoncés d'importance.
- Edensor, Tim. (1997). National identity and the politics of memory: Remembering Bruce and Wallace in symbolic space. *Environment and Planning D-society & Space*, 15(2):175-194.
- English Heritage. (2019a). Our vision and values. Consulté 10 août 2019, à l'adresse English Heritage website : <https://www.english-heritage.org.uk/about-us/our-values/>
- English Heritage. (2019b). Filming & TV Locations. (2019). Consulté 31 août 2019, à l'adresse English Heritage website : <https://www.english-heritage.org.uk/about-us/filming-and-tv-locations/>
- Équipe MIT. (2000). La mise en tourisme des lieux, un outil de diagnostic. *Mappemonde*, 57(1), 5., cité dans Kadri, B., Bondarenko, M., et Pharicien, J.-P. (2019). La mise en tourisme : Un concept entre déconstruction et reconstruction : une perspective sémantique. *Téoros : revue de recherche en tourisme*, 38(1). <https://doi.org/10.7202/1059747ar>
- Équipe MIT. (2002). Mobilité, itinéraire, tourisms, *Tourismes I – Lieux communs*, Paris, Belin., cité dans Kadri, B., Bondarenko, M., et Pharicien, J.-P. (2019).

La mise en tourisme : Un concept entre déconstruction et reconstruction : une perspective sémantique. *Téoros : revue de recherche en tourisme*, 38(1).
<https://doi.org/10.7202/1059747ar>

Équipe MIT. (2005). Mobilité, itinéraire, tourisms, *Tourismes 2 – Moments de lieux*, Paris, Belin., cité dans Kadri, B., Bondarenko, M., et Pharicien, J.-P. (2019). La mise en tourisme : Un concept entre déconstruction et reconstruction : une perspective sémantique. *Téoros : revue de recherche en tourisme*, 38(1). <https://doi.org/10.7202/1059747ar>

Esquenazi, J.-P. (2009). *Mythologie des séries télé*. Paris : Le Cavalier Bleu.

Evans, G. (2002). *Cultural planning : An urban renaissance?* Londres et New York : Routledge., cité dans De Groot, J. (2009). *Consuming history : historians and heritage in contemporary popular culture*. London ; New York : Routledge. Consulté à l'adresse http://mcgill.worldcat.org/title/consuming-history-historians-and-heritage-in-contemporary-popular-culture/oclc/166360259&referer=brief_results

Foucault, M. (1966). *Les mots et les choses : une archéologie des sciences*. Paris : Gallimard.

Frost, W. (2006). Braveheart-ed Ned Kelly: Historic films, heritage tourism and destination image. *Tourism Management*, 27 (2), 247–254.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.09.006>

Fu, H., Ye, B. H. et Xiang, J. (2016). Reality TV, audience travel intentions, and destination image. *Tourism Management*, 55.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.009>

Gauthier, B. (1992). *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*. Québec : PUQ.

Grenier, A. A. (2011a). Ciné-tourisme : du concept au fan, au cœur de l'expérience. *Téoros*, 30 (1), 79–89.

Hahm, Y. et Wang, J. (2011). Film-induced tourism as a vehicle for destination marketing: is it worth the efforts. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(2), 165–179. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.546209>

- Han, H.-J. et Lee, J.-S. (2008). A study on the KBS TV drama « Winter Sonata » and its impact on Korea's Hallyu tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(2-3), 115–126.
<https://doi.org/10.1080/10548400802092593>
- Historic England. (2017). *Historic England Annual Report & Accounts 2016/2017*; 75 p.
- Historic Environment Scotland. (2018). *Explore Outlander*. Consulté à l'adresse <https://www.historicenvironment.scot/archives-and-research/publications/publication/?publicationId=afda53c6-7338-45ca-a195-a58500e12050>
- Historic Environment Scotland. (2019a). Our vision, mission and values. Consulté 31 août 2019, à l'adresse <https://www.historicenvironment.scot/about-us/who-we-are/our-vision-mission-and-values/>
- Historic Environment Scotland. (2019b). Filming | Leading Public Body for Scotland's Historic Environment. Consulté 31 août 2019, à l'adresse <https://www.historicenvironment.scot/visit-a-place/filming/>
- Historic Houses. (2018). Hundreds of homes, thousands of stories. Consulté 31 août 2019, à l'adresse <https://www.historichouses.org/about.html>
- INCCONU. (2015) Downton Abbey Tours and Locations. Consulté 9 août 2019, à l'adresse Free Tours by Foot website : <https://freetoursbyfoot.com/london-downton-abbey-locations/>
- INCONNU. (2018). Bampton—Towns & Villages in Bampton, West Oxfordshire—Oxfordshire Cotswolds. Consulté 31 août 2019, à l'adresse <https://www.oxfordshirecotswolds.org/plan-your-visit/towns-and-villages/bampton-p227781>
- Ioannides, D. et Debbage, K. (1997). Post-Fordism and flexibility: the travel industry polyglot. *Tourism Management*, 18 (4), 229–241.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00019-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00019-8)
- Iordanova, D. (2007). Cashing in on Dracula: Eastern Europe's. *Framework : The journal of Cinema & Media*, 48(1), 46-63.

- Jamaa, S. (2011). Tourisme culturel et patrimonial, un produit en croissance à travers le monde — Réseau de veille en tourisme. Consulté 11 janvier 2018, à l'adresse <http://veilletourisme.ca/2011/01/05/tourisme-culturel-et-patrimonial-un-produit-en-croissance-a-travers-le-monde/>
- Kadri, B., Bondarenko, M., et Pharicien, J.-P. (2019). La mise en tourisme : Un concept entre déconstruction et reconstruction : une perspective sémantique. *Téoros : revue de recherche en tourisme*, 38(1). <https://doi.org/10.7202/1059747ar>
- Kim, S. (2010). Extraordinary Experience: Re-enacting and Photographing at Screen Tourism Locations. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 59-75. <https://doi.org/10.1080/14790530903522630> cité dans Kim, S. (2012). Audience involvement and film tourism experiences: Emotional places, emotional experiences. *Tourism Management*, 33(2), 387 — 396. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.008>, cité dans St-James, Y., Darveau, J. et Fortin, J. (2017). Immersion in film tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1326362>
- Kim, S. (2012). Audience involvement and film tourism experiences: Emotional places, emotional experiences. *Tourism Management*, 33(2), 387 — 396. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.008>, cité dans St-James, Y., Darveau, J. et Fortin, J. (2017). Immersion in film tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1326362>
- Kim, S. et Assaker, G. (2014). An empirical examination of the antecedents of film tourism experience: A structural model approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(2). <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.873316>, cité dans St-James, Y., Darveau, J. et Fortin, J. (2017). Immersion in film tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1(12). <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1326362>
- Kim, S. S., Agrusa, J., Lee, H., & Chon, K. (2007). Effects of Korean television dramas on the flow of Japanese tourists. *Tourism Management*, 28 (5), 1340 — 1353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.01.005>
- Lapompe-Paironne, L. (2011). Cinéma et désert : De Tataouine à Ouarzazate. *Téoros*, 30 (1), 90–98. <https://doi.org/10.7202/1012112ar>

- Leask, A., Fyall, A., et Garrod, B. (2013). Managing revenue in Scottish visitor attractions. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 240–265, cites dans Bakiewicz, J., Leask, A., Barron, P. et Rakić, T. (2017). Management Challenges at Film-Induced Tourism Heritage Attractions. *Tourism Planning and Development*, 14 (4), 548–566.
<https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1303540>
- Leighton, D. (2007). Step back in time and live the legend: Experiential marketing and the heritage sector. *NVSM International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12(2), 117–125.
- Li, S., Li, H., Song, H., Lundberg, C. et Shen, S. (2016). The Economic Impact of Film Tourism : The Case of the Lord of the Rings and Hobbit. *Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 60, 177–187. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.023>
- Lizotte, M., & Grenier, A. (2011). Ciné-tourisme : le nouvel eldorado des destinations touristiques. *Téoros*, 30 (1), 73–78.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist : a new theory of the leisure class*. New York : Schocken Books.
- Martin-Jones, D. (2014). Film tourism as heritage tourism : Scotland, diaspora and The Da Vinci Code (2006). *New Review of Film and Television Studies*, 12(2), 156-177. <https://doi.org/10.1080/17400309.2014.880301>
- National Trust. (2014). Downton Abbey at Basildon Park. (2014). Consulté 31 août 2019, à l'adresse National Trust website : <https://www.nationaltrust.org.uk/basildon-park/features/downton-abbey-at-basildon-park>
- National Trust. (2019a). Waddesdon Manor. Consulté 10 août 2019, à l'adresse National Trust website : <https://www.nationaltrust.org.uk/waddesdon-manor>
- National Trust. (2019b). About the National Trust. Consulté 10 août 2019, à l'adresse National Trust website : <https://www.nationaltrust.org.uk/features/about-the-national-trust>

- National Trust. (2019c). Filming Locations | National Trust Images. Consulté 31 août 2019, à l'adresse <http://www.nationaltrustimages.org.uk/filming-locations>
- Office québécois de la langue française. (2018). Blogue. Consulté 31 août 2019, à l'adresse http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8370242
- Olsberg, & SPI. (2015). *Quantifying Film and Television Tourism in England* (p. 114). Creative England et VisitEngland.
- Organisation mondiale du tourisme (novembre 2017). Faits saillants OMT du tourisme, édition 2017. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284419050>
- Oxford economics. (2016). *The impact of heritage tourism on the uk economy final report*. Heritage lottery fund.
- Pan, S., et Ryan, C. (2011). Film-induced heritage site conservation : The case of echoes of the rainbow. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 37(1), 125–150 cité dans Bakiewicz, J., Leask, A., Barron, P. et Rakić, T. (2017). Management Challenges at Film-Induced Tourism Heritage Attractions. *Tourism Planning and Development*, 14 (4), 548–566. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1303540>
- Papadimitriou, L. (2006). *The Greek Film Musical: A Critical and Cultural History*. Jefferson, N.C: McFarland & Co.
- Pomian, K. (1999). *Sur l'histoire*. Pologne : Gallimard.
- Poria, Y. et Ashworth, G. (2009). Heritage Tourism—Current Resource for Conflict. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 522-525. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.003>
- Quivy, R. et Van Campenhoudt, L. (2011). *Manuel de recherche en sciences sociales* (4e éd.). Paris : Dunod.
- Rains, S. (2003). Home from Home: Diasporic Images of Ireland in Film and Tourism. In Clevedon (Éd.), *Irish tourism: image, culture and identity* (p. 290). Buffalo, N.Y: Channel View Publications.

- Reynolds, L. H. (2016). Heritage on film : the impact on historic sites of drama filming for television and cinema. *Journal of Architectural Conservation*, 22 (1), 48-63. <https://doi.org/10.1080/13556207.2016.1208477>
- Riley, R., Baker, D. et Doren, C. S. V. (1998). Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919–935. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00045-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00045-0)
- Roesch, S. (2009). *The Experiences of film Location Tourists*. Bristol, Royaume-Uni : Channel View Publications.
- Saidi, H. (2010). De la culture touristique au tourisme patrimonial. *Ethnologies*, 32 (2), 5–22. <https://doi.org/10.7202/1006303ar>
- Schofield, P. (1996). Cinematographic images of a city: Alternative heritage tourism in Manchester. *Tourism Management*, 17 (5), 333–340. [https://doi.org/10.1016/0261-5177 \(96\) 00033-7](https://doi.org/10.1016/0261-5177 (96) 00033-7)
- Smith, L. E. J. (2014). *The impacts of film-motivated tourism upon the experiences provided by heritage guides : the case of Burghley House, England* (PhD Thesis). Michigan State University.
- Sobchack, V. (1996). *The persistence of History: Cinema, Television and the Modern Event*. New York : Routledge, cite dans De Groot, J. (2009). *Consuming history : historians and heritage in contemporary popular culture*. London ; New York : Routledge. Consulté à l'adresse http://mcgill.worldcat.org/title/consuming-history-historians-and-heritage-in-contemporary-popular-culture/oclc/166360259&referer=brief_results
- Society for the Protection of Ancient Buildings. (27 septembre 2016). About us. Consulté 31 août 2019, à l'adresse The SPAB website : <https://www.spab.org.uk/about-us>
- St-James, Y., Darveau, J. et Fortin, J. (2017). Immersion in film tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1(12). <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1326362>
- Stubbs, J. H., Makaš, E. G., et Bouchenaki, M. (2011). *Architectural Conservation in Europe and the Americas* (1 ed.). Hoboken, N.J: Wiley.

- Sydney-Smith, S. (2006). Changing places: Touring the British crime film. *Tourist Studies*, 6(1), 79–94. <https://doi.org/10.1177/1468797606071478>
- Tavakoli, R. et Mura, P. (2018). Netnography in tourism – Beyond Web 2.0. *Annals of Tourism Research*, 73, 190-192. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.06.002>
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: an introduction*. Buffalo : Channel View Publications.
- Timothy, D. J., et Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. New York : Prentice Hall.
- Timothy, D. J. et Boyd, S. W. (2006). Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1–16. <http://dx.doi.org/10.1080/17438730608668462>
- TNS. (2016). *The GB Tourist Statistics 2015* (p. 131). Édimbourg : Great Britain Tourism Survey, VisitEngland, VisitScotland, Visi Wales.
- Vergopoulos, H. et Bourgatte, M. (2011). Le ciné-tourisme comme pratique allographique. *Téoros : Revue de recherche en tourisme*, 30 (1), 99–107. <https://doi.org/10.7202/1012113ar>
- VisitBritain. (2016). Britain on film. Consulté 31 août 2019, à l’adresse VisitBritain website : <https://www.visitbritain.com/gb/en/britain-film>
- VisitBritain. (2019). VisitBritain. Consulté 10 août 2019, à l’adresse VisitBritain website : <https://www.visitbritain.org/>
- VisitEngland. (2019). Literature film and TV. Consulté 31 août 2019, à l’adresse VisitEngland website : <https://www.visitengland.com/things-to-do/literature-film-and-tv>
- VisitScotland. (2019). TV & Filming Locations in Scotland. Consulté 12 août 2019, à l’adresse <https://www.visitscotland.com/see-do/attractions/tv-film/>
- Winter, T. (2002). Angkor Meets Tomb Raider : setting the scene. *International Journal of Heritage Studies*, 8(4), 323-336. <https://doi.org/10.1080/1352725022000037218>

- Wong, I. A. (2015). A Multimethod Multilevel Study of Heritage Transmission: The Role of Culture on Tourist Interest and Authenticity. *Journal of Travel Research*, 54(5), 672–685. <https://doi.org/10.1177/0047287514532368>
- Yoon, Y., Kim, S. (Sean) et Kim, S. (Sam). (2015). Successful and Unsuccessful Film Tourism Destinations: From the Perspective of Korean Local Residents' Perceptions of Film Tourism Impacts. *Tourism Analysis*, 20(3). <https://doi.org/10.3727/108354215X14356694891852>

FILMOGRAPHIE

- Bay M. (réalis.) (2017) *Transformers: The Last Knight* [Film] Paramount Pictures et Hasbro.
- B4Films (2013) *Great Estates Scotland* [Série télévisée] PBS.
- BBC *et al.* (2007-2010) *Cranford* [Série télévisée] BBC One.
- BBC Studios (2013-) *Peaky Blinders* [Série télévisée] BBC Two.
- Buffalo Pictures et Fresh Jade (2015) *Arthur & George* [Série télévisée] ITV.
- Carnival Films *et al.* (1989-2013) *Hercule Poirot* [Série télévisée] ITV.
- Dibb S. (réalis.) (2008) *The Duchess* [Film] Qwerty Films et Magnolia Mae Films.
- Gibson M. (realis.) (1995) *Braveheart* [Film] Icon Productions.
- Hat Trick Productions (2011) *The suspicions of Mr Whicher* [Téléfilms] ITV.
- ITV Studios *et al.* (2012) *Endeavour* [Série télévisée] ITV.
- ITV Studios et Masterpiece (2013-2016) *Mr Selfridge* [Série télévisée] ITV.
- ITV Studios et Carnival Films (2010-2015) *Downton Abbey* [Série télévisée] ITV.
- Left Bank Pictures et Sony Pictures Television (2016-) *The Crown* [Série télévisée] Netflix.
- Left Bank Pictures *et al.* (2014-) *Outlander* [série télévisée] Starz.
- LWT (1971-1975) *Upstairs Downstairs* [série télévisée] ITV.
- Murnau F. W. (1922) *Nosferatu eine Symphonie des Grauens* [Film] Prana Film GmbH.
- Neal Street Productions (2012) *Call the midwife* [Série télévisée] BBC One.

- Newell M. (realis.) (2018) *The Guernsey Literary and Potato Peel Pie Society* [Film] Blueprint Pictures.
- Olcott S. (realis.) (1912) *Captured by the Bedouins* [Film] Kalem Compagny.
- Pillai A. (realis.) (2015) *Harry Price - The Ghost Hunter* [Téléfilm] Bentley Productions.
- The Carsey-Werner Company (1998-2006) *That '70s Show* [Série télévisée] Fox.
- The Duffer Brothers (2016-) *Stranger Things* [Série télévisée] Netflix.
- Warner Bros. (2001-2011) *Harry Potter* [Série de films].
- Weiner Bros. *et al.* (2007-2015) *Mad Men* [Série télévisée] AMC.
- West S. (realis.) (2001) *Lara Croft : Tomb Raider* [Film] Paramount Pictures, Mutual Film Company, Lawrence Gordon Productions, BBC, Eldos Interactive, Marubeni Corporation, KFPProduktions GmbH & Co., Tele München Gruppe, Tōhō-Towa.
- Westmoreland W. (2018) *Colette* [Film] Number 9 Films, Killer Films, Bold Films.
- Winner M. (1990) *Bullseye !* [Film] Columbia Pictures.
- Wright J. (réalis.) (2005) *Pride & Prejudice* [Film] Universal Pictures et Studio Canal.

LISTE DES SOURCES PRIMAIRES

- Alnwick Castle. (2019). *Alnwick Castle* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://www.alnwickcastle.com/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- Argyll Estates. (2019). *Inveraray Castle* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://www.inveraray-castle.com/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- Auteurs variés. (dates variées) *Cogges Manor Farm*. Récupéré de https://www.tripadvisor.ca/Attraction_Review-g504093-d2562498-Reviews-Cogges-Witney-Oxfordshire_England.html#REVIEWS, consulté le 26 juillet 2019.
- Auteurs variés. (dates variées). *Highclere Castle*. Récupéré de https://www.tripadvisor.ca/Attraction_Review-g190745-d210136-Reviews-Highclere_Castle-Newbury_Berkshire_England.html, consulté le 15 février 2019.
- Bluebell Railway. (s.d). *Bluebell Railway* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://www.bluebell-railway.com/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- Byfleet Manor. (s.d). *Byfleet Manor* [Site Internet entier]. Récupéré de byfleetmanor.com, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- Chiltern Open Air Museum. (2019). *Chiltern Open Air Museum* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://www.coam.org.uk/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- Cogges Manor Farm. (s.d). *Cogges* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://www.cogges.org.uk/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- Down's Syndrome Association. (s.d). *Langdon Down Museum* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://langdondownmuseum.org.uk/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.

- Highclere Castle. (2019). [Site Internet entier]. Récupéré de <https://www.highclerecastle.co.uk/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- Lincoln Castle. (s.d). *Lincoln Castle* [Site Internet entier]. Récupéré de <http://www.lincolncastle.com/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- National Trust. (2019). *West Wycombe Park, Village and Hill* [Section entière]. Récupérée de <https://www.nationaltrust.org.uk/west-wycombe-park-village-and-hill>, consultée du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- National Trust. (s.d). [Section entière]. Récupérée de bamptonarchive.org, consultée du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- National Trust. (s.d). *Basildon Park* [Section entière]. Récupéré de <https://www.nationaltrust.org.uk/basildon-park>, consultée du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- National Trust. (s.d). *Greys Court* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://www.nationaltrust.org.uk/greys-court>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- National Trust. (s.d). *Waddesdon Manor A Rothschild House & Gardens* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://waddesdon.org.uk/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- Royal Hospital Chelsea. (2019). *The Royal Hospital Chelsea, the home of the Chelsea Pensioners* [Site Internet entier]. Récupéré de <https://www.chelsea-pensioners.co.uk/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- The Bampton Archive. (2019). *The Bampton Archive* [Site Internet entier]. Récupéré de bamptonarchive.org, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.
- The Bampton Church. (2012). *Church of St Mary Bampton* [Site Internet entier]. Récupéré de <http://www.bamptonchurch.org.uk/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.

The Charterhouse. (s.d). *the Charterhouse* [Site Internet entier]. Récupéré de <http://www.thecharterhouse.org/>, consulté du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.

The Royal Parks. (2019). *St James's Park* [Section entière]. Récupérée de <https://www.royalparks.org.uk/parks/st-jamess-park>, consultée du 10 janvier 2019 au 1^{er} août 2019.