



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

La stratégie de médiation culturelle à destination des jeunes adultes comme moyen de valorisation d'un site patrimonial, culturel et touristique

Les cas du Château de Latour sur Sorgue

Présenté par :

Salintip SUEBSAO



MASTER TOURISME

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE DEUXIÈME ANNÉE

La stratégie de médiation culturelle à destination des jeunes adultes comme moyen de valorisation d'un site patrimonial, culturel et touristique

Les cas du Château de Latour sur Sorgue

Présenté par :

Salintip SUEBSAO

L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e).

Remerciements

Tout d'abord, je souhaitais adresser mes remerciements à l'association des Amis du Château de Latour pour m'avoir donné l'opportunité de réaliser ce stage riche en expériences professionnelles et personnelles. Également merci à tous les jeunes bénévoles qui ont participé à l'entretien qualitatif.

Je tenais également à exprimer ma gratitude envers Madame Couralet Sylvie, ma maître de mémoire, pour sa disponibilité, ses conseils et son soutien pour ce mémoire de recherche.

Ensuite, je tenais à remercier énormément Bernard pour la relecture, Guilhemette pour son soutien inconditionnel et ses précieux conseils qui ont alimenté mes réflexions ainsi que les encouragements de Geneviève.

Je remercie fortement Hanta-Soa, Oulfa, Noémie et Léana qui m'ont motivée et soutenue jusqu'au bout de cette réalisation. Merci à mes camarades de classe de Master Tourisme et Développement pour ces aventures à l'ISTHIA.

Je remercie sincèrement mes parents et mes amis d'avoir cru en moi et en mes capacités. Merci spécialement à la mairie de Marnhagues-et-Latour et à Guy.

Sommaire

| | |
|--|-----|
| Remerciements | 5 |
| Sommaire | 6 |
| Introduction générale | 7 |
| PARTIE 1 | 9 |
| La stratégie de médiation culturelle d'un site touristique patrimonial auprès des jeunes publics | 9 |
| Introduction de la partie 1 | 10 |
| Chapitre 1 : Patrimoine et transmission, source de la médiation..... | 11 |
| Chapitre 2 : L'attractivité touristique issue des ressources culturelles et patrimoniales. | 31 |
| Chapitre 3 : Les jeunes adultes, cible du patrimoine culturel | 54 |
| Conclusion de la partie 1 | 79 |
| PARTIE 2 | 80 |
| Découverte le Sud Aveyron | 80 |
| Introduction de la partie 2 | 81 |
| Chapitre 1 : Présentation le terrain d'étude | 82 |
| Chapitre 2 : Présentation de la structure de stage..... | 107 |
| Chapitre 3 : Missions de stage et méthodologie de vérification des hypothèses..... | 124 |
| Conclusion de la partie 2 | 136 |
| PARTIE 3 | 137 |
| La mise en place d'une médiation du patrimoine culturel à destination des jeunes adultes | 137 |
| Introduction de la partie 3 | 138 |
| Chapitre 1 : Les lieux du patrimoine, un nouvel espace pour les jeunes..... | 139 |
| Chapitre 2 : L'échappée games, un événement phare permettant d'attirer les jeunes adultes au Château de Latour | 148 |
| Chapitre 3 : La communication renforce la médiation mise en place au Château de Latour..... | 155 |
| Conclusion de la partie 3 | 172 |
| Conclusion générale | 173 |
| Bibliographie | 175 |
| Table des annexes | 240 |
| Table des figures | 241 |
| Table des tableaux | 243 |
| Table des matières | 244 |

Introduction générale

Le passé nous a laissé une trace, ce que nous appelons aujourd'hui patrimoine. Qu'il soit matériel ou immatériel, ceci est un héritage culturel et historique légué par les générations précédentes pour être transmis aux générations à venir. Avec du recul, nos ambitions actuelles rejoignent celle des ancêtres formant un processus incessant. Le patrimoine s'enrichit à travers les siècles, devenant ainsi un objet touristique dans notre société contemporaine. Cependant, l'arrivée du numérique a bouleversé la relation entre le patrimoine et les jeunes, compliquant le processus de transmission.

Le stage de Master 2 Tourisme et Développement se déroule au sein de l'Association des Amis du Château de Latour (AACL), dans la gestion du volet touristique et développement du Château de Latour. Une structure associative œuvrant pour la restauration du patrimoine et dans le domaine de la culture et du lien social sur le territoire du Sud Aveyron. Les missions principales sont coordination de l'événement estival, proposition de pistes de développement touristiques adaptées à la structure et au territoire, la communication interne et externe, puis le management de l'équipe. Nos perspectives professionnelles n'ont pas changé depuis le mémoire de recherche en Master 1, portant une attention particulière pour les châteaux, un lieu culturel à la fois patrimonial et touristique. Nous souhaitons approfondir le sujet d'étude sur la médiation comme moyen d'attractivité pour inciter les jeunes publics à fréquenter les lieux de patrimoine. Par le biais de la problématique suivante, nous nous demandons « *En quoi une stratégie de médiation peut-elle valoriser l'attractivité touristique et culturelle à destination des jeunes adultes ?* ». L'évolution de la société et les attentes des jeunes adultes ont contraint les structures culturelles et patrimoniales à s'adapter en renouvelant les offres proposées, mais est-ce que cela porte ses fruits ?

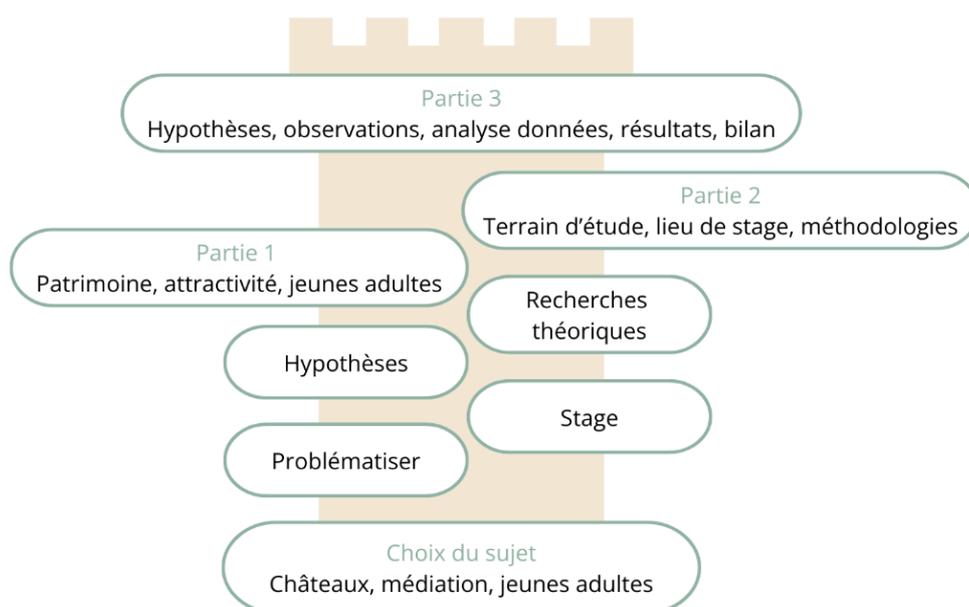
Dans la première partie, nous allons décortiquer toutes les notions essentielles de cette étude afin de saisir leur enjeu et approfondir notre réflexion. Il est donc nécessaire de définir la notion de patrimoine dans une logique de transmission par la mise en place des médiations, créatrices de lien social permettant de favoriser la rencontre entre deux mondes différentes. Puis, nous étudierons l'attractivité

touristique des ressources culturelles et patrimoniales en milieu rural en incluant les outils de protection du patrimoine. Enfin, nous terminerons cette partie avec l'étude sur les jeunes adultes qui représente notre objet d'intérêt. Nous allons ainsi essayer de comprendre leur rapport avec la culture, les nouvelles tendances et les motivations de cette génération à travers leurs consommations culturelles.

Dans la deuxième partie, nous allons explorer le terrain d'étude dans tous ses aspects sous la forme de découpage administratif en tenant compte de la spécificité d'un territoire rural. Ensuite, nous présenterons la structure de stage en passant par son historique, son fonctionnement, ses objectifs ainsi que les principales actions menées au Château de Latour. Pour clôturer cette partie, nous détaillerons nos missions de stage au sein de l'association des Amis du Château de Latour. Puis nous introduirons nos méthodologies adoptées pour vérifier nos trois hypothèses.

Dans la troisième partie, nous allons traiter toutes les données collectées via nos études qualitatives et quantitatives de notre terrain d'étude. Chaque chapitre sera consacré à une hypothèse spécifique qui va servir à répondre à la problématique posée. Grâce à l'analyse des résultats, nous proposerons des fiches actions ou des préconisations en fonction des besoins de chaque hypothèse.

Figure 1 : Schéma méthodologie¹



¹ Source : SUEBSAO Salintip

PARTIE 1

La stratégie de médiation culturelle d'un site
touristique patrimonial auprès des jeunes publics

Introduction de la partie 1

De nos jours, le patrimoine est défini comme un héritage témoignant d'un passé et renferme l'histoire d'une entité. Il peut se présenter sous forme matérielle ou immatérielle répandue un peu partout dans le monde. Reconnu comme bien national, il est désormais préservé et transmis aux futures générations à travers le tourisme culturel.

Dans le premier chapitre, nous aborderons la notion de patrimoine afin de comprendre son processus de patrimonialisation et son importance dans la société. Comme nous nous intéresserons au patrimoine bâti et plus précisément aux châteaux, nous définirons ses fonctions d'autrefois et celles qu'ils remplissent aujourd'hui. Nous parlerons notamment de la notion de transmission et de durabilité, qui sont des éléments essentiels du patrimoine. Enfin, nous analyserons le concept de médiation qui contribue dans la diffusion culturelle et patrimoniale.

Dans le seconde chapitre, nous étudierons les fondements d'une attractivité et d'un développement territorial en lien avec le patrimoine culturel en milieu rural. Nous continuerons avec l'exploration de l'impact des produits touristiques qui sont constitués à partir des ressources territoriales pour prendre part dans le développement d'un territoire. Puis, nous présenterons les différents dispositifs mis en place pour préserver ces patrimoines.

Dans le troisième chapitre, nous examinerons la relation des jeunes adultes, âgés de 18 à 25 ans, avec la culture et le patrimoine. Nous commencerons par définir cette tranche d'âge, leurs caractéristiques ainsi que leurs centres d'intérêts. Par la suite, nous pourrons analyser les pratiques culturelles et leurs consommations culturelles. Pour finir, nous évaluerons les stratégies qui ont été mises en place pour attirer les jeunes adultes sur des lieux culturels et patrimoniaux.

Chapitre 1 : Patrimoine et transmission, source de la médiation

Dans ce chapitre, nous allons étudier les relations entre le patrimoine, la transmission et la médiation. Dans un premier temps, la notion du patrimoine sera abordée permettant de comprendre son processus et sa valeur dans la société actuelle. Dans un deuxième temps, nous évoquerons les fonctionnalités des châteaux qui méritent d'être préservées et transmises à la future génération de manière durable. Dans un troisième temps, nous analyserons le concept de la médiation qui semble jouer un rôle fondamental dans l'inclusion et l'élaboration de lien social offrant aux individus une opportunité de participer au développement de leur société.

1. De l'héritage à la patrimonialisation

Dans ce sous-chapitre, nous allons explorer la complexité du terme patrimoine qui relie le passé au présent. Nous commencerons par comprendre la notion de patrimoine et ses significations variables. Ensuite, nous étudierons les caractéristiques du patrimoine pour pouvoir les différencier. Enfin, nous nous intéresserons à la création du patrimoine et plus précisément sur comment un objet, un lieu devient un patrimoine à conserver et à protéger.

1.1. Comprendre le patrimoine

Le terme patrimoine a évolué au fil des siècles et englobe diverses approches. Étymologiquement, la définition du mot « *patrimoine* » vient du latin « *patrimonium* » signifiant « *héritage du père* ». Ceci évoque l'idée d'un héritage légué par les générations précédentes qui est à transmettre aux générations futures. Il s'agit peut-être d'une propriété individuelle mais à ce jour le patrimoine est un bien collectif fondamental dans le développement des territoires. Selon deux géographes, Lévy Jacques et Lussault Michel (2003, p. 692), le patrimoine caractérise « *ce qui est censé mériter d'être transmis du passé, pour trouver une valeur dans le présent* ». La réflexion suite à la citation suscite un intérêt particulier sur la valeur du

p. 7). D'autre définit le patrimoine comme un ensemble de « *composantes matérielles et immatérielles de l'identité de toute société humaine, élaborées, puis transmises et réactualisées sur un territoire* » (Origet du Cluzeau, 2015, p. 9).

Le patrimoine favorise donc les liens sociaux contribuant à façonner l'identité d'un groupe humain vivant sur un territoire défini et différent des autres territoires (Parmentier, 2019, p. 33-34). Comprendre et apprendre son passé est important, cela permet de connaître ses origines, ses histoires pour mieux vivre le présent mais également conserver les liens du passé dans le futur. Serions-nous le médiateur qui interprète le passé avec un point de vue de la société actuelle pour considérer comme patrimoine ce qui ne l'était pas à l'origine ? D'après le sociologue Davallon Jean (2006, p. 97), « *ce n'est pas le passé qui produit le présent mais le présent qui façonne le passé* ». Plus le temps passe, plus ce que nous considérons comme patrimoine prend de la valeur. L'existence de l'humanité est tracée par la présence des patrimoines matériels et immatériels, pour ne pas oublier son passé, elle vit le présent à travers ce qu'on appelle le patrimoine. En effet, il ne cesse d'évoluer et s'adapte au monde dans lequel il se présente actuellement.

1.2. Reconnaître le patrimoine

Le patrimoine est une notion qui évolue constamment. En 1972 elle s'est mondialisée avec l'adoption de la Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel par l'UNESCO (Organisation des Nations-Unies pour l'Education, les Sciences et la Culture). Considérant que ces patrimoines sont de plus en plus menacés face aux destructions et à l'évolution sociétale. La disparition ou la dégradation d'un bien culturel ou naturel représente une perte importante d'une partie des histoires de l'humanité.³ Mais alors un patrimoine devient patrimoine lorsqu'il y a une crainte d'oublier le passé ou bien quand l'être humain redoute de l'avenir, ce qui nous pousse à s'accrocher au passé. Dans cette étude, nous nous focalisons particulièrement sur le patrimoine culturel qui peut être

³ UNESCO, 1972, *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel*, [UNESCO Centre du patrimoine mondial - Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel](#), 16 novembre 1972, consulté le 15 mai 2024.

distingué en deux types de patrimoines : le patrimoine matériel et le patrimoine immatériel (UNESCO, 1972).

Le patrimoine matériel inclut le patrimoine monumental ou historique, comme les structures archéologiques, grottes, bâties et toutes celles qui ont été produites par l'activité humaine au fil du temps. Il comprend notamment des monuments avec une valeur architecturale rurale, artisanale, urbaine et industrielle. En outre, les objets ou ustensiles du quotidien considérés comme patrimoine domestique mais aussi traditionnels, l'élevage et l'artisanat font partie de cette catégorie de patrimoine intangible.

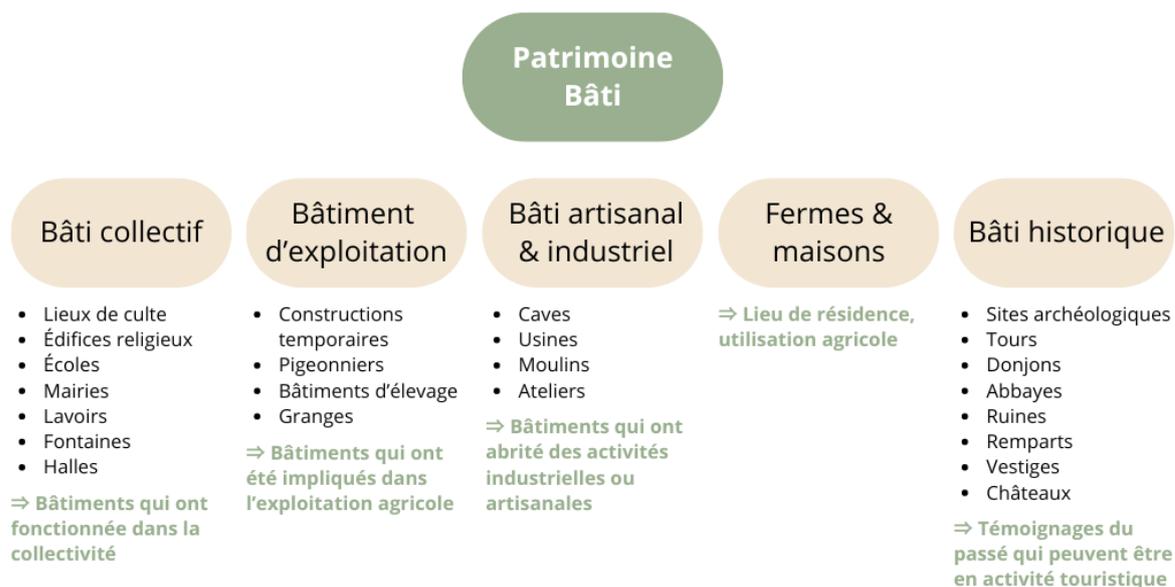
Quant au patrimoine immatériel, nouvelle notion et officiellement reconnue en 2003 avec l'adoption de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel (PCI) par l'UNESCO. Il s'agit de la mémoire dite orale d'un groupe d'individus, comme les légendes ou les contes mais aussi leur langage vernaculaire comme les langues régionales ou les dialectes. Ce type de patrimoine regroupe les éléments intangibles comme les symboles identitaires et spatiaux comme les musiques et fêtes traditionnels et surtout locales spécifiques à une communauté. Il renferme également les compétences, méthodes et connaissances artisanales (Parmentier, 2020, p. 38-39).

« Le patrimoine, objet du tourisme culturel, est donc matériel et immatériel : patrimoine matériel des sites consacrés à la culture, réalisation de la main de l'Homme : musées, monuments, villes et villages d'art ou de caractère, sites archéologiques et préhistoriques, jardins, édifices religieux, militaires... ; patrimoine immatériel : fêtes et manifestations, traditions et savoir-faire dont le passé et le présent sont profus » (Origet du Cluzeau, 2013, p. 7).

Notre étude se concentre sur le concept de patrimoine bâti, en particulier les châteaux qui appartiennent donc à la première catégorie, le patrimoine matériel. Il est important de définir les fonctions d'un château qui a évolué au fil des siècles. Au sens classique, le patrimoine bâti désigne les monuments dits remarquables tels que les châteaux, les places, les jardins et les églises. Le patrimoine bâti reflète la structure culturelle d'une société existante et témoigne « *des techniques, usages et modes de vie qui portent la marque de valeurs et cultures sédimentées dans le*

temps ». ⁴ Ce type d'héritage est l'essence même d'un territoire, d'une identité culturelle mais aussi architecturale. Ainsi, nous pouvons classer le patrimoine bâti en 5 catégories ⁵ :

Figure 2 : Cinq catégories de patrimoine bâti ⁶



1.3. Étapes de la patrimonialisation

La patrimonialisation permet de reconnaître le statut de patrimoine à des objets matériels ou immatériels, de manière à ce que ce collectif devienne l'héritier et à titre de l'obligation de les conserver pour les transmettre. Six étapes ont été identifiées par Davallon (2006, p. 119) appelées « gestes », qui consistent à la base du processus de la patrimonialisation et assurent son succès même si « ces gestes ne rendent pas compte de la diversité des pratiques propres à chaque cas de patrimonialisation » (Davallon, 2014, p. 1). Il n'est pas seulement question de perte ou d'oubli de l'objet en question mais ceci peut se manifester par une modification du contexte ou point de vue par rapport à l'objet (Parmentier, 2020, p. 35). Le

⁴ Conférence Permanente du Développement Territorial, 2013, « Hors séries : Diagnostic territorial de la Wallonie », CPDT, juin 2013.

⁵ CEMAT, 2003, « Guide européen d'observation du patrimoine rural - CEMAT », Conseil de l'Europe, 18 août 2003.

⁶ Source : SUEBSAO Salintip

patrimoine, a-t-il de la valeur ou crée-t-on sa valeur aux normes de la société actuelle ?

Pour commencer la première étape est l'intérêt porté à l'objet par un groupe ou un groupe social plus ou moins vaste, plus ou moins structuré. Cela se traduit par la perception donc le sentiment d'une « *valeur* » de l'objet. A un certain moment, ce groupe va considérer qu'un bâtiment, une œuvre ou un objet du quotidien, un savoir-faire, un outil, une pratique, une danse ou même une musique « *possède quelque chose* » qui doit être préservé. Cette étape montre à quel point un objet anodin peut un jour susciter un intérêt pour être considéré comme une « *trouvaille* » (Davallon, 2006, p. 120).

La deuxième étape implique la « *production de savoir* » sur l'objet et son environnement d'origine. Un statut de patrimoine culturel ne peut être reconnu sans mobilisation ou création de connaissances permettant de déterminer l'origine et la nature de l'objet, qu'il soit immatériel ou matériel. Cette étape permet de certifier « *qu'il vient bien du monde duquel il semble venir* » (Davallon, 2006, p. 121).

La troisième étape est la « *déclaration du statut de patrimoine* ». Un objet ne devient patrimoine qu'à partir de sa déclaration comme patrimoine. Ceci est un acte efficace qui peut prendre différentes formes, allant de la simple énonciation au public à la signature d'un document juridique ou administration pour l'inscription ou le classement (Davallon, 2014, p. 2).

La quatrième étape consiste à une « *représentation du monde d'origine par l'objet* » comme il doit être empreint d'une histoire et d'une symbolique spécifique à une époque ancienne pour avoir une valeur à nos yeux. Il s'agit d'un élément fondamental de la définition du patrimoine car celui-ci crée le lien social entre les générations. Ainsi, il n'est pas possible de qualifier toute production d'un patrimoine car certaines ne possèdent ni la valeur symbolique ni l'authenticité pour être considérées comme telles (Davallon, 2006, p. 123).

La cinquième étape concerne la « *célébration de l'objet et de son expression sociale* » dans les lieux d'exposition comme les musées, châteaux qui favorisent la création

de liens entre le passé et le futur au-delà de la valorisation des objets patrimoniaux ou lieux patrimoniaux (Davallon, 2006, p. 125).

Pour finir la sixième étape est « *l'obligation de transmission du patrimoine aux générations futures* ». En tant que personnes bénéficiaires du patrimoine, nous avons cette responsabilité. Cependant, nous ne possédons pas ce patrimoine mais nous en sommes seulement les dépositaires. Il est donc de notre devoir de préserver cet héritage pour le transmettre aux générations qui nous succéderont, garantissant ainsi la « *continuité de l'humanité entre le passé et le futur* » (Davallon, 2006, p. 125).

Souvent, le patrimoine est perçu comme une ressource culturelle et un bien commun, en tant que lien avec les hommes du passé et un défi pour le développement des territoires. Il est fondamental de prendre en compte les processus de patrimonialisation et de la diffusion des patrimoines dans la construction de l'espace public de « *monde commun* » comme un monde du « *domaine public [...] qui nous est commun à tous* » (Arendt, 1961, p. 92).

Ce chapitre nous a permis de comprendre qu'il ne s'agit pas de créer un patrimoine, mais plutôt de conserver, ce que nous craignons de perdre. En effet, ce que nous qualifions de patrimoine est les traces de nos ancêtres, des marques de l'humanité, perdre celle-ci signifie que nous perdons également l'histoire et les connaissances sur l'évolution de notre société. Nous pouvons remarquer que par le passé, le patrimoine dans sa définition actuelle n'était pas forcément préservé. Aujourd'hui, sa sauvegarde et sa restauration sont une action majeure dans nos politiques de développement territorial.

2. Châteaux, conserver et transmettre

Dans ce sous-chapitre, nous définirons le vocable château, en explorant son origine, ses fonctions et son importance à travers les siècles. Ensuite nous allons montrer que ce patrimoine est un héritage de successions qui mérite d'être transmis

aux futures générations. Pour finir, nous parlerons de la durabilité dans le secteur du patrimoine et de la culture dans une transition écologique.

2.1. Château, un héritage du passé vivant au présent

En latin, le terme « *château* » ou *castellum* désigne une forteresse ou une ville fortifiée dans le latin médiéval, autrement dit un « *castrum* » qui est un diminutif du mot « *camp* ». Le château est une construction forte, protégée et éloignée de la campagne et du plat pays, abritant les seigneurs et leurs séides. Il se distingue d'autant mieux de l'habitat paysan par sa position défensive, souvent élevée, et par ses hauts murs qui lui donnent une forme symbolique. Par la suite, l'édifice est devenu civil et sans fortifications, mais pas toujours sans défenses. Même si le maître est bourgeois, il demeure toujours aristocratique, étant donné qu'il est la demeure de personnes riches et puissantes. Il est appelé château, manoir ou simplement la maison du maître (Brunet, 1992, p. 102). Le château fort est unique en raison de sa diversité de fonctions de « *forteresse et résidence du seigneur, centre politique d'une domination territoriale, enfin centre de l'exploitation seigneuriale* ». ⁷

Le Xe siècle voit l'apparition des premiers châteaux, qui témoignent de la montée en puissance des seigneurs locaux par rapport au pouvoir royal. La plupart d'entre eux sont construits en bois et en terre car ce sont des matériaux abordables et simples à utiliser. Un fossé circulaire profond est creusé et on dépose la terre extraite en couches successives à l'intérieur du cercle pour former un tertre pouvant atteindre plus de 10 mètres de haut. Ensuite une tour est dressée en charpente au sommet, entourée d'une palissade connue aussi sous le nom de château à motte ou motte castrale. Certains châteaux sont bâtis très hâtivement, dans le cadre de campagnes militaires. Ces fortifications en bois sont assez robustes pour faire face aux armes utilisées à l'époque comme les flèches, lances, frondes et attaques de coureurs. Afin d'éviter les feux, le bois est souvent recouvert de cuir ou d'enduits de terre. Dès le XIIIe siècle, la pierre commence à se répandre. Elle a besoin de nombreux ouvriers spécialisés et le travail est très coûteux. La pierre employée est

⁷ Larousse, *Château fort*, [château fort - LAROUSSE](#), consulté le 18 mai 2024.

généralement issue du fossé, mais elle n'est pas toujours de bonne qualité. De plus, pour certains éléments architecturaux tels que les encadrements de fenêtres et de portes ou les cheminées, il est nécessaire de faire venir de loin la pierre qui peut être sculptée. La construction d'un château en pierre témoigne de la richesse et de la puissance.⁸

Comme mentionné dans le chapitre précédent, le château est désormais considéré comme un patrimoine à protéger. Depuis longtemps ces lieux ont eu différentes fonctions. Encore aujourd'hui, ils servent de sites touristiques ouverts au grand public ou sont des lieux de production de vigne. Le château, autrefois réservé aux aristocraties, est maintenant devenu un bien national tout en gardant son identité territoriale. Effectivement, la préservation et la restauration des châteaux favorisent une nouvelle utilisation de l'espace tout en conservant sa construction mais aussi en partageant son histoire et ses connaissances. La société contemporaine a donné de la valeur au patrimoine, à nous de le façonner à notre manière en tant qu'héritiers. De ce fait, la mise en tourisme fait vivre le lieu sous de nouvelles formes, d'où l'importance de la transmission aux futures générations.

2.2. De génération en génération

Le mot « *transmission* » en latin « *transmissio* » signifie initialement non pas l'envoi, mais plutôt la traversée, le passage, le partage. Le fait de transmettre consiste à passer quelque chose à une autre personne. Le verbe est constitué par le préfixe latin « *trans* » donnant au-delà et du verbe « *mittere* », a pour signification d'envoyer, et puis, à partir du Xe siècle, de déposer. La transmission implique un rapport duel entre transmetteur, celui qui transmet, et un receveur, comme le rapport du maître et de l'apprenti. Ce donateur a vécu une expérience qu'il décide de transmettre. L'élève reçoit et sera aussi, à son tour dans la situation du maître, formant ainsi un cercle perpétuel. C'est un échange de connaissances, de valeurs et d'identités qui nous amènera à considérer la transmission comme une construction sociale, mais surtout humaine (Parizot, 2014, p. 104). De cette manière, à travers la transmission,

⁸ Idées reçues sur le Moyen Âge, *Les châteaux étaient construits en pierre*, [Sornettes - Idées reçues sur le Moyen Âge - « Les châteaux étaient construits en pierre » - Inrap - Magazine](#), consulté le 18 mai 2024.

nous établissons un lien entre le passé, le présent et le futur. Si nous cessons de transmettre, cela signifie que nous rompons le lien entre le passé et le futur. Le futur existe grâce au passé mais aussi à l'importance du présent. En réfléchissant ainsi, le futur pourrait-il exister sans le passé ?

Le concept de patrimoine est lié à la transmission, représentant l'héritage de ce qui a été transmis par nos ancêtres, qu'il soit familial, culturel ou naturel, se divisant en patrimoine matériel et immatériel, ajouté Davallon (2000, p. 8) « *On ne peut nier que la transmission est constitutive du patrimoine. Sans elle, on ne saurait être fondé à utiliser ce terme* » cité par Parizot Anne (2014, p. 104), professeure des universités en sciences de l'information et de la communication. Deux formes de transmission sont identifiées : l'héritage et la patrimonialisation. Pour le premier cas, « *C'est parce qu'on est descendant, on se souvient parce qu'on doit se souvenir, en tant que membre du groupe* ». Le second cas concerne la préservation des objets afin de les transmettre. Le concept de tradition, qui est souvent associé à la transmission, nous conduit à l'héritage et au patrimoine. Ainsi « *tradition* » en latin « *traditio* » rejoint l'action de transmettre, provient du verbe « *tradere* » qui signifie livrer, remettre, faire passer à un autre (Parizot, 2014, p. 104-105). De ce fait, la transmission semble se dérouler de manière naturelle, par le biais d'une tradition, d'un patrimoine, des expériences vécues. Est-il un devoir de vouloir transmettre ou le faisons-nous automatiquement parce que c'est intrinsèque à la nature humaine ?

Aujourd'hui, nous considérons la transmission culturelle à travers les modèles constructivistes et interactionnistes, qui offrent une perspective plus dynamique. L'individu n'est pas seulement influencé par la culture de son groupe. Il réinterprète et manipule au contraire cet héritage à partir de son statut, de sa personnalité et de ses expériences. En utilisant à propre intérêt, il participe activement à la transformation de son environnement culturel en jouant constamment avec ses constructions interactives et actives avec son entourage. Selon docteur d'État en psychologie Vinsonneau Geneviève (2002) cité par Belkaïd Nadia inspectrice de l'action sanitaire et sociale et Guerraoui Zohra maîtresse de conférences en psychologie interculturelle (2003, p. 125), l'idée fondamentale de cette approche est que la culture ne peut être séparée des personnes qui l'ont fait vivre et se structurent à travers elle. Au fil des générations, les mutations sociales, économiques et

technologiques sont autant de « *filtres* » entre ce qui est transmis et ce qui est hérité, donc une transmission provoque des modifications sur les usages et les significations culturelles (Lahaye, Pourtois et Desmet, 2007).

2.3. Vers une durabilité intergénérationnelle

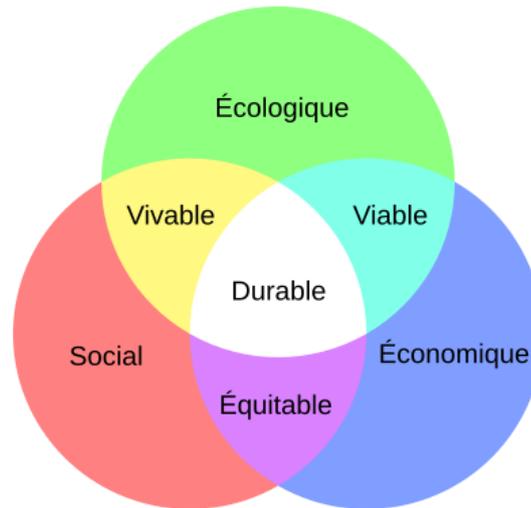
Le terme de durabilité évoque le concept de développement durable, qui est apparu pour la première fois en 1980 avec l'expression « *sustainable development* » dans un document de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN) nommé la Stratégie Mondiale de la Conservation. Quelques années après, la publication du document de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement intitulé « *Notre avenir à tous* » par Brundtland président de la Commission a fait connaître la définition du développement durable comme « *Un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* ». ⁹ Il a d'abord été utilisé de manière plus spécifique dans le domaine des sciences de l'environnement aujourd'hui, il est employé dans divers secteurs notamment dans le secteur du patrimoine. Le mot durable désigne la capacité à durer ou à se poursuivre pendant une période prolongée, nous pouvons également l'associer aux mots « *soutenable* » et « *supportable* ». ¹⁰ C'est un concept qui a besoin de mobilisation totale car il englobe trois éléments essentiels pour la qualité de vie de nos sociétés : le développement économique, la préservation de l'environnement et le développement social et humain. Le développement durable repose sur l'économie qui favorise l'amélioration des conditions sociales, tout en tenant compte des contraintes liées à la protection de l'environnement. Les trois piliers de ce développement découlent de l'interaction entre ces trois éléments : équitable, viable et vivable. ¹¹

⁹ Gouvernement du Québec, À propos du développement durable, [Développement durable : définition et objectifs \(gouv.qc.ca\)](#), consulté le 20 mai 2024.

¹⁰ UNESCO, *Glossaire, Durable et (durabilité)*, [Durable \(et durabilité\) - Glossaire - UNESCO Centre du patrimoine mondial](#), consulté le 20 mai 2024.

¹¹ Géoconfluences, 2023, *Développement durable*, [Développement durable — Géoconfluences \(ens-lyon.fr\)](#), janvier 2023, consulté le 20 mai 2024.

Figure 3 : Trois piliers du développement durable¹²



Tout comme les connaissances de l'être humain, le patrimoine évolue et se transmet afin de s'améliorer. C'est une façon de s'adapter aux changements pour continuer à vivre et à exister. L'envie de transmettre aux nouvelles générations rejoint cette idée de durabilité ce qui permet aux lieux patrimoniaux de créer des offres culturelles et touristiques diversifiées à partir d'un patrimoine. Dans une société contemporaine et éphémère, les monuments historiques sont de plus en plus contraints de s'adapter à de nouvelles formes de vie (Gondras, p. 13). Cherchant de nouvelles fonctions, le patrimoine a subi différentes formes d'interprétation mais aussi de protection, une notion de bien familial à celle de bien public, il est soutenu par des outils législatifs. En France, les destructions révolutionnaires ont engendré la volonté de sauvegarder les biens représentatifs de l'histoire et de l'art. Bien que l'ancienneté soit devenue peu à peu synonyme de valeur au XVIIIe siècle, encourageant l'expansion et l'ouverture au public (Gondras, p. 21). Ainsi les monuments sont déconnectés de leur fonction d'usage par une prise de conscience patrimoniale, et acquièrent aujourd'hui une valeur éducative publique et collective (Gondras, p. 22). Certains objets ou monuments ont une durée de vie limitée par le temps et en les modifiant nous pouvons prolonger leur existence en leur attribuant une valeur patrimoniale. En s'alliant au tourisme, les lieux patrimoniaux créent ce que nous appelons des « *produits touristiques* » sous différentes formes en tant qu'hébergement, restauration, location d'espaces

¹² Source : Géoconfluences, 2023

événementiels, de formations, de commerces, de travail et surtout de multiples offres culturelles comme les visites, animations et expositions (Direction Générale des Entreprises, 2018).

Aujourd'hui le patrimoine a un rôle éducatif qui représente la culture et l'identité d'un pays, d'une région, d'une ville ou d'un village. La France regorge d'une grande diversité de biens patrimoniaux comme les églises et les châteaux d'époques très différentes. Ces lieux sont devenus un lieu de rencontres et de partages pour toutes les générations suite à la reconversion au tourisme mais aussi au développement du territoire. Chacun peut donc se réapproprier le patrimoine, il est préservé et transmis aux futures générations sous une autre alternative.¹³ Face aux menaces sociétales, le patrimoine allié à la transition écologique et à la culture joue un rôle crucial dans la perception de soi. Notre héritage historique ou archéologique démontre notre capacité à faire face à la variation climatique passée. En élaborant une réflexion sur notre propre identité, en tant qu'héritiers de sociétés qui évoluent sur les pratiques, les styles de vie, les technologies et notre relation avec notre environnement. Le secteur culturel et patrimonial peut être perçu comme un vrai moteur de développement répondant à tous les critères de durabilité.¹⁴

Ce sous-chapitre démontre le fruit des transformations de notre société qui évolue constamment forçant son environnement à s'adapter en permanence. Le château est un exemple qui témoigne parfaitement un héritage transmis de génération en génération tout en se familiarisant avec son nouveau contexte. Il participe également au développement du territoire par le biais des actions touristiques dans une logique de transition écologique de manière à respecter les trois éléments de la durabilité : l'économie, le social et l'environnemental. En effet nos ressources ne sont pas inépuisables, il est de notre devoir de gérer les impacts de nos actions.

¹³ Portail du patrimoine, *Les 5 raisons de préserver le patrimoine*, [Pourquoi préserver le patrimoine \(portail patrimoine.fr\)](https://portail-patrimoine.fr), consulté le 21 mai 2024.

¹⁴ Spotify, 2023, *Valérie Masson-Delmotte, ministre du climat*, [Valérie Masson-Delmotte, ministre du climat - Meurice Recrute | Podcast on Spotify](#), mars 2023, consulté le 22 mai 2024.

3. Création de liens à travers la médiation

Dans ce sous-chapitre, nous étudierons la notion de médiation, l'origine et le rapport avec la culture. Par la suite, nous analyserons l'importance d'une médiation culturelle dans la création de lien social dans une société en constante évolution. Pour finir, nous parlerons de la participation culturelle qui représente un élément essentiel de l'inclusion sociale au sein d'une communauté ou dans un domaine spécifique.

3.1. Une médiation évolutive

La médiation, dérivée du latin « *mediatio* » et la racine « *med* » signifie milieu. Cette notion est apparue au XIII^e siècle pour désigner une « *intervention humaine entre deux parties* ». Le processus de conciliation de la médiation se déroule par le biais d'un intermédiaire : le médiateur. Aujourd'hui, si le mot est intégré au vocabulaire et aux pratiques culturelles, il n'en a pas toujours été le cas. Il fait d'autre part référence à d'autres domaines à savoir : le social, le juridique et le religieux. Dans un cadre religieux, la médiation désigne la création d'un lien entre « *le Ciel et la Terre* » et entre « *l'homme et le divin* ». Il s'agit ainsi d'intercesseurs, de médiateurs, qui dévoilent des messages permettant la « *rencontre du sacré* ». Dans le domaine juridique, elle se réfère plutôt à la « *résolution de conflits entre deux parties* ». Le médiateur joue donc le rôle de conciliateur et de négociateur. Même si ces premières formes de médiation sont très différentes, elles nous permettent d'illustrer certains aspects de la médiation culturelle (Quintas, 2014 , p. 2).

« Pour commencer, il faut réfuter le sens commun : la médiation ne se résume pas à servir d'intermédiaire pour transférer un contenu d'un point A à un point B, d'un émetteur à un récepteur. Elle ne vise pas à apporter des informations sur un objet à un sujet destinataire, pas même à expliquer. C'est là une vision limitée, et pour tout dire une méconnaissance de la médiation culturelle. Celle-ci est beaucoup plus riche et a une portée plus fondamentale que cela »
(Chaumier et Mairesse, 2013, p. 26).

La notion est introduite dans le domaine culturel français dans les années 60, mais elle se développe véritablement dans les années 80 dans le domaine des musées et bibliothèques. Dans ces milieux, elle se focalise traditionnellement sur la

transmission des connaissances, des savoirs et des objets. La médiation est initialement pensée dans un cadre classique pour la diffusion littéraire, patrimoniale et artistique. Ces actions culturelles se transforment progressivement en interventions dans le contexte de la « *démocratie culturelle* » en encourageant une plus grande participation des individus mais surtout en valorisant les expressions citoyennes. La médiation s'est développée en particulier dans le domaine de la culture et du patrimoine car la transmission traditionnelle n'est plus aussi efficace qu'avant. Elle est déconnectée de diverses réalités sociodémographiques comme la jeunesse et l'influence de l'environnement numérique sur la participation culturelle dans le but de favoriser la participation mais aussi l'expression artistique des individus graduellement. Ainsi, les acteurs culturels accordent une plus grande importance à la valorisation du patrimoine faisant appel à leur créativité (Quintas, 2014 , p. 3).

Les méthodes et les actions de médiation s'articulent et se renouvellent en fonction de la variété et de la constante évolution des pratiques et des préférences culturelles, souvent composées au niveau individuel, en harmonie avec la diversité des modes de vie dans la société contemporaine. De cette manière, la médiation se transforme en un domaine de pratiques situées à la croisée des objectifs et des actions de la démocratisation sociale (Quintas, 2014, p. 3). La médiation dans tous les domaines représente un moyen de transmission d'informations favorisant la création de lien social et l'inclusion. Elle joue également un rôle capital dans l'éducation tout en s'adaptant à son public tout dépendant du but de cette transmission. Le schéma ci-dessous permet la compréhension d'une médiation avec l'exemple de la culture :

Figure 4 : Schéma des actions aux confluent des objectifs de la démocratie et de la démocratisation culturelles¹⁵



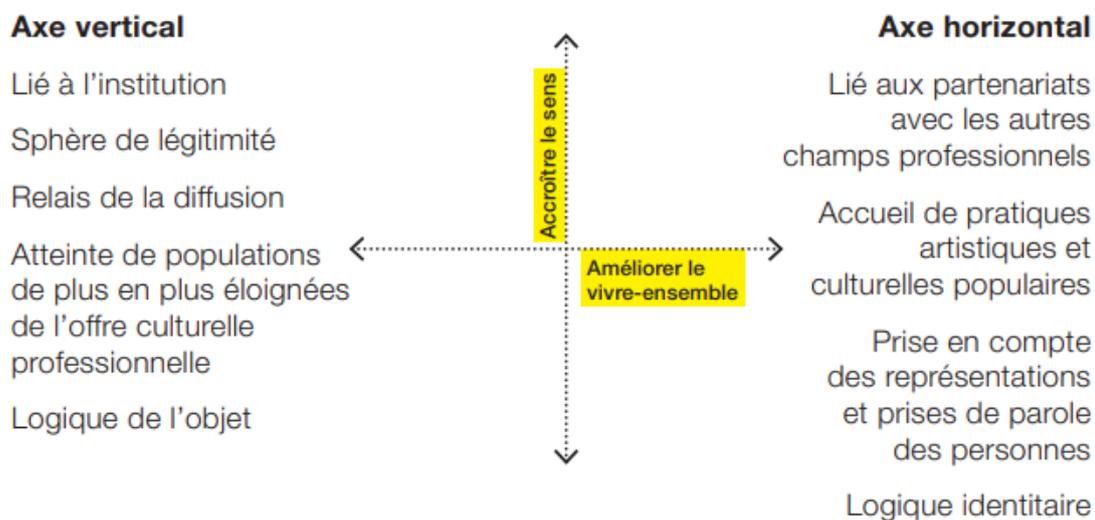
3.2. Médiation culturelle : outil de cohésion sociale

L'interaction entre les domaines de la culture et du social est appelée médiation culturelle (Quintas, 2014, p. 2). C'est un concept qui pourra rester très polysémique pendant longtemps et ne cessera pas de prendre en compte des expériences variées (Jacob et Le Bihan-Youinou, 2008). L'objectif de cette médiation est de permettre à un public d'accéder à des œuvres ou des connaissances. C'est une approche qui consiste à créer une « *interface entre ces deux univers étrangers l'un à l'autre* », ici celui du public et celui de l'objet culturel dans le but de favoriser une « *appropriation du second par le premier* » (Davallon, 2004). Par conséquent, elle a besoin d'outils d'assistance à la visite aux actions proactives dans la conception et la communication par les acteurs impliqués (Caillet et Jacobi, 2004). La médiation culturelle est également questionnée à partir d'une variété de présupposés tels que les « *défis de l'évolution des politiques culturelles – de l'action culturelle au projet de démocratisation culturelle, la relation entre les publics et les musées, la construction du lien social* » (Ullauri-Llore, Debade, Doduik et Girel, 2019). L'action culturelle est une vision politique du développement de la culture à partir des années 1960 qui rassemble tous les modèles mis en place pour rapprocher la population du milieu culturel et artistique. L'objectif de l'action culturelle est de diminuer les disparités d'accès à la culture en offrant aux personnes la possibilité de mieux appréhender la réalité culturelle qui les entoure mais aussi de donner une signification sociale aux actions artistiques et culturelles (Fourcade, 2014, p. 3). Dans le domaine de la culture, cette idée est basée sur deux métaphores, l'une pour

¹⁵ Source : QUINTAS Eva, 2014

« *passage* » et l'autre pour « *lien social* » (Dufrière et Gellereau, 2004, p. 199). Ces deux axes sur le schéma suivant peuvent représenter la transformation de l'action culturelle, passant d'une logique d'accès à une logique de participation :

Figure 5 : Schéma de l'action culturelle en évolution¹⁶



L'axe vertical est associé à la diffusion des productions et des œuvres créées dans le domaine légitime et institutionnel de la culture. Dans cette situation, les acteurs professionnels chercheront à toucher des populations moins familières avec leur environnement en utilisant diverses méthodes d'accompagnement. En accord avec les objectifs de l'éducation artistique, il sera important de partager la connaissance et de stimuler la capacité d'appréciation des publics. Tandis que l'axe horizontal est en relation avec la participation et l'expression culturelle des citoyens. Dans ce contexte, souvent les professionnels en collaboration avec d'autres acteurs du domaine social développent des méthodes de plus en plus « *inclusives* » et « *immersives* » afin de promouvoir la participation active des individus. Avec des buts plus proches de l'éducation populaire, ces initiatives ont pour objectif principal d'intégrer socialement et culturellement les citoyens (Quintas, 2014, p. 4).

Le développement des pratiques de médiation culturelle entraîne à la fois une transformation significative des formes de transmission de la culture et les relations

¹⁶ Source : QUINTAS Eva, 2014

sociales. Qu'il s'agisse des relations aux publics, des pratiques professionnelles, de l'action étatique ou du discours, la médiation culturelle prend une nouvelle dimension politique et civique marquée par la construction de nouveaux réseaux et d'espaces d'échanges entre les acteurs (Quintas, 2014, p. 4). Aujourd'hui, il est question d'un véritable domaine de l'action culturelle où les stratégies s'élaborent, des outils et des dispositifs permettent la transmission et l'appropriation de la culture par tout le monde. Au croisement des domaines de la culture et du social, les pratiques de médiation culturelle se manifestent à travers des projets et des activités qui favorisent la participation afin de faciliter la rencontre des citoyens avec une variété d'expériences. La médiation culturelle se présente comme un processus d'appropriation du sens, à travers une dynamique et un lien unique entre les deux mondes différents. Enfin, son objectif est de faire en sorte que chaque individu devienne un véritable acteur de la culture, qu'il soit visiteur ou spectateur (Quintas, 2014, p. 2). La médiation était chargée de lutter contre la fragilisation du lien social et de promouvoir la création de nouvelles normes là où les anciennes avaient perdu leur légitimité (Caune, 2018, p. 9).

3.3. Lien social au sein d'une participation culturelle

Dans le domaine culturel, « *prendre part* » où l'action de participer englobe différentes réalités. Il est possible d'envisager la participation comme les différentes « *formes de pratiques et de consommation de la vie culturelle* ». En faisant référence à la participation sous l'angle d'une dimension citoyenne, elle met en évidence l'implication d'individus ou de groupes dans la mise en œuvre de projets culturels qui favorisent un bien-être ou un bien-être collectif. En termes pratiques, la participation peut aussi être définie comme les différents niveaux d'activité ou de passivité qui peuvent être mobilisés dans le cadre d'une pratique culturelle. De l'accueil dans le cadre d'une visite dans un musée, à la « *collaboration* » ou « *co-création* » dans le cadre d'une œuvre ou d'un projet collectif (Fourcade, 2014, p. 6).

L'importance de la culture est essentielle pour maintenir et améliorer la qualité de vie et le bien-être des communautés et des individus. Les biens, les expressions et les pratiques culturelles jouent une fonction centrale dans la création, la transmission et la réinterprétation des valeurs, des compétences et des convictions.

Ceux-ci permettent aux individus et aux communautés d'exprimer le sens qu'ils accordent à leur vie mais surtout à leur propre développement. La qualité et la nature des relations sociales sont également influencées par ces compétences, valeurs et croyances. Elles influencent directement la perception d'intégration, de tolérance envers la diversité, de coopération en guidant les actions individuelles et collectives. Étant donné qu'elles proviennent des générations précédentes, elles sont élargies et adaptées par les membres actuels de la communauté. De ce fait, elles sont en permanence « *redéfinies* » et « *transformées* » pour s'adapter à l'évolution des systèmes de valeurs, à la diversité culturelle et aux modes d'expression créative (UNESCO, 2014, p. 84).

D'autre part, les niveaux du capital social d'une société sont déterminés par la perception des individus de leurs capacités à prendre des décisions et à agir, ainsi que la qualité des relations qu'ils entretiennent avec leur communauté et le degré d'inclusion. Ainsi la culture est la clé dans le développement des compétences humaines et du capital social, qui sont les éléments essentiels pour créer des environnements évolutifs et favorables, durables et centrés sur l'humain. En effet, le progrès ne peut pas être réalisé sans participation de la population au sein d'une société et sans réorganisation continue « *des allégeances culturelles qui permettent à des êtres humains, ayant des idéaux différents de qualité de vie, de vivre d'une manière compatible dans une biosphère vivante* » (UNESCO, 2014, p. 84). En présentant et en créant une diversité de ressources et d'expressions culturelles, cette participation est basée sur le choix et occupe un rôle éducatif pour renforcer les compétences des individus. Ce qui a favorisé l'émergence d'une pensée critique et contribue à un processus d'apprentissage constant de la diversité et la créativité culturelle. De plus, la participation culturelle offre à chaque individu la possibilité de vivre ce qui est important pour lui, ce qui conduit à la construction et à la transmission incessante des valeurs collectives et individuelles. Ces valeurs influencent la façon d'expression, de compréhension de la diversité permettant aux individus de s'adapter au changement, tant au niveau collectif qu'individuel (UNESCO, 2014, p. 85).

La participation culturelle basée sur le libre arbitre est aussi un moyen d'améliorer le bien-être et de faciliter la compréhension réciproque. C'est pourquoi elle offre aux

personnes la possibilité de créer des liens sociaux positifs au sein d'une communauté, ainsi qu'une pluralité culturelle qui encourage les sentiments d'intégration, de respect mutuel et d'inclusion (UNESCO, 2014, p. 85-86). Le multiculturalisme est une caractéristique des sociétés modernes car sur le même territoire coexistent différentes cultures et expressions culturelles locales et étrangères. Chaque culture est un produit dérivé, doté d'une multitude d'influences et de traditions empruntées à d'autres. Le recours à la diversité culturelle en tant que ressource pour renforcer la cohésion sociale peut constituer un investissement utile à long terme pour le développement national. Offrant des bénéfices pour l'économie, la créativité et la diminution des conflits, ainsi que de nombreux bénéfices sociaux pour favoriser le développement durable en particulier le pluralisme culturel (UNESCO, 2014, p. 90).

Ce sous-chapitre indique que la médiation est nécessaire dans plusieurs domaines et a un rôle multifonctionnel, mais surtout elle permet de faire rencontrer deux mondes différents afin de les faire cohabiter ensemble et se comprendre mutuellement. Notamment, la médiation culturelle représente une action sociale permettant de créer un lien au sein d'une société ou d'une communauté. Favorisant ainsi l'inclusion sociale et facilitant la transmission des informations culturelles et patrimoniales aux futures générations. Grâce à ses diverses actions la culture peut être accessible à tous, encourageant la participation sociale des individus et contribuant ainsi au développement territorial.

Chapitre 2 : L'attractivité touristique issue des ressources culturelles et patrimoniales

Dans ce chapitre, nous allons étudier l'attractivité touristique dans le cadre d'un patrimoine culturel en milieu rural. Dans un premier temps, nous verrons les fondements de l'attractivité touristique et l'influence des produits touristiques sur le développement territorial. Dans un deuxième temps, nous nous pencherons sur la mise en tourisme du patrimoine culturel. Dans un troisième temps, nous mettrons en avant les différents dispositifs permettant de préserver les patrimoines.

1. Les fondements de l'attractivité et développement territorial

Dans ce sous-chapitre, nous aborderons la notion de l'attractivité touristique au sein d'un territoire ou une destination dans une société qui évolue. Ensuite, nous prendrons connaissance du terme produit touristique et sa conception. Puis nous finirons avec le développement territorial au moyen des ressources culturelles et patrimoniales.

1.1. Les clés de l'attractivité touristique

La demande touristique a subi d'importantes évolutions avec la mondialisation. Les touristes cherchent de plus en plus à faire preuve d'originalité et d'engagement lors de leur voyage. L'éventail de produits touristiques est donc devenu extrêmement divers et la gamme des destinations est devenue toujours plus étendue (Fabry, 2009, p. 56). En général, l'attrait d'un territoire est lié à sa capacité à attirer et à retenir les éléments de la population. Cette attractivité sera définie comme la capacité d'un territoire à être sélectionné par un acteur comme lieu de localisation permanent ou instantané pour ses activités (Poirot et Gérardin, 2010, p. 27). La géographie est inséparable de l'attractivité du territoire. Le territoire constitue le cadre de l'étude du phénomène, il représente l'espace géographique pour lequel les acteurs sont réellement reconnus et qui est souvent lié à la frontière (George et Verger, 2000, p. 457). La question de l'attractivité touristique revêt une grande importance pour les destinations touristiques à travers le monde. Elle joue un rôle

essentiel dans la réussite en attirant les visiteurs et en les incitant à revenir (Viceriat, Origet du Cluzeau, Levy, Doublet et Gros, 2007).

L'attractivité touristique désigne la capacité d'une destination à attirer des touristes. Le nombre d'entrées et la durée des séjours, ainsi que les dépenses générées par ces personnes qui témoignent de la qualité de cette attractivité, tout en respectant l'environnement socioéconomique de la mise en tourisme de cet espace. Autrement dit, une destination attrayante connaît une augmentation de son tourisme intérieur (Fabry, 2009, p. 56). Trois éléments sont essentiels pour qu'un territoire soit attractif : « *le tissu productif, le tissu résidentiel et le tissu touristique* ». Cependant, ce dernier aspect est souvent négligé, ce qui n'est pas le cas du volet productif et résidentiel. En effet, un territoire est considéré comme attractif lorsqu'il peut attirer des capitaux et des entreprises pour des raisons « *productives* » et des raisons « *résidentielles* » pour la population. La complexité de l'attractivité touristique réside dans le fait qu'elle concerne à la fois les entreprises touristiques, productrices de services et les touristes en résidence (Fabry, 2009, p. 57). Pour ne pas nuire au territoire, il est important de savoir jauger sa popularité, un territoire à vocation touristique peut devenir problématique pour les résidents permanents et leur environnement.

Un territoire attractif possède quatre caractéristiques majeures :

- Premièrement, il dispose d'un ensemble de « *ressources naturelles et/ou créées* » qui peut être considéré comme un « *avantage comparatif* ». Les ressources dites naturelles englobent tous les avantages liés aux paysages, aux zones touristiques, au patrimoine historique, artistique, naturel et culturel. Leur caractère authentique, unique et difficilement reproductible est souvent présent. Elles constituent le socle de la spécialisation thématique d'une destination. À ces ressources naturelles s'ajoutent les ressources « *humaines* » qui jouent un rôle décisif dans la valorisation et l'exploitation des ressources naturelles, ainsi que dans l'accueil des touristes.
- Deuxièmement, il est essentiel que la destination puisse mettre en place une « *politique de compétitivité* » axée sur la création de valeur ajoutée. Le coût associé à la qualité du service fourni devient un élément caractéristique de la concurrence. Il s'agit de mobiliser les acteurs du secteur touristique et de

mettre en avant l'avantage comparatif auprès des touristes tout en adaptant l'offre à la demande de manière dynamique.

- Troisièmement, il est nécessaire que la destination puisse bénéficier d'un « *support institutionnel et gouvernemental* » avant et après, qui peut renforcer l'image touristique de la destination, soutenir les manifestations grand public et définir les normes qualitatives.
- Quatrièmement, la destination doit satisfaire une « *demande touristique forte et ciblée* » à la fois internationale et nationale, ce qui va entraîner des dépenses touristiques liées à des exportations. En effet, le but est de bénéficier de l'évolution de la demande actuelle (Fabry, 2009, p. 58 à 60).

Figure 6 : Les quatre attributs d'une destination touristique¹⁷

| Attributs | Supports | Illustrations |
|------------------------------|---|--|
| Portefeuille de ressources | Ressources naturelles : difficilement reproductibles, localisées, base de la spécialisation touristique | Espaces touristiques et paysages : reliefs, climat, littoral, rivières, fleuves, lacs, faune, flore, montagnes, ... Patrimoine historique, artistique, culturel et naturel : Château de Versailles, Joconde, Tour Eiffel, Côte d'Azur |
| | Ressources créées : Valorisation des ressources et accueil des touristes | Main d'œuvre Infrastructures : transports, hébergement, aménagements touristiques, ... |
| Politique de compétitivité | Industrie touristique compétitive (rapport qualité - prix) | Concentration spatiale des acteurs du tourisme Capacité à innover, différencier l'offre, fiabilité des infrastructures et équipements, qualité des ressources humaines, planification régionale, ... |
| Support institutionnel | Renforcer l'image touristique de la destination | Communication touristique, organisations de grandes manifestations Encadrement de la profession, normes, formation |
| Demande touristique soutenue | Cibler la demande au niveau national et international | Goût pour la variété des touristes et prise en compte de la variété des goûts des touristes : différenciation, niches, innovation de produits. |

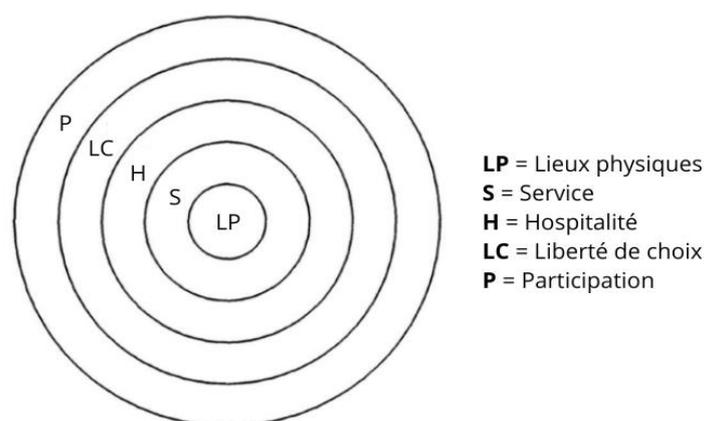
1.2. Produit touristique, facteur de l'attractivité territoriale

Un produit touristique est un ensemble de services et de prestations comme le transport, l'hébergement, la restauration, les animations, les excursions et les visites qui sont associés à un site ou à un centre d'intérêt particulier. Le produit touristique

¹⁷ Source : Fabry, 2009

est « *tarifé et vendu à travers des circuits de distribution. Il a un cycle de vie* » selon la définition officielle de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).¹⁸ Il représente l'élément principal dans l'attractivité touristique d'un territoire. De nouvelles destinations sont constamment proposées par l'industrie du tourisme dans le but d'attirer les touristes et se démarquer des autres. Cette industrie peut être définie comme la création et la valorisation de produits destinés à la consommation des visiteurs. Le produit touristique se compose d'une combinaison d'éléments humains et naturels qui constituent un territoire et qui influencent son attrait. Ces caractéristiques sont des avantages matériels et immatériels qui ont un impact positif sur la décision des touristes. Pour cette raison, un produit peut être composé de différents attraits tels que les faits historiques, patrimoniaux, naturels, religieux, culturels et sportifs mais peuvent prendre des formes permanentes comme des hôtels ou restaurants (Smith, 1994). Ainsi les structures d'accueil et des moyens de transport sont essentiels pour le développement d'un produit touristique. Pour résumer, un produit correspond à tout ce qui peut être proposé afin de répondre à un besoin ou à un désir (Kotler, Filiatrault et Turner, 2000). Les produits se rapportent aux activités auxquelles les touristes peuvent prendre part et à travers l'expérience vont garder des souvenirs (Lew, 1987). Le professeur Smith L.J Stephen (1994) propose un modèle de cinq caractéristiques d'un produit touristique générique : « *les lieux physiques, le service, l'hospitalité, la liberté de choix et la participation* ».

Figure 7 : Produit touristique générique de Smith¹⁹



¹⁸ Géoconfluences, 2022, *Produit touristique*, [Produit touristique — Géoconfluences \(ens-lyon.fr\)](https://www.geoconfluences.fr/produit-touristique), mai 2023, consulté le 23 mai 2024.

¹⁹ Source : SUEBSAO Salintip

Selon l'Encyclopédie du tourisme (Jafari, 2000), tous les produits achetés pendant un voyage peuvent être considérés comme des produits touristiques. Selon deux auteurs Medlik et Middleton, le produit est un « *assortiment d'activités, de services et de bénéfiques qui constitue l'expérience touristique dans sa globalité* » cité par Smith (1994). Aujourd'hui, le produit touristique est considéré sans doute par toutes les activités effectuées par le touriste à partir du moment où il quitte son « *espace habituel* » et ce, jusqu'à ce qu'il y revienne. Pour certaines personnes, le produit touristique inclut l'ensemble du voyage (De Grandpré, 2007, p. 13). Les attraits d'une destination peuvent être transformés en produit touristique. Ils sont appréciés non seulement par les touristes, mais également par les habitants du territoire. Tous ne sont pas structurés de manière commerciale dans une seule ambition d'attirer les touristes. Ils contribuent tout autant à la dynamique du territoire en question de manière à le rendre attrayant pour la population. De plus, il peut y avoir des attraits gratuits, comme la présence de patrimoine bâti ou des paysages mais font tout de même partie du tourisme (George et Verger, 2000, p. 337). Effectivement, le produit touristique est un produit « *complexe* » (Caccomo et Solonandrasana, 2001, p. 17). Dans un autre cas, il peut se définir comme « *continuum de biens privés, biens publics et biens publics locaux* » (Brillard, 2000, p. 47).

À travers l'évolution de la société, de nouveaux concepts de produits touristiques font apparition dans le marché du tourisme. En particulier en ce qui concerne la transition de la demande vers des produits plus confortables tout en améliorant la praticité. Il est également observé un grand intérêt pour les produits à caractère ludique (Frochot et Legohérel, 2010, p. 35). Depuis 2010, les exigences aux yeux des clients s'étendent de plus en plus vers le respect de l'environnement, la qualité et la traçabilité, la sensibilité à l'éthique, une identité renforcée des lieux et des produits, une intégration renforcée au niveau du service et technologies pour les prestations enfin une mise en scène et le spectacle pour le côté vivre l'expérience (Origet du Cluzeau et Viceriat, 2010). Il est essentiel de créer des produits pour satisfaire la demande des touristes et de garantir la rentabilité de l'industrie du tourisme à long terme (Smith, 1994).

1.3. Patrimoine et culture, ressources de développement territorial

Le développement territorial consiste principalement à identifier et à mettre en valeur les ressources spécifiques d'un territoire par rapport au générique. Cette ressource n'est pas échangeable et n'est pas présente dans le lieu de sa création, sa valeur étant attribuée en fonction de son utilisation. Les ressources spécifiques sont économiquement significatives sur leur territoire lorsqu'elles aboutissent à la « *production de biens et de services* ». Il existe des ressources territoriales qui ne sont pas commercialisées, mais qui contribuent tout de même à la valorisation du territoire (histoire, culture, paysage naturel...). La présence de ces ressources augmente la valeur des biens et des services. Leur valeur marchande s'ajoute au prix, ce qui caractérise la « *qualité territoriale* ». Cette qualité est exceptionnelle, elle ne peut être fabriquée autre part, ce qui lui confère une qualité intrinsèque. Elle est une combinaison entre les différents éléments en raison de sa spécificité et de son origine. Ainsi, le développement du territoire repose sur l'utilisation de produits de qualité territoriale. Les activités qui l'entourent sont positivement influencées par la qualité territoriale. Elles vont mettre en valeur et accentuer la réputation de la qualité territoriale, à intégrer cet avantage et à favoriser la production de biens et de services de qualité supplémentaire. La valeur d'une ressource générique est indépendante du lieu, car elle est transférable et dissociée du génie du lieu. A la différence de la ressource spécifique qui est tributaire du territoire (Campagne et Pecqueur, 2014).

Les acteurs sont responsables de la transformation d'une ressource territoriale en une ressource active, en apportant une valeur ajoutée à son territoire. Le patrimoine culturel est considéré comme une ressource territoriale qui augmente la valeur des productions locales. De cette façon, elle valorise l'histoire locale et l'histoire des produits du territoire (Sobie, 2018, p. 43). Le patrimoine culturel découle d'un processus de patrimonialisation complexe qui est spécifique à chaque territoire et qui le considère comme un bien collectif (Vernières, 2015, p. 7). Selon l'historienne Choay Françoise (1992), le patrimoine, sous toutes ses formes, a toujours une « *dimension collective et sa conservation relève de l'intérêt général* ». Pendant longtemps il a été considéré uniquement en fonction de sa valeur culturelle. Aujourd'hui, le patrimoine est considéré comme une ressource qu'il faut mettre en

valeur dans le but de favoriser le développement social et économique du territoire (Vernières, 2015, p. 8). Étant une construction sociale, le patrimoine joue un rôle essentiel dans les projets de développement en fonction des objectifs que la société en question se fixe en matière de développement. Elle dépend également des autres ressources présentes sur son territoire (Vernières, 2015, p. 10).

La culture y est considérée à la fois comme un élément faisant structurer le territoire et comme un actif qui encourage la création « *d'activités productives* » (Lacour, Leloup et Moyart, 2014, p. 791). Il existe différentes attributions pour la culture tels que la culture axée sur la créativité, la production de services et de biens comme ressource pour l'économie qui contribue à l'amélioration de la richesse économique et la culture axée sur le patrimoine favorisant le développement territorial, y compris sa dimension communautaire et sociale. De ce fait, elle représente un élément extrêmement dynamique, intervenant au croisement des domaines politique, social et économique (Lacour, Leloup et Moyart, 2014, p. 794). De nombreux lieux culturels jouent un rôle essentiel dans la mise en valeur des territoires qui les accueillent. Il est possible que la valeur générée soit à la fois économique et immatérielle, comme l'amélioration de la qualité de vie des habitants ou de l'image d'un territoire (Camors, Simorre et Souldard, 2016, p. 6). Le patrimoine culturel est qualifié comme « *Notre diversité créatrice* », ces ressources sont des « *richesses fragiles* » et requièrent donc des politiques et des modèles de développement qui préservent et respectent la diversité et la singularité de ce patrimoine (UNESCO, 2014, p. 132).

Ce sous-chapitre met en évidence l'évolution de la société mais aussi les envies de la population qui ont une influence sur l'attractivité touristique. La demande est devenue de plus en plus exigeante et ciblée, à présent c'est au tour de l'offre d'exploiter aux mieux les ressources et les potentialités d'un territoire ou d'une destination à travers la conception d'un produit touristique. Il est important de bien saisir que les ressources d'un territoire sont essentielles pour son développement territorial. En étant transformées par les acteurs, ces ressources territoriales contribuent à la production de biens et services locaux qui participent à la dynamique et à l'économie du territoire. Ce développement est un acte collectif qui bénéficie non seulement à la

population mais attire également les touristes, dans la mesure où ces ressources sont protégées et valorisées de manière durable.

2. Tourisme, facteur de développement et de valorisation de patrimoine culturel en milieu rural

Dans ce sous-chapitre, nous traiterons la mise en tourisme, ses débuts et ses définitions données par des différents acteurs. Ensuite nous étudierons l'un des plus courants secteurs du tourisme comme le tourisme culturel et son évolution au fil des siècles. Pour finir, nous soulignerons l'importance du patrimoine culturel en milieu rural qui mérite d'être mise en valeur.

2.1. Mise en tourisme, origine et développement

Selon l'Organisation des Nations Unies (ONU), le tourisme est une activité sociale, culturelle et économique qui implique des déplacements de personnes vers des lieux ou des pays en dehors de leur environnement habituel, que ce soit pour des raisons personnelles ou pour des raisons professionnelles. Les individus pratiquant cette activité sont nommés visiteurs mais ils peuvent parfois être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents. Le tourisme comprend leurs activités, dont certaines entraînent des dépenses touristiques sur place.²⁰ Voyager est une activité essentielle dans le développement depuis l'Antiquité, puisque ceci ouvre la voie aux rencontres des nouvelles cultures mais aussi à l'exploration de nouvelles destinations et ressources. Ce type de déplacement conduit à la production des premières économies mondiales. Le développement du tourisme au XVIIIe siècle a été principalement marqué par l'invention du « *Grand tour* » par les Anglais et les Allemands. Cette action consiste à envoyer les jeunes élites en Europe afin de découvrir de nouvelles cultures et être soumis à la pratique sociale (Suebsao, 2023, p. 14).

Le terme « *tourisme* » provient de l'anglais « *tour* », qui signifie « *mouvement rapide et circulaire* », ce qui explique le circuit parcouru par des individus en un temps limité

²⁰ ONU Tourisme, *Glossaire*, [Glossaire | ONU Tourisme \(unwto.org\)](https://www.unwto.org/fr/glossaire), consulté le 25 mai 2024.

et le déplacement même. C'est le développement d'un type de voyage, dont la nature et la multiplication découlent de l'affirmation, tout en augmentant des formes de loisirs basées sur un « *déplacement géographique temporaire* » (Chabaud, 2000). Le phénomène fait partie de l'ensemble des processus techniques, culturels et sociaux grâce à la révolution industrielle et à l'avènement du chemin de fer à la fin du XIXe siècle, ce qui a suscité de nombreux départs en vacances. Il a connu une augmentation dans les années 60 en faveur de la démocratisation de l'automobile et aux congés payés en France (Lehalle, 2018, p. 11).

La notion de « *mise en tourisme* » peut être définie comme l'ensemble des « *actions individuelles et collectives* » qui changent un lieu ou un objet géographique en lui conférant des caractéristiques uniques, créés par et pour des usages spécifiques à un domaine social appelant tourisme. Il est également possible de la décrire comme la « *transformation des lieux à des fins touristiques* ». Le développement du tourisme est donc à la fois un déroulement et un état, une dynamique qui crée un type d'espace nommé lieu touristique. Il est possible de concevoir le lieu touristique comme un lieu dont l'unité et la singularité sont établies grâce au tourisme, qui est défini comme un phénomène socioculturel.²¹ En géographie, le tourisme est défini comme un ensemble d'acteurs, de lieux et de pratiques qui permettent aux individus de se déplacer et de vivre temporairement en dehors des lieux habituels.²² Dans les discours scientifiques, la mise en tourisme est en harmonie sémantique avec le terme « *touristification* » qui est utilisé pour désigner l'idée d'action. Cependant ces deux termes ne sont pas synonymes dans leur signification cognitive. En fin de compte, la mise en tourisme s'inscrit dans une approche visant à modéliser la réflexion géographique en prenant en compte la construction sociale de la réalité.²³

Le tourisme forme un « *assemblage de services* » qui permet de satisfaire les diverses demandes et besoins des touristes. Toutefois, cet assemblage ne peut pas être conservé de manière similaire à celle des produits industriels (Lehalle, 2018, p.

²¹ Hypergé, 2020, *Mise en tourisme*, [Mise en tourisme - HyperGeo](#), 30 novembre 2020, consulté le 25 mai 2024.

²² Géoconfluences, 2021, *Tourisme*, [Tourisme — Géoconfluences \(ens-lyon.fr\)](#), mars 2021, consulté le 25 mai 2024.

²³ Hypergé, 2020, *Mise en tourisme*, [Mise en tourisme - HyperGeo](#), 30 novembre 2020, consulté le 25 mai 2024.

12). Le mot tourisme semble simple à définir mais en réalité il est complexe à déterminer puisqu'il touche plusieurs domaines à la fois. Un territoire dit touristique doit offrir des produits touristiques de qualité, valorisant ses ressources par les acteurs afin d'être considéré comme attractif et en même temps contribue au développement territorial, le tourisme étant le moteur de ce processus.

2.2. L'essor du tourisme culturel

De nos jours, la culture et le tourisme sont considérés comme des moteurs essentiels du développement économique et territorial (Camors, Simorre et Soulard, 2016, p. 5). De différentes manières, un lieu culturel apporte une dynamique économique à son environnement. La culture contribue à améliorer la qualité de vie en créant des emplois locaux ou en améliorant l'image du territoire dans lequel le lieu culturel se situe, ou en favorisant l'appropriation du lieu par les résidents. Cependant, pour que cela soit bénéfique, il est essentiel que ce lieu soit ouvert et accessible pour tous. De manière plus élémentaire mais aussi plus abstraite, la culture constitue un moyen d'émancipation individuelle, d'ouverture d'esprit, d'éveil à la sensibilité esthétique et artistique. Son utilisation favorise les rencontres, le partage, les échanges avec autrui, tant entre les artistes que les publics, ainsi qu'entre les divers publics (Camors, Simorre et Soulard, 2016, p. 11).

Selon l'ONU, le tourisme culturel est défini comme « *un type d'activité touristique dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'apprendre à connaître, de découvrir et de consommer les attractions/produits culturels d'une destination touristique, matériels et immatériels, et d'en faire l'expérience* ». Ces attractions ou produits font référence à un ensemble de caractéristiques spécifiques matérielles, intellectuelles, spirituelles, émotionnelles d'une société. En incluant le patrimoine historique et culturel, les arts et l'architecture, le patrimoine culinaire, la musique, la littérature, les industries créatives et les cultures vivantes avec leurs modes de vie, leurs systèmes de valeurs, leurs traditions et leurs croyances.²⁴ En effet, le tourisme culturel et patrimonial ne sera pas possible à délocaliser car les moments et les

²⁴ ONU Tourisme, *Tourisme et culture*, [Tourisme et culture | ONU Tourisme \(unwto.org\)](https://www.unwto.org/fr/tourisme-et-culture), consulté le 26 mai 2024.

pratiques sont étroitement liés à un lieu donné (Lehalle, 2018, p. 12). Le tourisme culturel reposait sur les activités religieuses, commémoratives et la découverte du patrimoine ancien, y compris les monuments historiques. À l'époque, les guides touristiques ont sollicité les connaissances des premiers bénévoles, conservateurs et des savants locaux. Favorisant les nouveaux publics qui participent à la mise en valeur des musées, de l'histoire de l'art et à la restauration du patrimoine (Lehalle, 2018, p. 11). Selon Lehalle (2018), le secteur culturel comprend au total huit domaines grâce à ce tableau qui met en évidence toutes les facettes de la culture et les avantages que les structures culturelles peuvent offrir.

Figure 8 : Huit filières du secteur culturel²⁵



Les années 1990 ont vu l'émergence du tourisme culturel, avec l'apparition de secteurs plus spécialisés tels que le tourisme gastronomique, le tourisme patrimonial, le tourisme artistique, le tourisme créatif et le tourisme cinématographique. Le développement du tourisme fait également partie du contexte global de la mondialisation et des avancées technologiques qui ont encouragé la mobilité en réduisant les frais de transport aérien, en augmentant

²⁵ Source : Tourisme culturel, 2018, p. 13

l'accessibilité à différents lieux et biens culturels, en les mettant en avant dans les médias et en encourageant le voyage individuel. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le secteur du tourisme culturel représente 40% de l'ensemble du tourisme mondial. C'est un secteur qui est en perpétuelle mutation, influencé par les changements dans les modes de vie, l'émergence de nouvelles formes culturelles, créatives et l'innovation numérique. Le tourisme culturel est également un phénomène de plus en plus complexe, avec de nombreuses dimensions politiques, sociales, économiques, écologiques et éducatives.²⁶

« Déplacement d'au moins une nuitée, dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire. Par extension on y inclut les autres formes de tourisme (sportif, balnéaire...) où interviennent des séquences culturelles, sans en être la motivation principale, mais où le fait d'être en vacances en favorise la pratique occasionnelle. Le tourisme culturel est donc une pratique culturelle qui nécessite un déplacement ou que le déplacement va favoriser » (Origet du Cluzeau, 2013, p. 7)

Pour la plupart des gens, le tourisme culturel est une pause culturelle dans un moment de leurs vacances ou séjours. Cependant, il y a un certain nombre de passionnés qui mettent l'accent sur la culture lors de leurs vacances et qui en font le thème principal de leurs déplacements. En faveur du développement dans le secteur culturel, nous pouvons classer les profils et les comportements variés des touristes culturels²⁷ :

²⁶ UNESCO, 2021, *À l'horizon, remettre le tourisme culturel sur les rails*, [À l'horizon | Remettre le tourisme culturel sur les rails | UNESCO](#), 1 mars 2021, consulté le 26 mai 2024.

²⁷ In Extenso TCH, *La culture, levier majeur d'attractivité touristique (1/3) : approche des publics cibles*, [La culture, levier majeur d'attractivité touristique \(1/3\) : approche des publics cibles - Mag - InExtenso-TCH](#), consulté le 26 mai 2024.

Figure 9 : Les touristes culturels²⁸

| Les visiteurs traditionnels | Les intellectuels autonomes | Les festifs | Les explorateurs itinérants | Les curieux et influencés |
|--|--|--|---|---|
| « Apprendre et se cultiver » | « Voir et se construire » | « Vivre et revivre une expérience » | « Découvrir et se faire plaisir » | « Sortir du programme » |
| <i>Un groupe qui cherche à se cultiver et à apprendre (autodidaxie, apprentissage des enfants)</i> | <i>Un groupe qui cherche au travers de l'expérience culturelle des éléments de réflexion, qui se construit sa propre opinion</i> | <i>Un groupe motivé par un événement culturel (exposition, festival...), souvent fidélisé autour d'une offre temporaire récurrente</i> | <i>Un groupe qui cherche l'exotisme d'une destination, les marqueurs identitaires d'un territoire, à voir « ce qu'il faut voir » dans le cadre d'un circuit</i> | <i>Un groupe présent sur le territoire, qui effectue une sortie culturelle « en passant devant » ou influencé par le bouche-à-oreille</i> |
| CSP+, consommateurs très réguliers de musées et monuments, seniors, familles, femmes | Professions intellectuelles supérieures, consommateurs très réguliers de culture, jeunes adultes | Jeunes urbains, consommateurs de culture spécialisée, surreprésentation des hommes | Personnes moins habituées des sorties culturelles, primo-visiteurs de territoires, étrangers | Personnes moins habituées des sorties culturelles, en visite chez des proches ou pour affaires |

La culture comme levier principal

Le territoire et ses atouts comme levier principal
la culture comme un atout supplémentaire

L'ONU a adopté une convention cadre sur l'éthique du tourisme montrant que l'essentiel des politiques et des activités touristiques sont réalisées en respectant le patrimoine archéologique, culturel et artistique et ce dans le l'intention de le préserver et de le transmettre aux générations futures. Il est important de prendre en compte la préservation des monuments, des sites historiques et archéologiques et des lieux de culte mais aussi la revalorisation des musées, qui doivent être ouverts et accessibles plus largement au public.²⁹ En effet, la culture et le patrimoine constituent le facteur d'attractivité des territoires au service des habitants et des touristes, en contribuant à la conservation et aux transmissions perpétuelles de ces biens collectifs.

2.3. Patrimoine culturel : valorisation et développement en milieu rural

Les territoires ruraux sont considérés comme peu attractifs, peu dynamiques, avec des problèmes liés aux emplois limités, la faible densité de population et à l'accès aux services publics (Labaronne, Joly, Jarlier, Gallien et Dhumeaux, 2019, p. 15). Le ministère de la Culture a mis en place une politique de développement culturel

²⁸ In Extenso TCH, *La culture, levier majeur d'attractivité touristique (1/3) : approche des publics cibles*, [La culture, levier majeur d'attractivité touristique \(1/3\) : approche des publics cibles - Mag - InExtenso-TCH](#), consulté le 26 mai 2024.

²⁹ ONU Tourisme, *Tourisme et culture*, [Tourisme et culture | ONU Tourisme \(unwto.org\)](#), consulté le 26 mai 2024.

pour les territoires ruraux qui a pour objectif de résoudre les déséquilibres territoriaux, de promouvoir l'accès à la culture pour tous, de renforcer l'attractivité des territoires et de garantir la cohésion sociale. Cette politique est réalisée en collaboration avec les ministères chargés de la cohésion des territoires et de l'agriculture, les grandes fédérations associatives rurales comme la Fédération des Parcs Naturels Régionaux qui a renouvelé sa convention-cadre 2018-2021 avec le ministère de la Culture.³⁰ Cette convention est inscrite dans la continuité de plusieurs conventions triennales depuis 2001, elle vise à continuer et à étendre les « *objectifs partagés de préservation et de valorisation du cadre de vie et de développement de la vie culturelle et du tourisme culturel des territoires, dans le respect des droits culturels et du développement durable* » (Ministère de la Culture et Fédération des Parcs naturels régionaux, 2018). La mise en valeur du patrimoine devient un défi majeur pour les territoires ruraux. Par ce fait, cette valorisation représente un élément essentiel du développement économique des territoires ruraux concernés, que ce soit en termes d'emplois, de services et d'arrivées de nouvelle population.

Le foisonnement culturel rural est rendu possible grâce à la diversité des espaces ruraux, aux formes héritées telles la mise en valeur du patrimoine, les mouvements d'éducation populaire, le renouveau démographique rural et le dynamisme associatif. Les grandes structures culturelles en milieu rural sont fragiles, ce qui entraîne des formes de gestion et d'initiatives originales comme l'affirmation de lieux, de nouvelles formes de diffusions et de pratiques propres aux espaces ruraux. Les associations ont différentes fonctions : combler le manque d'équipement, favoriser le développement de pratiques amateurs et participer à la diffusion culturelle. Ces organismes sont créés par des résidents ou sont des représentants des collectivités territoriales. Le territoire rural est fortement marqué par les associations patrimoniales, qui peuvent également être à l'origine et gérer des structures culturelles comme l'organisation d'animations à caractère patrimonial-culturel et les musées (Delfosse, 2015, p. 34-35). L'absence d'équipement est généralement compensée par l'itinérance et l'éphémère en milieu rural mais aussi compensée par l'attrait de lieux à priori non destinés à la diffusion de la culture. Des

³⁰ Ministère de la Culture, *Culture et monde rural*, [Culture et Monde rural](#), consulté le 26 mai 2024.

concerts se déroulent dans des « *sites paysagers extraordinaires* », des lieux patrimoniaux et dans des lieux plus communs. Les infrastructures culturelles elles-mêmes sont souvent multifonctionnelles, se transformant ainsi en un ensemble de services culturels ruraux (Delfosse, 2011, p. 44-45).

D'un consensus général, le patrimoine est un élément d'enracinement des nouvelles populations et de lien social entre les habitants du territoire rural, permanents et résidents secondaires, sans laisser de côté les usagers de l'espace rural. Le développement des associations patrimoniales est essentiel pour accomplir cette mission donnée au patrimoine. Plusieurs d'entre elles accueillent des célébrations ou des manifestations festives, des activités qui touchent également une plus vaste population que celle de leurs adhérents. Ces événements contribuent à la construction d'identités collectives en offrant des opportunités de célébration de la communauté locale. De plus en plus de personnes, y compris les économistes, considèrent le patrimoine comme une ressource territoriale à « *révéler* » et à « *mobiliser* ». Une ressource qui favorise le développement local mais plus précisément le développement touristique et économique. De nombreux acteurs patrimoniaux en milieu rural, tels que les musées, les châteaux ou les écomusées, jouent un rôle plus vaste en faveur d'un développement culturel élargi. Bien qu'il y ait une grande disparité entre ces structures, certaines bénéficient d'importants fonds publics et sont les premières à étendre leur fonction initiale de préservation-médiation patrimoniale.³¹

Ce sous-chapitre illustre le tourisme en tant que phénomène socio-culturel et moteur de développement économique, impliquant le déplacement des individus vers d'autres lieux appelants « *Ailleurs* ». En ce qui concerne le tourisme culturel, il encourage une dynamique et développement territorial, tout en créant des liens sociaux. En rendant la culture accessible à tous, cette forme de tourisme évolue selon la demande culturelle et des besoins touristiques. Pour un territoire rural, le patrimoine culturel est fondamental, car il constitue un précieux atout pour le développement économique local.

³¹ Presses universitaires de Rennes, *Culture, inégalités spatiales en milieu rural et politiques*, [Justice et sociétés rurales - Culture, inégalités spatiales en milieu rural et politiques - Presses universitaires de Rennes \(openedition.org\)](https://www.openedition.org/), consulté le 26 mai 2024.

Bien que le milieu rural soit connu pour un manque d'équipement et services. Toutefois, la valorisation du patrimoine culturel par les structures associatives a permis de séduire la population et offre de nouvelles opportunités à la diffusion et la pratique culturelle.

3. Appellations et protection du patrimoine

Dans ce sous-chapitre nous aborderons la création de l'UNESCO et ses critères de protection pour le patrimoine culturel et naturel. Puis, nous évoquerons la notion du monument historique et ses qualifications. Enfin, nous parlerons des zonages et quelques outils de protection du patrimoine.

3.1. UNESCO

Créée le 16 novembre 1945 à la suite des dommages et des massacres de la Seconde Guerre mondiale, l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture est une institution internationale. D'après son acte de création, l'UNESCO vise à « *favoriser la paix et la sécurité en renforçant, par l'éducation, la science et la culture, la coopération entre les nations, pour garantir le respect universel de la justice, de la loi, des droits de l'Homme et des libertés fondamentales pour tous, sans distinction de race, de sexe, de langue ou de religion, que la Charte des Nations unies reconnaît à tous les peuples* ».

Figure 10 : Logo UNESCO³²



Cette organisation va proposer une convention générale de l'UNESCO adoptée le 16 novembre 1972 avec pour recommandation la protection sur le plan national du patrimoine culturel et naturel. La Convention de 1972 rassemble les concepts de protection de la nature et de préservation des biens culturels. La Convention admet

³² UNESCO, *Logo et patronage*, [Logo et Patronage | UNESCO](#), consulté le 27 mai 2024.

la relation entre l'homme et la nature et l'importance primordiale de maintenir l'équilibre entre les deux. Elle reconnaît comme une grande valeur pour l'humanité le patrimoine culturel et naturel.

La particularité du concept de patrimoine mondial réside dans sa portée universelle. Les sites du patrimoine mondial sont la propriété de toutes les nations du monde, sans exception. La convention est régie par de grandes orientations qui permettent sa mise en place. Le comité du patrimoine mondial définissant la mise en œuvre de la convention élabore des critères pour l'inscription de biens sur la liste du patrimoine mondial. Ils sont regroupés dans un document « *Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial* ». Ces critères sont revus de manière régulière pour intégrer les évolutions de nos connaissances. La liste du patrimoine mondial exige que les sites aient une valeur universelle exceptionnelle et qu'ils répondent à au moins un des dix critères de sélection (Cf. Annexe A).³³

Ces critères de sélection si nous devons les résumer sont au nombre de 10 et mettent en avant, des particularités de l'évolution de l'humanité pouvant servir de témoignage important pour notre futur et les changements à venir. Ce sont des témoignages du passé important pour l'histoire humaine. Cela comprend aussi une dimension naturelle avec les évolutions passées de notre terre, évolution du climat ou de son environnement. Une intervention humaine entraînant une évolution de l'environnement peut aussi être classée tel que les « *paysages culturels de l'agropastoralisme méditerranéen* », exemple qui nous rapproche de notre zone d'étude.³⁴

3.2. Monuments Historiques

L'idée de monument historique, naît après la Révolution française et donne lieu à une politique de protection. Cette servitude d'utilité publique est une reconnaissance

³³ UNESCO, *Les critères de sélection*, [UNESCO Centre du patrimoine mondial - Les critères de sélection](#), consulté le 27 mai 2024.

³⁴ UNESCO, *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel*, [UNESCO Centre du patrimoine mondial - Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel](#), consulté le 27 mai 2024.

d'intérêt public pour les immeubles (édifices, jardins et parcs, réserves archéologiques, etc.) qui concerne plus particulièrement l'art et l'histoire liés au monument. Le classement et l'inscription, longtemps régis par la loi du 31 décembre 1913, sont aujourd'hui régis par le titre II du livre VI du code du patrimoine. L'inspection générale des monuments historiques est fondée en 1830. En 1837, une Commission nationale des monuments historiques voit le jour qui sera présidé par Prosper Mérimée il est inspecteur général des « *monuments historiques* » entre 1834 et 1860. Il va jouer un rôle important dans la mise en place de la procédure d'inventaire et de classement des bâtiments sur des critères historiques et architecturaux, puis dans l'octroi de crédits pour leur protection.³⁵

Figure 11 : Logo Monument Historique³⁶



Un monument historique désigne un édifice (construit ou non construit : parc, jardin, grotte...) ou un objet mobilier (meuble ou immeuble par destination) qui bénéficie d'un statut juridique spécifique conçu pour le préserver, le restaurer et le mettre en valeur en raison de son intérêt historique, artistique, architectural, technique ou scientifique. Il y a deux niveaux de protection, qui forment tous deux un label français officiel. Il s'agit de l'inscription au titre des monuments historiques

³⁵ Sénat, *Mérimée et les monuments historiques*, [Mérimée et les monuments historiques | Sénat \(senat.fr\)](https://www.senat.fr/monuments-historiques), consulté le 27 mai 2024.

³⁶ Ministère de la Culture, *Logotypes monuments historique et site patrimonial remarquable*, [Logotypes Monument historique et Site patrimonial remarquable \(culture.gouv.fr\)](https://www.culture.gouv.fr/monuments-historiques), consulté le 27 mai 2024.

(anciennement appelée « *inscription à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques* ») pour certains meubles et immeubles d'intérêt locaux. Dans le premier cas, nous qualifions généralement un bien « *d'inscrit* », inscription au titre des monuments historiques. Le classement en tant que monument historique est d'intérêt national, dans cette deuxième situation, nous parlons d'un « *classement* ».³⁷

La Nation reconnaît l'intérêt patrimonial d'un bien par le biais de ce statut de « *monument historique* ». Les propriétaires et la collectivité nationale ont une responsabilité commune de protéger et de transmettre cette protection aux générations futures. Depuis 2009, le propriétaire d'un monument historique est responsable des travaux qui y sont réalisés. À ce titre, il lui incombe de définir les programmes des opérations d'entretien, de restauration ou de modification, de sélectionner un maître d'œuvre et les entreprises et restaurateurs qui seront responsables des interventions. Il lui incombe aussi de garantir le financement et de solliciter l'aide de l'État, des collectivités territoriales ou d'autres partenaires (mécènes, fondations...). Cependant, cette responsabilité totale du propriétaire est accompagnée de règles très précises concernant l'autorisation et la réalisation des travaux, qui sont également soumis au contrôle scientifique et technique de l'État par les services chargés des monuments historiques du ministère de la Culture délégué localement à l'architecte des bâtiments de France.³⁸

3.3. Zonages et outils de protections

❖ Sites patrimoniaux remarquables

Les sites patrimoniaux remarquables désignent « *les villes, villages ou quartiers dont la préservation, la restauration, la réhabilitation ou la mise en valeur présente un intérêt public, que ce soit sur le plan historique, architectural, archéologique, artistique ou paysager* ». Nous pouvons classer au même titre les espaces ruraux

³⁷ Ministère de la Culture, *Monuments et sites*, [Les monuments historiques \(culture.gouv.fr\)](https://culture.gouv.fr), consulté le 27 mai 2024.

³⁸ Ministère de la Culture, *Monuments et sites*, [Les monuments historiques \(culture.gouv.fr\)](https://culture.gouv.fr), consulté le 27 mai 2024.

et les paysages qui constituent un ensemble cohérent avec ces villes, villages ou quartiers, ou qui peuvent contribuer à leur préservation ou à leur valorisation. Les sites patrimoniaux exceptionnels ont été mis en place afin de préciser la préservation du patrimoine urbain et paysager. Le dispositif permet d'identifier clairement les enjeux patrimoniaux sur un même territoire. Nous retrouvons ces enjeux dans un plan de gestion du territoire qui peut prendre deux formes différentes : premièrement soit un plan visant à préserver et à valoriser l'architecture et le patrimoine (document d'urbanisme). Deuxièmement, un plan visant à promouvoir l'architecture et le patrimoine (service aux personnes).³⁹

❖ Le réseau européen Natura 2000

Les sites Natura 2000, outils essentiels de la politique européenne de préservation de la biodiversité, ont pour objectif de mieux prendre en considération les enjeux de biodiversité liés aux activités humaines. Ces sites sont choisis afin de préserver plusieurs habitats et espèces importants de la biodiversité européenne, ce sont des espaces de patrimoine naturel important à l'échelle de l'Europe. Ces habitats et espèces sont énumérés dans la directive européenne oiseaux et dans la directive européenne habitats-faune-flore correspondante. Le réseau est composé de 27 522 sites en Europe, ce qui représente 18 % des terres. En France, 1 766 sites sont recensés au 1er mars 2017, soit près de 13 % du territoire terrestre métropolitain. Le réseau Natura 2000 met l'accent sur la quête collective d'une gestion équilibrée et durable des espaces qui prenne en considération les enjeux économiques et sociaux :

- Il est envisageable de réaliser des activités humaines et des projets d'infrastructure sur un site Natura 2000. Afin d'éviter les activités nuisibles à la biodiversité, il est nécessaire de procéder à une évaluation préalable des projets qui pourraient avoir des conséquences sur les espèces et les habitats protégés.
- De nos jours, la gestion des sites Natura 2000 implique une participation des acteurs du territoire. Les objectifs de conservation et les mesures de gestion

³⁹ Ministère de la Culture, *Protection au titre des « sites patrimoniaux remarquables »*, [Protection au titre des « Sites patrimoniaux remarquables » \(culture.gouv.fr\)](https://culture.gouv.fr), consulté le 28 mai 2024.

sont définis par un comité de pilotage pour chaque site, qui les met en œuvre par le biais de chartes et de contrats co-financés par l'Union européenne.⁴⁰

❖ Parcs Nationaux

Les visiteurs considèrent souvent les espaces sauvages des parcs nationaux comme des lieux de grande liberté. Ils abritent aussi de nombreuses espèces animales et végétales à protéger. Il est crucial pour les parcs nationaux de trouver un équilibre entre la satisfaction des utilisateurs et la préservation des écosystèmes naturels. Elle est rendue possible par l'application d'une réglementation particulière, et il est donc primordial qu'elle soit comprise par toutes et tous.

Un cœur et des territoires en harmonie Les parcs nationaux français, depuis une réforme législative majeure en 2006, se composent de deux types d'espaces :

- La protection du « cœur » est renforcée grâce à une réglementation particulière.
- L'aire d'adhésion, sur lequel les communes s'engagent volontairement pour promouvoir son développement durable, avec l'aide du Parc National. En mer, « l'aire maritime adjacente » affiche aussi des orientations de durabilité, à la différence près que les communes n'y sont pas obligées.⁴¹

❖ Parc Naturel Régional

Les parcs naturels régionaux ont pour objectif de préserver et de valoriser de vastes zones rurales peuplées. Un territoire rural peut être considéré comme un « Parc naturel régional » avec des paysages, des milieux naturels et un patrimoine culturel de grande qualité, mais dont l'équilibre est fragile. L'organisation d'un Parc naturel régional repose sur un projet de développement durable concerté, basé sur la préservation et la mise en valeur de son patrimoine naturel et culturel. C'est le fait qu'il joue sur les outils locaux pour réglementer les activités. Dans des régions

⁴⁰ Centre de ressources Natura 2000, *Qu'est ce que Natura 2000 ?*, [Qu'est ce que Natura 2000 ? | Natura 2000](#), consulté le 28 mai 2024.

⁴¹ Portail des parcs nationaux de France, *Les parcs nationaux de France*, [Les parcs nationaux de France | Portail des parcs nationaux de France](#), consulté le 28 mai 2024.

D'autres schémas peuvent influencer le patrimoine et sa protection de manière indirecte : le schéma régional du climat de l'air et de l'énergie, le schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires (SRADDET). Nous remarquons ici qu'il existe de multiples zonages de protections ou des zonages d'inventaires et de sensibilisation aux différents patrimoines, tout cela étant cadré par des lois, des décrets, ou des chartes. Le patrimoine dans le monde, en Europe ou en France est cadré, protégé ou étudié et fait l'objet de nombreuses politiques.⁴⁴

Ce sous-chapitre énonce la création de l'UNESCO suite aux dégâts de la Seconde Guerre mondiale visant à contribuer la paix et la sécurité par la coopération internationale dans les domaines de l'éducation, la culture et la science. La Convention de 1972 est la clé qui unifie la protection du patrimoine culturel et naturel à travers différents critères. Par ailleurs, les monuments historiques et divers zonages comme les parcs nationaux, le réseau Natura 2000, les parcs naturels régionaux représentent des moyens pour préserver le patrimoine culturel et naturel également. Ces dispositifs montrent l'engagement global envers la valorisation et la protection des patrimoines de l'humanité pour les générations futures.

⁴⁴ Cerema, *Outils*, [Outils | Outils de l'aménagement \(cerema.fr\)](https://cerema.fr), consulté le 28 mai 2024.

Chapitre 3 : Les jeunes adultes, cible du patrimoine culturel

Dans ce chapitre, nous étudierons les jeunes entre 18 et 25 ans et leur rapport à la culture et au patrimoine. Dans un premier temps, nous définirons les jeunes adultes et leurs centres d'intérêts. Dans un deuxième temps, nous étudierons leurs pratiques culturelles, nous nous questionnerons aussi sur leur moyen de consommer la culture. Dans un troisième temps, nous analyserons les moyens mis en place pour attirer et solliciter les jeunes sur des lieux patrimoniaux.

1. Cohabitation entre les générations

Dans ce sous-chapitre, nous traiterons la notion de génération qui semble avoir plusieurs interprétations selon les sociologues. Ensuite nous définirons les caractéristiques de la génération Z comme notre étude se porte sur une tranche d'âge de 18-25 ans. Pour finir, nous découvrirons les nouvelles manières de communiquer auprès des jeunes adultes aujourd'hui dans une société contemporaine.

1.1. Comprendre les diversités générationnelles

À travers le temps, les individus forment leur société, leur histoire, leur appartenance, leur communauté et leurs intérêts. Distinguée par les générations, elle ne cesse de se transformer et métamorphoser. Le terme « *génération* » est une notion polysémique qui tire son origine du grec « *genos* » signifiant « *race* » au sens propre. En d'autres termes, il caractérise la temporalité historique des individus et des communautés (Casoinic, 2016, p. 30). Selon Karl Mannheim (1928), en sociologie, la génération est divisée en trois dimensions : biologique, historique et sociale. Il fait référence à un groupe de personnes qui partagent une « *vision du monde issue des expériences historiques* » et qui sont d'un âge similaire (Casoinic, 2016, p. 31). Ainsi, la sociologue Attias-Donfut (1988) met en évidence que ces événements ne se limitent pas à l'identité, mais aussi au sentiment d'appartenance. De ce fait, une génération se distingue d'une autre par des caractéristiques culturelles et idéologiques particulières (Llobet, 2017, p. 36-37).

La génération est un concept qui n'est pas basé sur des données biologiques, mais sur des processus temporels et sociaux. La continuité des naissances et des décès, par laquelle la société se renouvelle, ne génère pas en soi des générations. Il s'agit d'abstractions, de créations de l'imaginaire social, dont le rôle symbolique est de structurer le temps. D'un point de vue démographique, le terme renvoie à « *cohorte de naissance* » et désigne l'ensemble des personnes nées la même année. Cependant, génération et âge demeurent deux caractéristiques bien différentes, nous appartenons à une même génération tout au long de la vie et nous passons constamment d'un âge à l'autre. D'un point de vue généalogique, la génération est à la fois une relation de l'ensemble des individus classés et filiation. Ce terme est généralement utilisé pour l'ascendance, mais il peut être étendu à des groupes plus vastes, d'âge indifférent, partageant la même filiation. En s'opposant aux idées de ses prédécesseurs, Karl Mannheim (1928) a ouvert un tournant décisif dans la perspective. Rejetant l'idée d'un rythme ou d'un progrès de l'histoire définis par le cours de la vie humaine ou par la succession des générations. Il s'inscrit dans une perspective sociologique, où la génération est à la fois produit et acteur de la « *dynamique socio-historique* ». D'une part, il distingue les « *générations potentielles* », qui, composées de personnes nées à la même époque, dans une société aux changements lents, ne se forment pas forcément comme un ensemble social. D'autre part les « *générations effectives* », qui se forment lorsque des ruptures, des événements fondateurs se produisent, concrétisant ainsi la « *conscience historico-sociale* » et l'identité collective.⁴⁵

La mémoire collective garantit la continuité dans une temporalité où se distinguent passé, présent et futur, incarnés à l'occasion par les générations suivantes. Il ne s'agit pas seulement de références historiques et sociales d'une génération, c'est une « *mémoire partagée par plusieurs générations* ». Indépendamment de la désignation sociale de chaque génération, la conscience de génération est un élément essentiel de l'identité. À son origine, elle est la « *conscience des limites de sa génération dans la suite des générations* », autrement dit la conscience de soi dans le temps historique. La production sociale de cette « *conscience temporelle* »

⁴⁵ Encyclopédie Universalis, *Génération*, [GÉNÉRATION - Encyclopædia Universalis](#), consulté le 1 juin 2024.

trouve son origine dans les relations sociales qui se créent entre les générations (Attias-Donfut, 1988, p. 49). Une génération naît et se forme en opposition à la génération précédente, avec une conscience essentiellement temporelle. Elle se produit sans se connaître jusqu'au moment où la montée d'une nouvelle génération lui donne des contenus sociaux. Elle est alors l'objet de définitions sociales qui les rassemblent dans son passé et qui servent de référence contre laquelle se formera à son tour la génération montante (Attias-Donfut, 1988, p. 50).

Les différentes générations deviennent un élément primordial pour comprendre notre environnement et notre société. Il s'agit des nouvelles « *personas* » et les événements acquièrent une dimension historique en se transformant en marques générationnelles dans l'instant présent (Llobet, 2017, p. 38). Cinq générations cohabitent en 2024 : la génération dite « *silencieuse* » les personnes nées entre 1928 et 1945, la génération des baby-boomers les personnes nées entre 1946 et 1964, la génération X les personnes nées entre 1965 et 1980, la génération Y ou les « *millennials* » les personnes nées entre 1981 et 1996 et enfin la génération Z ou « *Gen Z* », les personnes nées après 1997. Ces classifications permettent de décrire des phénomènes culturels. Cependant, lorsque nous évoquons une génération, nous évoquons un groupe non défini, faire partie d'une telle ou telle génération ne nous définit en rien. Le terme n'est utilisé que pour simplifier la désignation d'une catégorie de personnes nées au même moment (Saqué, 2024, p. 17). Les limites entre les générations s'égarer, se renouvellent et changent au fil du temps. Nous sommes donc présents dans le lien que les générations établissent entre elles, que ce soit dans le domaine professionnel, familial ou social (Llobet, 2017, p. 39).

1.2. Génération Z : portrait d'une génération

Nous nous intéressons à cette génération pour plusieurs raisons. Premièrement, lors de nos recherches, il était difficile de trouver des informations sur cette tranche d'âge spécifique en ce qui concerne la culture et le patrimoine. En effet, nous trouvons davantage de données sur les adolescents, les enfants et les adultes. Deuxièmement, c'est un public entre deux états : sortie d'adolescence et en voie de devenir adulte. De plus, il existe beaucoup de préjugés sur cette génération. Leur

aisance sur les réseaux sociaux et sur internet leur permet d'accéder à la culture. Ce qui a créé une rupture physique avec les lieux patrimoniaux et culturels. Troisièmement, d'après mon expérience professionnelle, c'est un public qui a une faible fréquentation des lieux patrimoniaux et culturels. Nous souhaiterions donc déterminer les raisons de cette absence. Est-ce dû au manque de moyens de transport, du coût, ou des activités proposées qui ne sont pas adaptées à ce public.

L'âge de la jeunesse n'a pas de définition officielle. La majorité des recherches scientifiques portant sur le sujet utilisent la période de 15 à 24 ans. En général, les jeunes adultes sont ceux qui ont plus de 18 ans vivant seuls et dans certaines études, cette catégorie est élargie jusqu'à 29 ans. Mais généralement les jeunes représentent tous les individus âgés de moins de 25 ans.⁴⁶ Dans cette étude, nous nous intéressons aux jeunes adultes âgés entre 18 à 25 ans plus précisément la génération Z. Cette génération a grandi dans un monde entièrement numérique et ils sont immergés dans le numérique et internet dès leur plus jeune âge. Ils ont une relation innée avec les appareils électroniques, la connectivité constante et l'adaptation à l'ère de l'information font partie de leur identité. À la différence des générations précédentes, la génération Z a adopté avec passion l'inclusion et la diversité. Elle adopte une perspective individualiste et cherche à incarner différentes identités au sein de la société. Les thèmes de l'équité et de l'inclusion sont ancrés dans leur éthique. Elle est également distinguée par son esprit d'entreprise et son indépendance. Avec l'accès à des ressources en ligne, de nombreux jeunes adultes commencent à explorer les possibilités entrepreneuriales dès leur plus jeune âge. Dans leurs choix financiers, ils se montrent de plus en plus conscients de la valeur de l'argent. La plupart d'entre eux manifeste un vif intérêt pour les enjeux sociaux et environnementaux. Ils jouent un rôle actif dans le processus de transformation, en participant à des campagnes et des mouvements qui traitent de problématiques importantes comme l'égalité des sexes, le changement climatique et la justice sociale. La prise de conscience sociale et l'engagement sont des éléments essentiels de leur identité. C'est une génération qui a adopté une approche plus autonome de l'apprentissage grâce à l'enseignement en ligne et à l'accès illimité à

⁴⁶ Centre d'observation de la société, 2021, *Jeunes*, [Jeunes - Centre d'observation de la société \(observationsociete.fr\)](https://observationsociete.fr), 25 janvier 2021, consulté le 2 juin 2024.

l'information. Les approches d'acquisition des connaissances reposent sur la recherche indépendante des connaissances suivant leur intérêt personnel et l'utilisation efficace des ressources éducatives en ligne.⁴⁷

Les jeunes adultes de la génération Z ont été élevés avec le numérique, n'ont jamais vécu un monde sans Internet et adoptent une culture globalisée et collaborative. Les événements politiques, économiques, culturels et sociaux qu'ils ont traversés leur ont donné une vision du monde commun (Gentina et Delecluse, 2018, p. 2). De nos jours, tout le monde s'efforce tant bien que mal de définir les Z en utilisant des idées préconçues et souvent erronées. Les qualifiant de zappeurs, de rebelles, d'impatients, d'hyperconnectés et à la recherche de plaisir. Pourtant, la génération Z représente une véritable révolution au sein de la société de consommation. Aujourd'hui, la consommation offre un espace propice aux jeunes pour expérimenter toutes sources d'aspirations contradictoires telles que l'importance du lien réel face à la digitalisation, l'importance de reconnaître le statut de co-créateur mais aussi l'importance d'une nouvelle forme de fidélité plus sociale et collaborative face aux comportements de zapping (Gentina et Delecluse, 2018, p. 3-4).

Certains d'entre eux sont des jeunes adultes extrêmement curieux, éclairés et bien informés sur la société et les réseaux sociaux. Ils sont constamment connectés sur les plateformes de médias sociaux (TikTok, Instagram, Twitter etc.). La génération Z est la deuxième génération qui a été pleinement exposée à la mondialisation. Elle est ainsi partagée entre sa culture nationale et internationale.⁴⁸ Cette génération de jeunes adultes a été exposée aux écrans et aux réseaux sociaux dès leur enfance, ce qui a développé leur capacité à prendre des décisions rapides. La génération Z est donc qualifiée de « *instantanée* », qui cherche constamment à être réactive. Leur existence dans un monde hybride, où le numérique accompagne le monde physique, leur permet d'accéder à l'information de manière inégalée, rendant les connaissances accessibles en un clic. Ils accordent une grande confiance aux réseaux sociaux et sont régulièrement informés de cette manière.⁴⁹

⁴⁷ CAPRAIS Juliette, 2023, « Qu'est-ce que la génération Z – caractéristiques et définition », *Tout Comment*, 18 décembre 2023.

⁴⁸ Morgan Philips Group, *Après la génération Y, qu'est ce que la génération Z ?*, [Après la génération Y, qu'est ce que la génération Z ? | Morgan Philips](#), consulté le 3 juin 2024.

⁴⁹ Student.be, 2024, « Comprendre la génération Z : définition et caractéristiques », *Student.be*, 4 juillet 2024.

En se basant sur les recherches et les contributions de divers auteurs, spécialisés dans les générations, les caractéristiques principales de la génération Z ont été identifiées comme des consommateurs qui s'intéressent de plus en plus aux marques, aux loisirs, aux amis et à la culture numérique. Ils sont engagés, confiants, détendus et représentent la génération ayant un niveau d'éducation plus élevé par rapport aux générations précédentes. Ils expriment un fort besoin de sécurité, sont impatientes et axés sur leur bien-être tout en appréciant la collaboration et l'esprit d'équipe. Ils ont été épargnés par les guerres mais font face à une forte pression de la société pour réussir dans leur carrière. Les jeunes Z se distinguent principalement par leur capacité à accomplir plusieurs tâches simultanément. Grâce aux réseaux sociaux en ligne, ces « *multitaskers* » collaborent fréquemment en équipe et sont influencés par leurs amis. Toutes ces caractéristiques sont influencées par les interactions entre la génération Z, le contexte économique et social qui règne pendant leurs premières années de socialisation, provenant des générations précédentes (Batat, 2017, p. 23-24).

1.3. Atteindre les jeunes adultes aujourd'hui

Dans notre société hyperconnectée, les jeunes âgés de 18 à 25 ans sont devenus un public décisif pour les entreprises. Néanmoins, il peut être compliqué de communiquer avec cette audience, car leur utilisation des médias et leurs habitudes d'achat ont changé au fil du temps. Ainsi, les entreprises doivent s'ajuster afin de toucher de manière efficace les jeunes. La majorité de ces jeunes sont perçus comme des personnes extrêmement connectées, ce qui implique qu'ils sont en permanence en ligne et qu'ils utilisent de multiples moyens de communication. Cette connexion peut être exploitée pour communiquer avec les jeunes en utilisant des médias spécifiques, par exemple les réseaux sociaux offrent une excellente opportunité de communiquer avec les jeunes adultes, car ils sont présents sur de multiples plateformes comme Snapchat, TikTok et Instagram. Les entreprises ont la possibilité de concevoir des campagnes publicitaires spécifiques sur ces plateformes afin de toucher ces jeunes adultes. Le jeune d'aujourd'hui est exposé à des publicités en ligne quelles que soient ses actions, comme visionner des vidéos en ligne, faire des recherches ou visiter des sites web. Les entreprises pourront

utiliser des méthodes de ciblage afin de toucher cette audience en ligne. Mais ils sont également exposés à de la publicité hors ligne telles que les affiches publicitaires dans les espaces publics ou dans les transports en commun.⁵⁰

La génération Z est également appelée la génération des « 8 secondes » qui désigne la durée de leur attention en ligne. De manière générale, il est remarqué que l'Homme conserve 20% d'un texte qu'il a lu contre 80% d'une image. Le processus de lecture d'un contenu visuel est 60 000 fois plus rapide que celui d'un contenu écrit. Le téléphone se démarque notamment parmi les dispositifs vidéo utilisés quotidiennement par la génération Z : 75% des personnes utilisent un téléphone pour visionner du contenu télévisé, 50% utilisent une télévision, 45% utilisent un ordinateur et seulement 20% utilisent une tablette.⁵¹ Les médias sociaux n'ont plus la même utilisation. Aujourd'hui, les jeunes adultes utilisent les réseaux sociaux pour s'informer, communiquer et se divertir.⁵² Les Zillennials cherchent à trouver l'authenticité (des valeurs et un cadre qui lui correspond) et la cohérence dans les discours des entreprises. Si leur cible est les jeunes de cette génération, il faut adopter une communication transparente et sincère.⁵³

Selon les recherches, il est observé que les jeunes ont tendance à abandonner les médias classiques en faveur de techniques alternatives. Contrairement à ce que nous pensons, les jeunes ne sont pas indifférents à l'information. En réalité, 93% des jeunes affirment qu'ils continuent de s'y intéresser d'après l'enquête réalisée par le ministère de la culture. Ce qui veut dire que le problème est la façon d'y accéder car c'est une génération qui apprécie les informations rapides, qu'elle peut consulter n'importe où et à tout moment. Beaucoup d'entre eux s'abstiennent de regarder le journal télévisé ou d'écouter la radio car selon eux, ces canaux d'information prennent trop de temps. La génération Z favorise l'accès à l'information en ligne. Étant nés dans une société où le numérique était déjà très

⁵⁰ Stride, 2023, « Quels sont les différents moyens de communication pour cibler les jeunes », *Stride*, 2 août 2023.

⁵¹ Adintime France, 2023, *Comment communiquer auprès de la génération Z ?*, [Publicité : Comment communiquer auprès de la génération Z ? \(adintime.com\)](#), 17 avril, 2023, consulté le 4 juin 2024.

⁵² REISACHER Appoline, 2023, « Étude : comment la Gen Z utilise les réseaux sociaux en 2023 », *BDM*, 22 mai 2023.

⁵³ REDAC Lou, 2023, « On ne communique pas à la Génération Z comme au Millénials », *Beavers*, 19 mai 2023.

présent, les jeunes sont très familiers avec ces outils et n'hésitent pas à les utiliser. Cette information numérique peut être sous diverses formes :

- La presse écrite en ligne : c'est une façon très répandue de se renseigner chez les jeunes de 18 à 25 ans. Les médias ont réussi à s'ajuster aux évolutions en offrant des versions et des abonnements entièrement numériques, permettant une information simple et rapide. Cette presse en ligne permet d'accéder directement au contenu depuis le téléphone, en sélectionnant le sujet, le journal et l'article.
- Les podcasts : ce format traite de sujets plus ou moins délicat, de façon claire, accessible, compréhensible et c'est ce qui séduit les jeunes. Les podcasts sont aussi considérés comme une véritable économie de temps, offrant la possibilité de réaliser plusieurs tâches simultanément. C'est une technique qui simplifie la vie et propose de s'informer sur un éventail infini de sujets, il représente une véritable « *radio moderne* ».
- Les réseaux sociaux : c'est une possibilité d'accéder directement à une multitude d'informations, souvent réduite en petits textes ou en vidéos, souvent les contenus informatifs s'affichent dans le fil d'actualité même sans vouloir.

Cependant, il est important de noter que les jeunes ne se détournent pas de tous les médias traditionnels. Il s'agit d'améliorer la stratégie de communication afin de capter ces médias qui abordent l'actualité sous un angle différent des médias traditionnels.⁵⁴

Ce sous-chapitre expose la disparité du concept de génération qui s'agit d'un marqueur temporel. Les générations se réfèrent aux événements vécus qui constituent notre société. L'évolution a permis un renouvellement des différentes générations, car l'être humain représente la diversité qu'a créé le monde. À ce jour plusieurs générations cohabitent, notamment la génération Z qui sont différentes des autres générations. Étant nés dans une société moderne et numérique, ils ont des besoins plus exigeants en tant que nouvel être social. La génération Z est complexe, pour les atteindre, il faut s'adapter à leur moyen de communication. Les réseaux sociaux sont le principal moyen

⁵⁴ IMPULSE Marie, 2024, « La consommation de l'information chez les jeunes : comment adapter votre stratégie RP pour toucher la génération Z ? », *Impulse Communication*, 15 mai 2024.

d'obtenir leur attention. Les jeunes adultes d'aujourd'hui discutent, s'informent et se divertissent principalement en ligne, car ils ont un accès facilité aux multiples informations par le biais de leur téléphone.

2. L'intérêt culturel chez les jeunes adultes

Dans ce sous-chapitre, nous étudierons l'intérêt pour la culture des jeunes adultes. Nous aborderons les pratiques culturelles des jeunes adultes. Puis nous nous attarderons sur leur outil de prédilection : le téléphone portable pour s'approprier la culture. Enfin, nous mettrons en avant le rapport des jeunes avec les lieux patrimoniaux.

2.1. Comprendre les pratiques culturelles des jeunes adultes

Les jeunes de la génération Z lient leurs pratiques culturelles à leurs occupations de loisirs. Certains peuvent trouver le concept de culture confus et complexe, et pour d'autres, l'apprentissage peut être associé à l'ennui. Toutefois, pour les jeunes, visionner des vidéos, des films et jouer aux jeux vidéo peut être l'un des moyens efficaces permettant d'acquérir des compétences sans avoir à ressentir de contraintes (Ollivier et Tanguy, 2017, p. 34). De l'adolescence à l'entrée dans l'activité professionnelle, les jeunes développent leur identité, expriment leurs affinités, leurs engagements et s'approprient l'héritage familial ou au contraire s'en démarquent. Depuis que les technologies numériques de l'information et de la communication ont pris de l'ampleur dans vos vies quotidiennes, plusieurs différences ont été observées concernant « *la consommation de contenus culturels* ». De plus, les restrictions liées à la pandémie de Covid-19 ont accéléré la digitalisation des pratiques culturelles.⁵⁵ Les 18-25 ans ne se limitent pas à multiplier les activités culturelles, ils se comportent en véritables « *omnivores* » culturels. Contrairement aux stéréotypes persistants qui les qualifient de consommateurs solitaires et passifs d'offres numériques, peu curieux et peu créatifs, limitant leurs «

⁵⁵ KELLER Sophie et DENJEAN Eve, 2023, « Jeunesse, culture & numérique : les six grands constats qui concernent déjà la génération Z », *Millénaire* 3, 5 mai 2023.

pratiques culturelles aux nouvelles technologies, au détriment des activités culturelles traditionnelles ». ⁵⁶

De loin, les 18-25 ans représentent la catégorie d'âge la plus dynamique et créative, bien que des disparités significatives soient observées dans les activités culturelles en « *fonction des origines sociales* » (INJEP, 2019). Le Baromètre DJEPVA 2019 sur la jeunesse met en évidence une grande variété de pratiques culturelles en distinguant différentes catégories « *traditionnelles* », « *numériques* » et « *artistiques créatives* ». De cette manière, 91% des jeunes pratiquent des activités créatives amateurs, ce qui nécessite une attitude active et la plupart du temps des interactions sociales. Les jeunes sont passés par l'élaboration de travaux manuels ou de décoration (65%) et par la photographie et la vidéo (60%). Un jeune sur deux est concerné par le chant et la danse (48%). Même 18% des jeunes cumulent au moins sept activités artistiques amateurs différentes. Dans les douze derniers mois, la quasi-totalité (95%) des jeunes ont participé à des activités et sorties culturelles traditionnelles avec une préférence pour la lecture (78%) et le cinéma (83%). Par la suite, les activités culturelles numériques (86%) où les jeunes pratiquent le streaming comme regarder des séries, films et écouter de la musique (INJEP, 2019).

« *Les jeunes sont de plus en plus porteurs de références culturelles extrêmement variées. Cette diversité culturelle consommée peut être liée au caractère multiculturel croissant de la population* » (Octobre, 2022) ⁵⁷

L'expression « *cultures juvéniles* » est utilisée pour décrire le lien avec la culture d'un groupe d'âge. Certaines pratiques sont des habitudes générationnelles : l'écoute de musique, le visionnage de séries télévisées, la lecture de mangas, la vidéo, la photographie, et une aversion pour la lecture de livres. Cependant, en dépit de ces similitudes, il est possible de constater les disparités car les jeunes n'écoutent pas la même musique ni ne visionnent pas tous les mêmes séries. Il est

⁵⁶ LEDDV, 2023, Sylvie Octobre : « *Les jeunes développent une aversion pour l'hégémonie culturelle* », [Sylvie Octobre : « Les jeunes développent une aversion pour l'hégémonie culturelle » - LEDDV.FR - Revue universaliste](#), 10 février 2023, consulté le 6 juin 2024.

⁵⁷ LEDDV, 2023, Sylvie Octobre : « *Les jeunes développent une aversion pour l'hégémonie culturelle* », [Sylvie Octobre : « Les jeunes développent une aversion pour l'hégémonie culturelle » - LEDDV.FR - Revue universaliste](#), 10 février 2023, consulté le 6 juin 2024.

indéniable qu'il est nécessaire de repenser l'éducation que les jeunes se construisent à travers leurs consommations médiatiques dans le cadre d'une éducation culturelle et artistique. C'est-à-dire qu'il faut adapter notre manière de les captiver et les méthodes d'apprentissage afin de leur susciter de l'intérêt en ce qui concerne la culture. La plupart des séries asiatiques et américaines diffusées sur Netflix soutiennent le multiculturalisme en tant que projet social. Ainsi, la culture influence la perception des jeunes sur la société du monde mais aussi leurs choix idéologiques. Les jeunes générations se tournent plus vers d'autres parties du monde, en particulier vers l'Asie. Ils visionnent des films d'animation japonais, consomment des mangas et des jeux vidéo. Depuis le début des années 2010, la musique pop coréenne est intégrée à leur culture car en utilisant ces produits, ils adoptent de nouvelles normes culturelles.⁵⁸

Dans un contexte où nos liens culturels jouent un rôle de plus en plus capital dans notre identité, la question de la définition des communs culturels revêt une importance primordiale. BTS, le groupe de pop et la série Squid Game font partie tous les deux de la nouvelle vague de produits culturels sud-coréens, nommée Hallyu, qui se propage à travers le monde. En utilisant ces moyens de soft power, la Corée du Sud encourage une globalisation culturelle qui échappe à l'hégémonie américaine et japonaise dans le domaine des représentations chez les jeunes. Les jeunes sont animés par une volonté de bâtir un avenir dans des perspectives différentes. Et leurs décisions sont préoccupantes, car elles remettent en cause le fonctionnement des sociétés occidentales au cours des deux derniers siècles.⁵⁹

2.2. Le numérique dans la diffusion culturelle

Les engagements des acteurs de la culture envers les jeunes sont encourageants, souvent organisés autour de la démocratisation culturelle. Ces initiatives ont pour objectif d'offrir aux jeunes l'accès à des offres et formes culturelles de valeur, vers

⁵⁸ LEDDV, 2023, Sylvie Octobre : « Les jeunes développent une aversion pour l'hégémonie culturelle », [Sylvie Octobre : « Les jeunes développent une aversion pour l'hégémonie culturelle » - LEDDV.FR - Revue universaliste](#), 10 février 2023, consulté le 6 juin 2024.

⁵⁹ LEDDV, 2023, Sylvie Octobre : « Les jeunes développent une aversion pour l'hégémonie culturelle », [Sylvie Octobre : « Les jeunes développent une aversion pour l'hégémonie culturelle » - LEDDV.FR - Revue universaliste](#), 10 février 2023, consulté le 6 juin 2024.

lesquelles ils ne se dirigeraient pas spontanément, comme le musée, le théâtre, le cinéma et surtout dans le cadre scolaire. Cette idée reçue est encore présente dans le secteur culturel : l'idéal d'un projet culturel serait basé sur la présence physique d'un groupe. Le but est de maximiser le remplissage des musées, des centres culturels, des cinémas ou des salles de spectacle. Il s'agit d'une approche axée sur les lieux plutôt que sur les personnes. Paradoxalement, pendant la période du Covid-19, l'espace numérique a favorisé la continuité de l'accès démocratique à la culture et des échanges, en particulier grâce aux réseaux alternatifs, là où les lieux physiques ont été privés de diverses manières. Le numérique a joué un rôle clé dans les liens. Chacun, et non seulement les jeunes, a été contraint de créer de nouvelles formes d'interaction et de diffusion culturelle. Dans le milieu culturel, alors que le numérique était principalement employé pour la communication et la diffusion d'informations sur les réseaux sociaux, de nombreuses personnes ont cherché à innover pour faire vivre leurs missions en concevant des dispositifs de médiation à distance.⁶⁰

L'avènement de la révolution numérique entraîne une transformation des consommations et des pratiques, ainsi que des représentations et des positions symboliques des objets culturels chez les jeunes. De plus, la deuxième massification scolaire mais aussi la généralisation de l'accès aux consommations culturelles, ont également eu pour conséquence de modifier progressivement les échelles de légitimité, de rendre le lien entre savoir et culture plus ouvert, donc de modifier les liens entre les capitaux culturels et scolaires. Il est important de comprendre ces évolutions afin de comprendre non seulement les modes de consommation associés au numérique, mais les changements intervenus dans les rapports aux pratiques préexistantes (Octobre 2009, p. 1). L'évolution technologique a confirmé que la génération Z préfère les écrans comme moyen d'accéder à la culture, tout en renforçant la relation entre le divertissement et la culture (Ollivier et Tanguy, 2017, p. 35).

⁶⁰ LABOURDETTE Benoit, 2023, « Culture et jeunesse : et si on changeait de posture ? », *Observatoire des Politiques Culturelles*, 20 juillet 2023.

Le numérique est nécessaire dans la démocratie culturelle, bien que la France possède un réseau très dense d'infrastructures culturelles, il permet de surmonter les obstacles liés à la programmation, aux déplacements et à la géographie des offres culturelles. Il constitue également un moyen efficace d'enrichissement et de diffusion des offres culturelles adaptées aux nouvelles pratiques en particulier auprès des publics qui se sentent intimidés par certains endroits culturels. Ces outils numériques revitalisent les formes de l'éducation culturelle et artistique, les pratiques culturelles, et permettent à certains publics d'accéder aux contenus culturels. Bien que le numérique soit un moyen de diffusion provenant des quatre coins de la France mais aussi du monde, il représente une occasion de mettre en valeur la vie culturelle locale et l'action des acteurs locaux. En mettant en réseau les acteurs du secteur culturel local et en créant des portails locaux, il est possible de repérer l'offre présente sur un territoire, de favoriser sa bonne articulation et de la faire connaître avec d'autres initiatives. Le rôle des tiers-lieux culturels et numériques est de faciliter des rencontres entre acteurs, créateurs et habitants, des nouvelles interactions, dans le but d'accroître la visibilité mais aussi la compréhension mutuelle de leurs activités.⁶¹

Les secteurs culturels sont confrontés à des questions fondamentales en raison de l'évolution des usages numériques qui sont très variés et souvent participatifs. De plus, ils combinent parfois culture et divertissement. Il est essentiel que le numérique soit utilisé en faveur de la culture afin de nous permettre de nous réinventer et d'innover, en préservant l'équilibre entre la diversité culturelle, la protection des créations mais également favoriser une rencontre sensible avec les œuvres et les lieux. En effet, 83% des jeunes utilisent quotidiennement un bien culturel dématérialisé. Aussi un milliard d'euros est mis en place pour soutenir la transition écologique et numérique des secteurs culturels et créatifs.⁶²

⁶¹ Ministère de la Culture, *Le numérique au service de la démocratie culturelle*, [Le numérique au service de la démocratie culturelle](#), consulté le 6 juin 2024.

⁶² Ministère de la Culture, *Innovation numérique*, [Innovation numérique \(culture.gouv.fr\)](#), consulté le 6 juin 2024.

2.3. Nouveau rapport entre les jeunes adultes et les lieux patrimoniaux

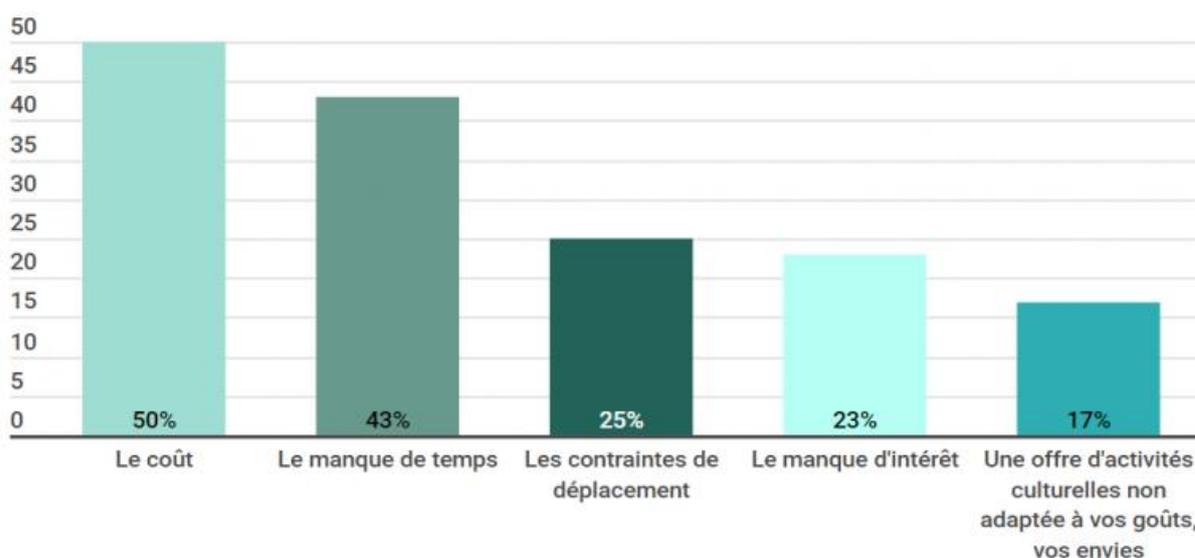
Les jeunes de 18-24 ans ont affirmé visiter plus les sites patrimoniaux qu'avant en 2018 (Zenner, 2020). Selon l'étude du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc) nous constatons une légère augmentation de la part des 18-24 ans qui déclarent visiter des lieux patrimoniaux comme musées, monuments et expositions. Les jeunes âgés de 18 à 24 ans ont le taux de visite le plus élevé dans les musées et monuments, en raison des politiques d'accessibilité financière des lieux culturels destinés aux jeunes comme par exemple des réductions ou des expositions permanentes dédiées aux étudiants dans certains musées. Les jeunes adultes représentent une part significative de la population qui visite les musées et les monuments. Selon le Crédoc, six français sur dix âgés de plus de 18 ans ont fait au moins une visite d'un moment au cours de l'année. Les monuments religieux demeurent les plus fréquentés (41%), suivis des villes d'art et d'histoire (36%) et des châteaux (31%). Finalement, les musées sont à la dernière place (Zenner, 2020). En ce qui concerne ces derniers, il est possible de constater que 36% des jeunes se rendent dans les monuments et musées profitant des soirées festives, 35% de concerts, performances, spectacles au sein des monuments et des musées et puis 25% des activités ponctuelles qui permettent de vivre de nouvelles expériences. Ainsi, l'intérêt pour la culture ne se résume pas à des espaces figés dans le temps, mais plutôt à des expériences vivantes et uniques. Les jeunes cherchent à explorer le mouvement, la nouveauté et la recherche de sensations lorsqu'ils se rendent dans un monument ou un musée (Zenner, 2020).

Les musées sont souvent perçus de manière figée et conservatrice par les jeunes adultes. Le musée est utilisé pour désigner un lieu d'art peu accessible et élitiste. Cependant, il y a de nombreux musées méconnus de cette génération comme les écomusées, musées de société, sciences, civilisation. Les institutions publiques et privées cherchent de plus en plus à moderniser l'accès à la culture. Les musées dits classiques diversifient leur pratique et placent des réflexions sur des thèmes d'actualité et société étudiés à travers des expositions ou collections. De plus en plus de manifestations éphémères sur des sujets spécifiques, suscitent une réflexion sur la culture et les manières de l'appréhender. La nuit des musées, ainsi

que des concours de photos offrent aux jeunes visiteurs la possibilité d'être actifs et de faire entrer dans leur monde numérique la culture. Ces jeunes adultes ont pour but de s'éduquer, mais également de s'amuser et de persévérer dans leur émerveillement. De ce fait, pour attirer les jeunes, les lieux de patrimoine doivent faire face à leurs besoins. Il n'est pas nécessaire de leur offrir de nouvelles médiations, événements ou des expositions sur des a priori, mais plutôt de les incorporer dans leur processus de conception ou de faire partager leurs idées (Zenner, 2020).

L'accès à la culture n'est pas toujours systématique malgré l'ère du numérique. Le prix des activités culturelles est un obstacle pour un jeune sur deux à leur pratique. D'autres motifs mentionnés comme l'absence de temps (43%) ou les problèmes de déplacements (25%). Une partie des difficultés sont liées au statut de chacun. Les personnes les moins favorisées sont les moins diplômés et les jeunes qui sont au chômage. La pratique de ces activités est également influencée par le lieu de résidence.⁶³

Figure 13 : Les principaux freins à la pratique d'activités culturelles et artistiques selon les 18-30 ans⁶⁴



⁶³ BLUTEAU Pauline, 2019, « Les jeunes, grands adeptes de la culture », L'Étudiant, 6 décembre 2019.

⁶⁴ BLUTEAU Pauline, 2019, « Les jeunes, grands adeptes de la culture », L'Étudiant, 6 décembre 2019.

Au cours de ce sous-chapitre, nous avons appris que les jeunes, contrairement aux préjugés actuels, sont des grands consommateurs de Culture. Bien que ce soit essentiellement artistique, cela montre l'essor de la Culture auprès des jeunes. Celle-ci est captée essentiellement par le biais d'internet et des réseaux sociaux. L'attrait des jeunes pour l'outil numérique et le Covid-19 ont accéléré la mise en place de moyens numériques au service de la Culture. En parallèle, des actions ont été menées pour faciliter l'accès à la Culture sous toutes ses formes : comme des réductions aux monuments et/ou aux activités. Dans la même optique, de nouvelles activités sont proposées afin d'attirer les jeunes au sein des lieux patrimoniaux.

3. Tendances culturelles et touristiques chez les jeunes 18-25 ans

Dans ce sous-chapitre, nous verrons tout d'abord comment la mondialisation a eu un impact sur les pratiques culturelles des jeunes d'aujourd'hui. Puis, nous nous pencherons sur le renouvellement des offres des lieux culturels et patrimoniaux. Enfin, nous nous intéresserons à l'émergence de nouvelles tendances culturelles.

3.1. Les jeunes adultes dans la mondialisation des pratiques culturelles

L'internationalisation des habitudes de consommation et des imaginaires culturels des jeunes est influencée par la globalisation des industries culturelles et la diffusion croissante des contenus et des œuvres, facilitée par la technologie numérique. De l'involontaire cosmopolitisme associé à la consommation des productions culturelles classiques, à des formes plus engagées d'ouverture, ainsi qu'à la préférence culturelle nationale pour un cosmopolitisme national, les jeunes acquièrent des ressources et des compétences, créant ainsi des rapports variés avec le monde contemporain où le cosmopolitisme ordinaire se transforme en une norme inclusive générationnelle. Le monde est une mosaïque de produits culturels appelé « *diversité culturelle* » et offre aux individus des ressources comme les imaginaires ou les références iconographiques qui leur donnent l'impression de vivre dans un monde commun. Les jeunes jouent un rôle essentiel dans cette

globalisation de la culture, tant par leur engagement très fort dans les consommations culturelles que par leur appartenance aux générations les plus multiculturelles et les plus sensibles aux exigences de mobilité (Cicchelli et Octobre, 2017, p. 1-2).

Le cosmopolitisme esthétique-culturel se manifeste également par la création d'imaginaires culturels et artistiques mondiaux, ainsi que par les valeurs en lien avec ces imaginaires. Ces représentations mondiales reposent sur des contenus culturels ou des images largement diffusés dans les médias-cultures (Cicchelli et Octobre, 2017, p. 5). Pour les jeunes, les monuments sont d'abord des représentations nationales ou universelles mais ne participent pas à la construction d'une vision personnelle du monde. Tandis que les artistes renvoient d'abord à leur génie personnel avant d'accéder à l'universel. Les monuments sont principalement des témoins de la culture et de la géographie, bien avant d'être valorisés par leurs caractéristiques esthétiques (Cicchelli et Octobre, 2017, p. 6).

La recherche d'autonomie est l'une des premières motivations des jeunes. Les périodes de voyage offrent aux jeunes la possibilité de faire face aux nouvelles expériences et situations, ce qui constitue des moments marquants dans leur existence. Les jeunes de la nouvelle génération construisent leur identité dans des environnements variés qui nécessitent une réflexion pour s'adapter. En s'affrontant avec l'inconnu, ils trouvent de nouvelles réponses à leurs interrogations. La curiosité des jeunes ouvre la porte à la découverte des diverses cultures, ainsi qu'à l'envie de découvrir le monde qui l'entoure, ce qui facilite leur ouverture à l'Autre (Suebsao, 2023, p. 23). Pour susciter l'intérêt des jeunes de 18 à 25 ans qui ont une préférence pour les vacances actives et qui cherchent des opportunités pour se divertir il est important de varier les activités proposées, car de nombreux jeunes adultes sélectionnent leurs destinations en fonction des activités qui ont été mises en place pour les accueillir. Très intéressées par les festivals et les rassemblements, les jeunes d'aujourd'hui privilégient les événements offerts par le lieu touristique plutôt que le lieu lui-même (Suebsao, 2023, p. 24).

3.2. Renouveau des offres culturelles

En prenant en compte les besoins particuliers des jeunes adultes, les lieux patrimoniaux et culturels peuvent développer des programmations spécifiques. Les jeunes adultes ont bénéficié d'une série de projets éducatifs et culturels, d'offres et de tarification exclusive afin de mieux répondre à leurs besoins. Le développement de ces jeunes publics semble avoir été encouragé par la mise en place d'événements comme la « *Nuit Européenne* » des musées. La Nuit des musées a été créée en France en 2005 dans un esprit convivial et festif. Elle prend la relève du printemps des musées pour offrir un événement, cette fois-ci, nocturne, attrayant pour un public plus jeune et plus noctambule. La Nuit des musées a donc été utilisée comme un espace d'expérimentation afin de perfectionner la programmation des ouvertures nocturnes de certains musées et l'ajuster au rythme de sorties des jeunes adultes. De nombreux projets ont ainsi émergé pour offrir des opérations de médiation nocturne menées pour des étudiants et par les étudiants. Ce type d'opération de médiation est particulièrement favorable dans les villes où la population étudiante est importante. Au Palais des Beaux-Arts, les étudiants Lillois peuvent s'exercer au dessin et profiter de la nocturne « *Modèles vivants* ». Le musée de Grenoble propose, de son côté, sa douzième soirée nocturne en mars 2022 mettant en scène une quinzaine de projets artistiques.⁶⁵

La programmation s'étend à la création artistique afin de répondre à une diversité de publics, tout en explorant d'autres domaines culturels comme les musiques actuelles, la gastronomie, le numérique, le cinéma, la danse et bien d'autres encore. Ces dernières années, ce type d'événements s'est multiplié pour faire du musée un lieu de vie nocturne exceptionnel et offrir à certains un nouveau regard sur les expositions ou les collections qui y sont présentées, démontrant ainsi toute la créativité des musées. Cependant, des activités nocturnes, des offres à la croisée de la médiation, de la culture pop et du divertissement ont émergé en s'inspirant de l'univers des séries ou jeux. Cela concerne par exemple, les jeux d'évasion appelés aussi des « *escape games* » qui ont connu une croissance fulgurante ces dernières années. En créant une programmation culturelle spécialement conçue pour les

⁶⁵ ROLAND Antoine, 2023, « Comment faire venir des adolescents/jeunes adultes au musée ? », *Correspondances Digitales*, 3 juillet 2023.

jeunes adultes, les lieux patrimoniaux peuvent donc s'ouvrir à de nombreux domaines culturels tout en étendant leur programmation à des enjeux sociétaux actuels. Néanmoins, la création et la mise en place de tels événements requièrent la mobilisation d'équipes, de ressources et de temps.⁶⁶

Afin de communiquer avec les jeunes adultes, des initiatives de communication de plus en plus spécifiques et mises en place en collaboration avec des services de communication et de publics, ont émergé. Elles comprennent, par exemple, l'engagement d'influenceurs qui ont une grande importance chez les jeunes, la présence sur des médias tels que les jeux vidéo ou la création de partenariats avec des établissements scolaires et l'intervention sur des plateformes sociales qui sont très appréciées (Instagram, TikTok, Twitch ou Youtube).⁶⁷

3.3. Émergent de nouvelles tendances

L'expérience esthétique et culturelle est qualifiée de « *rupture* ». Elle est capable d'établir une rupture dans notre existence cognitive et émotionnelle. Le public culturel cherche donc un instant qui lui permet de faire abstraction de son quotidien. Il s'agit principalement d'une étude hédonique car le comportement du public est influencé et souhaite être influencé par des éléments, visuels, multi-sensoriels et émotionnels. Lors d'une expérience culturelle (visite, spectacle, concert...), le public ressent une sensation d'implication. Il n'est pas seulement présent pour « *consommer* », il cherche un sens. Il aura des réactions émotionnelles avant, pendant et après à son expérience. Ce sont elles qui vont guider le bonheur. En effet, ces traits qui impactent l'expérience vécue sont spécifiques à chaque consommateur culturel ce qui permet également d'expliquer les variétés de comportement et d'évaluation au sein de la communauté. D'après une étude sur le site du Clic France en 2014, 250 articles publiés mettent en évidence l'utilisation de mot « *expérience* ». Caractérisant une visite qui évolue et qui transforme le visiteur en « *visit-acteur* ». La découverte d'un musée ou d'un lieu de patrimoine ne peut

⁶⁶ ROLAND Antoine, 2023, « Comment faire venir des adolescents/jeunes adultes au musée ? », *Correspondances Digitales*, 3 juillet 2023.

⁶⁷ ROLAND Antoine, 2023, « Comment faire venir des adolescents/jeunes adultes au musée ? », *Correspondances Digitales*, 3 juillet 2023.

donc plus être un simple parcours passif. Néanmoins, elle doit être une expérience où le visiteur devient acteur, ce qui signifie une expérience nouvelle au cours de laquelle le visiteur interagit avec le lieu, les personnels et les autres visiteurs (Leclerc, 2015). Aujourd'hui, les lieux patrimoniaux diversifient et renouvellent leurs offres culturelles pour satisfaire les besoins de nouveaux consommateurs.

Le château de Versailles offre différents types d'activités spécifiques aux jeunes adultes entre 18 et 25 ans. Des visites insolites pour explorer Versailles de manière inédite, s'aventurer dans les lieux, prendre part à des visites racontées, poétiques ou théâtralisées et devenir un acteur d'un lieu mythique. Des ateliers artistiques avec des artistes, pour expérimenter des techniques et des formes nouvelles dans le but d'exprimer la sensibilité et explorer les métiers d'art. Des enquêtes immersives en compagnie des comédiens pour parcourir le lieu et l'histoire, pour résoudre les énigmes qui y sont cachées. Enfin des rencontres en coulisses, découvrir les coulisses du quotidien au château de Versailles ainsi que son équipe pour faire connaissance avec des artisans du lieu et assister à des démonstrations de leur savoir-faire.⁶⁸

Figure 14 : Atelier d'aquarelles dans les jardins de la reine⁶⁹



⁶⁸ Château de Versailles, *Une offre pour les 18-25 ans*, [Activités 18-25 ans | Château de Versailles \(chateauversailles.fr\)](https://www.chateauversailles.fr), consulté le 15 juin 2024.

⁶⁹ Versailles Grand Parc, *Atelier d'aquarelles dans les jardins de la reine (initiation artistique)*, [Atelier d'aquarelles dans les jardins de la Reine \(initiation artistique\) - Versailles Grand Parc](https://www.versaillesgrandparc.com), consulté le 15 juin 2024.

L'abbaye royale de Fontevraud propose « *Les étoiles de Fontevraud 2024* » un parcours nocturne innovant avec sons et lumières sur les traces d'Aliénor d'Aquitaine. Ce spectacle combine des jeux de lumière à l'intérieur du monument, des effets sonores et des projections sur ses façades pour faire voyager les spectateurs.⁷⁰ Pour la journée, il existe le parcours immersif « *Dans les pas d'Aliénor* » plonger dans les souvenir de la vie d'Aliénor d'Aquitaine et des membres de la dynastie Plantagenêt grâce à quatre expériences immersives où réalité et virtuel se mêlent à l'aide des QR Codes à scanner avec le téléphone ou la tablette.⁷¹

Figure 15 : Les Étoiles de Fontevraud⁷²



Le Château de Foix présente un nouveau musée contemporain et divertissant afin d'approfondir l'apprentissage des histoires du lieu. Pendant la visite, de nombreux ateliers participatifs visant à faire revivre le Moyen Âge et le nouveau décor immersif ramenant le passé au présent grâce à une reconstitution des salles et des scènes. Les innovations de l'année 2019 visent à explorer le Moyen-Âge de manière différente en créant un escape games intitulé « *Trésor des Cathares* » et en organisant la première « *Murder Party* » pour vivre une soirée originale dans une

⁷⁰ Fontevraud, *Les étoiles de Fontevraud 2024*, [Les Étoiles de Fontevraud 2024 | Événement | Abbaye Royale de Fontevraud](#), consulté le 15 juin 2024.

⁷¹ Fontevraud, *Dans les pas d'Aliénor – Parcours immersifs*, [Dans les pas d'Aliénor - Parcours immersif | Événement | Abbaye Royale de Fontevraud](#), consulté le 15 juin 2024.

⁷² Le Kiosque Le Journal, *Les Étoiles de Fontevraud : Découvrez l'abbaye de nuit du 16 juillet au 25 août*, [Les Étoiles de Fontevraud : Découvrez l'abbaye de nuit du 16 juillet au 25 août. - Saumur Kiosque \(le-kiosque.org\)](#), consulté le 15 juin 2024.

ambiance nocturne et mystérieuse (Sites Touristiques Ariège, 2019). Découvrir les célébrations festives du Moyen-Âge pendant une soirée « *Apéro chez Gaston* », apprendre le goût du médiéval, la hiérarchisation des aliments à cette époque à travers un banquet et discuter du lien entre alimentation et médecine.⁷³

Figure 16 : *Apéro chez Gaston*⁷⁴



Le château de Vaux-le-Vicomte dispose d'un parcours sonore immersif muni d'un casque, embarqué dans un voyage sonore en trois dimensions, une expérience qui invite à explorer l'Histoire de France.⁷⁵ Un autre parcours scénarisé, interactif et ludique « *La rivière des enfers, aventure souterraine* » s'inspirant d'un conte de Jean de La Fontaine. Les visiteurs parcourent avec des lampes frontales et des bottes cuissardes pour affronter une série d'épreuves d'agilité et de logique sur le Styx accompagné par des comédiens professionnels.⁷⁶

⁷³ Sites Touristiques Ariège, *Apéro chez Gaston*, [Apéro chez Gaston - Sites Touristiques Ariège \(sites-touristiques-ariège.fr\)](https://sites-touristiques-ariège.fr), consulté le 15 juin 2024.

⁷⁴ Sites Touristiques Ariège, *Apéro chez Gaston*, [Apéro chez Gaston - Sites Touristiques Ariège \(sites-touristiques-ariège.fr\)](https://sites-touristiques-ariège.fr), consulté le 15 juin 2024.

⁷⁵ Château de Vaux-le-Vicomte, *Parcours sonore immersifs*, [Parcours Sonore Immersif - Château de Vaux-le-Vicomte](https://www.chateau-vaux-le-vice.com), consulté le 15 juin 2024.

⁷⁶ Château de Vaux-le-Vicomte, *La rivière des enfers, aventure souterraine*, [La Rivière des Enfers, aventure souterraine - Château de Vaux-le-Vicomte](https://www.chateau-vaux-le-vice.com), consulté le 15 juin 2024.

Figure 17 : La rivière des enfers, aventure souterraine⁷⁷



Le musée Louvre-Lens offre diverses activités comme des « *Ateliers d'initiation aux techniques de création* » adaptés à tous les niveaux dans le but de découvrir les méthodes de création avec l'aide d'un médiateur, qui va permettre de créer sans contrainte dans un environnement accueillant.⁷⁸ Les « *Cafés potagers* » favorisent le rapport avec le jardinage et la nature afin de profiter d'un moment convivial en compagnie d'une jardinière du musée.⁷⁹ Au sein de la médiathèque du musée, une bibliothécaire propose une sélection de romans et de comics en donnant des conseils pour un « *Salon des lecteurs* ». Une rencontre café sera organisée le mois prochain autour des lectures empruntées.⁸⁰ Découvrir le parc autrement avec une programmation estivale et une installation artistique « *Parc en fête 2024* ». Cet événement est entièrement gratuit et destiné à toutes personnes à la recherche de divertissement pendant les vacances. Environnements propices à la détente, activités sportives et artistiques, des moments festifs et d'échanges. Des « *Animations d'astronomie* » en collaboration avec le groupe local des sciences et technologies de Lens pour une observation avec un télescope, une écoute de la station spatiale mondiale. Un « *Cinéma en plein air* » pour une projection de film de

⁷⁷ Château de Vaux-le-Vicomte, *La rivière des enfers, aventure souterraine*, [La Rivière des Enfers, aventure souterraine - Château de Vaux-le-Vicomte](#), consulté le 15 juin 2024.

⁷⁸ Louvre Lens, *Ateliers d'initiation aux techniques de création*, [Ateliers d'initiation aux techniques de création - Louvre-Lens \(louvrelens.fr\)](#), consulté le 16 juin 2024.

⁷⁹ Louvre Lens, *Cafés potagers*, [Cafés potagers - Louvre-Lens \(louvrelens.fr\)](#), consulté le 16 juin 2024.

⁸⁰ Louvre Lens, *Salon des lecteurs*, [Salon des lecteurs - Louvre-Lens \(louvrelens.fr\)](#), consulté le 16 juin 2024.

Spielberg E.T et une « *Nuit en tentes* » une fois la projection en plein air terminée, il y a possibilité d'installer une tente dans le parc du musée pour passer une nuit sous les étoiles (Louvre-Lens, 2024, p. 16). Les « *Balades photographiques* » au cœur du parc pour une agréable promenade accompagnée d'une initiation à la photographie par un professionnel. Chacun a la possibilité de créer sa propre carte postale de l'été depuis le Louvre-Lens et à la fin de l'été, un concours récompensera les plus belles réalisations.⁸¹

Figure 18 : Programmation estivale Louvre-Lens⁸²



Dès 2015, le château de la Ferté Saint Aubin a été le premier en France à proposer un escape games dans un décor authentique et historique. Aujourd'hui, il offre 2 escape games : « *La chambre des Mystères* » et « *La chambre de la Gouvernante* ». Chaque scénario est basé sur l'histoire du château et de son environnement.⁸³

⁸¹ Louvre Lens, *Balades photographiques*, [Balades photographiques - Louvre-Lens \(louvrelens.fr\)](https://www.louvre-lens.fr/balades-photographiques), consulté le 16 juin 2024.

⁸² Source : Louvre Lens, 2024

⁸³ Val de Loire, *Les escape games du Château de la Ferté Saint-Aubin*, [Les Escape Games du Château de la Ferté-Saint-Aubin à LA FERTE-SAINT-AUBIN - Val de Loire \(valdeloire-france.com\)](https://www.valdeloire-france.com/les-escape-games-du-chateau-de-la-ferte-saint-aubin), consulté le 16 juin 2024.

Figure 19 : Château de la Ferté Saint-Aubin⁸⁴



Durant ce sous-chapitre, nous avons compris que les jeunes d'aujourd'hui sont influencés par la mondialisation des activités culturelles et que le numérique joue un rôle capital dans la diffusion culturelle. De par ce changement, les professionnels du secteur culturel et patrimonial sont dans l'obligation de renouveler les offres face à des nouveaux consommateurs. Les jeunes adultes sont à la recherche d'expériences lors de leur visite dans un lieu de patrimoine. Afin de répondre à leurs besoins exigeants, des activités ludiques qui rassemblent culture et divertissement sont proposées comme les escapes games, visites nocturnes et spectacles. Les nouvelles offres représentent la rupture du quotidien car souvent les visiteurs sont acteurs pendant cette visite immersive en incarnant un rôle.

⁸⁴ Tourisme Loiret, *Château de la Ferté Saint-Aubin*, [Château de La Ferté Saint-Aubin, LA FERTE-SAINT-AUBIN | Tourisme Loiret](#), consulté le 16 juin 2024.

Conclusion de la partie 1

Le patrimoine est un héritage du passé gardant les traces de l'évolution de notre société, qu'il soit matériel ou immatériel. Le tourisme a attribué un rôle au patrimoine pour qu'il ne soit pas figé ainsi il participe aujourd'hui au développement du territoire et au contexte socio-économique. Pour garantir la transmission de ce patrimoine aux nouvelles générations, une médiation est nécessaire pour favoriser la rencontre entre les jeunes adultes et le patrimoine.

Le secteur culturel fait face à un véritable défi en termes de fréquentation auprès des jeunes adultes de la génération Z, dont les attentes sont complètement différentes. En effet, leur rapport avec la culture a changé surtout au niveau des modes de consommation. Tout se déroule sur leur portable et les réseaux sociaux y compris l'accès à la culture, ce qui complique le contact physique avec les lieux patrimoniaux et culturels. De ce fait, nous cherchons à rétablir le lien entre les jeunes adultes et le patrimoine par le biais des médiations et en proposant des offres culturelles susceptibles de les intéresser.

Nous nous demanderons à travers la problématique suivante : « *En quoi la stratégie de médiation peut-elle valoriser l'attractivité touristique et culturelle à destination des jeunes adultes ?* ». Suite à la problématisation, nous avons pu déterminer les 3 hypothèses suivantes :

- **Hypothèse 1 : Les lieux du patrimoine, un nouvel espace pour les jeunes.**
- **Hypothèse 2 : L'escape games, un événement phare permettant d'attirer les jeunes adultes au Château de Latour.**
- **Hypothèse 3 : La communication renforce la médiation mise en place au Château de Latour.**

PARTIE 2

Découverte le Sud Aveyron

Introduction de la partie 2

Suite aux premiers constats de la partie 1, nous avons élaboré 2 méthodologies de terrain pour afin de répondre à notre problématique générale et à nos hypothèses. Dans cette seconde partie, nous aborderons le terrain d'étude ainsi que les méthodologies employées.

Dans le premier chapitre, nous étudierons le terrain d'étude en adaptant une approche progressive à travers les différents découpages administratifs pour tenter de comprendre leur rôle à chaque échelle. Ensuite, pour mieux appréhender la diversité d'un territoire rural, nous explorerons les classifications des espaces ruraux. Enfin, nous identifierons la zone géographique remarquable qu'offre notre terrain d'étude afin de mieux connaître le territoire.

Dans le seconde chapitre, nous introduirons la notion d'association tout en présentant la structure de stage de l'association des Amis du Château de Latour. Nous passerons par son historique, son fonctionnement et ses objectifs poursuivis. Puis nous exposerons les principales actions de l'association au sein du Château de Latour, un lieu en voie de développement.

Dans le troisième chapitre, nous présenterons les diverses missions de stage au sein de l'association AAFL ainsi que nos méthodologies de vérification des hypothèses. Nous avons opté pour deux approches méthodologiques : étude qualitative à destination des jeunes bénévoles et étude quantitative à destination des jeunes adultes en général.

Chapitre 1 : Présentation le terrain d'étude

Dans ce chapitre, nous allons analyser le terrain d'étude en allant du macroscopique au microscopique. Dans un premier temps, nous traiterons les différents découpages administratifs et nous essayerons de comprendre leurs rôles à chaque échelle. Dans un deuxième temps, nous découvrirons les classements des espaces ruraux pour appréhender la diversité d'un territoire rural. Dans un troisième temps, nous définirons la zone géographique remarquable de notre terrain d'étude afin de mieux connaître le territoire. Cette approche progressive permettra d'approfondir notre compréhension de l'organisation des diverses entités administratives et leur influence sur le territoire local.

1. Découpage administratif

Dans ce sous-chapitre, nous allons décomposer les différentes échelles administratives à commencer avec l'État et son rôle au sein d'une nation. Nous définirons ensuite ce qu'est une région et un département. Puis, nous étudierons la région Occitanie et le département de l'Aveyron. Enfin, nous en arriveront à la communauté de communes Larzac Vallées dont fait partie la commune de Marnhagues-et-Latour où se situe notre lieu de stage.

1.1. Le rôle de l'État

D'un point de vue juridique, l'État est défini par l'exercice de la souveraineté, pouvoir inconditionnel, dont découlent tous les autres pouvoirs. Cela implique que l'État a la responsabilité de ses compétences à l'intérieur de son territoire. Quand une seule institution exerce cette souveraineté, l'État est unitaire. Quand elle est divisée entre plusieurs États, eux-mêmes regroupés au sein d'un même ensemble étatique, l'État est fédéral. L'État occupe également une place importante à l'échelle internationale car il lui incombe de protéger son territoire et sa population. Dans cette optique, l'État a la possibilité de signer des accords le reliant aux autres États tout en ayant la force armée : il intervient donc à la fois comme un objet de droit international et

1.2. Occitanie, entre Méditerranée et Pyrénées

En 1982, la région est devenue une collectivité territoriale par la loi de décentralisation au même titre que les communes et les départements. Chaque région est administrée par un Conseil régional, un Président du conseil régional (l'exécutif) et un Conseil économique, social et environnemental régional (mission de consultation mais ne prend aucune décision).⁹² Cette constitution vise à renforcer l'efficacité administrative pour favoriser le développement régional.⁹³ Depuis la loi NOTRe, la France comprend 18 régions à savoir 13 régions en France métropolitaine et 5 en Outre-mer.⁹⁴ Les compétences de la région sont partagées avec celles des départements mais ont plusieurs compétences exclusives.⁹⁵ La loi NOTRe adoptée en 2015 a redéfini la répartition des financements entre les conseils départementaux et les régions pour les projets touristiques. Les régions se sont vues confier de nouvelles compétences en matière de tourisme, dont deux sont essentielles : la coordination des politiques touristiques départementales et la promotion du tourisme régional.⁹⁶ Dans cette étude, nous nous intéresserons à la région d'Occitanie.

⁹² Vie publique, 2023, *Qu'est-ce qu'une région ?*, [Qu'est-ce que la région ? | vie-publique.fr](https://www.vie-publique.fr/actualite/la-republique/la-region), 4 septembre 2023, consulté le 21 juin 2024.

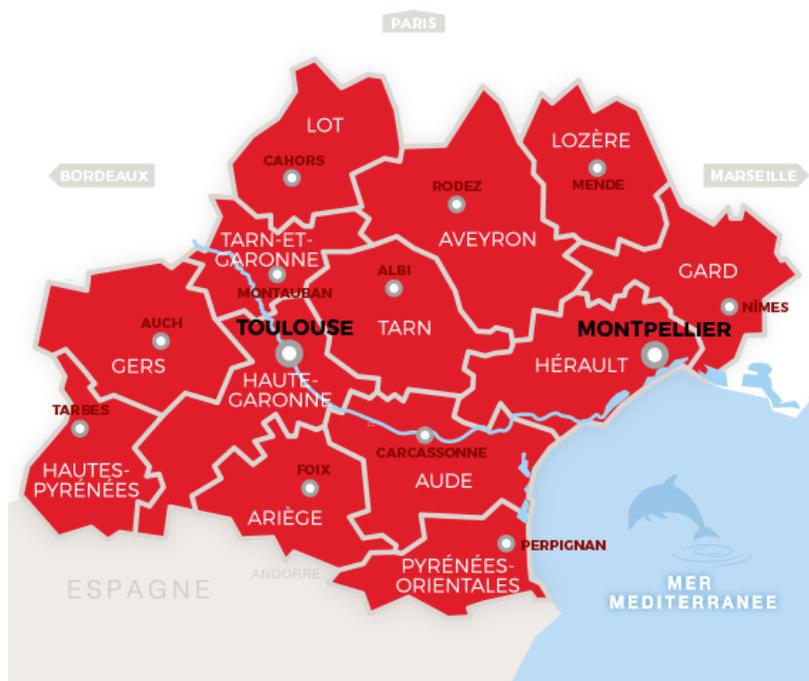
⁹³ Info Nantes, 2023, *C'est quoi la différence entre région et département ?*, [C'est quoi la différence entre région et département ? - Infos Nantes \(infos-nantes.fr\)](https://www.infos-nantes.fr/actualites/actualites/c-est-quoi-la-difference-entre-region-et-departement), 15 décembre 2023, consulté le 21 juin 2024.

⁹⁴ Insee, 2023, *France (champ, statistique) / France entière*, [Définition - France \(champ statistique\) / France entière / France entière | Insee](https://www.insee.fr/fr/statistiques/1511111?geo=FRANCE), 5 décembre 2023, consulté le 21 juin 2024.

⁹⁵ Les services de l'Etat en région, 2018, *Quelles sont les compétences d'une région ?*, [Quelles sont les compétences d'une région ? | Les services de l'État en région \(prefectures-regions.gouv.fr\)](https://www.prefectures-regions.gouv.fr/actualites/actualites/quelles-sont-les-competences-d-une-region), 30 avril 2018, consulté le 21 juin 2024.

⁹⁶ Vie Publique, 2023, *Quelle répartition des compétences entre collectivités après la loi NOTRe ?*, www.vie-publique.fr/fiches/20112-la-repartition-des-competences-entre-collectivites-apres-la-loi-notre, 8 août 2023, consulté le 21 juin 2024.

Figure 21 : Carte de l'Occitanie⁹⁷



En 2016, la région Occitanie est créée par la fusion des régions Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon. Elle est la deuxième plus grande région métropolitaine de France. Toulouse (4ème ville de France) et Montpellier (7ème ville de France) sont ses deux plus grandes villes. La région est composée de 13 départements et 41 sites ont été classés « *Grand Site Occitanie Sud de France* ». ⁹⁸ Ce territoire est extrêmement riche en architecture, avec un patrimoine culturel très riche, des espaces naturels variés et des paysages très diversifiés. Il s'agit de la région avec le plus grand nombre de sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO. Par ailleurs, il y a de nombreux villages et villes typiques du Sud de la France. L'Occitanie regroupe des villes de toutes les époques, des villes millénaires, telles que des villes médiévales à caractère labellisées « *Ville d'art et d'Histoire* » ou encore « *Plus beaux villages de France* ». ⁹⁹ L'Occitanie Rail Tour (ORT) est une expérience à la fois inspirante, économique et ludique qui permet de découvrir les richesses de la région grâce au « *Pass Occitanie Rail Tour* ». Le voyage est

⁹⁷ Occitanie, *Carte de l'Occitanie*, [Cartes de l'Occitanie - Tourisme en Occitanie \(tourisme-occitanie.com\)](https://www.tourisme-occitanie.com), consulté le 21 juin 2024.

⁹⁸ Occitanie, *Carte de l'Occitanie*, [Cartes de l'Occitanie - Tourisme en Occitanie \(tourisme-occitanie.com\)](https://www.tourisme-occitanie.com), consulté le 21 juin 2024.

⁹⁹ UNAT Occitanie, *Culture et Patrimoine en Occitanie*, [Culture et patrimoine en Occitanie | UNAT Occitanie \(unat-occitanie.fr\)](https://www.unat-occitanie.fr), consulté le 21 juin 2024.

accessible pour tous en train et est synonyme d'émotions partagées, de paysages spectaculaires, de rencontres mémorables, de découverte de produits locaux et d'un patrimoine unique.¹⁰⁰ La diversité des activités dans la région d'Occitanie est liée aux particularités du territoire, à son authenticité, à ses espaces variés, à la qualité du territoire, au savoir-faire régional, au sens de l'accueil et à l'art de vivre. Une région avec une superficie de 72 724 km² et chacun de ses départements ont leurs propres caractéristiques, des climats et des paysages différents, mais surtout des patrimoines culturels et ruraux remarquables.¹⁰¹

1.3. Aveyron, entre Causses et Vallées

Le département est créé pendant la Révolution par la loi de 1789 et représente une circonscription administrative de l'État. Chaque département est administré par un Conseil départemental et l'élu. Il est plus ancien que la région et cette création a pour but de rationaliser l'administration du territoire.¹⁰² Les compétences du département sont à la fois des missions de solidarités territoriales et humaines mais exercent également des compétences partagées avec d'autres collectivités territoriales.¹⁰³ Conformément à la loi NOTRe, les régions sont maintenant responsables de la mise en œuvre de la stratégie touristique régionale et sont amenées à financer notamment des projets touristiques qui contribuent à la réalisation de cette stratégie. Les conseils départementaux, gardent eux aussi une compétence tourisme,¹⁰⁴ tout particulièrement en matière d'aménagement touristique et de développement des infrastructures touristiques. Dans cette étude, nous nous intéresserons particulièrement au département de l'Aveyron.

¹⁰⁰ Tourisme Occitanie, *Occitanie Rail Tour*, [Occitanie Rail Tour, découvrez l'Occitanie de gare en gare \(tourisme-occitanie.com\)](https://www.tourisme-occitanie.com), consulté le 21 juin 2024.

¹⁰¹ Régions de France, *La région Occitanie*, [La Région Occitanie - Régions de France \(regions-france.org\)](https://regions-france.org), consulté le 21 juin 2024.

¹⁰² Info Nantes, 2023, *C'est quoi la différence entre région et département ?*, [C'est quoi la différence entre région et département ? - Infos Nantes \(infos-nantes.fr\)](https://infos-nantes.fr), 15 décembre 2023, consulté le 21 juin 2024.

¹⁰³ Vie publique, 2022, *Quelles sont les compétences des départements ?*, [Quelles sont les compétences exercées par les départements ? | vie-publique.fr](https://vie-publique.fr), 24 octobre 2022, consulté le 22 juin 2024.

¹⁰⁴ Sénat, 2015, *Compétence des départements dans le domaine du tourisme dans la loi portant nouvelle organisation territoriale de la République*, <https://www.senat.fr/questions/base/2015/qSEQ151118940.html>, 19 novembre 2015, consulté le 22 juin 2024.

Figure 22 : Carte touristique de l'Aveyron¹⁰⁵



L'Aveyron (12) est un des départements les plus vastes de France, avec une superficie de 8 735 km² et il est situé au sud-ouest de la France en région Occitanie. Le département bénéficie également d'une bonne situation géographique et relativement proche des grandes villes telles que Montpellier, Toulouse et Clermont-Ferrand par les voies routières.¹⁰⁶ Du point de vue historique, l'Aveyron possède un patrimoine incroyable depuis la préhistoire jusqu'aux châteaux médiévaux en passant par des vestiges romains. Le département est constitué de 3 arrondissements (Millau, Rodez et Villefranche-sur-Rouergue) et porte le nom de la rivière Aveyron. Il possède tous les atouts nécessaires pour attirer des touristes,

¹⁰⁵ Tourisme en Aveyron, *Carte de l'Aveyron*, [Carte de l'Aveyron | Tourisme Aveyron \(tourisme-aveyron.com\)](http://Carte de l'Aveyron | Tourisme Aveyron (tourisme-aveyron.com)), consulté le 22 juin 2024.

¹⁰⁶ Viens vivre en Aveyron, *Découvrir l'Aveyron*, Découvrir et visiter l'Aveyron - Viens vivre en Aveyron, consulté le 22 juin 2024.

tels que la diversité des paysages, l'environnement préservé, les prix abordables et une multitude d'activités à réaliser sur place.¹⁰⁷ L'Aveyron est un territoire rural et est réputé pour ses activités en plein air mais aussi pour le tourisme vert. De nombreux monuments sont inscrits à l'UNESCO et des villages classés les plus beaux villages de France. Un panel d'excursions allant des moments les plus anciens (Menhirs du Serre) aux plus modernes (Viaduc de Millau), en passant par de nombreuses églises et châteaux ouverts à la visite.¹⁰⁸ La diversité culturelle du territoire est la base d'une ruralité dynamique et attrayante, l'un des facteurs qui assurent une qualité de vie optimale. Dès lors, le département apporte son soutien aux acteurs culturels, aux artistes et aux collectivités pour permettre à un plus grand nombre d'accéder à toutes les formes d'expression culturelle.¹⁰⁹ La mosaïque de lieux emblématiques de l'Aveyron est unique et l'investissement du département, technique et financier, garantit la préservation et la durabilité de ces patrimoines bâtis. Grâce à la mobilisation des acteurs qui valorisent et protègent cette ambition de transmettre aux générations futures. À l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine (JEP), les réalisations architecturales, qu'elles soient protégées ou non, sont accessibles à tous, leur offrant ainsi l'opportunité d'en devenir les héritiers.¹¹⁰

1.4. Communauté de communes Larzac Vallées

La communauté de communes Larzac Vallées est fondée en 2004 sous le nom de communauté de communes Larzac Templier Causses et Vallées. Cette intercommunalité comprend 12 communes suivantes : Le Clapier, Lapanouse-de-Cernon, La Bastides-Pradines, Saint-Beaulize, Marnhagues-et-Latour, le Viala-du-Pas-de-Jaux, Sainte-Eulalie-de-Cernon, La Couvertoirade, Saint-Jean-et-Saint-Paul, Saint-Jean-du-Bruel et Sauclières. En 2014, elle s'est élargie avant la réforme et la fusion des intercommunalités, d'autres communes comme Fondamente, Nant, La Couvertoirade et l'Hospitalet-du-Larzac se sont regroupées à la nouvelle

¹⁰⁷ Marie.net, *Le département de l'Aveyron en bref*, [Aveyron \(12\) : Préfecture et conseil départemental \(mairie.net\)](#), consulté le 22 juin 2024.

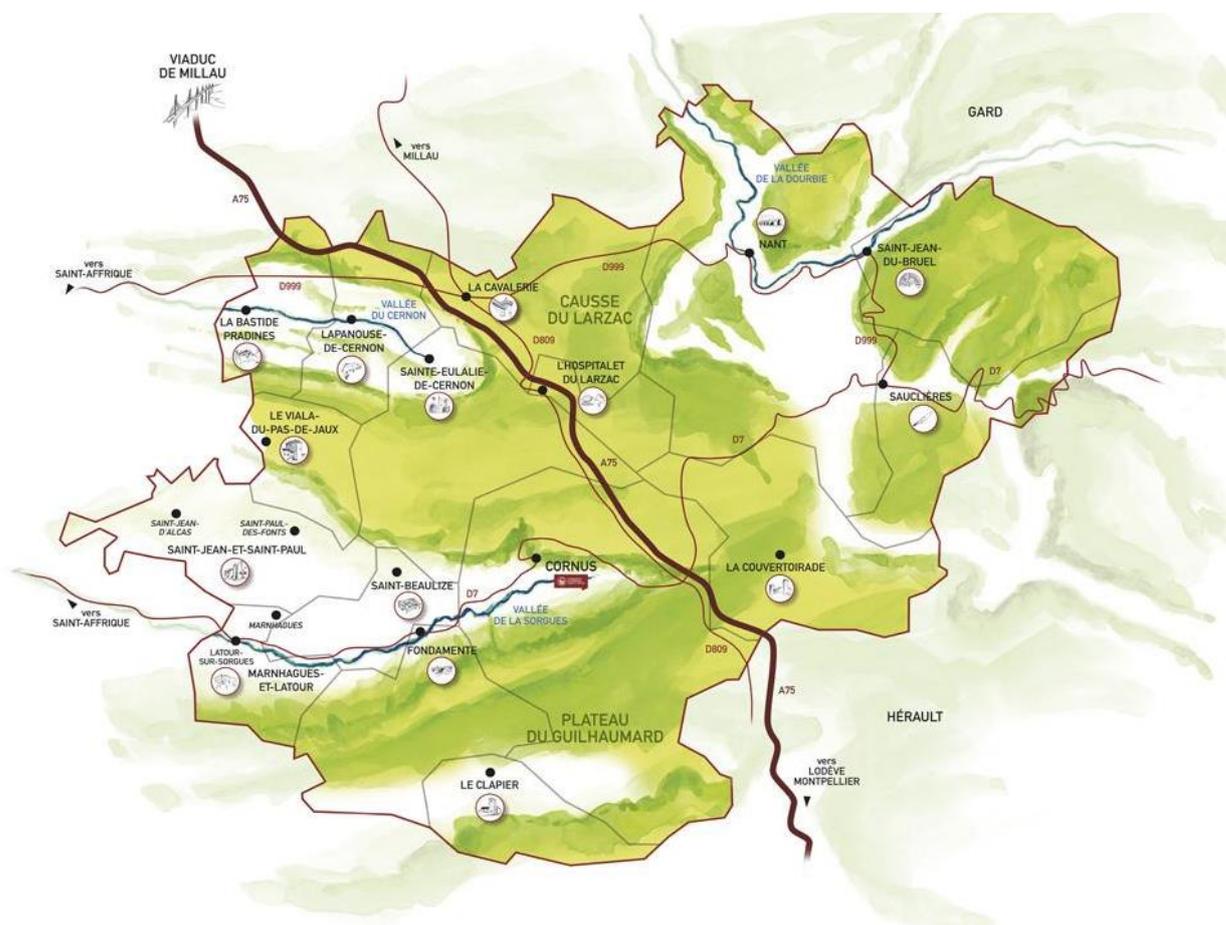
¹⁰⁸ OC Citanie.fr, *L'Aveyron (12)*, [Le département de l'Aveyron \(12\) en région Occitanie \(oc-citanie.fr\)](#), consulté le 23 juin 2024.

¹⁰⁹ Aveyron département, *Culture*, [Culture | Le site du Département de l'Aveyron](#), consulté le 23 juin 2024.

¹¹⁰ Aveyron département, *Patrimoine historique et culturel du département*, [Patrimoine historique et culturel du Département | Le site du Département de l'Aveyron](#), consulté le 23 juin 2024.

communauté de communes. Son siège administratif se trouve à Cornus, dans l'ancien presbytère et Christophe Laborie en est le président.¹¹¹ La communauté de communes Larzac Vallées s'étend sur 652 km² et regroupe 16 villages dont la population varie de 75 à plus de 1 100 personnes d'où sa particularité et son défi permanent : celui de « *l'équilibre et du bon maillage du territoire* ».¹¹²

Figure 23 : Carte communauté de communes Larzac et Vallées¹¹³



Située au sud-est de l'Aveyron, la communauté de communes Larzac Vallées combine la splendeur de ses paysages avec la vitalité d'un territoire d'avenir. Ce territoire rural s'engage dans l'accueil des entreprises, la mise en valeur de son

¹¹¹ Communauté de communes Larzac et Vallées, *Son histoire*, [Son histoire | Communauté de Communes Larzac Vallées \(cc-larzacvallees.fr\)](https://www.cc-larzacvallees.fr), consulté le 23 juin 2024.

¹¹² Communauté de communes Larzac et Vallées, *Son histoire*, [Son territoire | Communauté de Communes Larzac Vallées \(cc-larzacvallees.fr\)](https://www.cc-larzacvallees.fr), consulté le 23 juin 2024.

¹¹³ Communauté de communes Larzac et Vallées, *Carte*, [Carte | Communauté de Communes Larzac Vallées \(cc-larzacvallees.fr\)](https://www.cc-larzacvallees.fr), consulté le 23 juin 2024.

patrimoine culturel et paysager, la création d'emplois, la préservation de la biodiversité et le développement des énergies renouvelables. Elle s'occupe de toutes les générations et construit son image de demain, celle d'un territoire attractif et solidaire. En mettant en valeur les loisirs sportifs de nature, les paysages, le patrimoine historique et vernaculaire, elle renforce son tourisme. En assurant que toutes ses populations ont accès aux activités culturelles, sportives et aux services de santé, la communauté de communes souhaite devenir un territoire à fortes initiatives durables et à forte cohésion sociale.¹¹⁴ De nouvelles compétences ont été attribuées aux communautés de communes par la loi d'Accès au Logement et d'Urbanisme Rénové (ALUR) de 2014 et la loi NOTRe de 2015. La communauté de communes travaille à la fois pour l'avenir du territoire et le quotidien de ses habitants à travers ses différents domaines d'intervention. Aujourd'hui elle exerce les compétences suivantes : tourisme, aménagement, développement économique, petite enfance, médiathèques, piscines, déchets ménagers, voirie et transport à la demande.¹¹⁵

1.5. Commune de Marnhagues-et-Latour

La commune constitue la collectivité territoriale de base et représente la plus petite division administrative française. Elle est administrée par le maire et possède de multiples compétences en autonomie. Sur le territoire français, la commune est la collectivité la plus répandue et la plus ancienne division administrative. Créée en 1789 avec la loi du 5 avril 1884 « *charte communale* » qui a remplacé les villes et les paroisses du Moyen Âge. Le maire est l'exécutif de la commune qu'il représente et assure la gestion financière. Ces compétences permettent d'assurer d'autres services de proximité comme urbanisme, voirie, action sociale, écoles, transports scolaires, assainissement et collecte des ordures ménagères. Il exerce également les fonctions d'agent de l'État en matière d'ordre public, d'état civil, de délivrance de titres réglementaires et d'organisation des élections.¹¹⁶ Dans cette étude, nous

¹¹⁴ Communauté de communes Larzac et Vallées, *Présentation*, [Présentation | Communauté de Communes Larzac Vallées \(cc-larzacvallees.fr\)](https://www.cc-larzacvallees.fr), consulté le 23 juin 2024.

¹¹⁵ Communauté de communes Larzac et Vallées, *Ses compétences*, [Ses compétences | Communauté de Communes Larzac Vallées \(cc-larzacvallees.fr\)](https://www.cc-larzacvallees.fr), consulté le 23 juin 2024.

¹¹⁶ Insee, 2023, *Commune*, [Définition - Commune | Insee](https://www.insee.fr/fr/definition/commune), 26 juin 2023, consulté le 24 juin 2024.

nous pencherons sur la commune de Marnhagues-et-Latour où se trouve notre lieu de stage.

Figure 24 : Le rôle du conseil municipal¹¹⁷



Marnhagues-et-Latour est une commune française du département de l'Aveyron et de la région Occitanie avec une superficie de 21,92 km². La commune est traversée par la rivière de La Sorgue, le ruisseau d'Annou et de Barbayrou. Elle fait partie de la communauté de communes de Larzac Vallées mais aussi du parc naturel régional des Grands Causses. Le maire du village est monsieur Thibault-Laurent Jérôme.¹¹⁸ Ce petit village est situé dans le canton de Cornus et dans l'arrondissement de Millau.¹¹⁹ Selon l'INSEE il y a 141 habitants recensés en 2021.¹²⁰ Le village de Latour a préservé son caractère médiéval, dominé par un château au cœur du village. Les patrimoines bâtis de cette commune sont le château de Latour, l'abbaye de Nonenque, les chapelles romanes de Marnhagues et de Saint-Amans, l'église

¹¹⁷ Vie publique, 2023, *Qu'est-ce qu'une commune ?*, [Qu'est-ce qu'une commune ? | vie-publique.fr](https://www.vie-publique.fr), 5 juin 2023, consulté le 24 juin 2024.

¹¹⁸ Annuaire Marie, *Village de Marnhagues-et-Latour*, [Mairie de Marnhagues-et-Latour et sa commune \(12540\) | annuaire-mairie.fr](https://www.mairie-marnhagues-et-latour.fr), consulté le 24 juin 2024.

¹¹⁹ Carte de France, *Village de Marnhagues-et-Latour*, [MARNHAGUES-ET-LATOURE - Carte plan hotel village de Marnhagues-et-Latour 12540 - Cartes France.fr](https://www.cartes-france.fr), consulté le 24 juin 2024.

¹²⁰ Insee, 2024, *Commune de Marnhagues-et-Latour*, [Dossier complet - Commune de Marnhagues-et-Latour \(12139\) | Insee](https://www.insee.fr), 27 juin 2024, consulté le 30 juin 2024.

Saint-Amans, la Métairie de France.¹²¹ Le terrain d'étude se trouve dans cette commune rurale, il s'agit du château de Latour sur Sorgue visible depuis l'entrée et la sortie du village. Il est essentiel de montrer l'importance et la dynamique du château de Latour au sein de ce territoire rural.

Figure 25 : Commune de Marnhagues-et-Latour © OTLV¹²²



Ce sous-chapitre nous a permis de comprendre un peu plus les différents découpages administratifs, l'État en tant que garant de la souveraineté sur son territoire. Il joue un rôle important à la fois national et international. La loi NOTRe a contribué à la décentralisation, créant ainsi les différentes collectivités territoriales avec des compétences partagées, au niveau des régions et des départements. La région d'Occitanie possède de nombreux sites patrimoniaux inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO représentant la richesse du territoire. L'attractivité du département de l'Aveyron est liée à son incroyable patrimoine historique et la diversité des paysages offerts par les Grands Causses. Dans un territoire rural, la communauté de communes

¹²¹ Aux pays de mes ancêtres, *Marnhagues-et-Latour*, [Marnhagues-et-Latour \(auxpaysdemesancetres.com\)](http://Marnhagues-et-Latour (auxpaysdemesancetres.com)), consulté le 30 juin 2024.

¹²² Source : OTLV, 2024

participe grandement au développement de son territoire. Ici, la communauté de communes Larzac Vallées tente de devenir un territoire à la fois fort en ambitions durables favorisant la cohésion sociale. Le lieu de stage se situe dans la commune de Marnhagues-et-Latour, un petit village avec un château à caractère médiéval appartenant à la commune. Dans laquelle l'association des Amis du Château de Latour œuvre pour à sa restauration et à la mise en activité touristique et culturelle.

2. Classements espaces ruraux

Dans ce sous-chapitre, nous prendrons connaissance du Parc Naturel Régional des Grands Causses et leurs objectifs au sein de ce territoire à fort potentiel touristique. Ensuite, nous parlerons de l'appellation Grands Sites Occitanie qui renforce la popularité des lieux qui le possèdent. Pour finir, nous définirons ce qu'est une Zone de Revitalisation Rurale. Nous avons présenté le Parc Naturel Régional des Grands Causses car notre terrain d'étude se trouve dans le périmètre de ce Parc. Connaître le terrain d'étude nous aide à comprendre l'attractivité du territoire aveyronnais.

2.1. Parc Naturel Régional des Grands Causses

Le parc naturel régional des Grands Causses, créé en 1995 rassemblant 96 communes du sud de l'Aveyron. Il participe avec ses voisins dont le parc naturel régional des Monts d'Ardèche, le parc national des Cévennes et le parc naturel régional du Haut-Languedoc à l'organisation d'un des plus grands espaces naturels d'Europe, au sud du Massif Central. Le territoire est riche en patrimoine architectural et paysager reflétant une mosaïque de paysages comme :

- Les « *causses* » immenses plateaux calcaires entrecoupés de gorges profondes (Dourbie, Tarn, Jonte), où tous les sports de nature sont pratiqués.
- Les « *avant-causses* » sont des puech tabulaires traversés par des vallées habitées, ouvertes et accueillantes, où se produit le Roquefort.
- Les « *rougiers* » sont des collines aux teintes vives, avec un sol de grès rouge, des cheveux d'ange (stipes pennées) et où pâturent les brebis.

- Les « *monts* » avec les forêts denses et les sentiers de randonnées ombragées, marquent les limites du Parc.

Concernant son patrimoine spectaculaire ou vernaculaire, ce territoire possède des châteaux perchés, des caves semi-troglodytiques, des citées templières et hospitalières, des statues menhirs.¹²³

Figure 26 : Logo Parc naturel région des Grands Causses¹²⁴



L'objectif des parcs naturels régionaux est de favoriser le développement social et économique du territoire, tout en valorisant et préservant le patrimoine culturel, paysager et naturel. Les Parcs se distinguent par leur transversalité, en intégrant les enjeux de biodiversité dans leurs projets de territoire.¹²⁵ Le parc naturel régional des Grands Causses exerce de nombreuses actions sur son territoire à savoir le Service Public de l'Assainissement Non Collectif (SPANC) qui a été mis en place suite aux plans communaux d'assainissement. Il s'occupe également des ressources naturelles et de la biodiversité, sur le plan climatique et énergétique du territoire. Il a le rôle de l'aménagement du territoire afin de bâtir le territoire de

¹²³ Fédération des parcs naturels régionaux de France, *Parc naturel régional des Grands Causses*, [Parc naturel régional des Grands Causses | Fédération des Parcs naturels régionaux \(parcs-naturels-regionaux.fr\)](https://parcs-naturels-regionaux.fr), consulté le 5 juillet 2024.

¹²⁴ Fédération des parcs naturels régionaux de France, *Parc naturel régional des Grands Causses*, [Parc naturel régional des Grands Causses | Fédération des Parcs naturels régionaux \(parcs-naturels-regionaux.fr\)](https://parcs-naturels-regionaux.fr), consulté le 5 juillet 2024.

¹²⁵ Fédération des parcs naturels régionaux de France, *Missions*, [Missions | Fédération des Parcs naturels régionaux \(parcs-naturels-regionaux.fr\)](https://parcs-naturels-regionaux.fr), consulté le 5 juillet 2024.

demain en mettant l'accent sur la valeur ajoutée des paysages, la préservation de l'agriculture et de la biodiversité. Il est responsable des financements et des politiques territoriales pour soutenir les projets au sein de son territoire. Il veille aussi à l'accueil de nouveaux arrivants et à la consommation locale et solidaire avec le « *circuits courts alimentaires* ». Le parc naturel régional des Grands Causses soutient entièrement l'instauration d'un tourisme durable en sensibilisant les acteurs institutionnels, les professionnels et la population à accueillir tout en satisfaisant les visiteurs. En proposant des services et des prestations de haute qualité pour bien garantir les bénéfices positifs de l'économie locale et le respect des principes du développement durable. Il a pour mission de préserver, de valoriser et de sensibiliser au patrimoine bâti et naturel du Sud-Aveyron, au-delà de l'archéologie et le patrimoine matériel. Il encourage les activités de découverte, permettant d'établir des liens entre le paysage et la culture, à l'aménagement et à la création d'outils d'interprétation. Il a également mis en place d'un « *contrat local de santé* » en 2022, visant à diminuer les inégalités sociales et territoriales en matière de santé pour pouvoir mieux coordonner les actions de santé publique sur un territoire considéré comme vulnérable. Enfin le concept du « *tiers-lieu* » qui est largement répandu sur le territoire autour des sujets de coworking et de la démocratisation du numérique. Ainsi, les tiers-lieux ont été créés dans les communes rurales à l'initiative des habitants, de nouveaux arrivants ou d'élus. Ils ont pour objectif de relancer une dynamique dans leur villages avec des chantiers participatifs, des cafés citoyens, des hébergements solidaires, des épiceries associatives...). Ces nouveaux endroits reflètent les contours d'une ruralité créatrice et innovante qui se recrée autour du « *faire ensemble* ». ¹²⁶

2.2. Grands Sites Occitanie

Proche d'un Grand Site Occitanie, le lieu de stage bénéficie d'une certaine visibilité puisque les visiteurs se rendant à l'abbaye de Sylvanès traversent le village de Latour, voyant ainsi le château de Latour. La collection des Grands Sites Occitanie Sud de France est inscrite au plan d'action du « *Schéma Régional de*

¹²⁶ Parc naturel régional des Grands Causses, *Accueil*, [Accueil | Parc naturel régional des Grands Causses \(parc-grands-causses.fr\)](https://www.parc-grands-causses.fr), consulté le 5 juillet 2024.

« Développement du Tourisme et des Loisirs » comme les objectifs d'attractivité, dynamisme économique et d'aménagement fixés par la région d'Occitanie. Il y a 41 lieux labellisés Grands Sites d'Occitanie Sud de France.¹²⁷

Figure 27 : Carte Grands Sites Occitanie¹²⁸



Cette appellation désigne un lieu renommé possédant un patrimoine naturel et/ou architectural exceptionnel ou d'un site culturel à grande échelle et qui dispose notamment d'une ou plusieurs composante(s) remarquables appelé « cœur emblématique du Grand Site ». Les principaux objectifs sont de générer et maintenir des emplois en encourageant l'activité dans les territoires, de pouvoir renforcer la notoriété et l'attrait de la destination Occitanie. Il consiste également à soutenir une dynamique de valorisation, de préservation et de médiation culturelle et patrimoniale

¹²⁷ Destination Occitanie, *Le dispositif Grands Sites Occitanie Sud de France*, [Le dispositif Grands Sites Occitanie Sud de France \(tourisme-occitanie.com\)](http://Le dispositif Grands Sites Occitanie Sud de France (tourisme-occitanie.com)), consulté le 6 juillet 2024.

¹²⁸ La Grande Motte, *Les Grands Sites Occitanie*, Les Grands Sites Occitanie - La Grande Motte, consulté le 6 juillet 2024.

dans les sites emblématiques. L'innovation dans les nouvelles approches numériques, artistiques et ludiques du patrimoine favorise le développement des offres de qualité tout en préservant la qualité de vie des habitants. La présidente de la Région d'Occitanie, Carole Delga souhaite montrer une image reflétant la richesse et la diversité du territoire pour offrir une expérience unique et inoubliable.¹²⁹

Figure 28 : Logo Grands Site Occitanie¹³⁰



2.3. Zones de Revitalisation Rurale

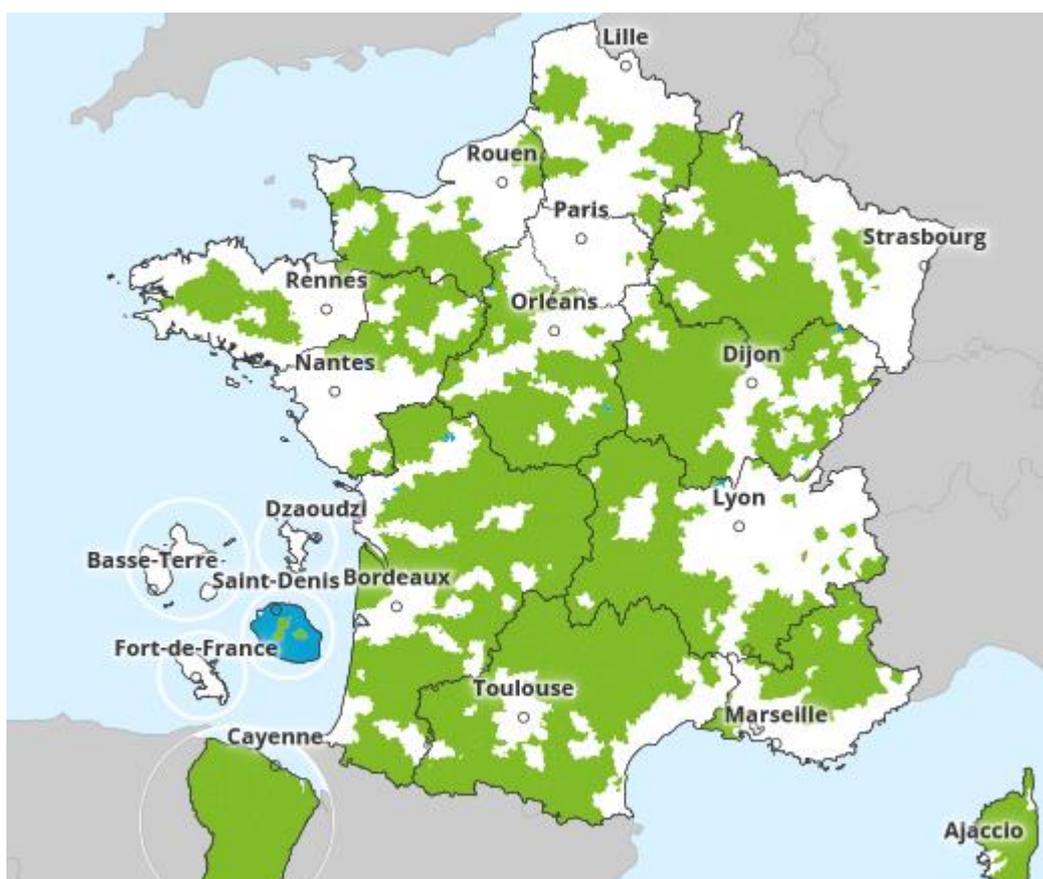
Le lieu de stage est situé dans une Zone de Revitalisation Rurale (ZRR), il est donc important de le préciser car cela permet de contextualiser les différentes actions mises en place pour le développement local. Ces zones sont créées par la loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement du Territoire (LOADT) en 1995. Ce sont des zones considérées comme fragiles sur le plan socio-économique et dont le classement en tant que tel permet aux communes d'avoir un régime fiscal dérogatoire. L'essentiel de ce régime est basé sur des dérogations fiscales (exonération de cotisations sociales, exonérations fiscales) pour les entreprises, dans le but d'encourager la création ou la reprise d'entreprises dans

¹²⁹ Grands Sites Occitanie, *Présentation*, [Présentation | Grands Sites \(grands-sites-occitanie.fr\)](https://grands-sites-occitanie.fr), consulté le 6 juillet 2024.

¹³⁰ Grands Sites Occitanie, *Présentation*, [Présentation | Grands Sites \(grands-sites-occitanie.fr\)](https://grands-sites-occitanie.fr), consulté le 6 juillet 2024.

ces zones. Les critères de classement ont été précisés depuis 2015 (mise en application le 1er juillet 2017) ainsi le classement est désormais effectué par les Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI) et plus par la commune. Afin d'être classé en ZRR, un EPCI doit tenir compte de la densité de population, qu'elle soit inférieure ou égale à la médiane des densités par EPCI et du revenu fiscal par unité de consommation égal ou inférieur à la médiane des revenus fiscaux médians.¹³¹

Figure 29 : Carte des zones de revitalisation rurale¹³²



Ce sous-chapitre révèle les actions du Parc Naturel Régional des Grands Causses qui participe à l'organisation d'un vaste espace naturel au sud du Massif Central. Il s'engage dans la préservation de la biodiversité, le développement durable et prend part dans les projets d'amélioration de cadre

¹³¹ Géo Confluences, 2017, *Zone de revitalisation rurale (ZRR)*, [Zone de revitalisation rurale \(ZRR\) — Géoconfluences \(ens-lyon.fr\)](#), consulté le 7 juillet 2024.

¹³² Data.gouv.fr, 2024, *Carte interactive des zones de revitalisation rurale (ZRR)*, [Carte interactive des zones de revitalisation rurale \(ZRR\) - data.gouv.fr](#), 30 avril 2024, consulté le 7 juillet 2024.

de vie local. L'appellation Grands Sites Occitanie est une forme de promotion et de valorisation des sites possédant un patrimoine naturel ou culturel remarquable au sein de la région. Le lieu de stage est situé dans une zone de revitalisation rurale qui a besoin d'être redynamisée par une activité économique. Ainsi, nous verrons par la suite la place du Château de Latour dans un territoire rural.

3. Zone géographique remarquable

Dans ce sous-chapitre, nous évoquerons l'histoire des Grands Causses, la richesse du territoire aveyronnais. Puis, nous essayerons de comprendre son classement au patrimoine mondial de l'UNESCO. Enfin, nous détaillerons la diversité du patrimoine naturel d'exception de ce territoire, célèbre pour son Roquefort. En retraçant l'évolution et l'importance de ce territoire au cours des siècles, nous pouvons mieux saisir son identité et son patrimoine. Ce qui va nous permettre de créer des projets culturels qui mettront en valeur le territoire aveyronnais.

3.1. Historique des Grands Causses

Les Grands Causses sont une zone de plateaux calcaires d'une épaisseur pouvant atteindre un millier de mètres développée entre 800 et 1 200 mètres d'altitude, dans une dépression du socle hercynien du Massif Central sur sa crête méridionale. Il n'y a pas de ville importante sur les Causses car elles se situent à leur périphérie. L'ensemble est divisé en plusieurs causses coupés par les rivières.¹³³ Des paysages préservés avec de magnifiques panoramas dressés sur les Gorges du Tarn et de la Jonte. Composés de villages et de hameaux charmants avec une architecture pittoresque et une tranquillité exceptionnelle, le Causse Méjean, le Causse Noir et le Causse de Sauveterre offrent une combinaison de nature et de sérénité tout en proposant une multitude d'activités.¹³⁴ Les ordres religieux au

¹³³ Larousse, *Causses ou Grands Causses*, [Causses ou Grands Causses - LAROUSSE](#), consulté le 10 juillet 2024.

¹³⁴ Office de Tourisme de l'Aubrac aux gorges du Tarn, *Les grands causses*, [Les Grands Causses | De l'Aubrac aux Gorges du Tarn \(aubrac-gorgesdutarn.com\)](#), consulté le 10 juillet 2024.

Moyen Âge (XIIe siècle) des Hospitaliers puis des Templiers ont occupé les espaces afin de développer l'agropastoralisme sur ce territoire dépourvu de potentiel agronomique. Dans les zones dépressionnaires (dolines), les causses ont été aménagés, pâturés et cultivés. Il y avait des constructions de bergeries (des "jasses"), de cités et de lavognes.¹³⁵

Figure 30 : La géographie¹³⁶



Les causses représentent la majeure partie des surfaces de pâturage extensif du territoire, il s'agit de l'élevage de brebis pour la production de viande ou de lait. La présence humaine dès le Néolithique est attestée par de nombreux monuments mégalithiques encore présents. Les études tendent à montrer que ces sociétés avaient déjà réalisé l'élevage de bétail. Sous l'ancien régime, l'agriculture traditionnelle caussenarde combinait l'élevage ovin avec une céréaliculture

¹³⁵ Parc naturel régional des Grands Causses, *Mosaïque de paysages*, [Mosaïque de paysages | Parc naturel régional des Grands Causses \(parc-grands-causses.fr\)](https://www.parc-grands-causses.fr/), consulté le 10 juillet 2024.

¹³⁶ Source : PNR Grands Causses

dominante qui fournissait l'alimentation des populations locales. Au sens de ce système, le troupeau était utilisé pour fertiliser les parcours qui étaient ensuite cultivés après une période de repos prolongée. Ce cycle jouait un rôle capital dans le contrôle efficace des dynamiques d'enrichement. Lorsque le système agropastoral caussenard est intégré dans l'économie nationale à la fin du XIXe siècle, il s'effondre, les rendements céréaliers ne pouvaient plus rivaliser avec la concurrence, accrue par le développement des transports. Une période de bouleversements majeurs comme l'exode rural, la modernisation agricole, la révolution industrielle et les guerres vont également impactés les paysages caussenards.

L'élevage ovin devient en effet la principale activité agricole suite à l'abandon de la céréaliculture vivrière. Ce qui a permis à la production de lait pour les caves de Roquefort dans l'aire de collecte ou à la production de viande en dehors du périmètre. Il y a une différence géographique entre les orientations d'élevage dans les causses. De ce fait, les restrictions de la traite limitent le pâturage sur les chemins les plus éloignés, ce qui peut entraîner un enrichissement. En revanche, les systèmes d'élevage ovins, orientés vers la production de viande et plus axés sur le pâturage, préservent davantage les pelouses steppiques succédées des anciens systèmes agraires. En même temps, l'arrivée de la clôture a entraîné la suppression de l'utilisation de bergers pour la gestion du troupeau, ce qui a diminué la maîtrise de la pression pastorale sur l'environnement. À l'heure actuelle, en dépit de ces changements récents, l'agropastoralisme reste encore présent sur les plateaux grâce à la fabrication du Roquefort mais aussi au soutien de la politique agricole commune et des gestionnaires d'espaces naturels qui ont recours au pastoralisme pour préserver la biodiversité des milieux ouverts.¹³⁷

¹³⁷ Causses et Cévennes, *Les causses*, [Les Causses - Les Causses et les Cévennes patrimoine mondial de l'UNESCO \(causses-et-cevennes.fr\)](https://causses-et-cevennes.fr/), consulté le 11 juillet 2024.

3.2. Les Causses et les Cévennes, paysage culturel de l'agro-pastoralisme méditerranéen

Les Grands Causses sont classés en tant que « *paysage culturel de l'agropastoralisme méditerranéen* » au patrimoine mondial de l'UNESCO.¹³⁸ Inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité, le territoire des Causses et des Cévennes est un témoignage et un exemple remarquable de la culture agropastorale méditerranéenne et des savoir-faire qui lui sont liés. Ce paysage culturel, issu de l'activité agropastorale depuis des millénaires représente un vaste territoire de plus de 3 000 km² et se situe au sud du Massif Central en région Occitanie, à la confluence de 4 départements : Aveyron, Hérault, Gard et Lozère.¹³⁹

Le paysage culturel évolutif et vivant des Causses et des Cévennes témoigne d'une relation étroite et longue entre l'homme et son environnement naturel. L'implantation humaine sur ce territoire de moyenne montagne est complexe et exige l'adoption de solutions particulières. Dans ce contexte, la culture pastorale englobe toutes les compétences et méthodes développées afin de mettre en valeur les ressources locales et de s'ajuster aux contraintes et aux atouts du territoire. Les traces de l'activité agropastorale multiséculaire sont encore présentes aujourd'hui dans tout le paysage, ce qui atteste de l'implantation humaine dans cet environnement difficile. De plus, la fonction agropastorale du territoire est toujours présente aujourd'hui et, malgré les multiples changements économiques, environnementaux ou sociologiques qui ont eu lieu au cours des siècles, cette activité ne cesse de jouer un rôle économique et social actif.

L'agropastoralisme a créé de grandes zones ouvertes destinées au pâturage des troupeaux, avec des espaces cultivés aux formes pittoresques. Les prairies pastorales sont des zones semi-naturelles où vivent de nombreuses espèces de faune et de flore, dont certaines endémiques du territoire. Par ailleurs, la variété géologique et climatique est responsable de la création d'une architecture

¹³⁸ Office de Tourisme de l'Aubrac aux gorges du Tarn, *Les grands causses*, [Les Grands Causses | De l'Aubrac aux Gorges du Tarn \(aubrac-gorgesdutarn.com\)](https://www.aubrac-gorgesdutarn.com), consulté le 11 juillet 2024.

¹³⁹ Causses et Cévennes, *Causses et Cévennes*, [Les Causses et les Cévennes patrimoine mondial de l'UNESCO \(causses-et-cevennes.fr\)](https://www.causses-et-cevennes.fr), consulté le 11 juillet 2024.

diversifiée, exploitant les reliefs et les matériaux locaux. Ce qui a contraint l'homme à trouver des solutions astucieuses et spécifiques, comme en témoigne la richesse du patrimoine vernaculaire aujourd'hui. Dans ce même paysage culturel associé à l'agropastoralisme méditerranéen, plusieurs grandes formations paysagères avec des caractéristiques géologiques, topographiques, climatiques et pédologiques peuvent être distinguées : les Causses, les Cévennes et les Monts.¹⁴⁰

Figure 31 : Les unités paysagères¹⁴¹



¹⁴⁰ Causses et Cévennes, *Le paysage*, [Le paysage - Les Causses et les Cévennes patrimoine mondial de l'UNESCO \(causses-et-cevennes.fr\)](http://Le_paysage_-_Les_Causses_et_les_Cevennes_patrimoine_mondial_de_l UNESCO_(causses-et-cevennes.fr)), consulté le 12 juillet 2024.

¹⁴¹ Causses et Cévennes, *Le paysage*, [Le paysage - Les Causses et les Cévennes patrimoine mondial de l'UNESCO \(causses-et-cevennes.fr\)](http://Le_paysage_-_Les_Causses_et_les_Cevennes_patrimoine_mondial_de_l UNESCO_(causses-et-cevennes.fr)), consulté le 12 juillet 2024.

3.3. Patrimoines naturels d'exception : environnement, faune, flore

Les pratiques pastorales très anciennes sur les causses sont à l'origine d'un paysage très spécifique constitué d'immenses espaces de pelouses steppiques à l'une des plus grandes échelles. La chênaie originelle a été remplacée par ces espaces par un défrichage plus ou moins intense selon les cycles. De cette manière, afin de profiter des ressources du territoire, l'homme a modifié l'environnement en s'ajustant aux besoins et aux contraintes de l'activité pastorale en ouvrant les paysages. Cependant, la disparition du paysage des causses est également due à l'absence d'eau en surface, qui est intrinsèque à leur géologie. Malgré la forte pluviométrie, les précipitations s'infiltrent rapidement dans les fissures du socle calcaire, ce qui explique l'absence de cours d'eau en surface. Les paysages des plateaux caussenards sont caractérisés par une sécheresse récurrente qui facilite une végétation xérophile, c'est-à-dire adaptée aux milieux secs. Même si l'horizon semble infini sur les plateaux caussenards, leur topographie est en fait très variée. La dissolution lente du calcaire a en effet créé des paysages de vallons et de collines. Les dolines sont des cuvettes de dissolution, riches en argiles de décalcification, formant des dépressions arrondies dont le sol est cultivable. Sur certaines zones, l'érosion des calcaires dolomitiques épaisses et crée des formations rocheuses créant ainsi des paysages ruiniformes remarquables.

Les causses sont également caractérisés par leur patrimoine vernaculaire consacré à l'activité agropastorale, répandu sur les vastes espaces de parcours : abris pour les hommes et les troupeaux, murets délimitant les chemins, les enclos ou les parcelles, amas de pierres issus de l'empierrement et des lavognes pour abreuver les troupeaux. Ces éléments forment à eux seuls des motifs paysagers. Toutefois, ces paysages ont connu des modifications majeures au cours des cinquante dernières années, en raison de la modification des systèmes agricoles et des politiques de reboisement dans les années 50 et 70 financées par le Fond Forestier National (FFN). Beaucoup de pins noirs ont été plantés sur d'anciens chemins abandonnés et constituent aujourd'hui de vastes couvertures sombres qui contrastent avec les prairies semi-naturelles environnantes. De cette façon, les paysages steppiques unitaires traditionnels sont désormais caractérisés par des superficies plus limitées et plus fragmentées. À présent, les pelouses nues et

austères des causses sont identitaires et emblématiques puisqu'elles incarnent l'héritage des générations agricoles antérieures et représentent le symbole de la culture agropastorale. Elles sont aussi connues pour leur biodiversité et comme des lieux naturels de liberté et d'évasion favorables aux activités en plein air.¹⁴²

Figure 32 : Lavogne¹⁴³



Les différentes influences méditerranéennes et continentales, de l'altitude en moyenne 800 mètres et l'exposition sont responsables de la flore. Une multitude d'espèces végétales inattendues comme les violettes, cheveux d'ange, orchidées, buis, anémones, genévriers et cardabelles. La cardabelle est une fleur protégée car en voie de disparition et le symbole du Larzac.¹⁴⁴

¹⁴² Causses et Cévennes, *Les causses*, [Les Causses - Les Causses et les Cévennes patrimoine mondial de l'UNESCO \(causses-et-cevennes.fr\)](https://www.causses-et-cevennes.fr/), consulté le 13 juillet 2024.

¹⁴³ Tourisme en Aveyron, Le Larzac, *rendez-vous avec la nature*, [Tourisme plateau du Larzac – découvrir le plateau du Larzac | Tourisme Aveyron \(tourisme-aveyron.com\)](https://www.tourisme-aveyron.com/), consulté le 13 juillet 2024.

¹⁴⁴ Tourisme en Aveyron, Le Larzac, *rendez-vous avec la nature*, [Tourisme plateau du Larzac – découvrir le plateau du Larzac | Tourisme Aveyron \(tourisme-aveyron.com\)](https://www.tourisme-aveyron.com/), consulté le 13 juillet 2024.

Figure 33 : Cardabelle¹⁴⁵



Ce sous-chapitre nous a permis de comprendre le territoire de l’Aveyron et son paysage unique, modelé par l’activité agropastorale depuis des Millénaires. L’interaction complexe entre l’Homme et son environnement forme des Grands Causses, des vastes plateaux calcaires du sud du Massif Central. L’élevage ovin a pris le relais de la céréaliculture ouvrant ainsi la voie à la production de Roquefort. C’est un exemple montrant que l’activité humaine du passé représente un patrimoine d’aujourd’hui. Classé au patrimoine mondial de l’UNESCO, Les Causses et les Cévennes représente la culture agropastorale méditerranéenne. Riche en biodiversité, de nouvelles espèces végétales sont apparues et le territoire est entouré des traces du patrimoine vernaculaire lié à l’activité agropastorale.

¹⁴⁵ Tourisme en Aveyron, Le Larzac, *rendez-vous avec la nature*, [Tourisme plateau du Larzac – découvrir le plateau du Larzac | Tourisme Aveyron \(tourisme-aveyron.com\)](https://www.tourisme-aveyron.com/), consulté le 13 juillet 2024.

Chapitre 2 : Présentation de la structure de stage

Dans ce chapitre, nous aborderons tout d'abord la définition d'une association tout en introduisant la structure de stage dans tout son ensemble. Ensuite, nous nous intéresserons à la naissance et à la création d'un Tiers-lieu culturel et associatif du Château de Latour.

1. Association des Amis du Château de Latour

Dans sous-chapitre, nous allons déterminer la notion de l'association comme nous sommes dans une structure associative pour le stage de fin d'études. Ensuite, nous expliquerons en détail l'historique de l'association, son fonctionnement et ses objectifs.

1.1. Qu'est-ce qu'une association ?

Selon la loi du 1er juillet 1901 (art. 1er), une association est une « *convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun d'une façon permanente leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices* ». Une association peut être créée si au moins deux personnes se mettent d'accord sur son objet. Les statuts sont rédigés par eux, détaillant l'objet, la personne habilitée et les organes dirigeants à représenter l'association indiquant le siège social ou l'adresse. L'association est non lucrative, ce qui la différencie d'une entreprise. Les objectifs d'une association peuvent être très variés : réaliser des actions humanitaires, organiser des événements sportifs, faire la promotion d'idées, d'œuvre ou d'une cause. Dans cette optique, elle a la possibilité de générer des profits, mais elle ne peut pas les répartir. Il y a deux catégories principales d'associations :

- L'association « *simple* », n'est pas déclarée en préfecture et existe légalement, elle ne peut ni avoir de patrimoine, ni agir en justice.
- L'association « *déclarée* », est déclarée en préfecture et dotée d'une personnalité juridique. Elle a la possibilité d'avoir un patrimoine et agir en justice. La plupart d'entre elles ont le statut spécifique d'association reconnue

d'utilité publique par décret en Conseil d'État. Leur but est considéré comme d'intérêt public et cela leur permet de recevoir des donations. En échange, elles sont tenues de fournir des garanties sérieuses pour un contrôle administratif plus rigoureux, en particulier de la Cour des comptes.¹⁴⁶

Les statuts d'une association définissent le fonctionnement d'une association. En général, une association est gérée par trois organes : le Bureau, le Conseil d'Administration et l'Assemblée Générale. Bien que ces organes soient libres, ils sont essentiels pour réguler le bon déroulement d'une association. Il est nécessaire de bien spécifier leurs missions dans les statuts. De plus, un règlement intérieur peut être élaboré, en complément des statuts. Le règlement intérieur d'une association vise à compléter les statuts de l'association, en particulier son organisation.¹⁴⁷ Les associations ont différents rôles en raison de la diversité des motivations qui accompagnent ceux qui en sont à l'origine.¹⁴⁸

Selon l'Institut National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire (INJEP), la loi de 1901 a permis la création de nouvelles associations, environ 60 000 par an. Les associations exercent une politique d'intérêt général et jouent un rôle considérable en tant que partenaires des collectivités territoriales mais aussi sur le marché du travail. Ils sont de véritables entreprises associatives en raison de leur poids économique. L'implication des citoyens découle d'une longue tradition française de désir de s'engager dans les politiques publiques. Dans les circonstances de la crise des « *valeurs et du sens* », le bénévolat s'inscrit dans une volonté de ne plus dépendre des autorités mais de se sentir utile. En tant que moyen d'épanouissement personnel, il agit également comme un moyen de créer des liens et de renforcer la cohésion sociale face aux différentes fractures de la société.¹⁴⁹

¹⁴⁶ Vie publique, 2024, *Qu'est-ce qu'une association*, [Qu'est-ce qu'une association ? | vie-publique.fr](https://vie-publique.fr/actualites/146), 15 janvier 2024, consulté le 25 juillet 2024.

¹⁴⁷ Legal Place, 2024, *Tout savoir sur le fonctionnement d'une association*, [Fonctionnement d'une association 1901 en 2024 \(legalplace.fr\)](https://legalplace.fr/actualites/147), consulté le 25 juillet 2024.

¹⁴⁸ Vie publique, 2024, *Quels sont les différents rôles des associations ?*, [Quels sont les différents rôles des associations ? | vie-publique.fr](https://vie-publique.fr/actualites/148), 15 janvier 2024, consulté le 25 juillet 2024.

¹⁴⁹ Vie publique, 2024, *La liberté d'association en France : un état des lieux*, [La liberté d'association en France : un état des lieux | vie-publique.fr](https://vie-publique.fr/actualites/149), 23 février 2024, consulté le 25 juillet 2024.

1.2. Historique de l'association des Amis du Château de Latour

L'aventure des Amis du Château de Latour naît en 1990 lors du rachat de la bâtisse par la municipalité. L'histoire de l'association qui gère le monument quant à elle naît en :

Figure 34 : Association des Amis du Château de Latour¹⁵⁰

-
- The timeline consists of six colored circles on the left, each containing a year. To the right of each circle is a list of events corresponding to that year. The years 1991, 1995, and 1997 are in green circles, while 1993, 1996, and 2002 are in orange circles.
- 1991**
 - Création de l'Association des Amis du Château de Latour, cette association se crée suite à l'incapacité de la mairie de s'occuper des lieux et qui envisage de le revendre. Les habitants se mobilisent alors pour créer l'Association des Amis du Château de Latour qui le gère depuis maintenant plus de 30 ans.
 - L'Association des Amis du Château de Latour et la Mairie de Marnhagues-et-Latour signent un bail emphytéotique d'une durée de 18 ans permettant à l'Association de gérer le bâti et les activités développées sur le lieu.
 - 1993**
 - Début des restaurations du bâtiment par l'association, les différents architectes des bâtiments de France seront associés à chaque étape de travaux.
 - Sont associés aux restaurations les amis du château de Montaigut, avec Simonin Michel, (association affiliée à l'Union REMPART).
 - 1995**
 - Création d'une salle des fêtes communale dans l'ancienne bergerie.
 - Ce qui permettra à l'Association de mettre à disposition les lieux pour d'autres associations, début des animations culturelles et artistiques avec des partenaires locaux.
 - 1996**
 - Début de la construction et de l'aménagement de 3 gîtes dans les lieux (afin de financer les travaux et les actions culturelles).
 - 1997**
 - Lancement des « Soirées au Château », spectacles mensuels dans la « Bergerie ».
 - 2002**
 - Création d'itinérance, festival Itinérant dans la vallée de la Sorgue pour promouvoir la culture dans différents lieux de la vallée et faire du lien entre les associations, artisans et artistes locaux.

¹⁵⁰ Source : SUEBSAO Salintip

- 2019

 - Embauche d'une salariée pour le développement des actions sur la structure.
- 2021

 - Lancement d'une dynamique de Tiers Lieux sur le Château.
 - Développement de partenariats à échelle départementale et régionale (Festivals, Evénements, Appel à projet...).
 - Bâtiment en cours d'inscription au Monuments Historiques.
 - Mise à jour du statut de l'Association pour être aux plus proches des nouveaux projets.
 - Signature d'un bail à 50 ans avec la collectivité.
- 2022

 - Restauration des 3 gîtes du Château et création d'un espace multi-accueil pour les visites.
- 2023

 - Poursuite et développement du projet Tiers Lieux, création d'un bar et d'une épicerie, accueil d'une médiathèque relais dans l'espace multi-service.
 - Accueil de nouveaux projets dans le cadre du Tiers Lieu, accueil d'association et entreprises pour des accompagnements et des projets.
- 2024

 - Lancement des travaux sur le Tiers Lieu, création d'un espace de coworking et de salle pour des associations (atelier corporel et atelier créatif, salle de visioconférence).
 - Classement du Château au Monument Historique.
 - Signature de convention de partenariat entre l'association et la mairie, la communauté de communes et la CAF, vers un agrément « Espace de vie Social ».

1.3. Son fonctionnement et ses objectifs

Fonctionnement de l'AACL : une association est composée de trois organes de décisions.

Le Conseil d'administration (CA), au sein de l'Association des Amis du Château de Latour ce CA est composé de trois collèges d'adhérents :

- Le collège des associations (associations élues au Conseil d'administration).
- Le collège des individuels (individus élus au CA).
- Le collège des membres associés (entreprises institutions invitées au CA).

Les membres des deux premiers collèges sont élus lors de l'Assemblée générale de l'association, qui a lieu une fois par an. Les associations ont 6 sièges au conseil d'administration de l'association et les membres individuels ont 10 sièges. Les membres associés sont des entreprises ou institutions qui ont une voix consultative lors des conseils d'administrations. Le conseil d'administration comprend au moins 16 personnes qui prennent les décisions et ont pour mission la bonne mise en place de l'objet de l'association et de ces actions.

Le Bureau : Le conseil d'administration délègue à 6 personnes, le bureau, la gestion quotidienne de l'association. Le bureau a pour vocation de prendre les décisions et gérer le quotidien de l'association, ils font aussi le lien avec les salariés.

L'ensemble de ces missions est défini dans les statuts et le règlement intérieur. Ces documents étant validés en Assemblée Générale. L'assemblée générale comprend l'ensemble des adhérents de l'association. Un adhérent a de ce fait le droit de vote pour toutes questions relevées lors de l'Assemblée Générale.

L'Assemblée Générale (AG) a lieu une fois par an au moins et c'est à ce moment-là que les décisions majeures concernant l'association sont prises. Les documents constitutifs d'une association et les statuts sont votés lors de temps. L'AG définit les statuts de l'association des Amis du Château de Latour, qui sont les suivants :

- « *La sauvegarde, la mise en valeur, la promotion et le rayonnement du château de Latour et du patrimoine architectural et historique qu'il représente.* »
- « *Développer et accompagner des projets valorisant les patrimoines (historiques, artistiques, culturels, environnementaux) créateurs de liens sociaux sur le territoire du château de Latour et de ses abords (les communes, communautés de communes voire département de l'Aveyron et départements limitrophes).* »
- « *Coordonner et animer un réseau d'acteurs (personnes morales, bénévoles) souhaitant participer à l'objet de l'association.* »

Pour mettre en place son objet, l'association définit un certain nombre d'actions que nous développerons dans l'axe suivant (Association des Amis du Château de Latour, 2022).

2. Château de Latour sur Sorgue, un patrimoine culturel et local

Dans ce sous-chapitre, nous examinerons l'histoire et les origines du Château de Latour. Nous aborderons ensuite la création d'un tiers-lieu, avant de présenter en détail le tiers-lieu du Château de Latour : Castèl Lab.

2.1. Histoire du château

Figure 35 : Château de Latour sur Sorgue © OTLV¹⁵¹

¹⁵¹ Source : OTLV, 2023



Le château de Latour repose sur un socle rocheux et surplombe le village qui porte son nom. Ainsi le Château ne peut passer inaperçu. La façade nord de ce grand édifice quadrilatéral est flanquée de tours de guet polygonales, témoins de la vie de la Vallée de la Sorgue pendant plus de 12 siècles. Le territoire de Latour est le résultat du démembrement de la vicaria gallo-romaine (territoire et unité administrative) formée avant ou dès le X^{ème} siècle. En 1054, une partie du territoire est concédée à la puissante famille Trencavel qui attribue par la suite le château à la famille des seigneurs de Latour. Cette famille occupera le bâtiment et transformera la Motte d'origine en un château fort avec des tours, des remparts et des chemins de ronde.

Après les croisades d'Albi, le contexte initial change : le comte de Toulouse cède la place au roi de France, mais la baronnie de Latour survit pendant des décennies jusqu'aux années 1380. Au début du XV^{ème} siècle, le seigneur Roquefeuil de la branche de Versols remplace l'ancien titulaire. En 1410, Jean III de Roquefeuil est le premier à ajouter Latour à ses titres de Versols Cournonsec, Grémian et Mireval. Vers 1630, la famille ajoutera le titre Vicomte de la Rode à ces titres antérieurs. Après un mariage dit assez important en 1537, le château de Latour est abandonné et la famille préférera s'installer dans leur nouvelle propriété près de Montpellier. Il sera ensuite transformé en résidence d'été pour lui donner son aspect actuel.

Les De Bonald de Millau-Monna était la dernière dynastie de seigneurs de Latour à la fin du XVIIème siècle. Ils portent aussi le titre de Vicomte de la Rode. Gabriel Ambroise de Bonald fut le dernier seigneur de Latour, pendant la Révolution le château devint la résidence principale de la famille. Puis, il s'exila en Suisse, et sa propriété de Latour fut déclarée « *Bien National* » et fut vendue aux enchères. Le château de Latour est ensuite acquis par son ancien métayer, Etienne Connac, qui en fait le site d'une exploitation agricole. C'est en 1990 que la municipalité de Marnhagues-et-Latour achète le bâtiment. Le château entre alors dans une nouvelle ère (Sobie et Poujol, 2023, p. 56).

2.2. La naissance d'un Tiers Lieu

Un lieu mais de multiples définitions. Chaque institution et lieux ont leurs propres définitions de cette dynamique.

❖ **L'Association Famille Rurale qui se penche depuis quelques années sur la question en tire la définition suivante :**

Qu'est-ce qu'un Tiers-Lieux ?

« Mélanger les genres pour mieux mixer les publics, répondre aux besoins et avoir des chances de se pérenniser : social et inclusif, économique et fonctionnel, entrepreneurial et innovant, technologique et collaboratif, culturel et vivant...C'est un lieu de rencontres et de partages, ouvert et fédérateur pour votre territoire dans lequel tous les habitants et tous les acteurs du territoire peuvent agir, construire, travailler, s'exprimer, se détendre, apprendre » (Familles rurales, 2020).

❖ **Pour l'Etat :**

« Les tiers-lieux sont des espaces physiques pour faire ensemble : coworking, micro-folie, campus connecté, atelier partagé, fablab, garage solidaire, social place, makerspace, friche culturelle, maison de services au public... Les tiers-lieux sont les nouveaux lieux du lien social, de l'émancipation et des initiatives collectives. Ils se sont développés grâce au déploiement du numérique partout sur le territoire. Chaque lieu à sa spécificité, son fonctionnement, son mode de financement, sa communauté. Mais tous permettent les rencontres informelles, les interactions sociales, favorisent la créativité et les projets collectifs ».¹⁵²

¹⁵² La compagnie des Tiers-Lieux, *Qu'est-ce qu'un tiers-lieu ?*, [Accueil - La Compagnie des Tiers-Lieux](#), consulté le 27 juillet 2024.

En résumé, les tiers-lieux existent pour créer, former, apprendre, faire ensemble, fabriquer, participer, créer du lien social.

❖ **Pour la Région :**

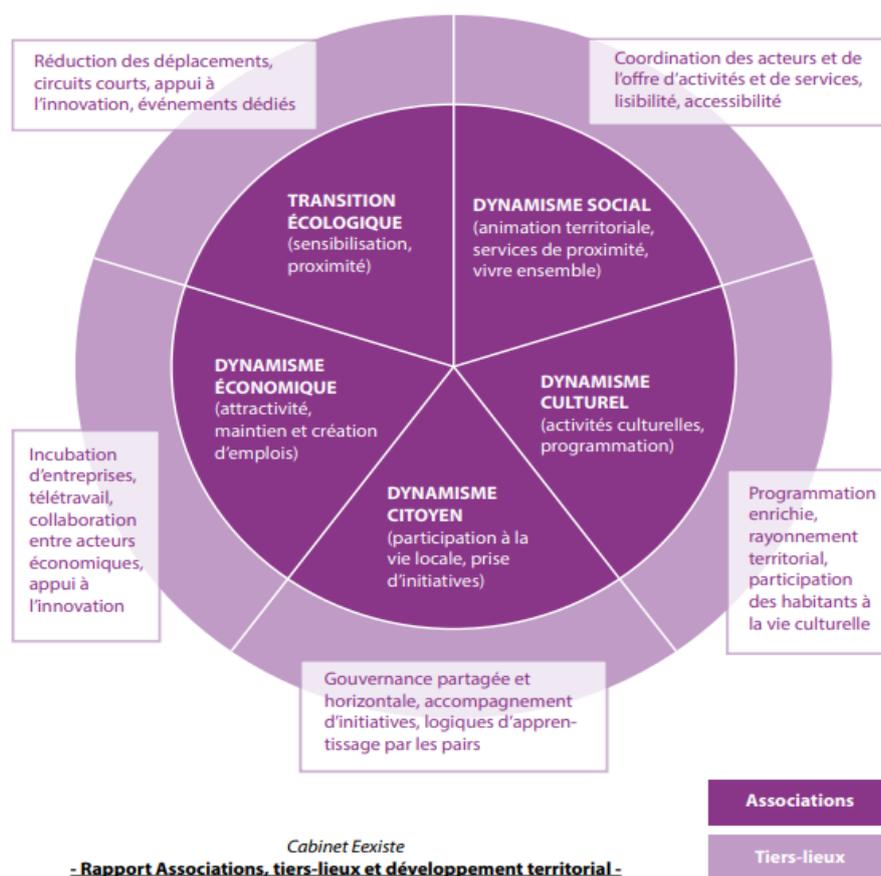
*« Les Tiers Lieux doivent proposer un espace de travail collaboratif, dans lequel il est possible de travailler de façon permanente ou occasionnelle, individuellement ou collectivement, et dont l'utilisation peut être en accès libre ou payant. Proposant au moins une autre fonctionnalité opérationnelle de service aux entreprises accueillies et ouvertes au grand public telle que fablab, living-lab, atelier, médiation numérique, appui et conseil aux porteurs de projets (relations avec d'autres structures d'accompagnement), formation, e-formation, télétravail, restauration, café, espace et services culturels, circuits courts... ».*¹⁵³

❖ **Pour conclure un Tiers Lieux c'est :**

Un Tiers-Lieu(x) est le fruit d'une réflexion collective qui se concrétise par un espace physique où des individus vivant sur un même territoire (occasionnellement ou régulièrement) pourront se retrouver, échanger et construire le territoire de demain. Les Tiers-Lieux, établis par des citoyens afin de favoriser le « *faire ensemble* » et renforcer les liens sociaux, contribuent à résoudre l'isolement et à dynamiser les territoires. Ces endroits sont le point de départ d'une réflexion locale qui favorise l'émergence de nouveaux projets. Les activités qui y sont menées favorisent le développement de nouveaux projets.

¹⁵³ La Région Occitanie, 2022, *Les « Tiers Lieux Occitanie » vous accueillent sur tout le territoire*, [Les « Tiers Lieux Occitanie » vous accueillent sur tout le territoire - Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée \(laregion.fr\)](#), 24 janvier 2022, consulté le 27 juillet 2024.

Figure 36 : Démarche Tiers-Lieu¹⁵⁴



2.3. Tiers-Lieu : Castèl Lab

❖ Tiers Lieu implanté sur un territoire

La vallée de la Sorgue se situe dans le sud Aveyron à $\frac{3}{4}$ d'heures de centres urbains comme Millau, et à 1h30 de Montpellier. La ville la plus proche étant Saint-Affrique à 30 min. Il n'y a à proximité aucune structure regroupant des actions culturelles, associatives, sociales, de loisirs et environnementales. Le Château de Latour dispose aujourd'hui de nombreuses salles restaurées chauffées et utilisables pour différentes actions (cuisines, salles avec matériels, salles d'expositions...). Avec la création d'un emploi sur le site il y a plus d'un an, l'association a voulu donner une autre ampleur à son développement en promouvant les espaces auprès de multiples structures, ainsi qu'en proposant un accompagnement gratuit aux montages d'événements, stages, ateliers. Et ce afin de proposer dans notre territoire rural enclavé un pôle d'activités accessibles aussi bien aux populations

¹⁵⁴ Source : Familles rurales, 2020, p. 12

qu'aux personnes en résidences secondaires, aux touristes et personnes de passage. Le lancement de cette dynamique se doit d'être accompagné et s'allier aux montages de différents projets pour prendre de l'ampleur. La proposition de la structure en tant que Tiers Lieux vient renforcer cette dynamique. L'émergence de ce Tiers Lieux naît de l'envie des membres de l'Association des Amis du Château de Latour et de tous les utilisateurs (associations, particuliers, élèves...) de renouveler la dynamique existante autour des lieux et de la développer. Car aujourd'hui après 30 ans de restaurations de nombreux espaces sont disponibles et ouverts à l'utilisation, des dynamiques naissent et se pérennisent avec difficultés par le manque de temps et de soutiens. Aujourd'hui la structure gestionnaire des lieux souhaite formaliser la création d'un lieu multi fonctionnel et regroupant de nombreuses activités. Et ce en finalisant les travaux d'aménagement des salles et par la création d'un poste supplémentaire afin de soutenir au mieux les utilisateurs et d'accompagner les structures parties-prenantes.

❖ **Construction de ce Tiers-Lieux**

Cette dynamique de Tiers-Lieux vient d'une démarche participative. La démarche participative a commencé par des réunions ouvertes à tous pour les personnes intéressées par la création d'un Tiers Lieux sur le Château de Latour. Plusieurs réunions de réflexion avec des partenaires d'activités variées (entreprise, artisan, association, villageois ...) ont donné naissance à plusieurs pistes de réflexion sur les éléments nécessaires dans ce Tiers Lieux. Afin d'ouvrir au plus grand nombre et faire avancer la réflexion un questionnaire en ligne a été diffusé auprès des habitants pour connaître leurs avis sur plusieurs pistes de réflexion que nous avons eu lors des rencontres. A aussi été tenu un stand sur le petit marché de Latour sur Sorgues afin de cerner les besoins des habitants. De ce questionnaire est né le projet de Tiers Lieu en 6 axes présenté un peu plus loin dans ce mémoire.

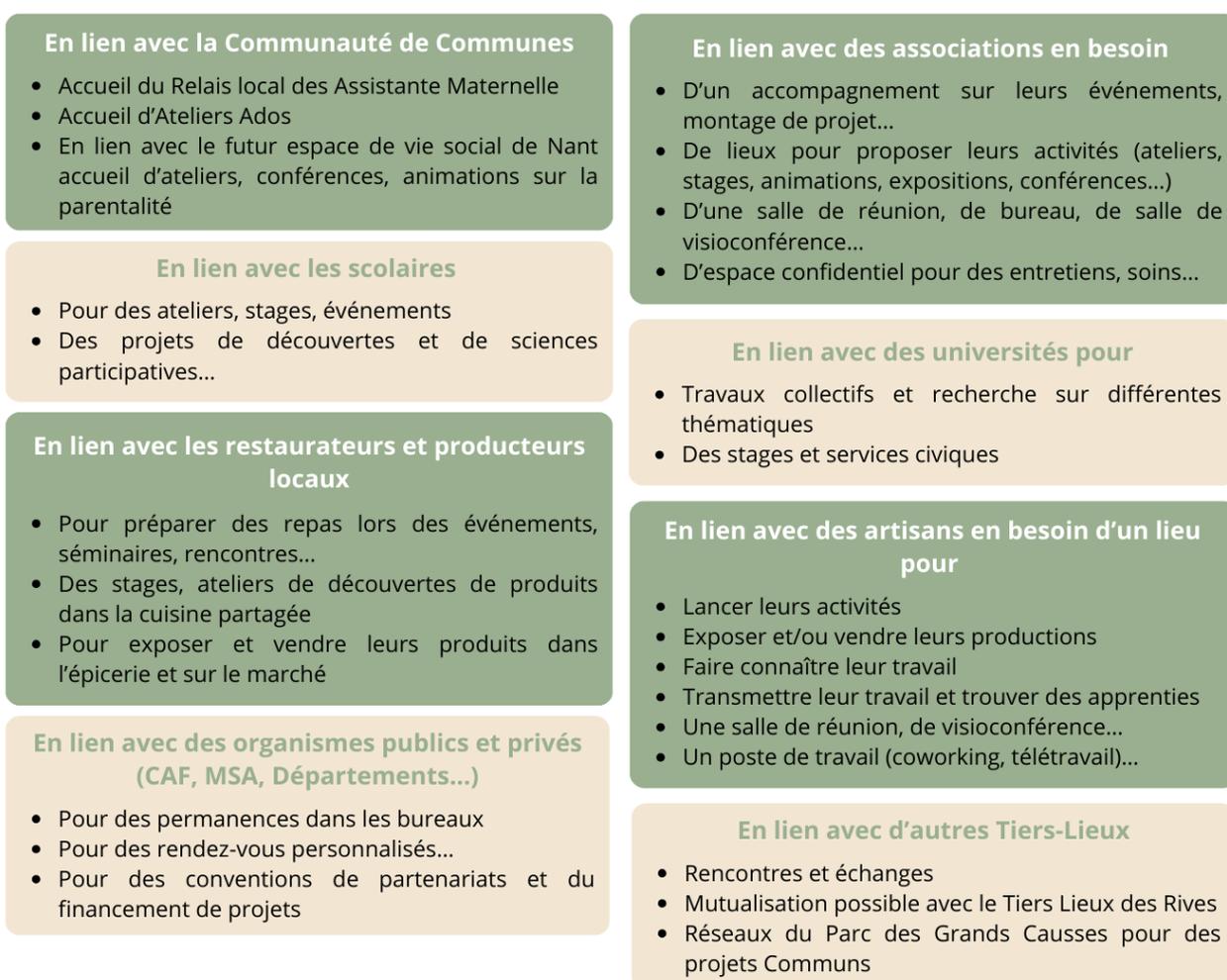
❖ **Implication des instances locales**

À ce jour, la Mairie de Marnhagues-et-Latour porte le projet d'aménagement des lieux. L'association des Amis du Château s'engage à mener les actions nécessaires au fonctionnement du Tiers Lieux. L'association a un bail emphytéotique à 50 ans

avec la mairie, ainsi que des conventions de mise à disposition et des conventions de compétences (tels que le tourisme, la randonnée, le social). Dans le cadre de la Convention Territoriale Globale du territoire Larzac Vallées, certaines compétences et animations vont aussi être fixées sur le Château de Latour afin de renforcer le maillage social et associatif du territoire. Car le territoire de la communauté de communes est très grand, sans grand centre bourg, des structures associatives sont donc mandatées pour aider au portage de ce schéma de territoire.

2.4. Autres partenariats sur le Tiers-Lieux

Figure 37 : Les partenaires¹⁵⁵



¹⁵⁵ Source : SUEBSAO Salintip

3. Les principales actions de l'association

Des différentes démarches vont naître les prémises d'un projet qui dans un premier temps sera résumé par la carte mentale (Cf. Annexe B).

3.1. Service à la personne

Il regroupe des services difficiles d'accès dans les milieux ruraux. Cela passe par la création d'un bureau pour des permanences : du Département, CAF, MSA...Cet espace comprend un espace numérique. Des salles pour de la visio-conférence, ainsi qu'une salle avec accès internet, ordinateurs et imprimantes. Le relais local des assistantes maternelles se fait aussi sur le Tiers Lieux avec tout un volet d'accompagnement à la parentalité dans le cadre de la Convention Territoriale Globale du Territoire. Cela comprend un Relais Petite Enfance Intercommunal, des conférences régulières sur la parentalité, des rendez-vous parentalités tous les mercredis. Cet espace accueille aussi une médiathèque relais, un point d'accueil des nouveaux habitants et un point info-tourisme. Cet axe a pour objectif de rapprocher les services communs dont tous les habitants peuvent avoir besoin.

3.2. Alimentation et convivialité

Cet espace amène un aspect peu développé à ce jour au sein du lieu qui est le lien au terroir et produits locaux. Le but ici est de développer une alimentation de proximité à travers une épicerie de produits locaux ouverte une grande partie de la semaine et le développement du marché actuel du village le vendredi. Cet axe comprend aussi des actions autour du bien manger, avec la création d'actions autour de l'alimentation à travers une cuisine partagée et des ateliers autour des produits du terroir et de la cuisine. Des moments conviviaux à travers un bar associatif et une programmation ont été développés (repair café, café parentalité, occitan, numérique, tricot...). Le Bar possède à ce jour une licence 4 et se développe rapidement, il ancre les projets dans une réflexion perpétuelle à travers les rencontres et le lien social que le lieu dégage. Sur cet espace qui a ouvert en 2024 nous n'avons actuellement que peu de chiffres ou de moyens de comparaison par rapport à une activité précédente. Nous voyons par contre que le nombre de ventes

(bar et épicerie) est en augmentation sur la saison estivale et pourra dans les années être une vraie activité pour la structure. Cela reste une action à développer et étoffer. Nous remarquons aussi une utilisation quotidienne des lieux par les habitants de la vallée qui s'approprient et utilisent cet espace de rencontre. Nous enregistrons environ 7 000 entrées sur cet espace de janvier à fin août 2024.

3.3. Laboratoire des savoir-faire

Cet espace sera exclusivement dédié aux associations et artisans qui pourront réaliser leurs ateliers, laisser et stocker leurs outils et nécessaires de travail. Pour les associations 3 espaces ont été créés :

- Un espace de stockage pour le matériel.
- Une salle pour les loisirs créatifs.
- Une salle pour des activités corporelles équipées de matériel adapté.

Ces grands espaces pourront accueillir les élèves de différentes pratiques. Pour les entreprises 2 espaces sont aménagés à ce jour, un espace de coworking et un espace de visio-conférence.

À ces espaces peuvent s'ajouter les grandes salles de réception du château qui, ensembles avec les gîtes, donnent des espaces de rencontres et logements supplémentaires. L'objectif de ce pôle est de lutter contre l'isolement des associations et des entrepreneurs, avec par la suite des propositions de formations spécifiques sur des questions récurrentes. À ce jour l'association est labellisée guide asso information et peut accompagner des associations sur certaines démarches (gestions, statuts questions diverses...). Ces espaces ne sont pas exploités à ce jour car les travaux se terminent en septembre 2024.

3.4. Accueil et hébergement

❖ Tourisme :

Le Château comprend en son sein 3 gîtes pour une capacité de 13 couchages, lors de la location des 3 gîtes une salle commune est mise à disposition pour les repas.

Ces 3 gîtes restaurés en 2021 sont des gîtes 3 étoiles ayant une capacité de 3 couchages. Leur taux de remplissage est de 40%, ce qui est au-dessus de la moyenne aveyronnaise qui se situe aux alentours de 20% (ADT de l'Aveyron, 2019). En plus gîtes deux grandes salles sont à disposition pour des évènements tels que des mariages, anniversaires, baptêmes... L'ensemble de ces espaces sont modulables selon les projets.

❖ **Nouveaux arrivants :**

L'association a aussi à sa disposition une maison avec 4 chambres. Cette maison a aujourd'hui plusieurs utilisations. Elle reçoit des séjours pour des résidences d'artistes sur le volet culturel du château. Cette maison est aussi un espace d'accueil pour les nouveaux arrivants. Nous proposons ce logement aux jeunes arrivants sur le territoire en contrat d'alternance, service civique ou stage. Cela permet de trouver un premier pied à terre à faible coût, et de ne pas se retrouver isolé dans un territoire rural enclavé. Nous proposons aussi de mettre en lien jeunes et personnes âgées du territoire. En proposant à des personnes âgées isolées d'accueillir chez elles pour l'hiver un stagiaire ou un service civique. C'est une proposition d'accueil intergénérationnel des nouveaux arrivants. Cet axe d'accueil est un volet important de l'association qui permet l'implication des jeunes dans le projet, et leur fait découvrir un patrimoine et un territoire. À ce jour 4 familles se sont implantées sur le territoire suite à la création de cette démarche en 2023.

3.5. Nouveaux récits

Le Tiers-Lieu Castèl Lab est un exemple de transformation patrimoniale reflet d'une transformation sociétale nécessaire. Nous souhaitons montrer que nous sommes héritiers de sociétés évolutives sur les pratiques, les styles de vie, les technologies, le rapport à l'environnement. Nous voulons permettre l'acceptabilité, la faisabilité et l'efficacité de mesures de résilience. Quoi de mieux qu'un Château héritier de millénaires d'histoire pour une illustration concrète d'adaptabilité ? Nous avons travaillé dans un premier temps à la mise en avant de cet axe à travers une visite audio-guidée du château. Se retrouve dans ces audio la parole des derniers habitants du château dans les années 1900, qui à ce moment-là, avaient un style

de vie autonome et respectueux de l'environnement à travers les pratiques agricoles et la manière de vivre. L'objectif étant ici de montrer qu'un style de vie différent n'est pas forcément moins joyeux ou plus triste qu'un autre. Et de montrer que nos sociétés évoluent, continuent d'évoluer. C'est à nous de choisir vers où les orienter pour faire face aux changements à venir. Nous retrouvons aussi cette particularité à travers la parole d'un historien qui fait l'état des lieux d'autres pratiques et époques au cours des siècles dans le château.¹⁵⁶

3.6. Patrimoine et culture

❖ Des expositions :

Il existe à ce jour 3 salles d'exposition en plus de la visite de ce château inscrit aux Monuments Historiques. Des expositions sont prévues dans les lieux tout au long de l'année avec des thématiques variées selon les événements accueillis. Mais toutes ont pour points commun de mettre en avant un patrimoine. Que ce soit patrimoine naturel à travers des expositions de sensibilisation, des expositions sur des techniques et des savoirs faire (exemples teinture végétale, marqueterie...), sur des techniques artistiques (gravures, aquarelles...), sur du patrimoine immatériel (technique agropastorale, de culture...). L'entrée sur ces expositions est libre, nous enregistrons environ 250 entrées ne venant que pour les expositions et ne prenant pas la visite.

❖ Les visites :

La visite du Château comprend à ce jour la visite libre avec un livret (3/4 d'heures), la visite audio-guidée (1h30), la visite guidée (1h15), les enquêtes historiques (visites ludiques du bâtiment, 1h30), un escape games dans 3 salles du château (1h). Le volet visite du lieu référence environ 1100 entrées payantes sur la partie visite patrimoniale.¹⁵⁷

¹⁵⁶ Château de Latour, *Tiers-Lieu*, [Tiers-lieu - Château de Latour \(chateaudelatour-aveyron.fr\)](https://chateaudelatour-aveyron.fr), consulté le 30 juillet 2024.

¹⁵⁷ Château de Latour, *Visites*, [Visites - Château de Latour \(chateaudelatour-aveyron.fr\)](https://chateaudelatour-aveyron.fr), consulté le 30 juillet 2024.

❖ Les événements

Nous portons de nombreux évènements, seul ou en collaboration avec des associations, habitants et artisans tout au long de l'année, pour une programmation annuelle variée. L'ensemble de ces pièces sont modulables et communicantes. Elles peuvent se regrouper ou s'intervertir dans l'espace. Nous enregistrons sur la partie événementielle 400 entrées payantes et environ 550 entrées non payantes sur les évènements ouverts à tous. L'association a ici 3 évènements majeurs :

- Les Châtelaines : La laine sur notre territoire est considérée comme un déchet. À travers cet événement créatif nous souhaitons montrer la diversité qui existe autour de cette matière. Le Château accueille pour ce faire des professionnels et particuliers passionnés souhaitant partager leurs savoir-faire et leurs produits.
- Les Nuits de Mystères : Un escape games géant de nuit dans un Château? Ce sont les Nuits de Mystères: spectacles, énigmes, frissons le tout dans un château millénaire. Vous avez le droit d'avoir peur... Projet monté par les jeunes du territoire.
- Les Cocottes qui chuchotent : Le PNR des Grands Causses fait appel à votre mémoire et vos cahiers de recettes pour le projet « *La cocotte qui chuchote !* ». En effet, vous pouvez faire part de votre recette de terroir qui sera revisitée ensuite par le Chef Michel BRAS au Tiers-Lieu du Château de Latour.

D'autres événements naissent dans les lieux mais sont portés par des structures partenaires. Nous pouvons référencer le ciné-club avec des projections mensuelles, des évènements autour de l'argile et des arts-plastiques.¹⁵⁸

❖ Les animations

L'association propose tout au long de l'année des animations sur des thématiques patrimoniales envers des groupes ou envers des scolaires. Animations pour les scolaires : Temps de révoltes, Duel et Conspiration, Balade Biodiversité en bord de

¹⁵⁸ Château de Latour, *Évènements*, [Évènements from 1 juillet - 12 octobre - Château de Latour \(chateaudelatour-aveyron.fr\)](https://chateaudelatour-aveyron.fr), consulté le 30 juillet 2024.

Sorgues et Tous feux, tout flammes. Ce sont des animations proposées à des groupes de scolaires, cette action a été lancée en 2024 et proposée à 4 groupements scolaires soit 300 enfants. Nous n'avons pas ici de point de comparaison ou de réel retour étant sur la première année de réalisation de cette action. Lors des évènements en amont, pendant ou après, l'association propose des actions en lien avec l'action à venir : animation autour de la laine, ateliers tricots, ateliers crochet. Ce sont des rencontres d'habitants sur lesquels un animateur intervient pour faire vivre dans le temps l'activité et développer les projets qui se lancent et se réfléchissent.¹⁵⁹

Figure 38 : Château de Latour sur Sorgue vue du sud © OTLV¹⁶⁰



¹⁵⁹ Château de Latour, *Animations*, [Animations - Château de Latour \(chateaudelatour-aveyron.fr\)](https://chateaudelatour-aveyron.fr), consulté le 30 juillet 2024.

¹⁶⁰ Source : OTLV, 2023

Chapitre 3 : Missions de stage et méthodologie de vérification des hypothèses

Dans ce chapitre, nous allons présenter nos différentes missions au sein du Château de Latour. Puis, nous évoquerons en détail nos deux méthodologies adoptées pour la vérification de nos hypothèses qui se feront dans la partie 3.

1. Missions de stage

La fonction exercée durant le stage est celle d'une chargée de développement touristique. Les missions de stage sont très diversifiées au sein d'une structure associative. Les missions comprennent le volet touristique, patrimoine, communication et management. Les missions secondaires représentent le travail au quotidien dans une structure en évolution participant au développement territorial.

1.1. Volet tourisme

Coordonner l'événement « *Nuits de Mystères* » sur toutes ces étapes est l'une des principales missions de stage au sein de la structure. Cet événement est un espace games géant qui prend place dans tout le château la nuit tombée. Depuis 2014, l'association des Amis du Château propose ce type d'activité nocturne chaque été qui a lieu à la fin du mois juillet et début du mois d'août. Avant de devenir un escape games, l'événement initial était celui d'un spectacle nocturne représenté par les bénévoles. Cependant, l'arrivée du COVID-19 a poussé l'association à repenser et à renouveler cette offre pour tourner vers un nouveau format d'animation. Le format escape games n'a été introduit seulement en 2021. Chaque année le thème change, mais le principe reste le même : inciter les visiteurs à venir au château et participer à un jeu collectif tout en découvrant le lieu sous un angle différent. Travailler sur ce projet implique de gérer la création (histoire, énigmes, supports...), l'organisation de l'événement, la communication externe et la gestion des équipes bénévoles, composées de jeunes du territoire et de professionnels du spectacle. Cette action est à destination des publics jeunesse et jeunes adultes, à la fois les

jeunes en tant que visiteurs et créateurs. L'utilisation du château pour un événement comme un espace games permet de faire vivre le lieu mais aussi la population aux alentours qui est à la recherche d'une activité à faire entre amis ou entre famille. L'objectif de cette mission est de gérer cette action et d'en proposer des pistes de développement pour les années futures.

Figure 39 : Nuits de Mystères 2023 © OTLV¹⁶¹



1.2. Volet patrimoine

Travailler à la proposition de pistes de développement touristiques adaptées à la structure et au territoire : tant au niveau événementiel, que des équipements (visites, animations...). L'association souhaite mettre en place une offre destinée aux groupes scolaires. Bien que le château accueille déjà ce type de public, l'offre proposée n'est pas forcément orientée vers un cadre scolaire. Ainsi, nous avons élaboré 2 offres différentes sous forme de livrets pédagogiques : ce sont des animations scolaires encadrées par les animateurs, l'une se déroule à l'extérieur dans le village, et l'autre à l'intérieur du château. Au château, nous avons une activité nommée les « *Enquêtes historiques* », le principe de cette activité est

¹⁶¹ Source : OTLV, 2023

d'enquêter sur un morceau d'histoire du château et parcourir à l'intérieur en ouvrant des coffres cadenassés, récoltant des indices. Cette activité pédagogique, qui se déroule à l'intérieur du château, est réalisée à partir d'une activité existence que nous avons donc adaptée pour les scolaires. L'objectif du livret est de permettre aux enfants d'apprendre l'histoire du château, de découvrir le lieu et de poursuivre l'étude en classe avec leur professeur après l'animation. L'autre activité intitulée « *À la découverte de la biodiversité de la Sorgue* », consiste à explorer le village de Latour, une balade au long de la rivière de Sorgues permettant d'apprendre à reconnaître des faunes locales à travers les traces laissées et les flores autour d'eux.

Figure 40 : Animation scolaire¹⁶²



1.3. Volet communication

Développer une stratégie de communication sur nos différents médias (Facebook, Insta, MailChimp, Communication avec l'Office de Tourisme, journaux, LinkedIn...). La communication est un élément essentiel pour un site touristique souhaitant se faire connaître. L'association dispose d'un site internet facile d'accès, illustré par de nombreuses photos. Ce site permet aux internautes de découvrir l'histoire du

¹⁶² Source : SUEBSAO Salintip

Château, ainsi que les diverses activités proposées au sein de ce dernier. La mise à jour des actualités fait partie des missions de stage avec la communication sur les réseaux sociaux, la création de supports visuels (événements, expositions...), l'élaboration de la newsletter permettant de faire passer les informations mensuelles aux abonnés, contacts avec les différents journaux afin de diffuser les événements. Le château attire toutes les générations, il est important de varier la communication qu'elle soit sous format traditionnel ou numérique.

1.4. Volet organisation et management

Le management de l'équipe et la réalisation des planning font également partie des missions de stage. Cet été, l'association fonctionne avec 6 personnes : une employée, un alternant, un service civique, 3 stagiaires mais aussi les bénévoles. Chacun a des missions adaptées à son parcours et ses compétences, rendant essentielle la répartition des tâches pour une bonne coordination. Gérer une équipe au sein d'une structure implique une grande responsabilité et une vision du travail collectif.

1.5. Missions secondaires

Concernant les missions secondaires, aide à la programmation estivale (expositions, ateliers, événements...), de la coordination en amont à la réalisation de l'événement et conduire des visites guidées. Le château propose une multitude d'activités pour dynamiser ce lieu de vie. L'activité au château est divisée en deux parties : une partie gîtes et locations des salles puis une partie visite culturelle et animations. Les missions du stage comprennent la gestion des locations de 3 gîtes et salles (prise de contact, création de contrat de location etc...). Il y a aussi la participation au développement de l'épicerie avec des produits locaux à l'accueil du château pour promouvoir une alimentation de proximité, le château se situant dans une zone de revitalisation rurale. Ce qui fait vivre l'économie du village et bénéficie les habitants. Les missions secondaires favorisent le bon déroulement dans les activités quotidiennes au Château de Latour.

2. Méthodologie pour l'étude qualitative

Deux approches méthodologiques sont privilégiées dans cette étude : approche qualitative et approche quantitative. L'objectif est de vérifier les hypothèses suivantes :

- Les lieux du patrimoine, un nouvel espace pour les jeunes
- L'escape games, un événement phare permettant d'attirer les jeunes adultes au Château de Latour
- Adaptation aux envies sur la mise en place des médiations au Château de Latour.

Dans un premier temps, nous allons aborder l'approche qualitative puis dans un second temps, nous aborderons l'approche quantitative. Tout d'abord, nous expliquerons la procédure d'une étude qualitative pour ensuite exposer les choix des questions choisies.

2.1. Étude qualitative avec les jeunes bénévoles âgés entre 18-25 ans

Une étude qualitative implique de collecter des données en se basant sur les opinions ou les avis de l'interrogé. Il s'agit d'analyser en détail les réponses sur un sujet spécifique pour saisir les motivations, les caractéristiques et les comportements d'un groupe de personnes. Cette approche se concentre sur les données verbales et peut être réalisée en individuel ou en groupe en fonction des besoins de l'étude.¹⁶³ Il est nécessaire de préparer un guide d'entretien en amont, qui présente plusieurs thèmes de l'étude sous forme de questions ouvertes et simples. Il sera également nécessaire de préparer les questions de relance.

Nous avons préparé un guide d'entretien qui est structuré en cinq parties : « *Présentation* », « *Intérêts généraux* », « *Être bénévole* », « *Lien sociologique jeunes et patrimoine bâti* » et « *Recommandations* » (Cf. Annexe C). En fonction du thème, des questions spécifiques sont élaborées. Nous cherchons à travers ce guide d'entretien des opinions des jeunes bénévoles sur leur engagement dans les lieux

¹⁶³ Student.be, 2024, *La différence entre une enquête qualitative et quantitative*, [La différence entre une enquête qualitative et quantitative \(student.be\)](#), 31 juillet 2024, consulté le 3 août 2024.

patrimoniaux ou autres en tant que bénévoles d'une association. Nous avons prévu d'interroger 4 jeunes bénévoles au sein de l'association des Amis du Château de Latour à travers un entretien semi-directif. Cette méthode est adaptée à plusieurs de nos hypothèses, en effet nous souhaitons attirer les jeunes adultes dans un lieu de patrimoine tant en visiteur que créateur. Pour concevoir des offres culturelles répondant aux attentes des nouvelles générations, il est essentiel de les impliquer directement, car ils ont une meilleure compréhension de leurs propres besoins.

L'idée d'interroger les jeunes bénévoles nous est venue lorsque nous nous sommes confrontées à la situation. Le fait de voir que ces jeunes s'impliquent et donnent leur temps pour des projets culturels ou associatifs au sein de la structure de stage nous a particulièrement intéressées. Nous nous intéresserons à l'attractivité culturelle et touristique d'un lieu patrimonial et culturel par le biais d'une médiation dans cette étude, ainsi le bénévolat pourrait devenir une forme de médiation qui tisse le lien entre le lieu et les jeunes adultes.

2.2. Choix des questions qualitatives

Le thème 1 « *Présentation* », permet d'obtenir des informations de base sur chaque bénévole pour mieux comprendre leur relation avec le Château de Latour. Appréhender leur parcours professionnel nous aidera à connaître leurs compétences appliquées ou développées dans le cadre du bénévolat. Nous souhaitons recueillir des avis sur les aspects spécifiques du château qui attirent les bénévoles, ce qui peut nous apporter des réflexions sur son attractivité.

Le thème 2 « *Intérêts générales* », vise à explorer en profondeur leurs intérêts en matière de patrimoine, culture et loisirs. Nous cherchons à comprendre les raisons personnelles pour déterminer leur engagement dans les actions culturelles et patrimoniales au sein d'une association, sont-elles liées à leurs préférences ou autres facteurs.

Le thème 3 « *Être bénévole* », cherche à identifier les motivations personnelles qui ont poussé la personne à s'engager comme bénévole. Nous désirons également connaître les expériences des bénévoles dans une structure associative, qu'elle soit

culturelle ou non à travers leurs témoignages. Travailler avec des jeunes bénévoles peut nous apporter des points de vue différents et nouveaux. Ainsi, nous souhaitons savoir si cet engagement a influencé leur parcours professionnel ou personnel.

Le thème 4 « *Lien sociologique jeunes et patrimoine bâti* », étudie les comportements, les perceptions et les attentes des jeunes générations vis-à-vis du patrimoine bâti. Nous visons à récolter les opinions générales sur la manière dont les jeunes interagissent avec le patrimoine aujourd'hui, ce qui va nous permettre de déterminer les différentes stratégies par la suite. Afin de satisfaire les besoins des jeunes adultes, il est intéressant d'interroger les changements dans les offres patrimoniales et culturelles perçues par les jeunes bénévoles. Cela aidera à identifier les nouvelles tendances dans la société actuelle pour mieux concevoir des programmes ou des événements susceptibles d'attirer cette tranche d'âge. De nos jours, les nouvelles technologies jouent un rôle important dans la vie quotidienne des jeunes, nous nous demandons si l'intégration de ces outils numériques renforcent l'attraction des jeunes vers le patrimoine bâti. Nous invitons également les jeunes bénévoles à exprimer leurs attentes concernant les offres qu'ils souhaitent avoir dans un lieu de patrimoine et culture. Les réponses peuvent nous guider sur le développement des stratégies plus ciblées. Ce thème vise à comprendre la dynamique entre les jeunes et le patrimoine bâti..

Le thème 5 « *Recommandations* », sollicite des conseils ou des suggestions pratiques sur la manière d'améliorer l'expérience des jeunes dans les lieux patrimoniaux et culturels. Les réponses peuvent révéler des lacunes actuelles ou des idées novatrices pour rendre le lieu plus accessible et attractif pour cette tranche d'âge. Les questions visent à recueillir des retours d'expérience en tant que bénévole et visiteur, afin de découvrir des thèmes ou des réflexions qui n'ont pas été abordés lors de l'entretien.

3. Méthodologie pour l'étude quantitative

Après avoir exploré l'approche qualitative, nous passons maintenant à l'approche quantitative qui est tout aussi intéressante à étudier. Tout d'abord, nous expliquerons la méthode quantitative puis nous détaillerons les choix des questions choisies.

3.1. Étude quantitative destinée aux jeunes adultes âgés entre 18-25 ans

Une étude quantitative est une collecte de données concrètes qui sont organisées et analysées de façon statistique et qui se présentent sous le format numérique. Il s'agit de recueillir le plus de données possibles à travers un questionnaire pour ensuite analyser les réponses obtenues et arriver à des conclusions.¹⁶⁴ Notre objectif est de mener une enquête quantitative auprès des jeunes adultes âgés entre 18 et 25 ans pour saisir leurs besoins et leurs attentes. Dans un premiers temps, nous avons créé un questionnaire sur Google Forms qui inclut des questions ouvertes, fermées et à choix multiples (Cf. Annexe D). Dans le cadre d'une enquête quantitative, nous employons la méthode de l'entonnoir qui comprend avant tout des questions générales (âges, sexe, provenance...) puis des questions plus spécifiques ou ciblées dans un seconde temps.

Ce qui nous intéresse dans cette approche est la diversité des réponses fournies par les jeunes adultes âgés entre 18 et 25 ans. Nous souhaitons approfondir notre compréhension et obtenir une vision globale de leurs intérêts afin de pouvoir adapter et proposer des offres culturelles à leur préférence ou explorer d'autres possibilités de développement. Le questionnaire a été diffusé le mardi 13 août 2024 sur les réseaux sociaux auprès des connaissances personnelles, et qu'ils partagent avec leurs connaissances par la suite. Cette méthode est apte à valider plusieurs de nos hypothèses mais plus spécifiquement celle avec l'adaptation aux nouvelles tendances pour mettre en place une nouvelle médiation. Nous allons pouvoir découvrir ce qui les intéresse dans une visite culturelle et patrimoniale et vers quel

¹⁶⁴ Student.be, 2024, *La différence entre une enquête qualitative et quantitative*, [La différence entre une enquête qualitative et quantitative \(student.be\)](#), 31 juillet 2024, consulté le 3 août 2024.

type de lieux se tournent-ils pendant leur déplacement, qu'il soit pour un week-end ou pendant les vacances.

Figure 41 : Diffusion du questionnaire sur Instagram¹⁶⁵



3.2. Choix des questions quantitatives

Il y a en tout 16 questions dans le questionnaire nommé « *La médiation culturelle destinée aux jeunes adultes de 18 et 25 ans* », séparé par 2 parties : présentation et pour mieux vous connaître.

¹⁶⁵ Source : SUEBSAO Salintip

« *Quel est votre âge ?* », comme nous nous adressons aux jeunes adultes âgés entre 18 et 25 ans, il est essentiel de connaître les pourcentages des différentes tranches d'âge qui ont répondu à ce questionnaire. Notamment, les résultats vont nous permettre de définir quel âge prédomine dans les réponses au questionnaire mais également leur intérêt sur les différents sujets.

« *Quel est votre genre ?* », il est intéressant de connaître le genre des jeunes adultes étudiés puisque les hommes et les femmes n'ont pas forcément les mêmes goûts, donc leurs points de vue peuvent être distincts.

« *Où habitez-vous ?* », cette question est pertinente dans le sens où selon leur lieu d'habitation, l'accès à la culture et aux lieux patrimoniaux ou culturels est complètement différent. Les jeunes adultes de la ville n'ont pas les mêmes accessibilités que les jeunes dans un territoire rural. Cela pourrait jouer aussi sur leur intérêt culturel et leur sensibilisation à des pratiques culturelles.

« *Quels types de lieux patrimoniaux ou culturels fréquentez-vous ?* », les réponses vont nous aider à déterminer vers quels structures culturelles et patrimoniaux se dirigent les jeunes adultes d'aujourd'hui lorsqu'ils visitent une destination pendant les vacances ou autour d'eux pendant leur temps libre.

« *A quelle fréquence ?* », cette question nous permet de comprendre le rapport et la fréquentation des jeunes adultes dans un lieu culturel et patrimonial. En étudiant la régularité de leurs visites, nous pouvons identifier leur niveau d'intérêt et d'engagement pour ce type de lieu. Une visite fréquente peut indiquer une habitude de consommation, un attachement à ce lieu voire une curiosité de ce qui se propose. Au contraire, une faible fréquentation peut révéler des obstacles comme un manque d'intérêt, l'accessibilité ou la perception du lieu.

« *Pour quelles raisons ? Qu'est-ce qui vous motive ?* », cette question est en lien avec la question précédente, il est important de connaître leurs raisons et leurs motivations qui les poussent à fréquenter les lieux patrimoniaux et culturels. En identifiant ces facteurs, nous pourrions adapter ou améliorer les offres afin de faire des propositions qui répondent aux attentes des jeunes adultes.

« *Quel type de mobilité privilégiez-vous pour vous y rendre ?* », les réponses vont nous identifier les moyens de déplacement des jeunes adultes vers les lieux patrimoniaux et culturels. Cette question permet de déterminer si le lieu est facile ou difficile d'accéder, ce qui peut décourager certains.

« *Quels sont les lieux patrimoniaux et culturels qui vous intéressent et que vous souhaitez visiter ?* » (plus ou moins proches de chez vous), les réponses vont nous permettre de découvrir quels types de lieux patrimoniaux et culturels suscitent le plus d'intérêt chez les jeunes adultes. Connaître leurs préférences nous aide à mieux comprendre leurs motivations et leurs intérêts.

« *Quels freins identifiez-vous qui vous empêche de visiter ces lieux ?* », il est nécessaire de saisir les limites d'une fréquentation des lieux patrimoniaux et culturels. Comprendre ces freins nous permet d'identifier ce qui peut décourager les jeunes adultes à venir, ainsi nous pouvons trouver des solutions qui nous permettraient de faire face à ces restrictions.

« *Parmi les lieux que vous avez visités, qu'est-ce qui vous a plu ?* », nous souhaitons connaître les éléments spécifiques qui captivent les jeunes adultes. Ce qui va nous permettre de comprendre leurs préférences au niveau des visites dans ces lieux patrimoniaux et culturels, les aspects positifs qu'ils ont gardé en mémoire.

« *Qu'avez-vous retenu ?* », cette question est directement liée à la question précédente car nous espérons approfondir sur ce qu'ils ont retenu ou marqué lors de leurs visites. Ce qui nous aide à mesurer l'impact réel d'une visite dans un lieu patrimonial ou culturel.

« *Pourriez-vous citer une visite, un lieu, une activité culturelle ou patrimoniale qui vous a marqué de manière positive ? Et pourquoi ?* », cette question ressemble aux deux questions précédentes dans le sens où nous cherchons toujours à savoir l'impact profond sur leurs expériences culturelles ou patrimoniales. Cela peut inclure les aspects originaux qu'offre le lieu, ainsi nous pourrions déterminer les intérêts de cette tranche d'âge.

« *Étiez-vous seul(e) ou accompagné(e) ?* », comprendre le contexte social des jeunes adultes est important car la motivation derrière les visites patrimoniales et culturelles peuvent varier. Cela peut influencer le choix de l'activité, être seul(e) ou accompagné(e) les jeunes adultes peuvent se diriger vers une autre activité que celle d'habitude.

« *Comment avez-vous entendu parler du lieu ?* », cette question permet de recueillir les informations sur l'efficacité des stratégies de communication et de marketing d'un lieu patrimonial ou culturel. Nous pouvons ainsi déterminer quels canaux de communication atteignent le plus de jeunes adultes. Voir ce qui marche ou pas nous offre des pistes d'amélioration sur la communication qui représente l'image du lieu et influence l'envie de visiter un lieu ou non.

« *De manière générale, quelles offres et activités culturelles pourraient vous inciter à vous déplacer ?* », nous cherchons toujours à approfondir sur les motivations des jeunes adultes, afin de comprendre ce qui suscite leur intérêt pour les faire déplacer. Ce qui permet également d'orienter les offres culturelles selon les publics ciblés.

« *Si ces offres sont proposées, par quels moyens souhaitez-vous être informé ?* », grâce à cette question nous pouvons connaître les préférences en communication des jeunes adultes, d'évaluer son efficacité mais aussi l'engagement de cette tranche d'âge envers ce canal de communication par lequel ils préfèrent recevoir les informations.

Les méthodologies évoquées dans ce sous-chapitre combine les approches qualitative et quantitative dans l'intention d'obtenir des données complémentaires pour pouvoir les croiser avec les recherches théoriques. Ce qui va nous permettre de comprendre les tendances générationnelles tout en tenant compte des variations individuelles mais aussi l'influence des sociétés multiculturelles.

Conclusion de la partie 2

Dans cette partie nous avons parcouru différentes échelles, allant de la région d'Occitanie au département de l'Aveyron puis nous arrivons dans une petite commune, Marnhagues-et-Latour, dans laquelle se trouve notre terrain d'étude et notre lieu de stage. Au fil de l'étude nous avons pris conscience des nombreux potentiels qu'offre ce territoire rural enclavé.

Cependant, nous avons remarqué un décalage entre la fréquentation des jeunes adultes et les offres proposées. En effet, bien que le Château accueille les visiteurs de tous les âges, le nombre de jeunes adultes âgés de 18 et 25 ans reste faible. Si nous reprenons notre problématique générale : **En quoi une stratégie de médiation peut-elle valoriser l'attractivité touristique et culturelle à destination des jeunes adultes ?**

Nous nous interrogeons dans cette problématique sur l'importance et la place de la médiation dans la valorisation de l'attractivité touristique et culturelle du patrimoine bâti afin de susciter de l'intérêt des jeunes adultes à fréquenter les lieux patrimoniaux et culturels. En étudiant cette problématique, nous devons remonter la source et récolter un maximum de données afin de mieux cerner notre cible. Ainsi notre questionnaire a été conçu pour recueillir les informations sur les motivations, les besoins spécifiques et les nouvelles tendances des jeunes adultes âgés entre 18 et 25 ans. En parallèle, le guide d'entretien a été élaboré pour interroger des jeunes bénévoles de l'association, afin de mieux comprendre leur motivation à travers leur implication.

PARTIE 3

La mise en place d'une médiation du patrimoine
culturel à destination des jeunes adultes

Introduction de la partie 3

Maintenant que nous avons exploré notre terrain d'étude, nous allons pouvoir passer à nos résultats et analyser les différentes méthodologies exposées. Pour le déroulement de cette partie, chaque chapitre abordera une hypothèse spécifique en passant par l'exploration des hypothèses en détail, les analyses obtenues, le bilan de chaque hypothèse et une proposition de fiche action ou préconisation selon les besoins.

Dans le premier chapitre, nous étudierons notre hypothèse 1 concernant la possibilité d'attribuer une nouvelle utilité aux lieux de patrimoine dédiés aux jeunes adultes, ici dans le cadre du Château de Latour. Nous commencerons par analyser les entretiens semi-directifs réalisés avec les jeunes bénévoles de l'AACL. Par la suite, nous allons valider ou réfuter cette hypothèse en proposant une fiche action pour concrétiser cette idée.

Dans le seconde chapitre, nous respecterons notre hypothèse 2 concernant l'impact d'une médiation appelée escape games au Château de Latour. Tout d'abord, nous comparerons les données recueillies lors des entretiens, des questionnaires et des observations effectuées pendant l'événement. Ensuite, nous allons valider ou réfuter cette hypothèse en suggérant les préconisations basées sur cette analyse.

Dans le troisième chapitre, nous développerons notre hypothèse 3 concernant l'importance de la communication dans la mise en place d'une médiation au Château de Latour. Après avoir expliqué l'idée de l'hypothèse, nous examinerons les résultats du questionnaire avant de valider ou de réfuter cette hypothèse en procurant une fiche action pour mettre en œuvre les conclusions tirées.

Chapitre 1 : Les lieux du patrimoine, un nouvel espace pour les jeunes

Dans ce chapitre, nous explorons en détail notre hypothèse 1 concernant la possibilité d'un nouvel espace pour les jeunes adultes au sein du Château de Latour. Ensuite nous analyserons les entretiens semi-directifs avec les bénévoles avant de valider ou réfuter. Enfin nous proposerons une fiche action pour cette hypothèse.

1. Exploration de l'hypothèse : Les lieux du patrimoine comme nouveaux espaces jeunes

Dans ce sous-chapitre, nous éclaircirons l'hypothèse 1 : « *Les lieux du patrimoine, un nouvel espace pour les jeunes* ». Dans un premier temps, nous nous intéresserons à la notion du bénévolat qui constitue un engagement à la portée des jeunes. Dans un deuxième temps, nous expliquerons en quoi le château de Latour-sur-Sorgue est un potentiel troisième lieu.

1.1. Un jeune adulte qui s'engage

En tant que jeune adulte et bénévole dans une association culturelle et patrimoniale, nous souhaitons étudier le nouveau rapport entre un lieu culturel et l'engagement personnel des jeunes adultes. Nous cherchons à porter un nouveau regard à ces lieux pour qu'ils deviennent un espace de partage et de rencontre sociale, capable de captiver les jeunes générations d'aujourd'hui afin de les impliquer davantage dans les actions culturelles sur leur territoire. Un lieu culturel et patrimonial, est avant tout un lieu de visite et d'apprentissage. Mais qu'en est-il si nous offrons plus d'opportunités aux jeunes adultes de pouvoir participer culturellement en tant qu'acteur de développement territorial.

Figure 42 : Équipe des bénévoles pour l'événement Nuits de Mystères 2024¹⁶⁶



Le bénévolat n'est pas défini par la loi, et c'est ce qui explique sa grande flexibilité. Toutefois, ce concept avait été clarifié en février 1993 par le Conseil économique, social et environnemental avec une définition intéressante et souvent reprise du bénévole. Il a été actualisé dans un avis du 28 juin 2022 : « *Le bénévolat est l'action de la personne qui s'engage librement, sur son temps personnel, pour mener une action non rémunérée en direction d'autrui, ou au bénéfice d'une cause ou d'un intérêt collectif* ». Le bénévolat correspond à la situation où une personne dédie son temps et ses compétences gratuitement à une personne ou à un organisme. Le rôle du bénévole est particulier dans la société civile, en tant que complément et non concurrentiel au travail rémunéré. En tant qu'acteur de soutien ou de complément, il contribue à des organismes déjà existants en respectant les principes fondamentaux suivants :

- Le bénévolat est une décision libre qui repose sur des motivations et des choix personnels, qui peuvent être très variés comme être bénéfiques pour la société, occuper son temps libre, acquérir une compétence, défendre une cause juste, avoir une vie sociale ou compléter son curriculum vitae.

¹⁶⁶ Source : SUEBSAO Salintip

- Il est essentiel que le bénévolat soit accessible à tous, peu importe l'identité et l'origine de l'individu ainsi que la condition sociale et physique.
- Le travail bénévole est accompli de manière humanitaire et éthique tout en respectant la dignité humaine.
- Le bénévolat s'intéresse au besoin de la société et encourage la participation de la collectivité.
- Le bénévolat encourage l'initiative, l'esprit de responsabilité, l'intégration, la créativité et la participation sociale.

Le bénévolat représente donc un don de soi, un engagement volontaire et gratuit.

167

Il existe différentes formes et degrés d'intensité de l'engagement dans la vie associative, allant de l'adhésion à la prise de responsabilités. De cette façon, 41% des personnes âgées de 16 ans et plus ont pris part à la vie associative au cours des douze derniers mois. C'est-à-dire qu'elles affirment avoir été bénévoles, même du bureau, volontaires ou militantes au sein d'au moins une association. La participation aux activités des associations se caractérise principalement par la rencontre d'autres personnes ayant les mêmes préoccupations ou la convivialité, une motivation évoquée par 50% des personnes interrogées, suivi de 43% du désir d'aider et se rendre utile à la société puis 34% défense d'une cause. En revanche, les individus qui ne sont pas membres d'une association, ni en tant qu'adhérent, ni en tant que bénévole, font référence au manque de temps en raison de contraintes professionnelles ou personnelles comme principal obstacle. Le désintérêt est mentionné par ceux qui n'ont jamais été membre d'une association (24%) que par ceux qui ne sont plus membres (11%).¹⁶⁸

1.2. Le Château comme troisième lieu

Le concept du château comme troisième lieu nous est inspiré par les habitants et les autres bénévoles de l'association des Amis du Château de Latour. Ce lieu attire

¹⁶⁷ Associathèque, *Le bénévolat c'est quoi ?*, [Associations et bénévoles –Le bénévolat c'est quoi ? | Associathèque \(associatheque.fr\)](https://www.associatheque.fr/), consulté le 13 août 2024.

¹⁶⁸ INJEP, 2023, *Deux tiers des Français impliqués dans la vie associative*, [INJEP](https://www.injep.fr/), 23 janvier 2023, consulté le 13 août 2024.

et regroupe beaucoup d'habitants du village et de ses alentours. En effet, il constitue un point de rassemblement où les personnes viennent échanger les dernières nouvelles, se rafraîchir et souffler après leur journée de travail. C'est également un point de rassemblement pour ceux qui ont des résidences secondaires depuis de nombreuses années et qui viennent pour les week-ends ou les vacances. Dans un territoire rural avec un accès limité, avoir un lieu où proposer des services essentiels tel qu'un bar associatif dans cette structure renforce l'attrait du château. C'est pour cela que les membres de l'association ont développé des projets tiers-lieu en proposant une médiathèque relais, une épicerie, un espace numérique et un espace atelier au sein du château de Latour-sur-Sorgues.

Le troisième lieu est un concept développé au début des années 1980 par Oldenburg Ray, un professeur émérite de sociologie urbaine. Nous pouvons le distinguer du premier lieu qui est la sphère du foyer et du deuxième qui est la sphère professionnelle. Le troisième lieu est compris comme un élément complémentaire, consacré à la vie sociale de la communauté, et concerne des lieux où les personnes peuvent se réunir, échanger et se rencontrer de manière informelle. Il est aussi connu sous le nom de « *bibliothèque troisième lieu* » ou « *third place library* », notion apparue en 2010 dans le mémoire de Servet Mathilde, diplômée de conservateur à l'École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques. Il concerne une nouvelle génération d'établissements à vocation sociale affirmée, qui se présentent comme de véritables espaces de vie publique. Ce sont des lieux de vie et de convivialité qui rassemblent leurs usagers autour de projets communautaires et culturels. Ils apportent du capital social à la vie de la ville et jouent le rôle de centres de gravité de leur communauté. Ces bibliothèques sont à la fois attrayantes et accessibles, aspirent à une véritable démocratisation de la culture et n'hésitent pas à mélanger les genres, en offrant une gamme élargie de supports et de services. Qui sont à la fois un lieu de détente et d'apprentissage, de divertissement et d'échange, proposant à l'utilisateur une expérience variée. La bibliothèque est en train de changer, de se réinventer, voire de se dépasser dans un autre modèle.¹⁶⁹ Le troisième lieu est neutre, sans aucune discrimination,

¹⁶⁹ Bulletin des Bibliothèques de France, *Les bibliothèques troisième lieu*, [Les bibliothèques troisième lieu | Bulletin des bibliothèques de France \(enssib.fr\)](#), consulté le 15 août 2024.

accessible à tous et représente l'égalité pour tous. Son caractère protéiforme signifie qu'il s'agit d'un espace de vie accessible à toutes les communautés, une représentation de la société contemporaine à travers des espaces ou des activités en accord avec son époque, que ce soit un espace d'apprentissage et de culture ou une salle de concerts et de spectacles. Face à la nécessité de recréer du lien social, favoriser le partage et la rencontre d'autres personnes, le concept du troisième lieu a vu le jour.¹⁷⁰

Dans ce sous-chapitre, nous avons vu comment le concept de "troisième lieu" pourrait encourager les jeunes à s'engager au sein d'une structure associative, à devenir bénévoles, et à s'investir activement dans un groupe. Ce lieu favorise le lien social, tant entre individus de divers horizons qu'entre amis. En faisant vivre le lieu, les jeunes bénévoles acquièrent de nouvelles compétences et en tirent un enrichissement personnel et/ou professionnel. Par ailleurs, le lieu pourrait trouver une nouvelle utilité, en phase avec les besoins actuels du territoire. Ce n'est plus simplement un lieu de visite, mais un espace vivant en phase avec son temps.

2. Commentaire et analyse du tableau de l'analyse transversale

Suite au croisement et analyse de nos 4 entretiens (Cf. Annexe I), nous avons pu identifier 5 grands thèmes :

- Lien entre château et bénévoles, avec 2 sous-thèmes : Présentation générale et Lien avec le château
- Patrimoine et culture
- Devenir bénévole
- Vos points de vue
- Recommandation, avec 2 sous-thèmes : Visite culturelle et Bénévolat

¹⁷⁰ Adimeo, 2021, *La bibliothèque comme troisième lieu*, [La bibliothèque comme troisième lieu \(adimeo.com\)](https://www.adimeo.com/), 20 septembre 2021, consulté le 15 août 2024.

Le quatrième thème « *Vos points de vue* » et le sous-thème « *Visite culturelle* » seront traités dans l'hypothèse 2 permettant d'évaluer évolutions et tendances dans les offres culturelles et patrimoniales.

Nous pouvons relever que les bénévoles interrogés ont entre 20 et 25 ans avec des parcours scolaires différents. Deux d'entre eux sont encore étudiants et les deux autres ont une profession. Leur lien avec le château de Latour n'est pas le même d'une personne à l'autre. Nous retrouvons 2 similitudes pour deux personnes, leur lien est en rapport avec la famille et l'origine. En ce qui concerne les deux autres personnes, l'un a connu le château via une recherche de stage et l'autre via une connaissance. Tous ont des motifs divers et variés mais ce qui rend le château attractif ainsi que son village est la présence d'une association œuvrant pour le bien du patrimoine. La dynamique de cette association a favorisé les liens sociaux et le développement du territoire rural. Nous percevons à travers l'entretien l'image et l'objectif que l'association souhaite montrer, permettre au patrimoine bâti de devenir un lieu accueillant et vivant pour tous en offrant les services de proximité et en devenant un espace multi activités.

Les jeunes interrogés n'ont pas une définition précise du patrimoine, trois d'entre eux ont associé le patrimoine à l'histoire et au passé montrant l'évolution de l'Homme mais aussi de l'environnement. L'une d'entre elles associe ensuite l'histoire à l'art, témoin d'un souvenir collectif avec parfois des messages à faire passer dans l'œuvre. Pour la quatrième personne, le patrimoine renferme le savoir-faire, des techniques et connaissances d'une entité. En analysant bien, ils ont tous représenté le patrimoine en tant qu'héritage à protéger afin que nous n'oublions pas les fondements. Leur définition se rapproche de leur intérêt personnel qu'est l'histoire, la géographie, l'art et les espaces naturels. Deux personnes préfèrent fréquenter le patrimoine naturel à la découverte de la faune et flore. Les deux autres préfèrent les lieux patrimoniaux ou culturels de type musée et affilié avec l'apprentissage et la pluralité qu'offrent ces lieux.

Leur motivation dans l'engagement au sein de l'association des Amis du Château de Latour est liée premièrement à un cadre familial, l'attachement au lieu, et se sentir utile et inspiré. Vivant dans un territoire rural, les jeunes se retrouvent à

s'impliquer entre eux afin de construire la dynamique du lieu, le rendant convivial pour eux mais aussi pour les autres habitants et les touristes. La plupart d'entre eux sont des bénévoles de longue date, s'étant impliqués depuis leur plus jeune âge, et d'autres ont pris goût à la vie associative. Pour certains d'entre eux, cette expérience en tant que bénévole a influencé l'intérêt professionnel mais surtout personnel. Ils ont apprécié de vivre autour de ce patrimoine en ayant participé à son développement. En ce qui concerne l'ancienne stagiaire, cette expérience l'a poussée à sortir de sa zone de confort et lui a permis d'acquérir de nouvelles compétences. Comme affirmait le bénévole O « *l'association m'a donné une expérience que je peux par la suite réinjecter [...] dans certains domaines* ». Nous supposons qu'ils ne réalisent pas leur réel impact au sein de l'association, pour eux c'est tout à fait normal d'aider et s'impliquer puisqu'ils passent leur temps au château qui n'est ni leur lieu de travail ni leur domicile. Ce que pense la bénévole X « *Je pense que le bénévolat est indispensable au sein du château de Latour. Étant une association rurale, avec une seule employée, il est important de recevoir le soutien de bénévoles* ». À notre égard, ils ont dû ressentir une évolution de l'activité au château mais ils n'arrivent pas à estimer leur contribution, parole du bénévole T « *Disons que les autres bénévoles ont l'air satisfait de ma participation* ». Nous pensons vraiment que les jeunes bénévoles ont un potentiel à exploiter quand ils se réunissent, chacun apporte du sien, créant une dynamique et l'essence de leur motivation comme disait la bénévole A « *Je pense que je ne soulève pas la terre, par contre je soulève un caillou et si tout le monde soulève un caillou on soulèvera la terre* ».

Enfin nous finirons avec les recommandations concernant le sujet du bénévolat. Ces jeunes interrogés ont l'air d'apprécier cette expérience et espèrent aussi la faire dans un autre domaine autre que le patrimoine. Ils encouragent les jeunes qui hésitent à s'impliquer dans les associations en mettant en avant le sentiment d'appartenance, le lien social, la gratification de cette participation, à la préservation de notre bien national, la confiance, de ne pas se mettre la pression et de venir avec ce qu'ils ont car ils représentent une source d'inspiration inexploitée. Être membre dans une association, c'est participer au développement d'une cause qui leur tient à cœur tout en recevant une expérience inestimable comme disait le bénévole T «

Que c'est une bonne expérience, qui permet de prendre confiance en soi, de créer du lien et de grandir en s'amusant ».

3. Bilan de la première hypothèse : Les lieux du patrimoine, un nouvel espace pour les jeunes

Cette hypothèse est validée. Suite à l'analyse transversale, nous avons constaté une nouvelle utilité d'un lieu patrimonial ou culturel par la biais du bénévolat. C'est un sujet qui peut susciter un intérêt pour les jeunes d'aujourd'hui selon ce qu'ils recherchent, ici le patrimoine est représenté comme un lieu d'appartenance, de partage, de rencontre et de création. Cette médiation favorise non seulement le lien entre les jeunes adultes et le patrimoine, mais elle contribue également au développement communal. En vivant dans un territoire rural, les jeunes adultes prennent conscience de certaines contraintes qu'ils rencontrent. Parmi eux, certains souhaitent façonner leur territoire en s'impliquant dans une association et tous ensemble ils arriveront à satisfaire leurs besoins au sein de ce troisième lieu. Les actions auxquelles ils ont contribué au sein de l'association des Amis du Château de Latour en tant que bénévoles sont des éléments essentiels dans la valorisation de l'attractivité touristique et culturelle du lieu.

4. Proposition de fiche action pour l'hypothèse 1

| Fiche action 1 : Organiser une journée de rencontre | |
|--|--|
| Objectifs | L'objectif culturel de cette journée est d'inviter et d'impliquer les jeunes adultes dans une association culturelle, en favorisant une rencontre mutuelle sous un autre format que venir visiter le lieu. L'objectif social est de créer un lien en offrant une opportunité de découvrir les actions de l'association. L'objectif économique est de développer le territoire avec les jeunes bénévoles. |
| Retombées de l'action | <ul style="list-style-type: none"> ● Principales : transformer l'image traditionnelle du château ● Secondaires : faire des jeunes un acteur de leur territoire, favoriser une meilleure transmission de la culture et participer au développement du territoire ● Économiques : augmenter de la fréquentation du lieu |
| Contenu de l'action | L'association des Amis du Château de Latour organisera une journée de rencontre entre les bénévoles et les jeunes du territoire. Les jeunes adultes présents à cette journée vont faire connaissance avec les jeunes bénévoles à travers un atelier d'initiation le matin. L'après-midi, ils vont devoir former un groupe de 5 personnes dont les jeunes bénévoles mélangés avec les jeunes invités pour un travail de réflexion autour des idées de mise en valeur du patrimoine. |
| Conditions de mise en œuvre | Pour la mise en œuvre de cette action, nous devons communiquer cette rencontre sur les réseaux sociaux montrant l'intérêt nouveau du château et collaborer avec les établissements scolaires afin de solliciter les jeunes âgés entre 18 et 25 ans. |
| Echéance de mise en œuvre | Cette action est un travail de court terme mais elle constitue une première prise de contact avec les jeunes adultes du territoire. |

Chapitre 2 : L'escape games, un événement phare permettant d'attirer les jeunes adultes au Château de Latour

Dans ce chapitre, nous parcourons en détail notre hypothèse 2 concernant l'impact de l'escape games géant au Château de Latour. Ensuite nous croiserons les données obtenues lors de l'entretien et le questionnaire mais aussi les observations lors de cet événement avant de valider ou réfuter. Enfin nous proposerons des préconisations pour cette hypothèse.

1. Exploration de l'hypothèse : L'impact de l'escape games sur l'attractivité des jeunes adultes

Dans ce sous-chapitre, nous expliciterons l'hypothèse 2 : « *L'escape games, un événement phare permettant d'attirer les jeunes adultes au Château de Latour* ». Tout d'abord, nous évoquerons le concept de l'escape game puis nous reviendrons en détail sur l'escape game géant proposé au château de Latour, notre lieu de stage.

1.1. Escape games, une forme de médiation

Dans cette hypothèse, nous souhaitons mettre en avant le concept de l'escape games qui, selon nous et nos observations à travers le stage, attire les jeunes adultes particulièrement, mais aussi qui peut plaire à tous les publics. Nous avons pensé que la mise en place d'un escape games dans un lieu culturel et patrimonial peut susciter de l'intérêt chez les jeunes et les font venir. Un escape games est un concept novateur et moderne, qui pourrait offrir une réponse aux évolutions des attentes et d'adaptation à travers les nouvelles tendances.

Les escape games étaient à l'origine virtuels, un jeu vidéo où le joueur s'échappe d'une pièce dans laquelle il est enfermé. C'est un concept qui a été créé au Japon en 2007 et dont le but était de s'échapper. Le joueur était obligé de trouver des objets dissimulés dans le décor pour obtenir une clé permettant au joueur de sortir de la pièce. De nos jours, les escape games ou en français le « *jeu d'évasion* »

s'emparent du monde réel. Le concept demeure identique, s'échapper d'une pièce en un laps de temps restreint en cherchant des indices et en activant ses cellules grises. La seule distinction est que le jeu en réel se déroule en équipe dont chacun apporte une contribution, peu importe ses compétences. Les escape games donnent aux joueurs la possibilité de relever un défi, de vivre une aventure qui dépasse le quotidien dans un environnement différent, de jouer le rôle d'un personnage fictif et de se sentir accomplis mais aussi ressentir des émotions telles que la surprise, la peur, la joie et la tension.¹⁷¹ Un escape games dans un lieu culturel ne se limite pas à l'expérience ludique mais c'est une expérience unique avec une ambiance immersive où les visiteurs retrouvent la pédagogie.¹⁷²

1.2. Les Nuits de mystères au Château de Latour

Nous avons connu l'escape games à travers les sorties entre amis, c'est une activité complète à la fois pédagogique et ludique. Lors de notre stage au sein du château de Latour, nous avons découvert l'offre escape games version géante et nocturne dans tout le château. Il s'agit non seulement d'une animation mais d'un vrai spectacle avec des bénévoles en tant que personnages principaux et secondaires qui incarnent différents rôles. Certains des jeunes adultes qui s'impliquent régulièrement au sein de l'association des Amis du Château de Latour s'impliquent notamment dans le projet de l'escape games géant nommé les « *Nuits de Mystères* ».

Les Nuits de mystères est un événement estival qui réunit plus d'une trentaine de bénévoles par soir. Le projet est monté par les jeunes du territoire vivant dans le village et aux alentours pour les jeunes et d'autres publics. Le thème de l'escape games change chaque année, et cette année, l'événement a duré 5 soirs sur le thème du pensionnat hanté. Dans l'équipe de bénévoles, l'âge varie entre 6 à 92 ans, toutefois les jeunes adultes sont majoritaires dans cet événement. Nous accueillons chaque année de nouveaux bénévoles qui auparavant faisaient partie

¹⁷¹ Prof Power, 2020, *Créer un escape game pédagogique, mode d'emploi !*, [Créer un Escape Game pédagogique, mode d'emploi ! - #PROFPOWER \(lelivrescolaire.fr\)](#), 10 mars 2020, consulté le 18 août 2024.

¹⁷² Exposcope, *Des escape games culturels*, [Des escape games culturels – Exposcope \(wordpress.com\)](#), consulté le 18 août 2024.

du public, aujourd'hui, ils sont devenus acteurs. De là nous vient l'idée que c'est un concept permettant d'attirer les jeunes pas uniquement en tant que joueurs mais aussi en tant que participants. Nous souhaitons à travers cet événement proposer une autre façon de découvrir le patrimoine.

C'est une forme de participation sociale au sein d'un territoire rural, l'association des Amis du château de Latour a toujours la forte ambition du développement de son territoire. En effet, elle propose des activités socioculturelles, sur un territoire rural enclavé, aux jeunes qui n'ont pas forcément l'accès à la culture ou à un lieu culturel et patrimonial près de chez eux. Cet événement permet de favoriser la rencontre, la découverte du patrimoine mais aussi la participation culturelle et artistique.

Figure 43 : Nuits de Mystères 2024¹⁷³



Ce sous-chapitre, nous a permis de cerner l'intérêt de la mise en place d'un escape games. C'est une forme de médiation permettant la découverte d'un patrimoine sous un autre angle. Le phénomène des escapes games, issus des jeux vidéo, est une activité favorisant l'entraide. L'adaptation de ce format de

¹⁷³ Source : SUEBSAO Salintip

médiation au château de Latour a permis de développer un nouvel intérêt pour les habitués du lieu tout en attirant de nouveaux prospects. Cet événement a favorisé la rencontre entre les jeunes et le lieu, en le rendant plus accessible

2. Croisement des données recueillies

Pour cette hypothèse, nous souhaitons mesurer l'impact d'un espace games au sein d'un lieu culturel et patrimonial, ainsi nous allons prendre l'exemple du Château de Latour notre lieu de stage. Pour cela, nous croiserons toutes les données à notre portée tel que les réponses du questionnaire, les entretiens et nos observations durant l'événement Nuits de Mystères. Avant tout, nous traiterons les données recueillies durant l'entretien avec les jeunes bénévoles.

Nous allons maintenant analyser le thème 4 de l'analyse transversale concernant leurs points de vue et impressions dans le secteur culturel et patrimonial. La relation entre les jeunes et le patrimoine est pour certains d'entre eux associée aux jobs d'été dans des lieux culturels et patrimoniaux, aux études suivies et d'autres ont une vision brouillée sur ce sujet. Dans leurs réponses, nous avons constaté qu'il y a une certaine limite, que cette relation ne correspond pas aux attentes des professionnels et/ou de la société. En ce qui concerne les évolutions au niveau des offres culturelles, les trois interrogés ont fait référence au château de Latour et pas aux offres en général. Il est ainsi difficile de déterminer cette évolution. Cependant la bénévole X a relevé qu'il manque de renouvellement dans les offres proposées, se résumant aux escape games, enquête qui s'adaptent en fonction du lieu mais il n'y pas réellement une innovation engagée. Les tendances éprouvées par le bénévole O « *c'est vrai que les escape games [...] j'ai l'impression sont [...] à la mode ou c'est une recette qui marche bien, qui fait venir des personnes, qui fait venir des jeunes adultes, mais mais des familles aussi* ». En effet, les événements éphémères, à thème, festivals vont attirer du public mais en dehors de ces occasions, la fréquentation de ces lieux reste faible. De nos jours, ce qui attire les jeunes adultes est une activité à la fois ludique et pédagogique, ils souhaitent apprendre en s'amusant et sans contraintes, c'est-à-dire avoir une liberté dans ce qu'ils entreprennent. Les réseaux sociaux ont été mentionnés plusieurs fois dans les 4

entretiens, montrant leur impact et leur influence dans la vie quotidienne. Pour atteindre les jeunes adultes aujourd'hui, il faut miser sur la communication car c'est via ces plateformes qu'ils consultent des offres. Élaborer une stratégie de communication pour montrer les activités et la dynamique du lieu peut susciter leur intérêt. Nous devons nous adapter à ce format qui plait et c'est un moyen de nous faire connaître auprès des jeunes. En les faisant venir sur les lieux, ils pourront par la suite faire la promotion sur leurs réseaux sociaux à travers leurs expériences vécues comme affirmait la bénévole A « *Comme j'ai dit avant les réseaux sociaux c'est vraiment la sources de toute envie pour les jeunes et ensuite le bouche à oreille fait le tout avec les story des visiteurs et tout ça* ». La communication est donc cruciale dans l'attractivité d'un lieu patrimonial et culturel.

Selon les jeunes bénévoles interrogés, il est important de proposer un éventail d'animations ou d'activités afin d'offrir un choix. Les formules telles que les visites nocturnes théâtralisées, les escape games avec des énigmes et des personnages, les soirées jeux ont l'air d'être appréciés par les jeunes générations. D'après le bénévole T, il serait utile de proposer de mini activités interactives et divertissantes en lien avec le savoir-faire de manière à transmettre les connaissances à travers les ateliers. Cela favorise l'apprentissage et renforce leur implication, puisque ce sont eux qui manipulent directement les outils et les matériaux. Suivant les suggestions des bénévoles, il faudra proposer une animation ponctuelle alliant le ludique et le pédagogique pour la rendre accessible à tous. L'aspect visuel est primordial pour attirer les jeunes adultes, l'imaginaire des visiteurs joue énormément sur la prise de décision. Nous devons mettre en place des médiations qui rapprochent les jeunes adultes et les lieux patrimoniaux ou culturels, de manière à ce que les deux parties en tirent des avantages mutuels. À travers les propos des bénévoles, nous avons observé que les jeunes recherchent un objectif derrière leur visite culturelle, qu'elle soit à titre d'intérêt personnel, de divertissement, d'apprentissage, de découverte ou d'accomplissement. Nous pensons qu'il y a quelque chose à creuser sur leur motivation et comment les motiver. Faire le lien entre tous les éléments pourra nous permettre de mieux cerner cette génération.

Lors de l'événement Nuits de Mystères au Château de Latour, nous avons pu observer la fréquentation des jeunes adultes au cours de ces cinq soirées. Sur 234

participants, nous avons accueilli plus de 80 jeunes adultes âgés entre 18 et 25 ans. Pour obtenir ces informations, nous avons mis en place une affiche à laquelle les visiteurs mettaient une gommette sur leur tranche d'âge. En effet, cet escape games géant représente une formule tendancielle parmi les jeunes générations car ceux qui ont apprécié l'expérience reviennent chaque année dans un lieu qu'ils ont déjà visité. Pour d'autres, ceci est une occasion de visiter un lieu qu'ils ne connaissent pas.

3. Bilan de la deuxième hypothèse : L'escape games, un événement phare permettant d'attirer les jeunes adultes au Château de Latour

Cette hypothèse est validée. Suite au croisement de l'analyse transversale des entretiens, l'analyse du questionnaire et les observations de l'événement Nuits de Mystères. Nous avons remarqué que le patrimoine allié au ludique favorise une grande participation du côté des visiteurs et des bénévoles organisant cet événement. Les réponses du questionnaire ont montré que des événements peuvent donner envie et faire déplacer les jeunes adultes dans un lieu patrimonial ou culturel. En passant par ce type d'offre, nous pouvons dans un premier temps les fidéliser pour qu'ils reviennent chaque année à la même période. Deviendront-ils les bénévoles de l'association ou les visiteurs habituels ? Plusieurs questions nous apparaissent au fil de l'analyse. Ce que nous pouvons confirmer est l'implication et la mobilisation des jeunes bénévoles lors de cet événement. De ce fait, c'est un événement qui attire les jeunes adultes « *visiteurs* » et « *bénévoles* ».

4. Préconisations pour l'hypothèse 2

Nous n'avons pas de fiche d'action pour cette hypothèse mais pour approfondir notre réflexion, nous suggérons 4 préconisations.

- S'adresser aux partenaires susceptibles de nous amener des jeunes adultes entre 18 et 25 ans pour un projet commun.

- S'inscrire au « Pass Culture » pour permettre aux jeunes d'utiliser leur crédit dans le château.
- Organiser des visites guidées sur des thématiques spécifiques.
- Mettre en avant les activités culturelles existantes au château à travers des storytelling.

Chapitre 3 : La communication renforce la médiation mise en place au Château de Latour

Dans ce chapitre, nous examinerons en détail notre hypothèse 3 concernant l'impact de la communication. Nous traiterons ensuite les résultats du questionnaire avant de valider ou réfuter. Enfin nous proposerons une fiche action pour cette hypothèse.

1. Exploration de l'hypothèse : Stimuler l'imaginaire des jeunes adultes à travers la communication

Dans ce sous-chapitre, nous exposerons l'hypothèse 3 : « *La communication renforce la médiation mise en place au Château de Latour* » afin de montrer un lien mutuel entre la communication et la médiation et que l'une ne va pas sans l'autre.

1.1. Une médiation adaptée

Suite au phénomène de l'escape games au Château de Latour, nous nous intéressons à l'attractivité de ce format de médiation qui facilite le lien entre le patrimoine et les jeunes adultes d'aujourd'hui. Nous constatons une faible représentation de cette génération lors des visites classiques du château. C'est pourquoi il nous semble important d'étudier les motivations qui poussent la génération Z à fréquenter ou non des lieux patrimoniaux et culturels pour répondre aux mieux à leurs besoins. Rendre ces lieux attractifs par un nouveau biais est essentiel.

1.2. Une communication adaptée

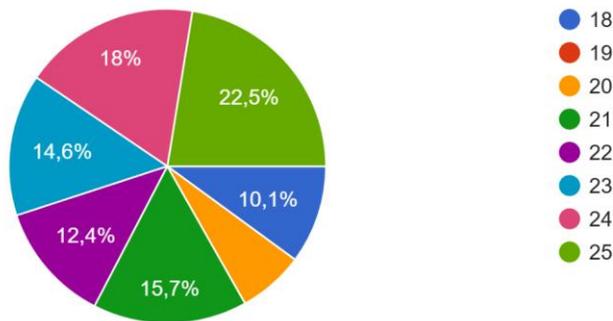
Pour améliorer l'attractivité du lieu auprès des jeunes, il faut aussi s'attarder sur les moyens de communication. Comme nous le savons, cette génération est connectée constamment sur les réseaux sociaux, la quantité d'informations reçue par jour est abondante, nous devons nous démarquer. Retenir leur attention n'est pas chose aisée, la maîtrise de l'outil de communication est indispensable.

2. Analyse du résultats du questionnaire

Suite à la diffusion de notre questionnaire « *La médiation culturelle destinée aux jeunes adultes de 18 et 25 ans* », nous avons eu 97 réponses. Nous allons maintenant analyser les résultats obtenus pour comprendre les comportements et les motivations de jeunes adultes ayant répondu au questionnaire.

Figure 44 : Réponses à la question « Quel est votre âge ? »¹⁷⁴

Quel est votre âge ?
89 réponses



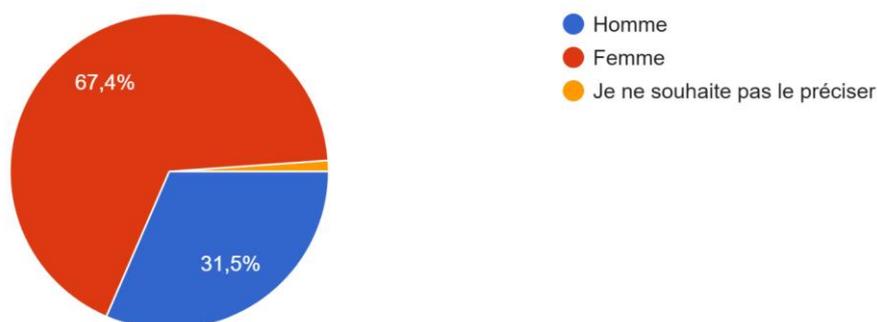
Nous avons observé que les jeunes adultes de 25 ans ont répondu en plus grand nombre que ceux de 18 ans. Plusieurs éléments pourraient expliquer cette différence de participation, comme l'expérience de vie ou un intérêt plus prononcé pour le sujet chez les jeunes adultes plus âgés. Ces observations laissent entendre que l'âge a un impact important sur l'implication dans les questions posées.

¹⁷⁴ Source : SUEBSAO Salintip

Figure 45 : Réponses à la question « Quel est votre genre ? »¹⁷⁵

Quel est votre genre ?

89 réponses



Nous avons constaté une participation majoritaire des femmes, ce qui souligne leur réelle implication dans ce type d'action. Ce qui peut refléter un intérêt ou une sensibilité plus marquée chez les femmes envers le sujet du questionnaire.

Figure 46 : Réponses à la question « Où habitez-vous ? »¹⁷⁶



Les jeunes adultes qui ont participé au questionnaire représentent un échantillon hétérogène, reflétant une diversité significative en termes d'origine géographique,

¹⁷⁵ Source : SUEBSAO Salintip

¹⁷⁶ Source : SUEBSAO Salintip

Figure 48 : Réponses à la question « A quelle fréquence ? »¹⁷⁸

A quelle fréquence ?

89 réponses



Concernant la fréquence des lieux patrimoniaux et culturels, les résultats sont variés considérablement, reflétant une disparité d'intérêts et d'habitudes. Cependant la plupart des jeunes adultes se rendent dans ces lieux une fois par mois et une fois par an. Ceux qui ont choisi une fois par mois semblent avoir intégré la culture et l'histoire dans leur routine de manière régulière. D'un autre côté, ceux qui ont répondu une fois par an peuvent être motivés par des occasions particulières représentant une fréquentation limitée.

Figure 49 : Réponses à la question « Pour quelles raisons ? Qu'est-ce qui vous motive ? »¹⁷⁹

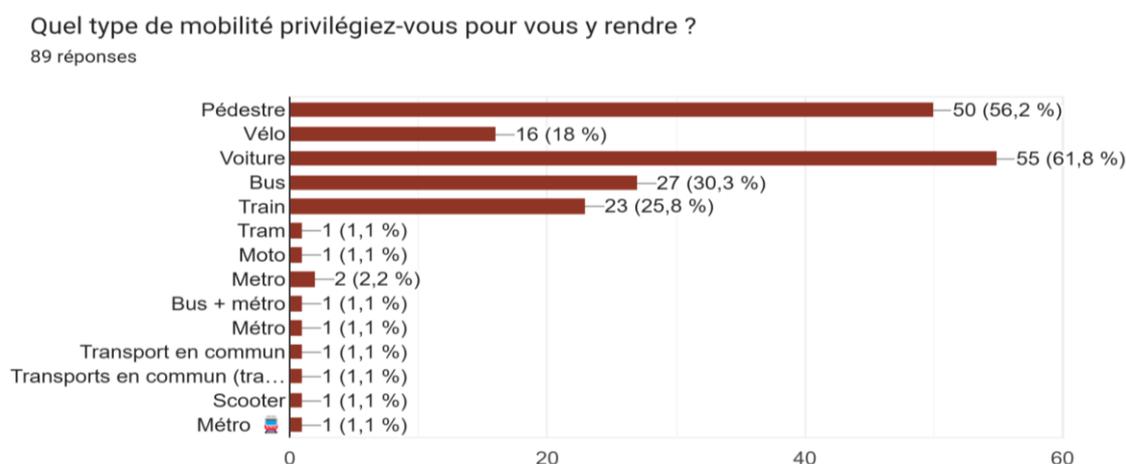


¹⁷⁸ Source : SUEBSAO Salintip

¹⁷⁹ Source : SUEBSAO Salintip

Afin d'avoir une vue d'ensemble des motivations et des raisons, nous avons réalisé un nuage de mots. Nous avons observé que le mot « *histoire* » est ressorti 22 fois, suivi du mot « *découverte* » 16 fois, la « *beauté* » 14 fois, la « *culture* » 11 ensuite « *apprendre* » et « *curiosité* » au même niveau 9 fois puis « *art* » 8 fois. Ceux avec l'histoire et l'art comme motivation sont des étudiants en histoire et en art mais aussi ceux qui s'intéressent personnellement, nous pouvons ainsi faire le lien entre parcours scolaire et intérêt qui contribue à une forme de motivation. Pour ceux qui ont répondu « *la découverte* », nous pouvons faire le rapprochement avec la curiosité. De ce fait, nous pouvons dire que ce sont des facteurs d'attractivité envers l'inconnu et l'envie de connaître le monde qui l'entoure. Et ceux qui ont répondu « *la beauté* » peuvent être les personnes qui sont attiré par l'esthétique du lieu et pas forcément son histoire. L'être humain est attiré par la beauté qui représente dans certain cas une motivation favorisant le déplacement. Puis ceux qui ont répondu « *la culture* » font souvent le lien avec la culture et son identité, exemple d'une réponse pour illustrer l'idée « *La culture est tout ce qui nous permet d'être plus humain et de davantage nous connaître* ». Ce passage souligne le fait que certains répondants pensent que la culture ne se limite pas à un ensemble de connaissances ou de pratiques, mais constitue un élément essentiel de leur identité personnelle. Nous pouvons également faire la jonction entre la culture et l'envie d'apprendre qui nourrit l'être humain et constitue son identité. Nous avons vu que les raisons et les motivations sont diverses et variées selon plusieurs facteurs qu'ils soient internes ou externes.

Figure 50 : Réponses à la question « Quel type de mobilité privilégiez-vous pour vous y rendre ? »¹⁸⁰



¹⁸⁰ Source : SUEBSAO Salintip

Nous avons remarqué que les jeunes adultes privilégient énormément la voiture puis le pédestre comme moyen de déplacement. Bien entendu les transports en communs sont également adoptés par un grand nombre si nous prenons en compte le bus et le train. Les résultats mettent en évidence une pluralité dans leurs choix de mobilité, influencés par des éléments comme l'accessibilité, les besoins personnels mais surtout la localisation des lieux.

Figure 51 : Réponses à la question « Quels sont les lieux patrimoniaux et culturels qui vous intéressent et que vous souhaitez visiter ? »¹⁸¹



En ce qui concerne les lieux patrimoniaux et culturels qu'ils souhaitent visiter, nous avons fait ressortir les grandes idées via le nuage de mots. Le mot château et musée ont été cités à plusieurs reprises. Cela révèle un intérêt pour les sites historiques et culturels riches en patrimoine, qui semblent attirer les jeunes adultes. D'après les résultats, les jeunes adultes ont une image du patrimoine assez superficielle et se dirigent vers des lieux connus.

¹⁸¹ Source : SUEBSAO Salintip

Figure 52 : Réponses à la question « Quels freins identifiez-vous qui vous empêche de visiter ces lieux ? »¹⁸²



En ce qui concerne les principaux freins identifiés par les jeunes adultes, ce sont le manque de temps, le déplacement qui peut être lié à au premier frein mais aussi l'accessibilité des lieux qui sont loin de leur habitation ou encore la mobilité. Puis vient en dernier le coût, pour la plupart des jeunes adultes qui n'ont pas de revenu, visiter des lieux peut représenter un frein pour eux. Les trois facteurs sont liés et entraînent une succession de problématiques. Dans une société contemporaine, le temps est rare, trouver du temps pour soi est devenu difficile. Manque de temps et manque de budget signifie qu'il n'y aura pas de déplacement. Nous pouvons dire que pour visiter un lieu patrimonial et culturel, les jeunes adultes doivent disposer du temps, de la mobilité et du budget.

Figure 53 : Réponses à la question « Parmi les lieux que vous avez visités, qu'est-ce qui vous a plu ? »¹⁸³



¹⁸² Source : SUEBSAO Salintip

¹⁸³ Source : SUEBSAO Salintip

D'après les réponses, nous avons noté que c'est la beauté, l'histoire et l'architecture du lieu qui ont retenu l'attention des jeunes adultes. L'histoire et l'architecture se trouvent à peu près au même niveau, ce qui signifie que ce sont des sujets qui les intéressent, qui sont en rapport avec soi-même et sa nation. La beauté du lieu et le côté instagrammable des lieux visités, ce sont les éléments qui ont retenu leur attention. Nous pouvons également traduire par un manque d'activité attrayant pour cette tranche d'âge. En observant les résultats, en troisième place viennent les événements et les expositions qui peuvent être un élément ayant capter leur intérêt, probablement parce que cela concerne leur intérêt et leur valeur.

Tableau 1 : Réponses à la question « Qu'avez-vous retenu ? »¹⁸⁴

| Thèmes | Réponses |
|--------------------------|--|
| Histoire | <ul style="list-style-type: none"> • « Le plus souvent je retiens l'histoire globale du lieu, les grandes étapes de son histoire etc et les éléments de l'architecture qui sont vraiment percutants (fresques médiévales, etc...) » • « Que de manière générale pour que la visite d'un lieux me plaise il me faut l'histoire de ce qu'il s'y est passé sinon c'est un peu une coquille vide et une belle vu pour finir en beauté ça fait toujours plaisir » • « Histoire riche, matériaux utilisés, volonté de transmettre jusqu'à aujourd'hui » • « L'histoire de la vie des habitants du lieu, l'architecture atypique » • « Histoire du lieu » • « L'architecture et l'histoire des monuments » • « Tout dépend de l'endroit mais souvent c'est l'histoire » • « L'histoire de mon pays principalement » |
| Ressenti | <ul style="list-style-type: none"> • « Le bon moment passé » • « Que l'histoire et la culture sont vaste » • « Le travail fait pour conserver ces lieux et est impressionnant, l'organisation aussi et les installations mises en place pour nous donner des renseignements » |
| Beauté | <ul style="list-style-type: none"> • « Esthétique des lieux » • « La beauté des lieux et l'histoire qui les entoure » • « Beauté/ informations-histoire » • « C'était pas mal de voir un architectures pareil » |
| Patrimoine | <ul style="list-style-type: none"> • « L'aspect culturel rend certaines visites bien plus riches et attrayantes » • « La richesse culturel de notre pays » |
| Social | <ul style="list-style-type: none"> • « J'aime les gens chaleureux, attractif qui sont passionné par le lieu » |
| Anecdotes du lieu | <ul style="list-style-type: none"> • « Principalement les anecdotes et les informations manquantes » |

¹⁸⁴ Source : SUEBSAO Salintip

| | |
|-----------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • « Parfois des souvenirs visuels des œuvres, et les grandes lignes de l'histoire du monument » • « J'essaie de retenir le plus souvent l'histoire du lieu mais je reconnais que selon les sites ce n'est pas toujours évident (surtout quand ils ont été beaucoup remaniés) » • « Les schémas explicatifs et l'histoire du lieu en grosses lignes » • « Des informations sur l'histoire et la culture des lieux où j'ai pu vivre » • « Le lieu en lui-même et quelques informations » |
| Souvenirs | <ul style="list-style-type: none"> • « Pleins d'œuvres ainsi que la découverte de nouveaux artistes. De très très beaux souvenirs durant les concerts avec de superbes rencontres » |
| Activités | <ul style="list-style-type: none"> • « En dehors du terme historique et culturel en tant que stagiaire d'une semaine, ce qui m'a le plus retenu c'est le nombre d'animation offert qui sont présentable pour tout âges » • « Image visuelle des lieux, activités et évènement » |
| Savoir | <ul style="list-style-type: none"> • « Utilité des lieux, matériaux utilisés dans la construction... » |
| Ambition personnelle | <ul style="list-style-type: none"> • « Que j'habite dans une ville historique mais qu'on ne met pas suffisamment en valeur le patrimoine culturel » |

Pour traiter les réponses de la question « *Qu'avez-vous retenu* », nous avons classé les informations dans un tableau en faisant ressortir les thèmes généraux et les réponses illustrant chaque thème. Nous avons constaté que ce que les jeunes adultes retiennent le plus c'est l'histoire du lieu, le fait d'avoir des informations importantes permettent de retenir leur attention. Comprendre l'histoire du lieu favorise l'engagement et la motivation envers ce lieu, c'est en quelque sorte un fil conducteur entre le visiteur et le visité. Pour certains, les anecdotes du lieu restent ancrées dans leur mémoire y compris les visuels. Nous pouvons donc l'associer avec le thème de la beauté où l'esthétique compte dans les souvenirs des personnes visitées. Par contre, certaines personnes vont retenir ce qu'ils ont ressenti durant de leur visite qu'elles soient positives ou négatives, les souvenirs sont ainsi liés à l'expérience vécue.

Tableau 2 : Réponses à la question « Pourriez-vous citer une visite, un lieu, une activité culturelle ou patrimoniale qui vous a marqué de manière positive ? Et pourquoi ? »¹⁸⁵

| Expériences | Réponses |
|-------------|---|
| Lieu | Château de Versailles - Acropolis - Vatican et la basilique Saint-Pierre - Château de Latour - Louvre - Cathédrale de Séville - Saint Paul de Vence - Latour sur Sorgue - Cathédrale de Burgos - Château de l'Île d'Yeu - Musée d'Orsay - Oradour sur Glane - |

¹⁸⁵ Source : SUEBSAO Salintip

| | |
|---|--|
| | Château de Chenonceau - Catacombes de Pompidou - Conques - Châteaux de la Loire - Musée Moco - Musée de l'immigration - Château de Guédelon - Volubilis - Château de Chambord - Tour Eiffel - La cité des mémoires à Hendaye - Grèce - Sites templiers - Musée de FC Barcelone |
| Expositions de qualité | Château de Versailles - Château de Chantilly - Musée de Tessé - Musée Cernuschi - Musée des Confluences - Musée des Beaux-Arts de Lyon |
| Visites nocturnes | Château de Versailles - Château d'Amboise |
| Escape games | Château de Latour |
| Visite immersive, vivante et interactive | Musée Alsacien - Château de la Roche - Château de Chenonceau - |
| Esthétique du lieu, architecture | Château de Chenonceau - Palais de la Bourse - Château de Joséphine Baker - Cathédrale d'Albi - Sagrada Familia - Château de Chambord - Villa Ephrussi de Rothschild |
| Paysages (parc, jardins...) | Château de Chantilly - Château de Chambord |
| Animations | Château de Castelnaud - Château de Chambord |
| Dégustation | Musée du Chocolat |
| Conservation du lieu | Château de Foix - Château de Chantilly - Grotte |
| Reconnaissance du travail | Château de Latour |
| Concerts, spectacles, théâtres | Église Saint Jean-Baptiste - Luke Hemmings - Comédie française - Théâtre d'Épidaure - Concert de rock taiwanais |
| Diversité | Musées |
| Inspirations | Musée des Cornemuse du monde - Musée des Beaux-Arts de Tours |
| Scénographie | Musée de Tessé - Château de la Roche |
| Prise de conscience | Mines de Rancié |

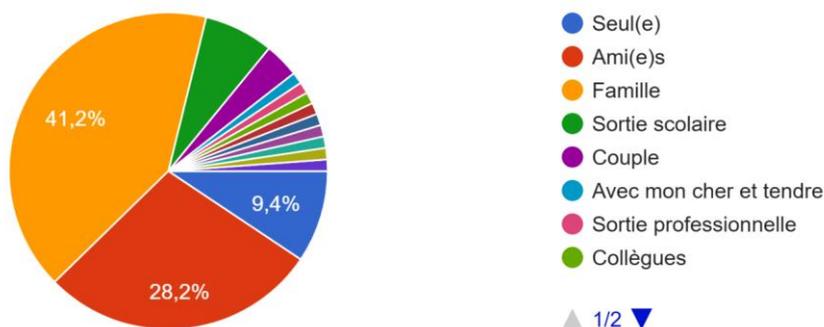
Les réponses de ce qui a marqué les jeunes adultes de manière positive sont très diversifiées mais nous pouvons relever des similitudes parmi les lieux. Tout d'abord,

les châteaux et les musées reviennent plusieurs fois dans les réponses, témoignant d'un intérêt marqué pour ces types de lieux. Les lieux patrimoniaux et culturels qui ont été cités le plus souvent sont le Louvre, le château de Versailles, le château de Chambord, le musée des Confluences et le château de Latour. L'esthétique du lieu et les expositions proposées dans certains lieux représentent un facteur élémentaire dans ce qui a marqué l'esprit des jeunes adultes. Nous pouvons faire le rapprochement entre ces deux éléments puisque ce sont des expériences esthétiques et culturelles combinées. Aujourd'hui le visuel est très important dans la perception des jeunes adultes et détermine leur façon de visiter un lieu à travers un regard esthétique. Les visites insolites sont également appréciées par ce public telles que les visites nocturnes, les escape games, les parcours interactifs et les scénographies. De même pour les concerts dans les endroits originaux, en effet c'est un format qui procure de l'émotion et cette expérience dépasse le simple plaisir auditif puisque le cadre joue un rôle particulier rendant l'expérience plus immersive et hors du commun. L'être humain accorde une grande importance à ses sentiments et ses émotions influencent leur perception des choses et expériences vécues. Une expérience négative peut ternir l'image du lieu visité, tandis qu'une expérience positive suscite l'envie de retrouver ou de revivre ces mêmes émotions. L'image et la perception d'un lieu sont des facteurs déterminants dans la prise de décision des jeunes adultes.

Figure 54 : Réponses à la question « Étiez-vous seul(e) ou accompagné(e) ? »¹⁸⁶

Étiez-vous seul(e) ou accompagné(e) ?

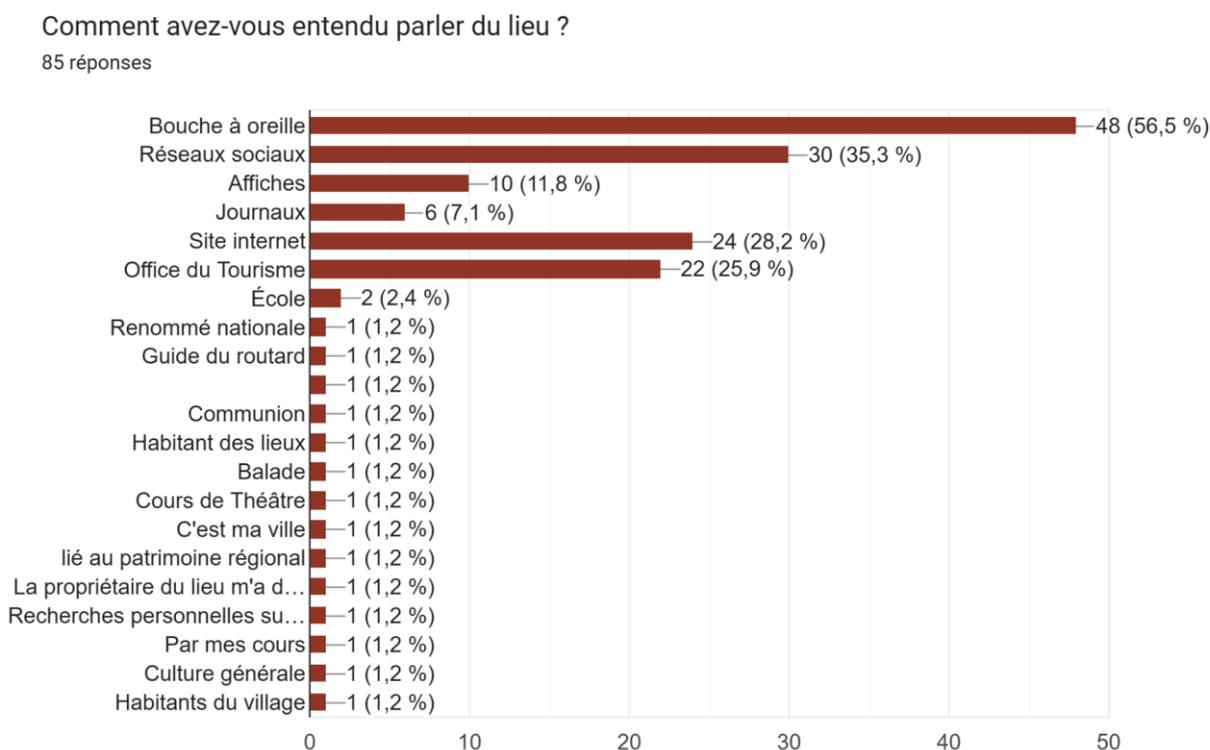
85 réponses



¹⁸⁶ Source : SUEBSAO Salintip

Nous pouvons voir que les jeunes adultes privilégient la visite en famille lors d'une visite patrimoniale et culturelle. Les visites en famille représentent les moments de partage et de création de souvenirs. Ensuite, les visites entre amis sont également populaires chez les jeunes adultes, ce qui reflète leur envie de vivre des expériences avec leurs amis tout en partageant des intérêts communs ou se créer des souvenirs. Enfin, certains ont choisi les visites en solitaire, permettant de se concentrer sur soi-même et le lieu visité. En résumé, les préférences de visite des jeunes adultes mettent en évidence une hiérarchie dans les choix de la compagnie et chacun apporte une dimension particulière à l'expérience.

Figure 55 : Réponses à la question « Comment avez-vous entendu parler du lieu ? »¹⁸⁷

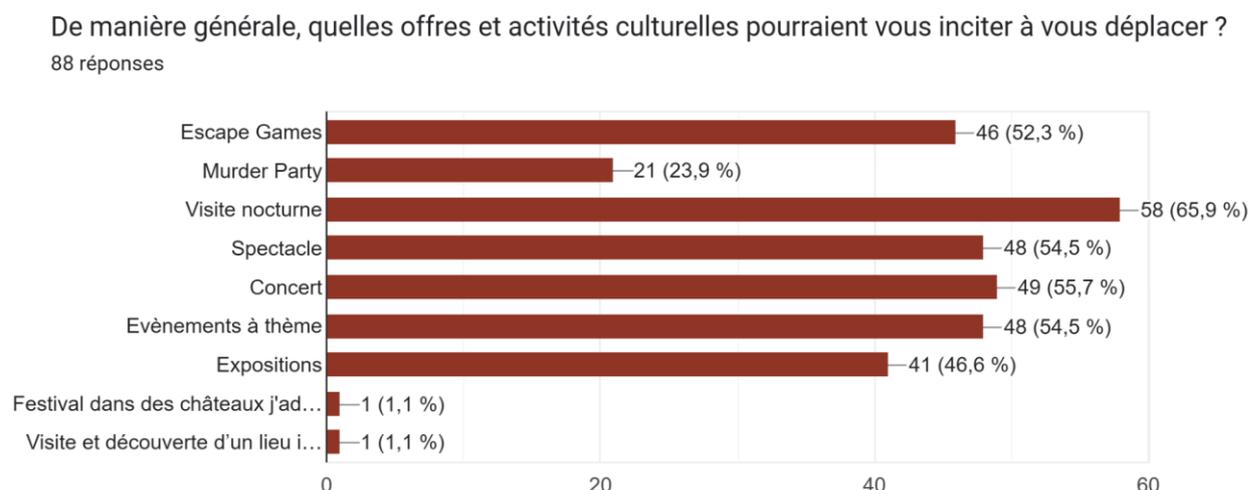


La question sur la stratégie de communication nous a permis de savoir que le « *bouche à oreille* » est un moyen efficace dans la promotion des lieux et des offres culturelles. À la différence des méthodes plus modernes comme les réseaux sociaux ou les campagnes publicitaires en ligne, le bouche à oreille repose sur la confiance et l'expérience personnelle des individus. Cela ne signifie pas que les

¹⁸⁷ Source : SUEBSAO Salintip

réseaux sociaux n'intéressent pas les jeunes adultes. Au contraire, ces plateformes occupent une place centrale dans leur vie quotidienne comme l'une des principales sources d'informations et de découvertes. Toutefois, cette quantité excessive d'informations peut parfois les perdre et donc ils ont du mal à filtrer et à distinguer de ce qui est réellement intéressant ou pertinent. La plupart des jeunes adultes consultent le site internet et l'office du tourisme, ce qui est logique lorsqu'ils cherchent des informations pour préparer leurs vacances. Selon nos constatations, les affiches et les journaux attirent principalement l'attention des locaux mais qui ne vont pas toucher les publics plus larges. La communication est donc très importante à travers l'image que nous souhaitons véhiculer et aussi selon les publics ciblés.

Figure 56 : Réponses à la question « De manière générale, quelles offres et activités culturelles pourraient vous inciter à vous déplacer ? »¹⁸⁸



D'après les résultats, les activités et les offres culturelles qui pourraient inciter le déplacement des jeunes adultes sont les visites nocturnes, les concerts, les événements à thème et spectacles, les escape games et enfin les expositions. Nous pouvons souligner que les activités choisies apportent une dimension unique et divertissante du lieu. Le fait de combiner la culture et le divertissement encourage leur participation et leur déplacement puisqu'ils recherchent ce côté mémorable et immersif durant leur visite dans un lieu culturel et patrimonial.

¹⁸⁸ Source : SUEBSAO Salintip

Figure 57 : Réponses à la question « Si ces offres sont proposées, par quels moyens souhaitez-vous être informé ? »¹⁸⁹



Les réseaux sociaux représentent le moyen de diffusion des informations d'un lieu apprécié par les jeunes adultes aujourd'hui. Les réseaux sociaux ont été évoqués 42 fois, plus particulièrement Instagram, soulignant son importance et son influence dans le quotidien. Son format visuel, axée sur les vidéos et les photos, convient particulièrement aux jeunes adultes. Instagram augmente la visibilité d'un lieu et offre une interaction directe avec les utilisateurs grâce à ses fonctionnalités telles que les stories, les hashtags et les publications sponsorisées, ce qui renforce son efficacité en tant qu'outil de communication. Ensuite les affiches se trouvent à la seconde place suivies des mails. Les affiches présentent l'avantage d'être visuellement saisissantes et de pouvoir être disposées dans des lieux stratégiques où elles attirent l'attention. Cette méthode dépend du public visé et du budget dédié à la communication, ce qui a un impact sur son efficacité et son adéquation. Les mails offrent la possibilité de recevoir les informations précises en temps réel, ce qui nous permet d'être en contact direct avec les jeunes adultes.

3. Bilan de la troisième hypothèse : La communication renforce la médiation mise en place au Château de Latour

Cette hypothèse est validée. L'analyse du questionnaire et l'expérience vécue au stage nous montrent l'importance de la communication auprès des publics quelle que soit leur tranche d'âge. Le choix du visuel et le choix des mots comptent énormément, car c'est ce qui représente l'image du lieu. Cette image va influencer les visiteurs et leurs décisions. Il est primordial de mettre en place et de développer des médiations innovantes afin de susciter l'intérêt et d'augmenter le nombre

¹⁸⁹ Source : SUEBSAO Salintip

d'entrées. Cependant, ces initiatives risquent de perdre leur efficacité si la communication est insuffisante. La communication doit être claire, percutante et adaptée au public visé pour maximiser l'effort des médiations mises en place.

Nous avons reçu 97 réponses au questionnaire, parmi lesquelles les jeunes de 25 ans se sont montrés les plus impliqués, avec une majorité de participantes féminines. La diffusion du questionnaire sur les réseaux sociaux, notamment Instagram et LinkedIn, a contribué à une plus grande diversité des origines géographiques des répondants. Cela prouve également que les réseaux sociaux sont également un moyen efficace pour atteindre et mobiliser les jeunes adultes de cette tranche d'âge. Il est apparu que la plupart des jeunes adultes ont une vision traditionnelle des lieux patrimoniaux et culturels, citant principalement des musées, châteaux, églises, et monuments historiques. Cela montre que l'image diffusée a beaucoup d'impact sur la perception chez les jeunes adultes. Leurs motivations sont principalement en lien avec l'histoire du lieu et en générale mais aussi la découverte montrant qu'ils sont ouverts d'esprit et ont envie d'apprendre ce qui l'entoure. La voiture et le pédestre représentent le mode de déplacement les plus fréquents chez les jeunes adultes, est-ce par choix ou par obligation car les lieux patrimoniaux et culturels sont situés loin de leur habitation. Les principaux freins identifiés sont le manque de temps, le déplacement et le coût, ces trois facteurs sont liés entraînant une succession de problématiques pour les jeunes adultes. Aujourd'hui, le visuel représente un élément fondamental dans la manière dont ces lieux, ces activités culturelles sont perçus et attirent l'attention. En observant de plus près, l'histoire du lieu et son esthétique vont de pair et restent dans la mémoire des jeunes adultes après une visite patrimoniale et culturelle. La communication envers ce public est très importante et décisive, nous pensons que les réseaux sociaux sont des outils efficaces pour attirer leur attention. Cependant, d'après les réponses au questionnaire, le bouche à oreille semble être le plus fiable et efficace comme méthode de communication. Nous supposons que la quantité d'informations que les jeunes adultes reçoivent quotidiennement sur les réseaux sociaux peut noyer les campagnes de communication. C'est pourquoi l'aspect visuel d'un support de communication est crucial pour capter l'attention de ce public mais aussi de se démarquer parmi les concurrents. L'offre est importante mais la communication joue un rôle déterminant dans la réussite des projets, des événements et tout simplement

pour se faire connaître. Les réseaux sociaux restent toujours le meilleur moyen de communication avec et pour les jeunes adultes. Pour toucher ce public, nous devons élaborer une stratégie de communication spécifique sur Instagram car c'est le réseau social le plus mentionné dans les réponses du questionnaire.

4. Proposition de fiche action pour l'hypothèse 3

| Fiche action 2 : Storytelling comme stratégie de communication | |
|---|--|
| Objectifs | L'objectif culturel de cette stratégie est de susciter un intérêt des jeunes adultes pour faciliter l'accès d'un lieu patrimonial ou culturel. L'objectif social est de renforcer la communication avec les jeunes adultes via les réseaux sociaux (Instagram). L'objectif économique est d'augmenter la fréquentation. |
| Retombées de l'action | <ul style="list-style-type: none"> ● Principales : se démarquer parmi la concurrence locale ● Secondaires : favoriser la rencontre d'un lieu de patrimoine et les jeunes adultes ● Économiques : augmenter de la fréquentation du lieu |
| Contenu de l'action | L'association des Amis du Château de Latour réalisera des contenus courts et animés qui racontent l'histoire du lieu tout en montrant sa dynamique. Le visuel doit démarquer attirant un maximum d'attention mais aussi dans les messages à faire passer, l'utilisation des anecdotes, des témoignages ou des faits insolites va rendre le patrimoine vivant et accessible. L'intégration des nouvelles tendances sur les réseaux sociaux peuvent montrer l'image moderne du lieu. |
| Conditions de mise en œuvre | Pour la mise en œuvre de cette action, nous devons adapter la communication, de manière ciblée. |
| Echéance de mise en œuvre | Cette stratégie est un travail de long terme qui nécessite de l'investissement et la création, il faut noter que l'impact n'est pas immédiat. |

Conclusion de la partie 3

Les résultats exposés montrent l'effort et l'importance de la médiation mise en place. De plus, nous nous rendons compte qu'il existe différentes manières de faire coexister les lieux de patrimoines et les jeunes adultes. En se tournant vers le tourisme, ces lieux deviennent de plus en plus accessibles aux jeunes générations, notamment grâce au développement des activités à la fois pédagogiques et ludiques.

Le premier chapitre nous offre une nouvelle vision de l'utilité des lieux de patrimoine à travers le bénévolat au sein d'une structure associative. En effet, le secteur culturel et patrimonial a du mal à solliciter les jeunes de la génération Z. Né dans un contexte numérique, leur rapport à la culture et au patrimoine est complètement distinct des autres générations. En mettant en avant le bénévolat, nous pouvons ainsi faciliter la rencontre entre les jeunes adultes et les lieux de patrimoine d'une manière plus attractive.

Le seconde chapitre nous a permis de comprendre les tendances des jeunes adultes vis-à-vis de leur consommation culturelle. Les événements éphémères associés au divertissement dans les lieux de patrimoine représentent un facteur de motivation suscitant le déplacement des jeunes adultes. Cependant, ce concept est de plus en plus répandu et n'est plus innovant, ce qui nous amène à nous interroger sur sa capacité et son attirance sur le long terme.

Le troisième chapitre souligne l'importance de la communication auprès des publics visés. Au cours des recherches théoriques et des analyses croisées, nous avons saisi le rôle central des réseaux sociaux dans la vie quotidienne des jeunes adultes. De ce fait, nous pouvons les considérer comme un outil essentiel dans la communication auprès des publics de cette tranche d'âge. Le visuel joue un rôle porteur dans la construction de l'imaginaire des jeunes adultes.

Conclusion générale

L'intérêt personnel et professionnel concernant la fréquentation des lieux patrimoniaux et culturels par les jeunes adultes a été moteur de la réalisation de ce mémoire. En tant que bénévole dans une association patrimoniale, nous ressentons un engagement face à ce problème récurrent. Ainsi, nous nous sommes penchés sur l'efficacité des médiations mises en place. La transmission est le passage de quelque chose à une autre personne, ce que nous souhaitons transmettre ici c'est le patrimoine dans une logique de développement durable tout en respectant les trois notions : économie, social et environnemental.

Tout au long de notre étude et de notre travail, nous avons constaté qu'il y a beaucoup de préjugés envers les jeunes générations, les définissant de « paresseux, incultes, égoïstes et individualistes » (Saqué, 2024). En effet, les jeunes ne fréquentent plus les lieux de patrimoine de la même manière qu'avant. Ils comprennent que leur rapport entre social et physique a changé avec le développement du numérique. Pourtant, les jeunes continuent de s'intéresser à la culture et au patrimoine avec les nouvelles normes de consommation. Manquant de temps et de ressources financières, les jeunes d'aujourd'hui construisent leur culture et leur identité à travers les consommations médiatiques favorisant ainsi une diversité culturelle. L'attrait des lieux patrimoniaux pour les jeunes adultes est étroitement lié à leur imaginaire, en autres la communication visuelle reflète l'image du lieu et participe dans la prise de décision.

Pour répondre à la problématique posée au début de l'étude « *En quoi une stratégie de médiation peut-elle valoriser l'attractivité touristique et culturelle à destination des jeunes adultes ?* ». La médiation a sans doute favorisé la rencontre entre les jeunes adultes et les lieux patrimoniaux sous un autre format qu'une visite culturelle. Selon les recherches théoriques et l'étude qualitative sur le terrain, nous avons remarqué que de plus en plus de jeunes s'engagent dans une structure associative ce qui confère une nouvelle utilité aux lieux patrimoniaux ou culturels. En valorisant la dynamique créée par les jeunes bénévoles autour d'un patrimoine, ils peuvent contribuer à l'attractivité touristique et culturelle d'un territoire. La médiation sous la

forme d'un escape games ou un événement ponctuel constitue un outil créatif. Rendant un lieu de patrimoine plus accessible grâce à une approche immersive favorisant l'attractivité du lieu sur une période donnée. Cet événement a non seulement attiré les jeunes adultes, mais a aussi su mobiliser de nombreux jeunes bénévoles dans sa conception et sa réalisation. Si nous allons plus loin dans notre réflexion nous pourrions approfondir cette hypothèse en se posant la question sur l'impact de cet événement proposé par les jeunes bénévoles, est-ce que cette implication joue un rôle d'attractivité ?. Enfin, une médiation dépourvue de communication ne pourra jamais atteindre son public. Par l'intermédiaire de l'analyse du questionnaire, nous avons pris conscience de l'importance de la communication sur les réseaux sociaux. En effet, pour toucher les jeunes adultes, il est essentiel d'adapter notre moyen de communication en mettant l'accent sur le visuel, ainsi nous pouvons renforcer l'attractivité de la médiation mise en place.

Le patrimoine est une ressource territoriale jouant un rôle essentiel dans le développement et l'identité d'un territoire. Son attractivité touristique et culturelle peut être valorisée à travers la communication et la dynamique d'un patrimoine vivant. En offrant plusieurs possibilités aux jeunes adultes, ils peuvent vivre des expériences immersives et engageantes de différentes manières.

Pour finir, le stage a été très enrichissant et professionnellement formateur. La diversité des missions stage nous a permis de voir tous les aspects d'une structure patrimoniale, dans laquelle s'inscrit la dynamique du territoire. En effet, nous trouvons intéressant de pouvoir accompagner le Château et participer à son développement.

Bibliographie

Agence de Développement Touristique de l'Aveyron, 2019, *Résultats de l'enquête gîtes/meublés 2019*, Tourisme Aveyron.

ARENDRT Hannah, 1961, *Condition de l'homme moderne*, Paris, Calmann-Lévy, (Collection Liberté de l'esprit), p. 369.

Association des Amis du Château de Latour, 2022, *Règlement intérieur*, Latour, AACL.

ATTIAS-DONFUT Claudine, 1988, « La notion de génération : Usages sociaux et concept sociologique », *Persée, L'Homme et la société*, p. 36-50.

BABELON Jean-Pierre et CHASTEL André, 1994, *La notion de patrimoine*, Paris : Editions Liana Levi, (Collection Opinion art), 142 p.

BATAT Wided, 2017, « Comprendre et séduire la génération Z. Comportements de consommation et relations des post-millennials avec les marques », *Ellipses*, (Collection Gestion), p. 17-24.

BELKAÏD Nadia et GUERRAOUI Zohra, 2003, « La transmission culturelle : Le regard de la psychologie interculturelle », *Cairn (ERES)*, n° 51, p. 124-128.

BRILLARD Delphine, 2000, *Analyse des prix et des caractéristiques de l'offre touristique : Une application aux stations de sports d'hiver françaises*, Thèse de doctorat de Sciences Economiques, Grenoble, Université Pierre Mendès.

BRUNET Roger, FERRAS Robert et THÉRY Hervé, 1992, *Les mots de la géographie, dictionnaire critique*, Montpellier - Paris, Reclus - La documentation française (Collection Dynamiques du territoire), 520 p.

CACCOMO Jean-Louis et SOLONANDRASANA Bernardin, 2001, *L'innovation dans l'industrie touristique : Enjeux et stratégies*, Paris, L'Harmattan, (Collection Tourismes et sociétés), 162 p.

CAILLET Elisabeth et JACOBI Daniel, 2004, « Les médiations de l'art contemporain », *Culture et Musées*, n° 3, 208 p.

CAMORS Carine, SIMORRE Adrien, SOULARD Odile, 2016, *Lieux culturels et valorisation du territoire*, Paris, IAU île-de-France.

CAMPAGNE Pierre et PECQUEUR Bernard, 2014, *Le développement territorial : Une réponse émergente à la mondialisation*, Editions Charles Léopold Mayer, 267 p.

CASOINIC Daniel, 2016, « Qui sont les générations Y et Z ? », *Économique et management*, n° 160, p. 29-36.

CAUNE Jean, 2018, « La médiation culturelle : Notion mana ou nouveau paradigme ? », *L'Observation, Éditions Observatoire des Politiques Culturelles*, n° 51, p. 9 à 11.

CHABAUD Gilles, 2000, *Aux origines du tourisme : les Grands Tours de l'époque moderne*, Presses Universitaires de France, Tourisme et Relations Internationales, p. 147 à 159.

CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, 2013, *La médiation culturelle*, Paris, Armand Colin (Collection U Sciences Humaines & Sociales), 275 p.

CICHELLI Vincenzo et OCTOBRE Sylvie, 2017, « Les cultures juvéniles à l'ère de la globalisation : Une approche par le cosmopolitisme esthétique-culturel », *Culture études, Ministère de la Culture - DEPS*, n°1, p. 1-20.

COËFFÉ Vincent et MORICE Jean-René, 2017, « Patrimoine sans limite ? La mondialisation du tourisme comme opérateur d'un "tout-patrimoine" », *L'Information Géographique, Éditions Armand Colin*, p. 32-54.

DAVALLON Jean, 2000, « Le patrimoine : une filiation inversée ? », *Espaces Temps*, p. 6 à 16.

DAVALLON Jean, 2004, *La médiation : La communication en procès ?*, *MEI (Médiation et Information)*, Internationale de Communications, n° 19, p. 37 à 59.

DAVALLON Jean, 2006, *Le don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, Paris, Lavoisier / Hermès Science, 222 p.

DAVALLON Jean, 2014, *À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions*, Conférence d'ouverture du Colloque Patrimonialização e sustentabilidade do património: reflexão e prospectiva, p. 1-29.

DE GRANDPRÉ François, 2007, « Attraites, attractions et produits touristiques : Trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional », *Téoros, Recherche en tourisme*, vol. 26, n° 2, p. 12 à 18.

Direction Générale des Entreprises, 2018, *Synthèse : Valorisation touristique des monuments historiques*, Ministère de l'Economie et des Finances, Ministère de la Culture.

DUFRENE Bernadette et GELLEREAU Michèle, 2004, « La médiation culturelle : enjeux professionnels et politiques », *Hermès, Les Sciences de l'information et de la communication*, n° 38, p. 67-83.

FABRY Nathalie, 2009, « Clusters de tourisme, compétitivité des acteurs et attractivité des territoires », *Internationale d'Intelligence Economique, JLE Éditions*, vol. 1, p. 55 à 66.

Familles rurales, 2020, *Comment créer un Tiers-Lieu rural ?*, Familles rurales.

FOURCADE Marie-Blanche, 2014, *Lexique : La médiation culturelle et ses mots clés*, Montréal, Culture pour tous.

FROCHOT Isabelle et LEGOHEREL Patrick, 2010, *Marketing du Tourisme*, Paris, Dunod : L'Echo touristique, 2e édition, 367 p.

GENTINA Élodie et DELECLUSE Marie-Ève, 2018, « Génération Z, Des consommateurs Z aux collaborateurs Z », *Malakoff, Dunod* (Collection Management/Leadership), p. 1-10.

GEORGE Pierre et VERGER Fernand, 2000, *Dictionnaire de la géographie*, Presse universitaires de France, 7e édition, Vendôme, 500 p.

GONDRAS Annie, 2012, *La valorisation touristique des châteaux et demeures historiques*, Paris : L'Harmattan (Collection Gestion de la culture), 292 p.

INJEP, 2019, *De spectateurs à créateurs : multiplicité des pratiques culturelles et artistiques des jeunes*, Paris, INJEP.

JACOB Louis et LE BIHAN-YOUIYOU Blanche, 2008, « La médiation culturelle : enjeux, dispositifs et pratiques », *Érudit, Lien social et Politiques*, n° 60, p. 6-10.

JAFAR Jafari, 2000, *Encyclopedia of Tourism*, Grande-Bretagne, Routledge, 720 p.

KOTLER Philip, FILIATRAULT Pierre et TURNER Ronald E, 2000, *Le management du marketing*, Gaëtan Morin Éditeur Limitée, Boucherville, 875 p.

LABARONNE Daniel, JOLY Patrice, JARLIER Pierre, GALLIEN Cécile et DHUMEAUX Dominique, 2019, *Ruralités : Une ambition à partager. 200 propositions pour un agenda rural*, France.

LACOUR Claude, LELOUP Fabienne et MOYART Laurence, 2014, « Introduction. Culture, patrimoine, savoirs : Facteurs dynamiques de développement », *Économique Régionale et Urbaine*, Armand Colin, p. 785 à 799.

LAHAYE Willy, POURTOIS Jean-Pierre, DESMET Huguette, 2007, *Transmettre : D'une génération à l'autre*, Paris, PUF, 371 p.

LAZZAROTTI Olivier, 2003, entrée « patrimoine » dans LÉVY Jacques et LUSSAULT Michel, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, p. 692-693.

LAZZAROTTI Olivier, 2012, *Des lieux pour mémoires : Monument, patrimoine et mémoires-monde*, Paris, Armand Colin, 214 p.

LECLERC Cyril, 2015, *Une expérience ou rien ? Qu'est-ce qui motive les publics culturels ?*, France, Chemins de mémoire.

LEHALLE Evelyne, 2018, *Le tourisme culturel*, Voiron, territorial éditions, Dossier d'experts référence DE 700, 130 p.

LÉVY Jacques et LUSSAULT Michel, 2003, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Edition Belin, 1033 p.

LEW Alan A, 1987, « A framework of tourist attraction research », *Annals of Tourism Research*, vol. 14, n° 4, p. 553-575.

LLOBET Élodie, 2017, « Génération X, Y, Z ... L'alphabet d'un concept qui se cherche », *Association Effeillage*, n°6, p. 36-39.

Louvre Lens, 2024, *Parc en fête*, Lens.

Ministère de la Culture et Fédération des Parcs naturels régionaux, 2018, *Convention cadre 2018-2021*, Paris.

OCTOBRE Sylvie, 2009, *Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : Un choc de cultures ?*, Paris, Ministère de la Culture.

OLLIVIER Daniel et TANGUY Catherine, 2017, *Génération Y & Z, Le grand défi intergénérationnel*, De Boeck Supérieur (Collection Le Management en pratique), 272 p.

ORIGET DU CLUZEAU Claude et VICERIAT Patrick, 2010, *Le tourisme des années 2010 : La mise en futur de l'offre*.

ORIGET DU CLUZEAU Claude, 2013, *Le tourisme culturel : Dynamique et prospective d'une passion durable*, (Collection Tourisme, compétences et métiers), De Boeck, 89 p.

ORIGET DU CLUZEAU Claude, 2015, *Le tourisme culturel, dynamique et prospective d'une passion durable*, Bruxelles, De Boeck, (Collection Tourisme Compétences & Métiers), 96 p.

PARIZOT Anne, 2014, « La Transmission : la dualité en trois temps, trois mouvements ... », *Question(s) de Management, Éditions EMS Editions*, n° 5, p. 103-110.

PARMENTIER Manon, 2020, *Médiation du patrimoine scientifique au Domaine de Bonrepos-Riquet*, Mémoire de Master 2 Tourisme et Développement, Université Toulouse – Jean Jaurès, ISTHIA, Foix, 418 p.

POIROT Jacques et GERARDIN Hubert, 2010, « L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel », *Mondes en développement, De Boeck Supérieur*, p. 27 à 41.

QUINTAS Eva, FOURCADE Marie-Blanche et PRONOVOST Marc, 2014, *Guide : La médiation culturelle en questions*, Montréal, Culture pour tous.

SAQUE Salomé, 2024, *Sois jeune et tais toi. Réponses à ceux qui critiquent la jeunesse*, Paris, Payot & Rivages (Collection Petite Bibliothèque Payot), 323 p.

Sites Touristiques Ariège, 2019, *Révolution au château de Foix : Dossier de presse saison 2019*, Ariège, Sites Touristiques Ariège.

SMITH L.J Stephen, 1994, « The tourism product », *Annals of Tourism Research*, vol. 21, n° 3, p. 582-595.

SOBIE Geneviève, SOBIE Bernard et POUJOL Jean, 2023, *Marnhagues-et-Latour sur Sorgue, À la mémoire de Jean CAREL*, SARAC.

SOBIE Guilhemette, 2018, *L'itinérance au service du développement territorial*, Stage de fin d'étude master 2 Tourisme et Développement Durable des Territoires, Université Paul-Valéry Montpellier 3, Béziers, 82 p.

SUEBSAO Salintip, 2023, *Patrimoine bâti et public jeune*, Mémoire de Master 1 Tourisme et Développement, Université Toulouse – Jean Jaurès, ISTHIA, Foix, 98 p.

ULLAURI-LLORE Elisa, DEBADE Nicolas, DODUIK Nicolas et GIREL Sylvia, 2019, *Médiation Culturelle, définition et mise en perspective d'un concept fondamental aux mondes de l'art*, Aix-en-Provence, Laboratoire méditerranéen de sociologie.

UNESCO, 2014, *Indicateurs UNESCO de la culture pour le développement : Manuel méthodologique*, France, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture.

VERNIERES Michel, 2015, « Le patrimoine : une ressource pour le développement », *Cairn (Techniques financières et développement)*, n°118, p. 7-20.

VICERIAT Patrick, ORIGET DU CLUZEAU Claude, LEVY Matthieu, DOUBLET Marion, GROS Daniel, 2007, *Attractivité touristique des grandes métropoles françaises et effets structurants sur le tourisme régional*, Paris, Direction du tourisme – Bureau de la Stratégie, détente consultants.

VINSONNEAU Geneviève, 2002, *L'identité culturelle*, Paris, Armand Colin, (Collection U), 256 p.

Annexe A : Les critères de sélection

Critères de sélection

(i)

représenter un chef-d'œuvre du génie créateur humain ;

(ii)

témoigner d'un échange d'influences considérable pendant une période donnée ou dans une aire culturelle déterminée, sur le développement de l'architecture ou de la technologie, des arts monumentaux, de la planification des villes ou de la création de paysages ;

(iii)

apporter un témoignage unique ou du moins exceptionnel sur une tradition culturelle ou une civilisation vivante ou disparue ;

(iv)

offrir un exemple éminent d'un type de construction ou d'ensemble architectural ou technologique ou de paysage illustrant une ou des périodes significative(s) de l'histoire humaine ;

(v)

être un exemple éminent d'établissement humain traditionnel, de l'utilisation traditionnelle du territoire ou de la mer, qui soit représentatif d'une culture (ou de cultures), ou de l'interaction humaine avec l'environnement, spécialement quand celui-ci est devenu vulnérable sous l'impact d'une mutation irréversible ;

(vi)

être directement ou matériellement associé à des événements ou des traditions vivantes, des idées, des croyances ou des œuvres artistiques et littéraires ayant une signification universelle exceptionnelle (Le Comité considère que ce critère doit préférablement être utilisé en conjonction avec d'autres critères) ;

(vii)

représenter des phénomènes naturels ou des aires d'une beauté naturelle et d'une importance esthétique exceptionnelles ;

(viii)

être des exemples éminemment représentatifs des grands stades de l'histoire de la terre, y compris le témoignage de la vie, de processus géologiques en cours dans le développement des formes terrestres ou d'éléments géomorphiques ou physiographiques ayant une grande signification ;

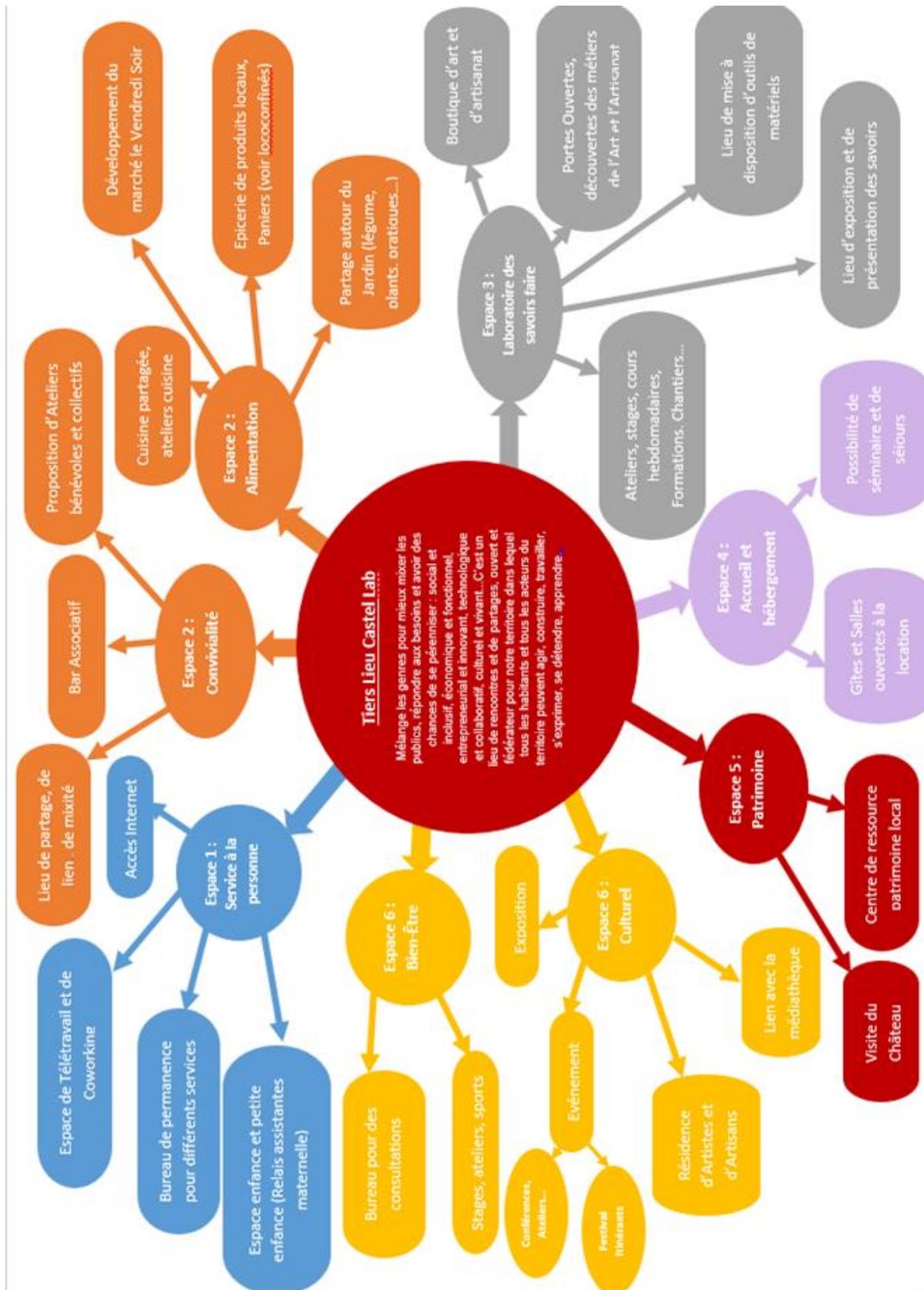
(ix)

être des exemples éminemment représentatifs de processus écologiques et biologiques en cours dans l'évolution et le développement des écosystèmes et communautés de plantes et d'animaux terrestres, aquatiques, côtiers et marins ;

(x)

contenir les habitats naturels les plus représentatifs et les plus importants pour la conservation *in situ* de la diversité biologique, y compris ceux où survivent des espèces menacées ayant une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science ou de la conservation.

Annexe B : Carte mentale



Annexe C : Guide d'entretien bénévoles

Bonjour, je m'appelle Salintip SUEBSAO et je suis en deuxième année de Master Tourisme et Développement à l'Université de Foix. Cet entretien fait partie de mes recherches universitaires, en effet mon mémoire porte sur le patrimoine bâti plus précisément les châteaux et l'intérêt des jeunes générations pour ce patrimoine. Je trouve intéressant d'interroger les jeunes bénévoles et leur implication dans les sites patrimoniaux, afin de recueillir votre point de vue en tant que bénévole dans une association. L'entretien dure entre 30 et 40 minutes. M'autorisez-vous à enregistrer nos échanges pour faciliter la retranscription de cet entretien ? Votre témoignage sera anonyme.

Thème 1 : Présentation

1. Pouvez-vous vous présenter ?
 - *D'où venez-vous ?*
 - *Quelle est votre profession ou votre domaine d'étude ?*
2. Comment avez-vous connu le Château de Latour ?
 - *Quelles étaient les principales raisons ou motivations de votre venue ?*
3. Qu'est-ce qui rend le Château de Latour attractif selon vous ?
 - *Cadre naturel ? Dynamique ? Histoire ? Culture ? Activité ? Autre chose ?*

Thème 2 : Intérêts générales

1. Pourquoi le patrimoine vous intéresse-t-il ?
2. Est-ce que la culture, l'art vous intéressent ?
 - *Si oui, pouvez-vous détailler quels aspects culturels vous passionnent le plus ?*
 - *Si non, quel autres domaines captivent votre intérêt ?*
3. Préférez-vous visiter des sites historiques, des monuments, des musées, des espaces naturels ou d'autres types de lieux ?
 - *Pourquoi ?*

Thème 3 : Être bénévole

1. Qu'est-ce qui vous a motivé à devenir bénévole ?
2. Depuis combien de temps êtes-vous bénévole au Château ?
3. De quelles manières participez-vous aux projets culturels ?
 - *Quelles sont vos missions en tant que bénévole ?*
 - *Est-ce que vous pouvez partager vos expériences au sein de la structure ?*

4. Cette expérience vous a-t-elle influencé dans vos perspectives personnelles ou professionnelles ?
5. Comment mesurez-vous l'impact de votre bénévolat dans les projets de la structure ?

Thème 4 : Lien sociologique jeunes & patrimoine bâti

1. Que pensez-vous de la relation entre les jeunes générations et le patrimoine ?
 - *Pouvez-vous m'en dire plus ?*
2. Quelles sont vos impressions sur l'évolution des activités dans les châteaux ou les lieux patrimoniaux ?
3. Quels types d'activités attirent le plus souvent les jeunes vers le patrimoine bâti ?
 - *Pour quelles raisons ?*
4. Pensez-vous que les nouvelles technologies (numérique, etc.) influencent l'intérêt des jeunes adultes pour le patrimoine ?
 - *Pouvez-vous m'en dire plus ?*
5. D'après-vous, quels outils employés pour attirer et adapter le patrimoine bâti aux jeunes entre 18-25 ans ?
6. En tant que jeunes, que souhaitez-vous retrouver dans un château ou des sites touristiques et culturels pour attirer un public dans votre tranche d'âge ?

Thème 5 : Recommandations

1. Quelles améliorations pouvez-vous nous suggérer pour mieux faire apprécier l'expérience des jeunes adultes dans les sites patrimoniaux et touristiques ?
2. Avez-vous des exemples à nous donner d'expériences que vous avez vécues lors d'une visite, d'un séjour dans un lieu patrimonial ?
3. Envisageriez-vous d'être bénévole dans d'autres domaines que le patrimoine ?
4. Que conseilleriez-vous à un jeune qui envisage de devenir bénévole ?
5. Que mettriez-vous en avant pour motiver un jeune à s'engager comme bénévole dans un site patrimonial ?
6. Souhaitez-vous ajouter autre chose ?

Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses précieuses !

Annexe D : Questionnaire



La médiation culturelle destinée aux jeunes adultes de 18 et 25 ans

Bonjour,

Je m'appelle Salintip SUEBSAO et je suis en deuxième année de Master Tourisme et Développement à l'Université de Toulouse Jean Jaurès. Mon sujet de mémoire porte sur la **médiation culturelle auprès des jeunes adultes**. C'est-à-dire donner et rendre accessible la culture, valoriser la diversité des expressions et de formes de création.

Ce questionnaire fait partie de mes recherches universitaires. Afin de nourrir mon étude, je m'adresse à vous les jeunes générations entre 18 et 25 ans, pour mieux comprendre vos intérêts concernant les visites culturelles et les offres patrimoniales. Il sera très intéressant d'avoir vos points de vue pour mieux vous cerner et proposer une médiation de qualité qui vous correspondra. Je vous remercie d'avance pour vos réponses à ce questionnaire. Temps estimé du questionnaire : 5 minutes.

Par lieux patrimoniaux et culturels, j'entends : musées, monuments historiques (monuments religieux, châteaux, abbayes, églises) ...

Vos données sont strictement confidentielles et seront supprimées une fois l'étude terminée.

salintip.suebsao@gmail.com [Changer de compte](#)



 Non partagé

Présentation

Quel est votre âge ?

- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- 25

Quel est votre genre ?

- Homme
- Femme
- Je ne souhaite pas le préciser

Où habitez-vous ?

Votre réponse _____

Pour mieux vous connaître

Quels types de lieux patrimoniaux ou culturels fréquentez vous ?

Votre réponse _____

A quelle fréquence ?

Jamais

Une fois par an

Une fois par mois

Une fois par semaine

Autre : _____

Pour quelles raisons ? Qu'est-ce qui vous motive ?

Votre réponse _____

Quel type de mobilité privilégiez-vous pour vous y rendre ?

Pédestre

Vélo

Voiture

Bus

Train

Autre : _____

Quels sont les lieux patrimoniaux et culturels qui vous intéressent et que vous souhaitez visiter ? (plus ou moins proche de chez vous)

Votre réponse _____

Quels freins identifiez-vous qui vous empêche de visiter ces lieux ?

- Temps
- Déplacement
- Coût
- Autre : _____

Parmi les lieux que vous avez visités, qu'est-ce qui vous a plu ?

- Beauté
- Histoire
- Architecture
- La place du lieu
- Activités
- Informations
- Animations (avec animateur)
- Évènements
- Expositions
- Autre : _____

Qu'avez-vous retenu ?

Votre réponse _____

Pourriez-vous citer une visite, un lieu, une activité culturelle ou patrimoniale qui vous a marqué de manière positive ? Et pourquoi ?

Votre réponse _____

Étiez-vous seul(e) ou accompagné(e) ?

Seul(e)

Ami(e)s

Famille

Sortie scolaire

Autre : _____

Comment avez-vous entendu parler du lieu ?

- Bouche à oreille
- Réseaux sociaux
- Affiches
- Journaux
- Site internet
- Office du Tourisme
- Autre : _____

De manière générale, quelles offres et activités culturelles pourraient vous inciter à vous déplacer ?

- Escape Games
- Murder Party
- Visite nocturne
- Spectacle
- Concert
- Evènements à thème
- Expositions
- Autre : _____

Si ces offres sont proposées, par quels moyens souhaitez-vous être informé ?

Votre réponse _____

Envoyer

Effacer le formulaire

Annexe E : Entretien physique avec Monsieur O, bénévole au Château de Latour

Pouvez-vous présenter ?

Sans dire mon nom et tout, c'est anonyme, d'accord ? Donc j'ai 25 ans, je suis professeur en collège d'occitan et d'espagnol. Et voilà, qu'est-ce que ?

D'où venez-vous ?

Je suis originaire de Latour.

Vous avez fait vos études ?

Et j'ai fait mes études à différents endroits. J'ai fait mes études à Clermont-Ferrand, puis après je suis allé faire mes études à Montpellier. Voilà où j'ai fait ma licence d'occitan et que j'ai passé mon Capes.

D'accord, d'accord, et comment avez-vous connu le Château de Latour ?

Ben le Château de Latour, je le connais depuis que je suis né... je pense dans le sens où voilà, moi j'ai toujours vécu à côté du Château. En fait, mes mes parents, ils vivent à côté du du Château, donc j'ai été élevé à côté du Château et mes parents faisaient partie de l'Association des Amis du Château de Latour et c'est comme ça que je me suis intégré dans l'association et que je suis arrivé dans dans l'association donc, en fait depuis, depuis toujours.

D'accord, merci. Et qu'est-ce qui rend le Château de Latour attractif selon vous ?

Alors...

Que ce soit le cadre naturel dynamique, l'histoire, la culture, les activités proposées ou...

Alors pour, si je regarde pour moi... c'est que ben moi c'est les les lieux qui sont importants pour moi, mais si on parle en terme général, je pense que il y a l'aspect quand même historique qui qui est, qui est intéressant du de ce lieu, mais il y a aussi tout le le côté dynamisme du du lieu avec l'association, avec les personnes qui y travaillent, qui font des des projets qui montrent que c'est un patrimoine qui qui est plutôt vivant et je pense que ça c'est ça apporte du dynamisme et c'est c'est c'est en quoi il est attractif à mon avis.

D'accord je vois merci, et pourquoi le patrimoine vous intéresse-t-il ?

Ce le château en en général... OK, en général en. Pourquoi ça m'intéresse le patrimoine ? Ben moi, personnellement.

Le château en général oui...

OK en général... Pourquoi ça m'intéresse le patrimoine ? Ben moi, personnellement j'aime quand même bien le côté historique donc le patrimoine, même quand... enfin voilà, quand c'est une bâtisse ou quelque chose comme ça c'est toujours relié quand même, avec un côté historique, y a toujours des histoires qui sont autour et souvent des petites histoires qui rejoignent la grande histoire. Donc moi c'est ça qui c'est ça qui m'intéresse pas mal dans le patrimoine, c'est comprendre un peu comment essayer de comprendre comment les les personnes pouvaient vivre à à les à une certaine époque et voilà... et après, ce que j'aime aussi dans le patrimoine, c'est ça revient un peu à ce que je disais tout à l'heure, mais c'est un peu ce qui... le fait qu'il y ait des projets qui se fassent autour de ce patrimoine qui est des ne serait-ce que enfin des animations ou ou tout ça, ça c'est quand même aussi, c'est ça qui est intéressant, c'est que le patrimoine, certes, on on sache ce qui s'est passé, que ce soit qu'on conserve enfin qu'on conserve ça je sais pas, je j'utilise pas le bon mot, c'est pas conservé, mais que en même temps on on en fasse quelque chose, qu'on fige pas, qu'on fiche pas le patrimoine en fait, c'est ça qui est qui est intéressant. Le laisser figé, c'est peut-être pas très porteur, pas très intéressant.

Oui... oui, parfait et est-ce que la culture et/ou l'art vous intéresse ?

Oui, alors... la culture et l'art, l'art j'ai un peu plus de mal personnellement avec l'art. Enfin ça m'intéresse, mais je, je, je, mais je suis pas trop, je peux être assez. Voilà ça, des fois ça me va pas forcément me parler l'art en général quoi que après dans pour revenir au patrimoine l'art habillée en quelque sorte un lieu et ça je trouve ça intéressant et je trouve ça bien et ça peut me parler donc voilà. Et après niveau culture, oui moi je ça ça m'intéresse dans quel sens ? C'est que ben voilà, moi y a je je vois toujours quelque chose enfin en gros, un apport de connaissance, moi je le enfin voilà, la culture c'est c'est de connaissances, mais aussi de se pour se se se divertir et s'amuser. Pourquoi pas hein, on peut enfin oui voilà, on peut s'amuser à la culture avec là je reviens avec des animations et des choses comme ça, donc c'est ça qui qui m'attire. Je sais pas si...

Ah d'accord, oui... donc préférez-vous visiter des sites historiques ou des monuments, des musées, des espaces naturels ou d'autres types de lieux ?

Alors ça dépend mes les envies parce que voilà c'est pas les mêmes choses. Comme je disais les musées c'est intéressant mais c'est pas ce qui m'intéresse le plus dans les la liste là que vous avez faite par exemple, puisque il y a c'est souvent aspect à l'art et des fois je suis assez insensible à l'art. Donc c'est pas le truc qui m'intéresse le plus. Moi ce qui m'intéresse le plus c'est les les le la première chose que que vous avez dite, là je sais plus...

Le patrimoine ?

Le voilà qui est patrimoine parce que moi je suis intéressé par la, par l'histoire. Donc en fait il y a le patrimoine est lié quand même avec selon moi avec l'histoire. Donc moi j'aime visiter ça, j'aime que quand je vais dans un lieu... du patrimoine donc qui est un minimum d'histoire pour que je je le relie à quelque chose en fait que je connais, je connais ou pas. Donc moi ça c'est ça qui m'intéresse, mais après j'aime aussi les les derniers trucs, c'était les balades ou des randonnées. C'est ça ce que tu dis que... Non, c'était quoi le dernier le ?

Espace naturel.

Espaces naturels, oui pardon, donc ça aussi ça peut être intéressant, moi là là... voilà pourquoi je disais randonnée parce qu'en fait dans espace naturel, moi je vois là ça va être un endroit où vraiment on va se promener et on va découvrir là un patrimoine vivant et naturel... donc là aussi ça me, ça m'intéresse que là là pour moi y a pas l'aspect historique mais c'est l'aspect découverte d'un lieu et découverte pourquoi pas d'une faune et d'une flore spéciale et observer les lieux là on on est plutôt sur quelque chose de l'ordre de la géographie plutôt que de l'histoire. Mais voilà, moi j'aime la géographie, l'histoire, donc ça me va. Et je, c'est un autre site que je je je je visite beaucoup quand je vais en, quand je fais du tourisme, c'est les églises. Pas que je sois très croyant, mais en fait juste pour découvrir naturellement, voilà rentrer dans les dans les églises et les regarder, mais là qu'est-ce que ça m'apporte ? Parce que historiquement j'en apprend pas trop... mais c'est des couvertures de l'architecture là plutôt. Voilà, c'est...

Je vois, donc ensuite, qu'est-ce qui vous a motivé à devenir bénévole ?

Bah alors comme je disais tout à l'heure, ben disons que mes parents étaient bénévoles, faisaient partie de l'association et en fait moi depuis tout petit je j'interviens dans enfin j'interviens, oui je je suis dans l'association et je fais, je participe aux animations que les bénévoles proposaient avant et je pense à des repas donc servir les repas ou faire les repas quand y avait des animations ou faire des animations... je sais pas déguiser tout ça ou donc en fait je je je, je faisais partie de de ce tout là et donc c'est vrai que être bénévole ensuite par la enfin par la suite quand j'ai grandi et que je me suis même pas posé la question en fait si j'allais être bénévole, si je voulais être bénévole en fait j'étais déjà bénévole depuis depuis longtemps et là, ben juste je, je paie ma cotisation et je suivrai un vrai bénévole, entre guillemets, parce que y a, mais voilà, donc, qu'est-ce qui m'a poussé ? C'est parce que ma famille faisait partie de l'association et en plus bon, moi j'ai un un aspect affectif vis-à-vis du du Château puisque ben ma famille du côté de mon père est enfin, le château leur appartenait jusque dans les années 90, donc c'est vrai que moi je l'ai, je l'ai jamais connu puisque je suis née après mais on m'en a toujours, j'ai vu des photos... en étant dans la dans l'association, on a, on en a toujours parlé dans les visites, tout ça donc c'est vrai que moi j'étais attachée, c'est là, vraiment, c'est l'attachement. Et après c'est le goût de l'histoire et de comprendre l'histoire du Château qui m'a fait me m'accrocher en quelque sorte à la à l'association et au château et donc qui m'a poussé à être bénévole et à continuer en fait à être bénévole et à faire toutes les animations pour faire et aussi pour faire vivre le village aussi...

Je comprends donc et donc, depuis combien de temps êtes-vous bénévole exactement ?

Ben j'ai envie de dire 25 ans, mon âge, mais... mais non, oui, voilà donc je sais pas depuis que je suis tout petit moi j'ai pas de...

Et de quelle manière participez-vous au projet culturel ? Donc vos missions... ou des expériences à partager ?

Alors, comment je participe à tout ça... Oui donc en fait déjà depuis que enfin mes jobs d'été je les faisais au château et de ben voilà quand je depuis mes 16 ans et donc je faisais déjà les visites guidées en fait donc déjà culturellement, voilà ça ça parle. Donc voilà, j'ai fait des je faisais les visites, j'en fais toujours, par exemple pour les visites du patrimoine, je vais y participer toujours au à tout ça... je participe aussi quand je suis là parce que bon ben maintenant je travaille pas tout le temps et donc je suis pas tout le temps-là je peux pas, je peux pas y être là, mais je vais participer au chantier au chantier bénévole donc c'est à dire les chantiers bénévoles c'est les ou on va faire des chantiers dans le château, souvent en hiver pour rénover des parties où y a enfin y a des voilà des des des parties du château qui ont besoin d'être nettoyées, vidées, rénovées, tout ça, donc je je vais participer ça quand je je peux ces dernières années un petit peu moins parce que c'est plus compliqué d'être d'être là les weekends... après, je participe toujours quand même aux animations de l'été, par exemple... voilà là on appelle actuellement les nuits de mystère, donc c'est un escape game géant qui qu'on qu'on fait dans le château où il y a des je veux entre guillemets des acteurs, donc qui sont les des bénévoles. Donc je fais partie de ces acteurs, de ces acteurs-là, donc c'est-à-dire que je vais m'impliquer sur la une semaine en gros sur 5 soirs ou 6, mais aussi en amont, je vais pouvoir participer à l'élaboration de la du, de ce jeu et de l'animation. En fait, en soi on est y a y a beaucoup de monde, enfin y a pas mal de monde qui qui y travaillent. Moi je travaille surtout en groupe et pour travailler un petit peu sur le on va dire sur le scénario, moi j'ai pas travaillé par exemple les énigmes je m'en suis pas occupé. Mais voilà, j'ai travaillé un petit peu sur le scénario et après l'élaboration et la mise en place surtout des décors, des costumes du de la la, la mise en place du son et des lumières, de la mise en scène en fait de du truc, de de, de de l'animation. Et ça je le fais ces animations depuis... voilà de là des animations estivales comme ça, des nuits de mystère, des visites nocturnes, enfin voilà, c'est voilà, c'est nous qui nous, c'est la personne qui travaille là et quelques bénévoles qui l'avons, qui l'avons lancée, donc j'y suis depuis le début et voilà donc... après aussi d'autres animations, je pense donc aux nuits de mystère, mais je pense donc est ce que c'est culturel ? Je sais pas, mais c'est pas très culturel, mais c'est participer là alors pareil, moins maintenant, mais c'était plus le cas avant que s'il y a des repas associatif, ça va être le service ou aider à faire à manger ou faire le service, mais c'est ce qui arrive un petit peu là. Et des là, il y en a plus actuellement, mais avant, il y avait des fêtes médiévales sur un jour ou des choses, des choses comme ça, et c'était participer au à l'événement dans l'organisation globale, sans y rentrer trop en détail, parce que là, vraiment, c'est des souvenirs quand j'étais petit, donc je faisais pas grand-chose, mais comme nos petits actuellement, on apporte notre pierre à l'édifice, quoi... j'en sais rien d'autre.

Ça marche et cette expérience vous a-t-elle influencé dans vos perspectives personnelles ou professionnelles ?

Alors... je pense que dans j'ai jamais vraiment réfléchi comme ça, mais je pense que oui, ça m'a quand même... fait me diriger, pourquoi pas, ben, par exemple, je reviens à l'histoire ça m'a toujours plu, le fait de de faire les visites quand j'étais plus jeune, de m'intéresser à l'histoire du du, de la, de la France ou de l'Europe. Ça m'a permis de me diriger vers des études. Alors j'ai pas fait des études d'histoire quoi que j'ai hésité pendant longtemps. Mais j'ai fait des études d'occitan, l'occitan, j'ai fait ces études là parce que certes j'avais un attrait pour les langues en général et là et et pourquoi l'occitane en général ? Parce que c'est une langue qui et parler dans le sud de la France que j'ai apprises pas à la maison, mais

que j'ai apprise à l'école mais c'est-à-dire c'est une langue qui est qui est implantée localement et ça permet malgré tout, en en connaissant l'occitan, son évolution. Ça permet de je me de de savoir un peu dans l'endroit où on vit puisque par exemple, on va avoir beaucoup de toponymie qui est d'origine occitane, donc c'est-à-dire que en sachant parler occitan, on sait d'où les racines des mots peut être et ça peut donc aider à observer. Là on rejoint le côté géographie qui me plaît aussi et j'ai fait des études de géographie, c'est parce que voilà, on on regarde des noms de lieux et souvent les noms de lieux c'est en lien avec la géographie, avec ce qu'on on observe de la du du truc donc bon je trouve que donc ça ça rejoint ça, je trouve que le château voilà, ça rejoint ma mon attrait pour l'occitan et aussi mon attrait pour ce qui est la géographie et l'observation du du des paysages, parce que c'est surtout ça, mais voilà, le château ne va pas sans sa géographie de la du village et aux alentours, donc je pense que ça a influencé mes études et donc mon métier puisque là je suis professeur d'occitan et d'histoire géo à mes heures perdues... et voilà après, dans ma vie personnelle... forcément ça joue puisque ben je suis bénévole donc je sais, là je pense que je suis un peu à côté de la question, mais en fait oui, forcément, c'était quoi la question s'il te plaît ?

Cette expérience vous a-t-elle influencé dans vos perspectives personnelles ou professionnelles ?

Ouais, perspective oui, parce que mes perspectives personnelles, mon mon mon souhait, c'est qu'à terme, je puisse travailler vers ici et pouvoir habiter, alors bien sûr pas le château, mais pour pouvoir habiter le le, le village de Latour et je pense que le le, cette volonté vient en partie de la présence de Latour de la de du château et de la présence de l'association et le fait que je m'y implique dedans et que j'ai envie de m'impliquer pour le village donc oui, ça, ça joue sur même sur mes perspectives personnelles car c'est un but pour moi de d'habiter ici, à côté du château.

D'accord et donc, comment mesurez-vous l'impact de votre bénévolat dans les projets de la structure ?

Ça, c'est compliqué parce que je...

Vous avez apporté de nouvelles idées...

Alors je suis pas sûr d'avoir apporté de nouvelles idées... j'ai apporté, mais malgré tout, j'ai déjà porté mes bras pour les rénovations car j'ai pas forcément le savoir-faire mais j'ai des bras donc je j'aide à mon niveau parce que j'ai pas les les voilà les capacités, enfin les connaissances plutôt pour voilà de de maçon ou de que sais-je. Donc j'ai apporté ça, j'ai apporté certes sûrement une ma vision de pourquoi pas de sur l'association en donnant malgré tout mon avis. Enfin on peut donner son avis, mais là d'exemple concret j'ai j'ai pas mais j'ai aussi apporté ma vision aussi dans le sens-là je pense aux nuits de mystères, donc aux animations. Eh ben ça veut dire de de donner mon avis et en fait de de donner mon avis par l'expérience que j'ai de ces animations-là voilà, ça fait ça fait plusieurs années que je que nous le faisons et donc il y a une expérience commune mais aussi personnelle qui s'est créée et donc en fait je peux en en enfin je je peux puiser dans cette expérience des animations même si ça n'est pas moi, mon métier c'est pas, enfin c'est pas l'animation, je je suis pas animateur, quoique je suis professeur, mais en fait ça c'est c'est le le château,

l'association m'a donné une expérience que je peux par la suite réinjecter dans l'association dans certains domaines, parce que mais j'ai, j'ai des domaines où je vais être plus à l'aise que d'autres, donc voilà. Après je vais donner du je vais amener des choses ouais non, j'ai pas plus, j'ai pas plus d'idées là je je pense pas autre chose. Attends, je réfléchis mais ça peut être oui mais on a donné des des avis aussi sur même si je fais pas partie du conseil d'administration, donc en soit j'ai pas plus de voix que que le conseil d'administration mais...
Mais pour les petits projets...

Mais pour les petits projets, j'essaie de trouver un exemple en fait pour te donner un exemple, mais je je...

C'est pas grave.

J'ai pas d'exemple précis mais voilà, je peux parler avec les personnes qui sont porteuses de projet... et pas les conseillers mais donner mon avis et les aider aussi, pourquoi pas à le à le faire de de manière bénévole, et donc ben forcément ça fait que j'ai un impact qui qui a un impact dans l'association. Mais après sans voilà j'ai un impact, mais enfin petit, voilà à mon à mon échelle, c'est pas je... je oui voilà mais voilà je c'est ça.

C'est déjà bien !

Oui, je oui voilà mais voilà je c'est ça.

Ensuite, qu'en pensez-vous de la relation entre les jeunes générations et le patrimoine ?

Dans le château ou en général ?

En général.

D'accord, alors quand je passe à ça directement, alors je sais pas si c'est vraiment ça, mais ce que je pense et c'est comment moi aussi ça s'est passé, c'est-à-dire que les jeunes, souvent ben ils font des jobs d'été et c'est pas que là, mais souvent les jobs d'été, on va le faire. On peut le faire pardon, comme guide ou comme hôte d'accueil dans un, dans un, un lieu, un lieu patrimonial, un château, et cetera, donc en fait, je me dis déjà, les jeunes générations, comment elles sont alors ? Tout le monde ne travaille pas l'été, tout tout le monde ne travaille pas dans le patrimoine, mais je souvent c'est on on voit que quand même, on a voilà du passage de de jeunes chaque année qui viennent pour quelques mois, qui qui qui sont pas, voilà qui qui sont là pour des jobs d'été déjà je je pense à ça quand on dit le lien entre le patrimoine et les et les jeunes alors là c'est peut-être pas à ça que tu penses directement. Après... je sais pas si... les jeunes s'intéressent ou pas au patrimoine, c'est un peu compliqué. Moi, personnellement et dans mon entourage, j'ai l'impression que oui, les les personnes s'intéressent au patrimoine ou sont veulent malgré tout enfin découvrir, même en faisant du du tourisme, juste découvrir des des nouveaux lieux des nouvelles, des nouvelles choses pour apporter des nouvelles, pour faire, pour avoir pardon, de nouvelles expériences... mais est ce que il visite des lieux classiques, enfin en mode classique je sais pas si c'est le cas parce que il y a peut-être, le moyen, le la, la partie financière qui fait que c'est peut être compliqué pour les jeunes de d'avoir accès au à un

patrimoine qui va être payant, après par exemple, je parlais tout à l'heure des églises, souvent ça c'est gratuit, donc ben on rentre et on découvre, on on visite le lieu mais ça a aucun, enfin voilà, c'est on visite le lieu, on ressort... je sais pas si je pense que il y a quand même moi je je pense, mais qu'il y a quand même pour les jeunes dans le sens post bac, des, des, des, des pas des ados, quoi, hein, des jeunes adultes, je pense que il y a quand même un certain attrait à au au patrimoine et à la voilà à la découverte de de petites histoires comme ça, d'anecdotes et de et de lieu de découverte de lieux il y a. Il y a une envie, en gros, le patrimoine c'est ça reste à découvrir, enfin, c'est quelque chose que tu découvres donc les pour moi, les personnes, les les jeunes adultes tu as envie de découvrir peux pas faire que ça bien sûr ou de le ou de pratiquer le patrimoine différemment c'est-à-dire pas faire, je parlais des visites mais peut-être mais voilà faire plus d'animation et tout ça voilà mais j'ai pas trop de réponses.

D'accord, c'est bien déjà, donc, quelles sont vos impressions sur l'évolution des activités dans les châteaux ou les lieux patrimoniaux ?

Ben là ça revient un peu, ça rejoint un peu ce que je disais juste avant dans le sens ben peut-être qu'avant il me semble, après, est-ce que j'ai assez de recul, je sais pas. C'était vraiment dans les lieux patrimoniaux, dans les châteaux, tout ça, ben qu'est-ce qu'on faisait ? On venait juste faire une visite classique avec un avec un un guide et c'est très bien et il faut enfin selon moi c'est très bien quand même et voilà. Et pourquoi pas pour les enfants, mais les jeunes enfants, les enfin les enfants des ce je pense à des châteaux là, mais ceux costumés, hormones médiévales, mode chevalier, princesse, tout ça... vraiment dans ma tête, ce qui est là-bas, enfin vraiment le les activités basiques et là j'ai l'impression que quand même c'est dernières années, il y a un travail qui est fait pour, certes, enfin pour amener pour faire venir en tout cas le du du monde et de tout âge et peut-être même des jeunes pour venir là. Donc par exemple à en ce qui on peut pas parler d'animation, donc là c'est vrai que les escape games ont j'ai l'impression sont à la enfin sont à la mode ou c'est une recette qui marche bien, qui fait venir des personnes, qui fait venir des jeunes adultes, mais mais des familles aussi, mais voilà et donc je je pense que ces formules-là sont relativement nouvelles et dans les dans les châteaux ou les chasse aux trésors... je pense, oui, voilà surtout des escape games ou des des des énigmes qu'on va faire dans ça permet de découvrir le patrimoine un peu différemment, pas sous forme de visite, telle quelle donc peut être que y a l'aspect historique est un peu réduit, quoi que dans les escapes games, dans les dans les les animations, il peut avoir toujours un lien avec l'histoire du château, donc c'est-à-dire on fait passer l'histoire, enfin l'histoire est fait passer différemment, mais je trouve que c'est d'un côté c'est bien parce que ça fait peut-être venir d'autres personnes, parce que la, le côté visite classique, on suit une conférence en fait, voilà, c'est peut-être pas très attractif pour tout le monde. Tout le monde n'apprécie pas donc le fait de mener des animations ou proposer, diverses choses font venir le monde parce que le but, c'est que le le le le patrimoine vise et donc voilà, le fait c'est le fait de venir faire des venir, que les personnes qui viennent pardon et qui fassent vivre le lieu quoi qu'il soit, tout en en fait. Simplement qu'est-ce qu'il faut faire ? Il faut respecter le lieu, enfin en gros il y a juste à respecter le lieu mais t'en conviens après Ben c'est et qu'on fait quelque chose de constructif et si on peut rajouter un peu d'histoire dedans ou comprendre le lieu, faire vivre ce lieu bah c'est c'est très bien, donc voilà, je pense qu'il y a des nouvelles formules qui se mettent en place ces dernières années et qui sont qui sont intéressantes pour tout le monde, et pourquoi pas, et surtout les jeunes adultes, je parle.

D'accord, et vous avez répondu à la question suivante, qui est quels types d'activités attirent le plus souvent les jeunes vers le patrimoine bâti ?

Ben voilà, ben je j'ai l'impression que voilà les les, c'est ça ce que j'ai dit, hein, les les, les escape games, la mise en place de voilà de d'énigmes, pourquoi pas dans tout le château...

Les événements éphémères...

Oui mais par exemple là au château, je pense que on y a les ce que les coffres là donc c'est des c'est une enquête en fait, plus qu'un escape game, c'est une enquête je pense que ça, ça peut, j'ai l'impression que ça attire, que ça attire du monde, voilà donc certes les les événements éphémères les animations, donc là ici estivale ou halloween, voilà, ça va être des gros, des gros moments qui vont faire venir du monde, mais je pense que aussi il y a des des des choses plus petites en termes d'organisation qui demandent moins, donc, comme par exemple là je pense avec le château, je je pense à ces à ces coffres, donc cette enquête historique qui est liée avec l'histoire du château, je pense que ça, ça attire quand même, j'ai l'impression que ça attire des personnes jeunes qui viennent, qui viendraient pas forcément au château parce que s'il y avait qu'une visite mais qui permette de voilà de de faire ça. Et je pense qu'aussi une des choses qui peut attirer des activités c'est ça peut être des visites, mais plus peut être pas guidées alors je sais plus où j'en étais... oui que oui, voilà. Qu'est ce qui attire aussi, en plus de tout ce que j'ai dit, c'est par exemple proposer pas seulement des visites qui sont guidées, les visites guidées c'est très bien, on dirait que j'aime pas, mais alors que c'est ce que je préfère, mais en fait, avoir une visite libre, proposer une visite libre ou proposer les des, des audioguides, ça peut permettre de faire venir là peut être pas forcément des des jeunes, des jeunes personnes, mais aussi d'autres personnes dans le sens où on n'a pas envie, ça peut faire venir des gens qui ont pas forcément envie d'être avec un guide qui va être tout tout seul avec leur groupe qui ça permet de pouvoir parler avec son groupe sans déranger la personne qui fait qui ferait tout ça, donc en fait je trouve que c'est en fait avoir une diversification de d'une offre donc, c'est à dire entendre en visite et animation, je pense que ça on touche tout le monde en diversifiant tout ça, je pense que ça peut être intéressé, intéressant et ça fait venir ben on touche forcément un public plus large en proposant, alors ça demande donc peut-être du travail et voilà, il faut pas non plus se perdre en animation, je pense que sinon après on perd l'essentiel du truc donc il faut... cibler, mais en même temps proposer un un éventail de d'animation et de comme ça, ça permet de pouvoir de pouvoir attirer le le plus de monde et le public le plus large possible. Et je pense que j'ai parlé assez sur les activités, là je reviens plus donc ça va avoir une diversification sans toutefois, en faire trop pour pas perdre le les personnes en fait et savoir quand même à qui ça s'adresse. Mais peut-être avoir différentes choses en disant ben ça on va peut-être viser plus ce type de personne avec les animations, on va peut-être cibler plus les jeunes et les ados et les enfants, pourquoi pas ? Et après, voilà donc pour pouvoir cibler donc avant une diversification de choses, mais sans trop en avoir voilà.

D'accord, merci ! Pensez-vous que les nouvelles technologies influencent l'intérêt des jeunes adultes pour le patrimoine ?

Ben je pense que ça, oui, ça peut avoir un impact sur les jeunes générations, ne serait-ce que pour se faire connaître un lieu, se faire connaître, ben je me je pense c'est c'est bateau, mais directement aux réseaux sociaux et donc oui, je pense que ça peut avoir un impact, ça peut permettre de d'avoir une de voilà de voir peut être dès le soit une publicité donc faire essayer de faire de la publicité sponsor, oui voilà payer pour apparaître voilà, donc je pense que ça peut avoir un impact ou après voir être il faut s'abonner pour voir tout ça mais si ça je pense que ça peut être voilà intéressant parce que ça montre que finalement le lieu est vivant, ça montre aussi et ça, ça, ça ouvre, ça fait une fenêtre sur le là je pense au château parce que ben voilà, mais ça fait une fenêtre sur le sur le lieu touristique, sur le patrimoine et donc ça permet déjà de commencer à découvrir et de voir ce qui est proposé et donc forcément ça, ça peut faire soit venir les ça, ça peut le faire venir les gens sur sur différents d'autres animations ...

D'accord, pour vous c'est au niveau de la communication ?

Donc moi je pense pas mal au niveau de la communication oui, je pense que c'est, c'est si on veut toucher un jeune public voilà les réseaux sociaux donc de communiquer sur le le château. enfin voilà, parce que après qu'est-ce que ça pourrait avoir comme offre... ?

Dans le château ?

Après oui, ah oui par exemple, tout ce qu'on peut dire, si on fait des choses interactives, par exemple, on met en place, je pense que ça peut avoir dans... un plus aussi ça je pense qu'il faut pas trop en mettre pour pas dénaturer le lieu, c'est ma vision, trop en mettre pour dénaturer le lieu, mais en mettre à des endroits stratégiques où ça va être utile, en fait, je me dis ça sert à rien d'en mettre pour en mettre, mais c'est à avoir une réflexion sur... comment on intègre les nouvelles technologies dans le dans le enfin dans le château et pour que la visite, pourquoi pas, ou une animation soit plus pertinente et soit plus facile à faire, ça ça peut, c'est un la la nouvelle technologie c'est un peu ça, voilà, ça peut aider à la compréhension, ça, ça va être un catalyseur par exemple, mais c'est pas voilà, il faut pas la remettre pour en mettre à mon avis. Mais donc oui, ça peut aider, par exemple, un exemple dans le pour le château avec le... oui donc on continue dans sur les nouvelles technologies et est-ce que ça peut avoir un bon impact ? Une influence ? Voilà donc on était dans le château, donc je disais que il fallait en mettre, mais avec parcimonie, alors quand je disais ça, je pensais vraiment à des des dispositifs technologiques, c'est-à-dire mettre une machine, enfin pas une machine mais genre un un écran tactile ou quoi, et donc j'étais sur un exemple que j'allais donner par rapport au plafond, que je trouve que ça peut être intéressant et ça peut aider à se projeter dans le château et ça, ça aide du coup à comprendre l'histoire et le lieu. C'était par exemple au plafond peint, pourquoi pas mettre les photos, enfin les les, le film de la de la caméra infrarouge qui passe sur les le plafond peint et donc qui fait ressortir tout ce qu'on voit pas. Ça, ça pourrait être parce que ça, ça peut paraître compliqué de mettre ça en photo vraiment papier et de le de l'exposer. Ça c'est compliqué. Il y en aurait trop. Mais je me dis que là, utiliser un dispositif technologique pour le mettre en place, ça peut aider à faire quelque chose. Et après aussi un autre, une autre, un autre, une autre chose qui a attiré à la technologie et qui peut aider et qui peut avoir un effet dans les les lieux, c'est par exemple pour ne pas se promener avec un papier si on est en visite libre ou s'il y a pas de visite guidée et que on veut avoir quand même des informations, mais qu'on veut pas avoir des gros pavés dans le château, dans le dans, dans

le lieu, ça peut être voilà mettre en place des QR codes, pourquoi pas, je pense à ça et voilà, et qui flashait ce QR code et qui va renvoyer là à un texte, à des photos, peut-être qu'on aura directement sur le téléphone en fait et donc ça veut dire que ça demande pour le château, aucune, aucun besoin supplémentaire mis à part de préparer de faire ces ces QR codes. Mais après tout, tout le monde a un téléphone et encore plus les jeunes générations, donc ça peut le leur leur permettre, voilà ça, ça évite d'avoir trop beaucoup de papiers et ça peut aider à à faire à ce que les gens voient flash et donc en flash on fait cette action-là et donc a fait une on va plus facilement aller lire alors que peut-être si on a quelque chose à comme ça en physique, au bout d'un moment on peut perdre le fil où on va, enfin ça va être plus compliqué, pourquoi pas, donc ça peut, ça peut avoir un réel à mon avis, un réel avantage, mais toujours pareil, moi je le vois avec parcimonie. Enfin voilà, pas trop, pas trop en mettre non plus pour pas utiliser la technologie pour la technologie, parce que ben ça peut beuguer quoi, et puis pour pas polluer, j'allais dire le lieu en fait

Ok ça revient, ça rejoint la question suivante, qui est d'après vous, quels outils employés vous pour attirer et adapter le patrimoine bâti aux jeunes entre 18 et 25 ans ? Donc pour vous c'est vraiment le mettre en place les QR codes, les scénographies par exemple...

Oui oui, les scénographies oui oui c'est ça va être ça, utiliser, voilà, qu'est-ce que je... tu peux redire la question s'il te plaît ?

D'après vous, quels outils employés vous pour attirer et adapter le patrimoine bâti ?

Oui donc là on sort pas forcément de le du technologique hein, on est d'accord, on sort de ça. Donc oui d'après moi ça peut être qu'est-ce qui peut faire pour attirer, donc la les nouvelles technologies oui vont à mon avis à mon sens attirer et et faire venir du du monde, ça peut être là... tu parlais de scénographie, je pense que la pensée les les, les, les, les salles avec en leur donnant pourquoi pas une fonction ou en en mettant des, des, des du des meubles, des choses qui sont tous en lien, ça, ça peut aider à à se à attirer le monde et à en fait, ça rend clair le, la visite, le, l'information, l'emploi et donc ça peut, voilà, ça permet de se de de de plus facilement se repérer dans la dans la chose et donc ça peut permettre d'attirer. Alors ça attiré, ça peut même attirer au premier regard dans le sens où si on voit une photo, si c'est bien mis en valeur, si voilà, on met bien en valeur les les fenêtres qui sont particulières et que à côté on a quelque chose, voilà qui qui est bien pensé, qui est pas trop surchargé et tout, ben ça ça forcément ça donne ça, ça donne envie d'aller voir et de découvrir. Donc ça il y a ces outils-là, qu'est-ce qu'on peut avoir comme outil, donc la technologie, les réseaux sociaux c'est un outil on peut dire... donc pour la publicité et la communication ça revient un peu ce que je disais tout tout à l'heure... les outils après je vois, là j'ai j'ai, j'ai pas vraiment d'idée...

Mais on peut passer à la question suivante, en tant que jeune souhaitez-vous retrouver dans un château ou dans des sites touristiques et culturels pour attirer un public de votre tranche d'âge ?

Bon ben là ça va, c'est un peu le ça peut faire un peu le résumé de tout, de tout ce qu'on a dit dans le sens moi, ce que j'aime retrouver dans dans ces lieux comme ça pour pour attirer le monde, c'est voilà, avoir un panel d'activités donc et et d'animation, activités et

animations, diversifier sans qu'il y en ait trop, comme on disait tout à l'heure pour pas, voilà ce qui va permettre de en gros, voilà on on trouvera quelque chose qui va nous plaire là-dedans et on aura plus qu'à choisir et à à venir faire, j'aime un truc aussi et je me dis que ça, enfin voilà, fluidifier le plus, les choses est-ce que j'en ai dans le sens, il faut que ce soit facile quoi, parce que on vient, c'est du tourisme, donc on vient pas là pour se prendre la tête et il faut prendre. Voilà il faut que ce soit facile à faire, donc par exemple moi personnellement pas trop de réservation. Alors peut être que dans certains cas on est obligé de faire réserver, je dis pas qu'il faut pas mais pas tout réserver qui est que il y ait des des choses qui soient proposées sur réservation parce que ça demande de la de la technique ou de la ou quelqu'un qui y soit pour faire ça mais qui est aussi des choses qu'on puisse faire, on arrive comme ça, on voit un château ou quoi, bon ben on aimerait visiter ou faire une certaine animation, voilà qu'on puisse le faire. Je je, je que ça demande pas trop de de voilà de préparation et de il faut prévoir parce que on est en là, j'imagine, on est en vacances où on se promène, moi je sais personnellement ça, il y a des choses que je vais voir, mais et en fait je sais pas quand je vais dans un lieu, je regarde vite fait ce qui peut avoir mais après je prévois pas forcément je dis bah voilà, il y a ce tel château où il y a pas mal de châteaux, est ce qu'on peut, est ce que est ce qu'on pourrait peut-être aller les visiter mais sans devoir faire de et je me dis aussi que pour faire venir c'est de proposer enfin rejoindre ce que je disais, un panel de assez divers, c'est à dire pas que forcément des visites, mais aussi pourquoi pas personnellement j'aime un escape games. Moi je sais que je vais venir parce que j'aime, j'aime, j'aime ça, donc venir ça permet de venir en groupe et ça permet de de passer un bon moment dans un lieu, donc voilà moi c'est proposer des animations qui soient, voilà, type, type escape games et énigme ça me, me plaît en fait, c'est ce côté-là qui va me plaire et après qui est quand même une partie visite. Ça peut m'intéresser aussi parce que je disais que moi j'aimais bien l'histoire, donc une partie visite c'est important mais voilà qui est pas que ça pour pouvoir faire venir après moi si y a de la de la technologie c'est pas ça qui va me faire venir quoi je je je sais pas ce qui m'attire le plus, après ça peut comme on disait avoir un plus mais c'est pas si on se en gros, si la structure elle dit oui, venez parce que on a ça donc un truc technologique, j'en sais rien, c'est pas ce qui va me donner le plus d'envie à me dire ah c'est bien il y a des choses qui sont faites, c'est c'est ça, ça me fera, ça me donnera quand même un aspect positif de la chose, mais ça me donnera pas envie d'y aller. Voilà, c'est plutôt en termes d'animation qui sont qui sont proposées et que ce soit facile, pas de pas de prise de tête avec, voilà avec les ce que je disais tout à l'heure, les réservations, tout ça.

D'accord, merci, ensuite, quelle amélioration pouvez-vous nous suggérer pour mieux faire apprécier l'expérience des jeunes adultes dans les sites patrimoniaux et touristiques ?

Qu'est-ce que pour améliorer en général ? Qu'est-ce que je, qu'est-ce que je pourrais dire pour améliorer ? Là, c'est un peu, enfin c'est compliqué... ben moi je pense qu'il faut qu'il y ait de la, je reviens à ma communication via des réseaux sociaux, tout ça, je pense que ça c'est important et voilà, s'il y a un endroit où il y a peu de visibilité, je pense que ça peut être embêtant, enfin, ça peut être un frein au développement de la structure, ça peut être aussi proposer certes des animations tout au long de l'année, mais aussi, pourquoi pas, se concentrer sur l'été ou à des moments où le tourisme va être peut-être plus important dans la région, ben proposer une animation qui voilà ponctuelle que voilà de je vais peut-être vous le répéter, mais voilà, c'est-à-dire proposer des animations, donc c'est-à-dire les

monter en amont. Bien sûr ça ça demande qu'il y ait du monde en amont pour proposer une animation que l'on va faire ponctuellement sur un ou plusieurs jours sans voilà, sans voilà alors demande... ouais voilà pardon je finis ma phrase là, donc je pense que ça ça peut être intéressant parce que ça peut toucher du monde et ça peut permettre de faire venir du monde qui certes c'est bien de toucher. Je me dis les locaux, le le, le, le local, les personnes qui vivent à l'année, donc ça veut dire proposer toute l'année quand même des animations mais quand il y a une période touristique, là je parle, ça a quand même à des lieux qui sont plutôt reculés, enfin qui sont pas vraiment touristiques sans pour tout le temps et tout ça. C'est vrai que l'été ça peut être bien parce que ça permettra, ça peut permettre de toucher, donc de proposer des animations ponctuelles, de toucher un plus large public, des personnes qui viennent en vacances là, donc qui pratiquent le le pas, le la, la région mais comme ça qui permet de découvrir le château et peut être de pouvoir fidéliser des personnes qui habitent pas forcément là mais qui chaque été je pense à l'été, parce que voilà, c'est là où il y a le plus de monde ici au château, mais chaque été vont venir faire cette animation parce qu'ils se sont bien amusés et que ils trouvent ça cool quoi, donc je pense que ça, ça peut être un point positif et qui pourrait être voilà ça, ça pourrait permettre à un lieu de se développer correctement après, ça demande du monde, peut-être voilà, faire quelque chose de petit si on est une petite structure, parce que voilà et puis après pourquoi pas grossir si on arrive à à avoir du monde et qu'il y ait des des emplois qui se créent aussi, bon ben ça c'est, mais je pense que ça peut, ça peut avoir un impact positif sur ça. Donc une communication qui va se faire certes aussi via les journaux, via les journaux, les les, les affichages, pourquoi pas pour les animations ponctuelles, mais aussi les réseaux sociaux, ça touche comme ça faire montrer en en faisant sa publicité que oui, on est, on propose un panel diversifié de d'animation, pourquoi pas mettre en avant le les côtés technologiques, c'est-à-dire que c'est accessible pour tout le monde, c'est facile ça, ça demande de la facilité et ensuite pourquoi pas faire des animations donc ponctuelles pour pouvoir faire venir d'autres genres de de personnes qui ont pas forcément l'habitude de venir parce qu'ils ne sont pas là tout simplement pendant l'année par exemple voilà.

D'accord, parfait et avez-vous des exemples à nous donner d'expérience que vous avez vécues lors d'une visite d'un séjour dans un lieu patrimonial ? Par exemple, ce qui vous a marqué, ce qui vous a plu ou...

Ça, c'est ça, c'est la question la plus compliquée je crois pour moi parce que j'ai pas d'exemple qui me vient, j'avais déjà réfléchi à cette question... voilà en fait ce que je, moi ce qui me marque, est-ce que j'ai j'arrive pas à trouver un exemple précis, c'est ça mon problème mais voilà moi ce que ce qui me marque souvent c'est, en fait, de faire une visite, certes c'est bien, mais parfois ça on, ça on, on ça, ça marque, on oublie, en fait, on pense à la à la truc, mais on oublie, mais par contre ce qui peut intéressant c'est de faire on a qu'on propose des animations et qu'on fasse qu'on fasse quelque chose en fait et qu'on reparte presque avec...

Des ateliers par exemple.

Des, des, des sorts d'atelier ou mais même ne serait-ce qu'un diplôme par exemple, c'est bête, c'est c'est rien, enfin si c'est du papier mais en fait ça fait un souvenir dire ah ben oui, on l'a fait comme ça. Voilà, il y a pas très longtemps, je suis allée dans un lieu visiter un

lieu, alors c'était pas forcément patrimonial, c'était plutôt culturel et donc c'était il y avait quelque chose qui se faisait en extérieur et donc ça faisait une sorte de balade dans des jardins, dans des choses comme ça, et donc il y avait pendant cette balade où on pouvait profiter de la vue, on pouvait observer le lieu comment il était, euh, on avait ben, un jeu à faire avec une sorte de petite, voilà oui, chasse au trésor. On avait des petites énigmes à résoudre à des points précis et à la fin, bon, on avait un diplôme, mais là ce qui m'a marqué c'est voilà qui quelque chose a fait comme pas forcément créé, pas avoir quelque chose, mais à faire quelque chose qu'on soit, pas que passif...

Que vous soyez acteur de votre visite.

Voilà acteur de la visite, donc là j'ai pensé à cette visite qui m'a marquée, j'ai trouvé que c'était intéressant parce que finalement on était seul, enfin, j'étais avec le groupe avec qui j'étais, on était voilà lâché comme on voulait, donc ça c'était bien, et en même temps on promenait, on voyait ce qu'il y avait à voir, qui était en lien avec notre visite, mais on avait des petites tâches à faire. Mais rien de très très compliqué mais je trouve que c'était quand même intéressant, ça me fait penser aussi, alors c'est pas c'est un autre moyen de voir le patrimoine, c'est pas vraiment, on n'est pas allé, c'est une application en fait qui m'a marqué, donc c'était pas un lieu précis où je suis rentré, où je suis allé dans un accueil, où j'ai pris des entrées ou quoi. Donc peut-être je sors je sais pas, mais en fait c'est ben par exemple, c'était pour découvrir la ville de Pau parce que je suis allé à j'étais à Pau et en gros pour balader dans le centre historique sans rentrer dans les monuments. Mais après, pourquoi pas. Ça m'a donné envie d'aller découvrir des monuments, mais c'était par exemple, on avait une sorte d'enquête sur une application, ça s'appelle Terra Aventura... et en fait, voilà, on avait un plan à suivre, on devait aller différents points ces points, il y avait des questions, donc c'était souvent d'observation ou de tout ça permettait de résoudre une énigme, une enquête, en fait de faire une enquête et en même temps, quand on allait sur les points, c'était des points, c'était des points importants, non, non, non, les points physiques, je veux dire, on allait à un endroit et donc en fait on s'arrêtait devant le Château de Pau par exemple, je dis pas, donc on devait observer le château de Pau, on répondait à la question et ensuite on avait une petite un petit texte qui a expliqué ben le Château de Pau et ensuite on passe, on allait dans les douves du Château de Pau, puis ensuite on allait, on s'arrêtait devant une maison importante où y a quelqu'un qui est né important et donc ça permet de voir les points de vue mais le patrimoine aussi est d'observer l'architecture qui peut être voilà c'est intéressant donc je peut-être que je suis un peu à la limite là et donc à la fin tu fais ça et à la fin tu trouves le trésor, bon c'est un pin's au final à la fin qui est caché dans la ville.

D'accord.

Et on te donne les une fois que tu as répondu à toutes les questions que elles sont justes questions on te donne le point GPS de là où est caché le truc et tu vas le chercher...

Ah oui, c'est pas mal.

Alors ça peut se faire là à Pau, c'était vraiment pas ça les points d'intérêt, ils étaient patrimoniaux, architecturaux, mais après ça peut être des balades aussi parce que ben je, j'en ai fait d'autres c'était des balades dans la, dans la montagne, dans les Pyrénées et

donc pareil, c'est là, c'était l'observation des lieux... comme ça il y avait pas forcément d'architecture, il y avait pas de patrimoine bâti, mais c'était là le patrimoine vivant et naturel en fait qui était mis en place et c'est le même principe et à la fin, donc ça te fait promener ou découvrir les lieux tout en faisant ça, donc ça occupe aussi, enfin c'est voilà, c'est interactif, y a un peu de tout et je trouve que une bonne idée ! Est-ce que pour le château, ça serait pas une, c'est un peu en fait, c'est un peu les enquêtes historiques, mais via le donc là on on rejoint le numérique, j'avais pardon, j'ai touché ça, j'y avais pas, j'avais pas pensé à à ça, mais maintenant que j'y pense, pourquoi pas mettre en œuvre ça peut être...

Donc un mélange numérique et de physique.

Voilà, on observe, on compte, on voit et en même temps on est sur la, sur le portable ou pourquoi pas fournir des tablettes ? J'en sais rien pour que ça soit grand où on va découvrir, on va répondre aux questions, on va et on va découvrir voilà les lieux avec des du texte aussi. Donc ça rejoindrait les QR codes que je disais pourquoi pas ça, ça peut être une manière de de visiter le le Château, ça pourrait être applicable à un lieu en fait là voilà, donc ça, ça va marquer.

D'accord, OK donc ensuite, envisagerez-vous d'être bénévole dans d'autres domaines que le patrimoine ?

Euhhhh... Actuellement, je ne le suis pas. Je suis à, je suis bénévole qu'au Château de la tour parce que j'ai l'impression, j'ai l'impression, oui, non, mais des fois, mais oui, moi, ce qui m'aide, ce qui pourrait m'intéresser autre que le patrimoine, ce serait le culturel je pense à quelque chose, une association de théâtre ou quelque chose comme ça, parce que j'aime, j'aime ça, mais là je le suis pas, donc ce serait plutôt de l'ordre culturel, donc ça rejoint le patrimoine, mais pas forcément quelque chose qu'un patrimoine que qui qui a du patrimoine, mais voilà culturel après j'avoue que j'ai pas trop d'idées là comme ça qui me viennent d'être bénévole à part dans une association patrimoniale, je dois être matrixé par contre les mots, c'est le château, mais j'ai pas d'autres, voilà, oui ça pourrait être des festivals, voilà être bénévole ou aux JO de Paris par exemple, là c'est être bénévole, mais on n'est pas, c'est les Natural Game, oui voilà, je pense à ça là, non c'est pas quelque chose qui m'intéresse beaucoup, mais dans le culturel c'est culturel hein, mais voilà, moi le culturel je penserai à des associations, on pourra pas de théâtre et donc aider à l'organisation du à l'organisation. Mais voilà, il faudrait choisir et j'avoue que moi quand je passe bénévole, je pense à voilà à au château ou au patrimoine et à la rénovation et à participer aux animations, mais parce que je dois être un peu voilà, comme j'ai dit j'y, j'y suis né dedans.

Oui et que conseillerez-vous à un jeune qui envisage de devenir bénévole ?

Ben je l'encouragerai à le faire, que s'il hésite, je vois, je je pense qu'il peut essayer, ne serait-ce qu'essayer voir si ça te plaît ou si ça te plaît pas, je lui dirai qu'il qu'il faut faire avec ce qu'on a, on on apporte toujours quelque chose, on n'est pas, enfin, en gros il faut pas se dire il faut pas se donc c'est que je ça va être peut être, voilà, il faut pas être avoir peur parce que des fois quand on veut s'intégrer dans dans une association chez des bénévoles, en fait, il y a déjà un groupe qui est formé donc ça peut être impressionnant et se dire ben moi en fait je sais rien faire ou je vais pas, je vais rien apporter. Et je pense que ça il faut

éviter de d'avoir ce cette pensée même si elle existe et tout ça, eh bien il faut y aller au-delà de cette de cette idée parce que en fait on apporte toujours quelque chose, on apporte un nouveau regard comme on disait, on a tous son propre regard donc on peut avoir donné son avis sans prendre des décisions, mais en gros on a son propre avis et on apporte comme je disais moi par rapport au chantier par exemple, j'ai pas de connaissances et j'ai pas de capacité extraordinaire, mais j'apporte mes bras et je fais ce que je peux faire. Mais en fait voilà, c'est vraiment conseillé en disant ben en fait on fait à son niveau, les choses qu'on ne peut pas faire, on ne les fait pas, les choses qu'on peut faire, on les on, on les, on les fait, ça permet, voilà le le fait ensuite de s'engager, ça peut t'apporter des de l'expérience là ça revient à ce que je disais moi aussi tout à l'heure, c'est que en fait ben par rapport aux animations des nuits de mystère, ça fait quelques années qu'on le fait, donc en fait j'ai acquis une expérience qui me sert certes pour que je vais mettre au service de l'association que je vais pouvoir retransmettre, mais en fait, je vais m'en servir aussi dans mon dans ma vie personnelle ou professionnelle, on aura en tant que professeur, animé et être en contact avec du jeune public, bon ben en fait c'est mon métier donc je sais le je, je vais pouvoir mettre à profit, donc en fait, on il faut on peut se dire que ça va nous apporter une expérience voilà, ça va nous apporter quelque chose et donc on pourra, on pourra... ça sera que bénéfique. Voilà donc passez cette peur de peut-être s'intégrer un groupe, voilà, essayer d'aller vers les autres et ensuite apporter ce qu'on a apporté dans sa mesure à soi, ne pas se trop en faire non plus, la faire à son niveau et voilà, ça va permettre d'acquérir de l'expérience et on va se sentir aussi, ça va se permettre de de te sentir un peu utile à ton niveau aussi parce que ben j'ai ben j'ai réparé ça ou c'est moi même moi là je me suis occupée des costumes, de l'animation, t'imagines y avait on a eu 200 personnes et en fait c'est moi qui ai fait les costumes, enfin c'est valorisant donc ça peut voilà, ça peut motiver en fait de se dire ça on on se sent quand même à son niveau utile et on est là pour partager des expériences, donc ça permet de de partager avec les autres voilà donc, et d'en apprendre aussi chaque jour historiquement aussi, ça peut être intéressant en parlant avec les gens qui ont l'expérience et tout ça là, donc on est dans la dans ça fait de la transmission aussi voilà.

D'accord, oui je comprends, donc je pense que vous avez répondu à l'autre question qui est, que mettriez-vous en avant pour motiver un jeune à s'engager comme bénévole dans un site patrimonial ?

Oui, c'est vrai que j'ai répondu un petit peu, donc voilà, c'est ça apporte de l'expérience, en quoi que ce en ça apporte du coup, donc de la confiance en effet, oui ça je l'ai pas dit, mais c'est vrai que ça apporte de la confiance, ça, voilà ça, ça fait une vision de de la chose, d'être à l'intérieur d'un comment une association fonctionne, alors voilà, oui, voilà comment ça, ça fonctionne une association, c'est déjà voir un peu le le le voilà l'envers du décor, dans le sens où si on va dans un château, ben on fait une visite ou on fait une animation, on voit l'animation, la visite, point. Là, on voit tout ce qu'il y a derrière, tout le travail qu'il y a derrière, donc ça permet de prendre conscience aussi que il y a des gens qui travaillent dans les dans ces lieux comme ça, alors il y a des bénévoles, qui, ça demande beaucoup de travail pour les bénévoles, mais il y a peut-être aussi des des des employés parce que ça demande une organisation importante, donc ça permet de voir, voilà une structure d'une d'une association du donc du comprendre le milieu associatif, ça peut être important aussi de de de comprendre ça avec tout ce qui est subvention, cet aspect-là aussi qui qui est important mais qu'on voit pas forcément quand on rentre pas dans une association, ce qui

est normal, donc ça c'est intéressant, donc ça apporte cette expérience, cette vision de la chose, comment ça se comment ça marche, ça donne de la confiance en effet et de l'expérience, je me je tourne en rond là et voilà, on se sent malgré tout, on se sent un peu utile à la, à la préservation d'un lieu, à la à sa préservation de son histoire, n crée du lien, voilà, on crée du lien déjà entre s'il y a d'autres bénévoles avec les autres bénévoles, c'est c'est important ça, ça, voilà ça, ça crée une dynamique, mais aussi on crée du lien en faisant vivre un territoire, donc, par exemple, voilà les bénévoles, en participant à l'animation, tout ça, on va faire venir du monde, on va parler avec du monde, on va, on va, on va faire découvrir un lieu, donc c'est aussi gratifiant là, ce que c'est valorisant, gratifiant aussi parce que voilà, on fait quelque chose, on le fait pour en fait, pourquoi on fait ça ? Certes, on préserve, alors pour le patrimoine, on veut pas que ça tombe en ruine, voilà donc on va, on va rénover et on va faire, on va maintenir mais aussi on il faut pas s'arrêter là, une, une association patrimoniale, normalement ça s'arrête pas là, ça va plus loin, ça va être le partager et le faire vivre donc, c'est-à-dire faire venir des personnes, donc ça va être du lien social et ça va être valorisant parce que fait tu vas montrer le travail que tu as fait et tu vas faire vivre ton lieu, le lieu que tu ou dans où tu t'investis parce que tu vas faire différentes choses, donc c'est quand même valorisant, c'est prenant, un autre conseil c'est qu'il faut avoir un peu le temps ou savoir parfois donner du temps. Alors après c'est pas obligé que ce soit tout le temps, enfin voilà, chacun a sa vie, chacun a son a un travail ou a des études, donc c'est vrai que tu peux pas donner tout le temps beaucoup ou il y a des moments tu vas donner moins, d'autres beaucoup, mais en fait c'est un don de temps que tu fais surtout donc il faut pouvoir donner un peu de temps de temps, voilà.

Bon, d'accord, et on va finir avec cette question, souhaitez-vous ajouter quelque chose d'autre ?

Je crois pas, c'est plutôt pas mal... je pense pas grand-chose en particulier, j'ai l'impression que le ça a été assez complet sur l'analyse de tout ça, donc là j'ai rien qui me vient, donc voilà

D'accord, merci beaucoup pour votre temps et vos réponses précieuses.

Avec plaisir, merci.

Annexe F : Entretien téléphonique avec Madame X, stagiaire au Château de Latour

Pouvez-vous vous présenter ?

Je suis étudiante de 20 ans venant de finir sa licence après...

D'où venez-vous ?

Ah oui je viens de Tours et actuellement je fais mes études à Paris depuis 3 ans. Je viens de finir ma licence d'histoire de l'art et archéologie mineure histoire et je débute un master en muséologie.

D'accord merci, comment avez-vous connu le Château de Latour ?

J'ai connu le Château de Latour via une annonce de stage, sur Indeed si je me souviens bien, en en janvier 2023. Je cherchais un stage à effectuer pendant l'été dans le cadre de la validation de ma licence. Je cherchais avant tout un stage proposant des missions de guide conférencier. L'annonce m'a donc plu ainsi que le cadre.

Je vois et qu'est-ce qui rend le Château de Latour attractif selon vous ?

Selon moi, ce qui rend le château attractif est la dynamique locale dans laquelle la structure s'insère. Le château se situe dans une région plutôt reculée, sans ce stage je ne m'y serais probablement jamais rendue haha... De fait, les habitants sont isolés en comparaison avec d'autres régions. Les engagements du château permettent cependant de faire vivre la localité. Que ce soit avec les animations et événements de l'été comme les Nuits nocturnes ou l'espace de tiers lieu qui se met en place, le château est devenu un lieu de rencontre et de partage qui s'effectue autour, certes, d'un patrimoine bâti et histoire mais qui dépasse cela de par son engagement quotidien pour la communauté.

Ensuite pourquoi le patrimoine vous intéresse-t-il ?

Alors quand j'étais petite, je n'appréciais pas spécialement l'histoire en tant que discipline scolaire. Mais mon père me répétait sans cesse que "celui qui ne connaît pas son histoire est condamné à la revivre". Ces promos m'ont longtemps ennuyé, mais arrivée au lycée, j'ai enfin pris conscience de ces mots. Parallèlement, j'ai toujours eu un fort goût pour les images, je suis passionnée de bd, alors j'ai rapidement considéré le patrimoine comme témoin de l'Histoire qu'il faut protéger et c'est comme ça que je m'intéresse au patrimoine, car il conserve les traces de notre passé, mais aussi de notre futur. Notre mission est aujourd'hui de parvenir à le protéger, le rendre pérenne, pour que l'histoire ne soit pas oubliée.

Est-ce que la culture ou l'art vous intéressent ?

Au vu de mes études, je pense qu'il est plutôt évident que j'aime l'art. Je m'intéresse assez peu à l'architecture et davantage aux objets sculptés et peints. Je les apprécie, car ils

gardent en eux la volonté de leur ancien propriétaire, commanditaires ou créateurs. L'art a toujours été lié à l'histoire, aux luttes de pouvoir et aux croyances, c'est indéniable. Et lorsque j'observe ces créations, je ne peux qu'être admirative de ces petits objets qui renferment un nombre de connaissances phénoménales. Sans eux, nous ne pourrions pas connaître le passé ou bien très difficilement pour les temps les plus anciens. Mais en plus de ça, ils montrent aussi à quel point l'être humain est formidable, et capable de faire de belles choses. En histoire, on apprend souvent les conflits, les guerres, peu d'événement positifs en soit, qu'avec l'art, il y a encore de l'espoir, un désir de créer de beaux objets pour aider aux croyances, au pouvoir, à transmettre un message ou simplement enjoliver un lieu. Cependant, c'est une façon d'agir pacifique que j'apprécie. De plus, l'art permet aussi d'envisager un futur différent, avec des messages engagés selon les œuvres. La pluralité que l'on retrouve en art est passionnante et fait que je ne pourrais jamais me lasser d'étudier le sujet.

Ah d'accord... ensuite préférez-vous visiter des sites historiques, des monuments, des musées, des espaces naturels ou d'autres types de lieux ?

Je préfère visiter des musées parce que en général, j'évite de visiter des monuments commémoratifs, car l'histoire est parfois trop lourde à supporter. En ce qui concerne les autres types de lieux, je les fréquente peu, car, lorsque je visite un site culturel, je le fais pour voir de belles choses. En-dehors de mes cours, je m'intéresse peu à la compréhension d'un objet. J'ai tendance à observer les choses différentes, faire plus attention aux détails, à la beauté de la représentation et du geste de l'artiste. Que dans des sites historiques, c'est davantage compliqué de faire abstraction et l'histoire d'un lieu. Qui plus est, dans les musées, je retrouve la pluralité des formes artistiques que j'apprécie qui sont bien moins présentes dans des établissements avec un sujet unique de présentation.

Qu'est-ce qui vous a motivé à devenir bénévole ?

Euh lors de mon stage au château, j'ai sincèrement apprécié l'investissement des bénévoles au sein de l'association, j'ai donc voulu moi aussi participé aux activités de bénévoles proposées. Qui plus est, Latour est un village reculé, n'ayant pas le permis, les missions de bénévoles me permettaient également d'occuper mon temps libre.

Depuis combien de temps êtes-vous bénévole au Château ?

Euh alors j'ai été bénévole au château durant l'été 2023.

D'accord merci et donc de quelles manières participez-vous aux projets culturels ?

Et en tant que bénévole, j'ai principalement participé à l'encadrement des visiteurs lors des événements estivaux. La mission la plus importante réalisée en tant que bénévole a été lors des Nuits de Mystère. Je devais encadrer les visiteurs et autres bénévoles pendant la soirée. Dans un premier temps, il fallait participer à l'installation dans les salles et la préparation des bénévoles intervenant en tant qu'acteur. Ensuite, pendant la soirée, je m'assurais de l'arrivée des visiteurs puis de leur encadrement entre les différentes pièces. Je devais les accompagner jusqu'aux salles dans lesquelles se déroulaient les énigmes. Pendant les temps d'attente, je les aidais à réfléchir à la solution finale.

Et donc cette expérience vous a-t-elle influencé dans vos perspectives personnelles ou professionnelles ?

Bon même si j'ai apprécié cette expérience, je ne souhaite pas être en contact direct avec le public à l'avenir. Souhaitant travailler dans la recherche de provenance au sein des musées, le lien avec le public n'est pas primordial. Cependant, cette expérience a été utile car, elle m'a permis d'observer le déroulé d'un événement et la réception du public, éléments primordiaux dans les établissements culturels.

Oui je vois et maintenant comment mesurez-vous l'impact de votre bénévolat dans les projets de la structure ?

Je pense que le bénévolat est indispensable au sein du château de Latour. Étant une association rurale, avec une seule employée, il est important de recevoir le soutien de bénévoles. Grâce à eux, les intentions de l'association sont possibles à réaliser, autrement, aucun événement de l'envergure des Nuits de Mystères (par exemple) ne pourrait être envisagé, faute de moyen et de main d'œuvre.

Oui c'est sûr, que pensez-vous de la relation entre les jeunes générations et le patrimoine ?

C'est une question plutôt compliquée haha... étant dans le secteur l'histoire de l'art, j'aimerais dire que mes camarades de classe sont également investis dans des projets patrimoniaux. Mais par contre, la plupart se limitent aux cours suivis à la faculté et ne participent pas à des interventions sur le terrain sauf dans le cadre d'obligation de stage. Mais ça ne veut pas pour autant dire qu'ils sont désintéressés vis-à-vis du patrimoine parce que de nombreux jeunes visitent des lieux culturels régulièrement ce qui démontre une certaine curiosité face au patrimoine. Pourtant, mes amis, qui n'étudient pas l'histoire de l'art, ont beaucoup moins tendance à fréquenter les lieux patrimoniaux. Parfois même, un certain rejet s'effectue par manque d'intérêt. Après je dirai que la relation entre le patrimoine et la jeune génération ne peut pas être définie de façon absolue, comme pour tous les domaines, certains jeunes vont être plus sensibles au patrimoine par rapport à d'autres. Cependant, je ne pense pas que l'intérêt des jeunes soit moins important que dans les autres générations, et j'estime même qu'il peut peut-être être davantage développé en raison des réseaux sociaux qui contribuent à l'évolution de cette curiosité.

Quelles sont vos impressions sur l'évolution des activités dans les châteaux ou les lieux patrimoniaux ?

J'ai l'impression qu'il y a assez peu de renouvellement. Les activités sont généralement les mêmes d'un lieu à l'autre : escape game, enquête, son et lumière. Ces animations sont adaptées en fonction du lieu, mais il n'y a plus réellement d'innovation engagée.

Quels types d'activités attirent le plus souvent les jeunes vers le patrimoine bâti ?

Pour avoir travaillé dans deux châteaux, je pense que ce sont les escape games. Je pense que pour les jeunes, les visites guidées sont peu attractives. Ils souhaitent davantage apprendre en s'amusant. Les escape games historiques contribuent ainsi à apprendre tout en faisant une activité entre amis ou en famille. Cela donne également plus de libertés au visiteur qui n'est pas obligé de suivre un guide, mais, découvre par lui-même l'Histoire.

Pensez-vous que les nouvelles technologies (numérique, etc.) influencent l'intérêt des jeunes adultes pour le patrimoine ?

Oui sur certains points... la présence sur les réseaux sociaux d'institutions culturelles par exemple permet d'atteindre un public plus large. Personnellement, je découvre les nouvelles expositions ou animations via Instagram. Les sites des différentes structures permettent également de mettre en avant les activités proposées par l'établissement. Cela peut développer l'intérêt des jeunes. En plus, des vidéos d'influenceurs sur les réseaux peuvent contribuer à montrer l'expérience vécue à large échelle et développer la curiosité de l'observateur qui souhaitera s'y rendre par la suite.

D'après-vous, quels outils employés pour attirer et adapter le patrimoine bâti aux jeunes entre 18-25 ans ?

La présence sur les réseaux sociaux est indispensable pour attirer les jeunes.

D'accord merci, et donc en tant que jeunes, que souhaitez-vous retrouver dans un château ou des sites touristiques et culturels pour attirer un public dans votre tranche d'âge ?

Pour attirer un public de ma tranche d'âge, je pense qu'il est primordial de rendre attractifs les sites touristiques en créant des visites ludiques. Les visites trop scolaires attirent des personnes plus âgées. Ils manquent une diversification dans l'offre des visites. De nouvelles animations sont mises en place comme les escape game qui permettent de découvrir les lieux différents, mais cela raconte une histoire assez superficielle. Des visites nocturnes théâtralisées des lieux seraient appréciées par les plus jeunes et contribueraient à avoir le côté ludique et également pédagogique.

Ensuite euh quelles améliorations pouvez-vous nous suggérer pour mieux faire apprécier l'expérience des jeunes adultes dans les sites patrimoniaux et touristiques ?

Dans les châteaux où j'ai travaillé, ce sont les animations qui attirent davantage les jeunes : escape games, jeu nocturne ou enquête historique comme à Latour. Ces jeux sont utiles, car font venir les visiteurs jeunes, avec une approche différente de l'histoire, cependant, il ne faut pas omettre la visite des lieux. Ce que je recommande, c'est avant tout de développer un discours à la fois ludique et pédagogique, ça ne sert à rien de s'embourber avec un discours scientifique complexe, il faut rendre l'Histoire accessible pour tous. Simplifier le discours contribuerait dans un premier temps à rendre les lieux moins ennuyeux. Au château de Latour, l'histoire était passionnante, néanmoins beaucoup trop scolaire. Le texte de visite libre était assez long. La visite guidée a cependant contribué à avoir une nouvelle approche plus amusante avec le discours de Jeannette notamment.

Pour ce château, je pense qu'il faudrait développer davantage d'interactions dans les pièces, que ce soit avec des panneaux, des reconstitutions ou des mini jeux adaptés aux adultes. Cela permettrait ainsi de conserver le discours historique tout en le rendant plus accessible et ludique. Le visuel est alors primordial, et dans un château comme Latour où il ne reste presque rien, dans le futur, il sera indispensable de développer cet aspect dans la visite pour attirer des jeunes visiteurs. Le château étant aujourd'hui presque vide, cela laisse une grande place à l'imagination pour revisiter la visite ! Avoir une approche plus moderne avec des écrans, des maquettes, des reconstitutions permettraient de sortir de l'image de bâtiments poussiéreux et vieux.

Avez-vous des exemples à nous donner d'expériences que vous avez vécues lors d'une visite, d'un séjour dans un lieu patrimonial ?

Récemment, j'ai visité l'Hôtel Gouin à Tours afin de découvrir l'exposition sur Courbet intime. Durant cette visite, il devait y avoir une quarantaine de personnes, et seulement trois jeunes adultes, les autres visiteurs se trouvant dans la cinquantaine. Même si l'envergure de l'exposition était minime, je m'attendais à voir davantage de jeunes. La scénographie était par ailleurs moderne avec des explications claires et concises, et la présence de reportage télévisé.

Et envisageriez-vous d'être bénévole dans d'autres domaines que le patrimoine ?

Je ne pense pas. Le bénévolat dans le patrimoine est en lien avec mes études et surtout ma passion. Je n'aurai pas spécialement d'intérêt à participer à d'autres missions, d'autant plus, qu'il y a suffisamment à faire dans ce secteur !

Que conseillerez-vous à un jeune qui envisage de devenir bénévole ?

Je lui conseillerai simplement de se lancer. Devenir bénévole offre une expérience inestimable. De nombreuses rencontres sont faites, un sens de la communauté se crée. Le jeune grâce à cette expérience connaîtra un développement personnel, par l'acquisition de nouvelles compétences. Tant que l'on a du temps, et l'envie, il n'y a aucune raison de ne pas se lancer !

Que mettriez-vous en avant pour motiver un jeune à s'engager comme bénévole dans un site patrimonial ?

Euh je mettrai en avant peut être le sentiment d'appartenance comme je l'ai dit avant un sens de la communauté se crée sur ces lieux historiques, et en plus de cela, on a l'impression de faire partie d'un acte plus grand. En étant bénévole pour le patrimoine, on participe à sa préservation, sa conservation et sa diffusion, si un jeune veut œuvrer dans cette voie, il n'y a rien de mieux que le bénévolat. En plus, les missions sont tellement vastes, qu'il trouvera forcément chaussure à son pied ! De fait, si l'on veut se sentir utile, développer des compétences et savoir-faire et contribuer à la protection du patrimoine, alors, il n'a qu'à être bénévole !

Souhaitez-vous ajouter autre chose ?

Oui je souhaite simplement ajouter, que le travail des bénévoles est indispensable. Ils contribuent à faire vivre le patrimoine français et le préserver. Grâce au travail de médiation entamé en amont, les bénévoles donnent un nouveau sens au établissement culturel et au patrimoine. Sans eux, ils seraient presque impensables de réaliser toutes les actions entreprises. En tant que visiteurs, on ne se rend généralement pas compte de la charge de travail qui se cache derrière les monuments, alors un grand merci à tous les bénévoles qui œuvrent chaque jour.

Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses précieuses !

C'est un plaisir d'échanger avec vous, merci !

Annexe G : Entretien physique avec Madame A, bénévole au Château de Latour

Pouvez-vous vous présenter ?

Je m'appelle A.M. J'ai 24 ans et j'habite à Sussargues à côté de Montpellier, euh j'ai été embauché depuis près de 1 an dans l'association Goût du Sud, un groupement de producteur (Fraise, Salade, Melon, Pastèque, Patates Douce, Butternut) et je suis adjointe technique et qualité. Bon pour faire simple je suis tous les producteurs du point de vue technique et je met en place des expérimentations pour développer de nouvelles techniques culturale pour faire face au dérèglement climatique tout en conservant la qualité des fruits et légumes. Pour cela j'ai fait des études en agronomie et j'ai fini par un master en Expérimentation Végétale .

Comment avez-vous connu le Château de Latour ?

Mes grands parents habitaient à Saint Affrique, je venais régulièrement dans la région depuis ma naissance. Et mon père est un ami de A.C qui habitais dans le château à l'époque. Mon père squatter souvent dans le château quand il était jeune et puis quand le château à du être vendu mes parents ont fait partie de la génération qui a mis en place l'association donc de fil en aiguille j'ai directement était baigné dedans depuis ma naissance. Avec mes parents ont a loué les gites pas mal de fois pour éviter de squatter chez tout le monde et avec le temps c'est devenu une évidence pour mes parents qu'il fallait acheter un pied à terre car le village était vraiment devenu essentiel pour nous autant ses habitants que le château...

Du coup quelles étaient les principales raisons ou motivations de votre venue ?

Le fait d'être impliqué dans l'association s'est fait naturellement. J'ai toujours baigné dedans, je trouvais normal de venir aider quand j'étais en vacances puis en grandissant j'ai vraiment pris conscience du lieu et du patrimoine qu'il représente. J'ai fait pendant un mois les visites et ça m'a vraiment plus j'ai réellement découvert l'histoire des lieux et pas mal d'anecdotes raconté par B on ne s'en lasse pas, et je pense que c'est vraiment très important de faire perdurer cela. L'esprit d'équipe qu'il y a autour et toute cette dynamique qui se développe un peu plus tous les ans sont vraiment pour moi un atout dans cette association parce qu'on a vraiment l'impression que le travail qu'on fournit en tant que bénévole a vraiment un impact sur l'évolution des lieux.

Et qu'est-ce qui rend le Château de Latour attractif selon vous ?

Sa localisation je pense que mine de rien la proximité avec Millau et Montpellier fait du château un lieu accessible on peut facilement prévoir une escapade sur une demi-journée. Le village joue aussi pour les gens qui recherche du calme et de la sérénité je pense que le village est idéal. C'est un peu un retour au chose simple avec des balades, la rivière en famille ou entre amie c'est vraiment adapté. Pour les personnes qui sont plus calé en histoire le plafond peint est vraiment un des atouts du château et les gens intéressés par l'histoire peuvent faire le déplacement pour ça. Et puis depuis quelques année le château

se développe vraiment niveau activité et on va dire lien social avec le bar, bibliothèque et les activités pour enfant et adultes. Je trouve que ce mode de développement permet vraiment à tout le monde de trouver son compte, si on cherche du lien on peut venir boire un café, jouer à un jeu, si on veut du calme on peut louer un gîte et se reposer à la rivière et si on aime l'histoire on peut flâner dans le château.

Pourquoi le patrimoine vous intéresse-t-il ?

Mon père était maçon je ne sais pas si ça joue mais j'aime bien la pierre voir comment évolue les techniques de constructions au fil des ans et des pays c'est intéressant. Et puis j'adore imaginer les gens qui vivait à l'époque dans les lieux ça me fait rêver, même si je n'ai pas toujours envie d'être à leur place, voir comment les gens vivait, travailler comprendre leur manière de réfléchir je trouve ça enrichissant.

Est-ce que la culture, l'art vous intéressent ?

L'art ne m'intéresse pas réellement, les tableaux les photos ça ne me procure pas grand-chose je suis plutôt terre à terre donc bon pas ouf. Par contre, la culture j'aime bien je trouve que c'est important quand on vit dans une région de s'impliquer un minimum dans les traditions de savoir pourquoi elles existent et de les faire perdurer pour pas que cette culture disparaisse c'est ce qui fait la richesse de tous les petits recoins de France.

Préférez-vous visiter des sites historiques, des monuments, des musées, des espaces naturels ou d'autres types de lieux ?

Je n'ai pas de préférence, cela dépend un peu de mon humeur et de mes envies mais j'aime tout sauf les musées d'art.

Et pourquoi ?

Je trouve que tout ces lieux peuvent faire rêver, ils nous racontent tous une histoire et moi c'est ce que j'aime dans les lieux culturel c'est apprendre de nouveaux trucs. Après si je les apprends à l'aide d'une expo dans un musée ou en visitant un lieu bâti ou sur un beau site naturel ça n'a pas trop d'importance à mes yeux je trouve que ce n'est pas réellement comparable.

Qu'est-ce qui vous a motivé à devenir bénévole ?

La vie haha... mes parents font partie de la génération qui ont créé l'asso donc pas trop le choix que de suivre et après bien sur j'ai grandi donc j'y suis de mon plein grès. L'ambiance est vraiment bien et je trouve que ça apporte une bonne dynamique au village en aidant un peu toutes les générations tout en participant du point de vue patrimoine à perdurer l'histoire du village.

Depuis combien de temps êtes-vous bénévole au Château ?

24 ans et des brouette comme mon âge même si au début je n'étais pas en capacité d'aider le cœurs y été.

Et de quelles manières participez-vous aux projets culturels ?

Depuis cette année je suis rentré au conseil d'administration c'est une manière à moi de me sentir réellement impliqué dans le château même si je ne fais pas vraiment plus qu'avant c'est un moyen de me tenir informé de l'évolution de l'asso du point de vue financier administratif avec les nouveaux projets et tout ça. Sinon qu'est-ce que je fais au château, je viens quand je peux dans les chantiers bénévoles. Dès qu'il y a une manifestation j'essaie de venir, même si je ne peux pas venir tout le temps, j'essaie quand je viens d'être impliqué prendre des photos, servir, ranger pour essayer de soulager au maximum G, B, G et tous les titulaires qui travaillent au château... et puis quand y a les escapes games j'aime bien participer réfléchir aux énigmes, aux décors... j'aime bien parler à mes amis du château et de tout ce qui s'y fait ils sont souvent intrigués et veulent venir ça permet de faire découvrir ce projet à un max de gens c'est cool.

Cette expérience vous a-t-elle influencé dans vos perspectives personnelles ou professionnelles ?

Un peu avec le recul je n'ai jamais trop eu de job étudiant mais j'ai toujours passé mes vacances à trainer au château et à participer à pleins de tâches plus ou moins fun et en vrai je pense que ça m'a pas mal permis à développer le sens du travail en équipe aider les gens même si la tâche n'est pas très fun si on s'y met à plusieurs et dans la bonne humeur ça sera plus rapide et tout se passera mieux. Dans mon métier, je travaille souvent aux champs et quand il fait chaud si on doit récolter ça peut être un travail un peu dur mais en équipe tout passe mieux. Ben pareil sur le plan créatif quand on réfléchit à des escapes games ou d'autre projet on développe vraiment notre créativité et toute remarque ou initiative est bonne à prendre même si parfois c'est loufoque on est plutôt en confiance et personne se moque. Ça m'a permis de prendre en assurance, dans mon métier ou même dans les stages j'ai pu plus facilement prendre les devants en proposant de nouveaux points de vue ou méthodes.

Comment mesurez-vous l'impact de votre bénévolat dans les projets de la structure ?

Je pense que je ne soulève pas la terre par contre je soulève un caillou et si tout le monde soulève un caillou on soulèvera la terre. Le château de Latour ne s'est pas fait en un jour ni avec une seule personne et ses entretiens et sa rénovation c'est pareil.

Hahaha oui donc euh que pensez-vous de la relation entre les jeunes générations et le patrimoine ?

Je pense qu'elle est importante si on ne s'intéresse pas à ce qui nous entoure à ce qui a été mis en place dans le passé on ne pourra pas réellement évoluer. En s'intéressant au passé on peut en tirer le meilleur pour le remettre au goût du jour et on peut éviter de refaire les erreurs du passé. C'est un peu philosophique mais par exemple les techniques de construction certains trucs ont été construits et on ne sait toujours pas les reproduire si on conserve au maximum ces constructions et si on les étudie peut-être qu'un jour on pourra les reproduire pour améliorer nos constructions actuelles. Moi je suis très intéressé

agriculture et je pense que c'est un patrimoine important de chaque territoire. Les techniques ont évolué mais je pense que c'est très important pour les jeunes générations de voir ce qui était fait et cultivé dans le passé pour retrouver par exemple de meilleurs variétés ou espèces et pas perdre cette richesse.

Quelles sont vos impressions sur l'évolution des activités dans les châteaux ou les lieux patrimoniaux ?

Le château c'est vraiment développé à une vitesse hallucinante depuis 4 ou 5 ans que G a été employer, la première employée de l'asso. Les activités se développent vraiment sur le côté social multigénérationnel et je trouve que c'est plutôt une bonne chose on est dans une ère où les populations sont de plus en plus vieillissantes donc favorisé les échanges et le partage des connaissances c'est super intéressant en faisant des ateliers coutures, cuisines...

Quels types d'activités attirent le plus souvent les jeunes vers le patrimoine bâti ?

Perso pour les gens de ma génération j'ai l'impression que de plus en plus de festivals ou concerts se font dans des lieux comme des châteaux et en vrai j'aime bien ça permet de mettre les pieds dans un endroit qu'on ne serait peut-être pas allé visiter de nous-même de voir le décor et pourquoi pas si ça nous plaît revenir le visiter par la suite. D'ailleurs la semaine prochaine je vais justement dans un petit festival qui a lieu dans le château de Castries un village à côté de chez moi, j'y passe devant tous les jours mais je ne l'ai jamais visité ça sera l'occasion de voir la beauté des lieux ahaha.

Pensez-vous que les nouvelles technologies (numérique, etc.) influencent l'intérêt des jeunes adultes pour le patrimoine ?

C'est vrai qu'on est sur une génération assez influençable et je pense que les réseaux sociaux et toute la propagande numérique doit avoir une influence sur les jeunes. Moi la première quand je pars en vacances j'aime bien regarder sur les réseaux les lieux à découvrir voir des petits films présentant les sites et les activités à faire donc oui savoir développer le plan numérique est essentiel pour tout lieu patrimonial.

D'après-vous, quels outils employés pour attirer et adapter le patrimoine bâti aux jeunes entre 18-25 ans ?

Comme j'ai dit avant les réseaux sociaux c'est vraiment la source de toute envie pour les jeunes et ensuite le bouche à oreille fait le tout avec les stories des visiteurs et tout ça. Après mettre en place des activités comme des escapes games ou des jeux de rôles des soirées jeux géant ou bien juste des soirées tout cours ça peut pas mal attirer les jeunes.

En tant que jeunes, que souhaitez-vous retrouver dans un château ou des sites touristiques et culturels pour attirer un public dans votre tranche d'âge ?

Si vous voulez vraiment que je me déplace il faut me vendre du fun et de la bonne humeur donc pour ça des activités attractives qui me fasse rêver et en vrai le prix est secondaire si vraiment j'ai l'impression que ça vaut le coût je compte après avoir dépensé.

Quelles améliorations pouvez-vous nous suggérer pour mieux faire apprécier l'expérience des jeunes adultes dans les sites patrimoniaux et touristiques ?

Supprimer les enfants et les parents avec les poussettes hahaha. Non en vrai je ne sais pas trop peut être mettre en place plus de petit jeux comme pour les enfants dans les musées moi aussi je suis une enfant ahahah.

Avez-vous des exemples à nous donner d'expériences que vous avez vécues lors d'une visite, d'un séjour dans un lieu patrimonial ?

Je ne sais pas trop quoi raconter j'ai eu que des bonnes expériences ou du moins je ne me souviens plus des mauvaises ahahah. Peut être le musée d'histoire naturelle de Londres j'avais 15 ans quand je l'ai visité et dès l'accueil j'ai pris une claque. On est accueilli par un immense dinosaure dans un lieu somptueux avec une architecture exceptionnelle. Et vraiment tout le musée est un mélange entre une architecture super belle et tout c'est animaux magnifique on se croirait dans la nuit au musée.

Envisageriez-vous d'être bénévole dans d'autres domaines que le patrimoine ?

Oui j'aimerais bien devenir bénévole dans une association qui s'occupe d'animaux parce que j'adore les animaux surtout les chiens et j'en ai peut pas en prendre à la maison donc m'occuper d'animaux qui ont besoin d'aide ça sera bien peut être qu'un jour je passerai le cap.

Que conseilleriez-vous à un jeune qui envisage de devenir bénévole ?

Choisir une asso qui vous plaît sur un thème qui vous intéresse parce que vous ne ferez pas toujours des choses très valorisantes ou quoi mais si vous le faites pour faire avancer un projet qui vous tient à cœur ça passera tout seul. Et après pas se mettre de pression pour être bénévole pas besoin d'être impliqué à 1000% chacun fait à sa hauteur avec ses compétences et c'est largement suffisant.

Que mettriez-vous en avant pour motiver un jeune à s'engager comme bénévole dans un site patrimonial ?

Le côté social ça permet de faire de nouvelles connaissances qui deviendront peut être des amis et en vrai on découvre pleins de nouvelles choses on peut être amené à faire des choses qu'on se pense pas capable mais avec les autres on y arrive.

Souhaitez-vous ajouter autre chose ?

Rien à part merci et que c'était intéressant comme échange.

Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses précieuses !

Annexe H : Entretien physique avec Monsieur T, bénévole au Château de Latour

Pouvez-vous vous présenter ?

Bonjour, je m'appelle T.H, alors j'ai 25 ans j'ai vécu vers le Tarn à Les Martyrs proche enfin proche de Mazamet. Je fais mes études à Montpellier et je fais des études d'enseignement en Biochimie génie biologique, pour enseigner dans les lycées aux futurs techniciens de laboratoire.

D'accord, comment avez-vous connu le Château de Latour ?

J'ai connu le château par le biais de mon petit copain qui est originaire de Latour.

Et qu'est-ce qui rend le Château de Latour attractif selon vous ?

Le cadre et l'association qui s'en occupe. C'est une équipe chaleureuse et bienveillante je trouve.

Je comprends merci, pourquoi le patrimoine vous intéresse-t-il ?

Parce qu'il recèle les histoires passées et l'évolution de l'Homme à travers le temps je pense.

Est-ce que la culture, l'art vous intéressent ?

L'art m'intéresse plus que la culture mais découvrir comment fonctionnait les civilisations d'autrefois ou d'ailleurs est tout aussi captivant. J'aime aussi beaucoup la biologie et comprendre comment les choses fonctionnent.

Préférez-vous visiter des sites historiques, des monuments, des musées, des espaces naturels ou d'autres types de lieux ?

Alors je préfère les espaces naturels, car la nature nous offre des spectacles extraordinaires. Pour autant j'aime visiter des musées d'histoire naturelle et d'art. Je suis curieux de la vie en générale genre comment l'évolution a amené à garder tel ou tel mécanisme pour obtenir cette variété d'être vivant.

Qu'est-ce qui vous a motivé à devenir bénévole ?

D'une manière générale, j'aime aider et me sentir utile sans être au centre de l'attention. J'ai toujours souhaité participer bénévolement à des actions qui me tiennent à cœur, comme nettoyer les plages et la nature, participer au resto du cœur, etc... Seulement, je n'avais jamais pris les devants pour aborder les différents groupes. C'est donc avec grand plaisir que je participe aux différentes activités du château.

Depuis combien de temps êtes-vous bénévole au Château ?

Je crois que ça fait maintenant 5 ans.

De quelles manières participez-vous aux projets culturels ?

Je participe à la mise en place d'évènement diverse et variés. J'aide quand il y a besoin et quand je peux.

Cette expérience vous a-t-elle influencé dans vos perspectives personnelles ou professionnelles ?

Oui, je souhaiterai vivre proche de Latour afin de pouvoir continuer à être bénévole. Nous venons régulièrement et tout l'été au château.

Comment mesurez-vous l'impact de votre bénévolat dans les projets de la structure ?

Disons que les autres bénévoles ont l'air satisfait de ma participation.

Et donc que pensez-vous de la relation entre les jeunes générations et le patrimoine ?

J'en ai aucune idée. Ceux qui m'entoure sont impliqués et se sentent concerné par ces lieux remplis d'histoire. D'autre ne trouve aucun intérêt.

Quelles sont vos impressions sur l'évolution des activités dans les châteaux ou les lieux patrimoniaux ?

Elles sont devenues plus variées, en adéquation avec les besoins des résidents et des touristes. Avec la mise en place du bar et de l'épicerie. Des différentes activités proposées pour les plus jeunes. La présence d'exposition pour les plus grand. Les évènements... Tout cela créé un dynamisme dont le coin avait besoin.

Quels types d'activités attirent le plus souvent les jeunes vers le patrimoine bâti ?

Les jeux interactifs enfin de mon point de vue, plus il y a d'interaction, de découvertes plus ça plait.

Pensez-vous que les nouvelles technologies (numérique, etc.) influencent l'intérêt des jeunes adultes pour le patrimoine ?

Ooh oui ! J'ai des élèves qui sont collés H24 sur leur téléphone. A scroller sur les réseaux sociaux. Bien sûr que ça influençait par ce qu'ils regardent et qu'ils apprécient. Leur proposer des vidéos courtes qui montre les patrimoines sous un autre aspect pourrait les attirer car ils sont curieux mais s'ennuie vite.

D'après-vous, quels outils employés pour attirer et adapter le patrimoine bâti aux jeunes entre 18-25 ans ?

J'en sais rien... euuuh... Il faudrait leur proposer de mini activités, où l'ont présenterai le fonctionnement de différents outils de l'ancien temps. Ou bien comment construire un édifice à échelle réduite pour les faire participer. Leur montrer des matériaux qui ne connaisse pas...

D'accord, je vois, euh en tant que jeunes, que souhaitez-vous retrouver dans un château ou des sites touristiques et culturels pour attirer un public dans votre tranche d'âge ?

Des jeux interactifs qui m'apprennent plus ou moins de choses mais divertissantes. De nouvelles expériences, de nouveaux paysages.

Ensuite quelles améliorations pouvez-vous nous suggérer pour mieux faire apprécier l'expérience des jeunes adultes dans les sites patrimoniaux et touristiques ?

Proposer des activités croisées, transdisciplinaires enfin des activités qui ne sont pas en rapport avec le château, mais le château devient une étape. Comme par exemple un circuit de vélo ou sinon mettre en place des expériences de sciences au sein du château comme faire de la chaux, étudier les microorganismes dans l'eau de pluie, de sources et de rivières. Créer un herbier avec les plantes des alentours, savoir lesquels sont comestibles.

Avez-vous des exemples à nous donner d'expériences que vous avez vécues lors d'une visite, d'un séjour dans un lieu patrimonial ?

J'ai visité plusieurs musées, et fait plusieurs randonnées qui amenés à des ruines ou des restes de bâti. J'en ai gardé de bons souvenirs. Notamment la beauté des lieux et du paysage. La façon dont c'est construit ou aménagé. J'ai été agréablement surpris par l'utilisation actuel dont certain lieu sont occupés ou mis en valeur. Comme par exemple en Ardèche, il y a des ruines d'une abbaye qui a été peinte avec des cercle d'or que l'on peut voir que d'un seul endroit quand on est au-dessus de l'abbaye sur un chemin. C'est une expression artistique qui met en valeur le lieu alors que celui-ci est en ruine et donc inutilisable pour autre chose qu'une promenade.

Envisageriez-vous d'être bénévole dans d'autres domaines que le patrimoine ?

J'aimerais être bénévole au restaurant du cœur et dans le nettoyage de plage ou de mer ou d'océan.

Que conseillerez-vous à un jeune qui envisage de devenir bénévole ?

Que c'est une bonne expérience, qui permet de prendre confiance en soi, de créer du lien et de grandir en s'amusant.

Que mettriez-vous en avant pour motiver un jeune à s'engager comme bénévole dans un site patrimonial ?

Ce sont des lieux avec des potentiels inexploités. Les jeunes ont pleins d'idée qui sont bonnes à exploiter. En tant que bénévole, on découvre beaucoup de nouvelle chose et de fonctionnement qui sont très différentes de la vie scolaire, professionnelle et personnelle.

Souhaitez-vous ajouter autre chose ?

Merci à toute l'équipe. C'est une chance de pouvoir être bénévole dans une structure comme celle-ci. Il faudrait permettre aux jeunes d'essayer d'être bénévole surtout quand ils se sentent exclu et seul. Un sentiment que de nombreux jeunes vivent au quotidien. Le bénévolat permet d'être valorisé en faisant des choses simples. Où il y a moins de risques d'être en échec que les expériences professionnelles et scolaires.

Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses précieuses !

Annexe I : Analyse transversale des entretiens avec les jeunes bénévoles

| Grille d'analyse | Thème 1 : Lien entre château et bénévoles | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|----------------------------------|--|---|---|---|--|---|
| | Sous-thème 1 : Présentation générale | | | | Sous-thème 2 : Lien avec le château | | | |
| | Indicateur 1 Âge | Indicateur 2 Provenance | Indicateur 3 Etude | Indicateur 4 Profession | Indicateur 1 Rapport | Indicateur 2 Attractivité du château | Indicateur 3 Dynamique associative | Indicateur 4 Lieu vivant |
| Entretien 1 : Bénévole O | « Donc j'ai 25 ans » | « Je suis originaire de Latour » | | « je suis professeur en collège d'occitan et d'espagnol » | « En fait, mes mes parents, ils vivent à côté du du château, donc j'ai été élevé à côté du Château et mes parents faisaient partie de l'Association des Amis du Château de Latour et c'est comme ça que je me suis intégré dans l'association » | « c'est les les lieux qui sont importants pour moi, mais si on parle en terme général, je pense que il y a l'aspect quand même historique » | « mais il y a aussi tout le le côté dynamisme du du lieu avec l'association » | « avec les personnes qui y travaillent, qui font des des projets qui montrent que c'est un patrimoine qui qui est plutôt vivant » |
| Entretien 2 : Bénévole X | « 20 ans » | « je viens de Tours » | « actuellement je fais mes études à Paris depuis 3 ans. Je viens de finir ma licence d'histoire de l'art et archéologie mineure histoire et je débute un | « Je suis étudiante » | « J'ai connu le château de Latour via une annonce de stage » « Je cherchais un stage à effectuer pendant l'été dans le cadre de la validation de | « Selon moi, ce qui rend le château attractif est la dynamique locale dans laquelle la structure s'insère » | « Les engagements du château permettent cependant de faire vivre la localité » « Que ce soit avec les animations et | « certes, d'un patrimoine bâti et histoire mais qui dépasse cela de par son engagement quotidien pour la communauté » |

| | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|--|--|---|---|--|--|
| | | | master en muséologie » | | ma licence. Je cherchais avant tout un stage proposant des missions de guide conférencier. L'annonce m'a donc plu ainsi que le cadre » | | événements de l'été comme les Nuits nocturnes ou l'espace de tiers lieu qui se met en place, le château est devenu un lieu de rencontre et de partage qui s'effectue autour » | |
| Entretien 3 : Bénévole A | « J'ai 24 ans » | « j'habite à Sussargues à côté de Montpellier » | « j'ai fait des études en agronomie et j'ai fini par un master en Expérimentation Végétale » | « j'ai été embauché depuis près de 1 an dans l'association Goût du Sud, un groupement de producteur [...] et je suis adjointe technique et qualité » | « Mes grands-parents habitaient à Saint-Affrique, je venais régulièrement dans la région depuis ma naissance. Et mon père est un ami de A.C qui habitais dans le château à l'époque » « mes parents ont fait partie de la génération qui a mis en place l'association donc de fil en aiguille j'ai directement été baigné dedans depuis ma naissance » | « Sa localisation je pense que mine de rien la proximité avec Millau et Montpellier fait du château un lieu accessible on peut facilement prévoir une escapade sur une demi-journée. » « Le village joue aussi pour les gens qui recherchent du calme et de la sérénité » « le plafond peint est vraiment un atout du château et les gens intéressés par l'histoire | « L'esprit d'équipe qu'il y a autour et toute cette dynamique qui se développe un peu plus tous les ans sont vraiment pour moi un atout dans cette association parce qu'on a vraiment l'impression que le travail qu'on fournit en tant que bénévole a vraiment un impact sur l'évolution des lieux. » | « Je trouve que ce mode de développement permet vraiment à tout le monde de trouver son compte » |

| | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------|--|---|--|---|---|---|--|
| | | | | | | peuvent faire le déplacement pour ça » | « Et puis depuis quelques années le château se développe vraiment niveau activité et on va dire lien social avec le bar, bibliothèque et les activités pour enfant et adultes » | |
| Entretien 4 : Bénévole T | « alors j'ai 25 ans » | « j'ai vécu vers le Tarn à Les Martys proche enfin proche de Mazamet » | « Je fais mes études à Montpellier et je fais des études d'enseignement en Biochimie génie biologique, pour enseigner dans les lycées aux futurs techniciens de laboratoire » | | « J'ai connu le château par le biais de mon petit copain qui est originaire de Latour » | « Le cadre et l'association qui s'en occupe » | « C'est une équipe chaleureuse et bienveillante je trouve » | |

| Grille d'analyse | Thème 2 : Patrimoine et culture | | | |
|-------------------------------------|---|---|--|--|
| | Indicateur 1 Définition | Indicateur 2 Actions envers le patrimoine | Indicateur 3 Intérêt | Indicateur 4 Lieux fréquentés |
| Entretien 1 : Bénévole O | <p>« personnellement j'aime quand même bien le côté historique donc le patrimoine [...] quand c'est une bâtisse ou quelque chose comme ça c'est toujours relié quand même, avec un côté historique, y a toujours des histoires qui sont autour et souvent des petites histoires qui rejoignent la grande histoire »</p> <p>« l'art j'ai un peu plus de mal personnellement [...] pour revenir au patrimoine l'art habillée en quelque sorte un lieu et ça je trouve ça intéressant »</p> <p>« un apport de connaissance »</p> <p>« un endroit où vraiment on va se promener et on va découvrir là un patrimoine vivant et naturel »</p> | <p>« le fait qu'il y ait des projets qui se fassent autour de ce patrimoine qui est des ne serait-ce que enfin des animations [...] qu'on fiche pas le patrimoine en fait, c'est ça qui est qui est intéressant »</p> | <p>« on peut s'amuser à la culture avec là je reviens avec des animations et des choses comme ça, donc c'est ça qui qui m'attire »</p> <p>« je suis intéressé par la, par l'histoire [...] »</p> <p>« Mais voilà, moi j'aime la géographie, l'histoire »</p> | <p>« j'aime aussi [...] balades ou randonnées [...] Espaces naturels »</p> <p>« donc là aussi ça me, ça m'intéresse que là là pour moi y a pas l'aspect historique mais c'est l'aspect découverte d'un lieu et découverte pourquoi pas d'une faune et d'une flore spéciale et observer [...] on est plutôt sur quelque chose de l'ordre de la géographie plutôt que de l'histoire »</p> <p>« quand je fais du tourisme, c'est les églises. Pas que je sois très croyant, mais en fait juste pour découvrir naturellement »</p> |
| Entretien 2 : Bénévole X | <p>« j'ai rapidement considéré le patrimoine comme témoin de l'Histoire qu'il faut protéger et c'est comme ça que je m'intéresse au patrimoine, car il conserve les traces de notre passé, mais aussi de notre futur »</p> | <p>« Notre mission est aujourd'hui de parvenir à le protéger, le rendre pérenne, pour que l'histoire ne soit pas oubliée »</p> | <p>« j'ai toujours eu un fort goût pour les images, je suis passionnée de bd »</p> <p>« Au vu de mes études, je pense qu'il est plutôt évident que j'aime l'art »</p> | <p>« Je préfère visiter des musées parce que en général, j'évite de visiter des monuments commémoratifs, car l'histoire est parfois trop lourde à supporter »</p> |

| | | | | |
|---------------------------------|---|--|--|---|
| | « L'art a toujours été lié à l'histoire, aux luttes de pouvoir et aux croyances, c'est indéniable. Et lorsque j'observe ces créations, je ne peux qu'être admirative de ces petits objets qui renferment un nombre de connaissances phénoménales » | | « Je m'intéresse assez peu à l'architecture et davantage aux objets sculptés et peints. Je les apprécie, car ils gardent en eux la volonté de leur ancien propriétaire, commanditaires ou créateurs » « De plus, l'art permet aussi d'envisager un futur différent, avec des messages engagés selon les œuvres. La pluralité que l'on retrouve en art est passionnante et fait que je ne pourrais jamais me lasser d'étudier le sujet » | « lorsque je visite un site culturel, je le fais pour voir de belles choses » « dans les musées, je retrouve la pluralité des formes artistiques que j'apprécie qui sont bien moins présentes dans des établissements avec un sujet unique de présentation » |
| Entretien 3 : Bénévole A | « Mon père était maçon je ne sais pas si ça joue mais j'aime bien la pierre voir comment évolue les techniques de constructions au fil des ans et des pays c'est intéressant » « la culture j'aime bien je trouve que c'est important quand on vit dans une région de s'impliquer un minimum dans les traditions de savoir pourquoi elles existent » | « les faire perdurer pour pas que cette culture disparaisse c'est ce qui fait la richesse de tous les petits recoins de France » | | « ils nous racontent tous une histoire et moi c'est ce que j'aime dans les lieux culturels c'est apprendre de nouveaux trucs » |
| Entretien 4 : Bénévole T | « Parce qu'il recèle les histoires passées et l'évolution de l'Homme à travers le temps je pense » | | « L'art m'intéresse plus que la culture mais découvrir comment fonctionnait les civilisations d'autrefois ou d'ailleurs est tout aussi captivant. J'aime aussi beaucoup la biologie et | « Pour autant j'aime visiter des musées d'histoire naturelle et d'art » |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p>comprendre comment les choses fonctionnent »</p> <p>« Alors je préfère les espaces naturels, car la nature nous offre des spectacles extraordinaires »</p> <p>« Je suis curieux de la vie en générale genre comment l'évolution a amené à garder tel ou tel mécanisme pour obtenir cette variété d'être vivant »</p> | |
|--|--|--|---|--|

| Grille d'analyse | Thème 3 : Devenir bénévole | | | | |
|---------------------------------|--|---|--|--|--|
| | Indicateur 1 Motivations | Indicateur 2 Participations ou implications | Indicateur 3 Combien de temps | Indicateur 4 Influence les perspectives | Indicateur 5 Impact ou apport |
| Entretien 1 : Bénévole O | <p>« Bah alors comme je disais tout à l'heure, ben disons que mes parents étaient bénévoles, faisaient partie de l'association et en fait moi depuis tout petit je j'interviens »</p> <p>« par la suite quand j'ai grandi et que je me suis même pas posé la question en fait si j'allais être bénévole, si je voulais être bénévole en fait »</p> | <p>« je participe aux animations que les bénévoles proposaient avant et je pense à des repas donc servir les repas ou faire les repas »</p> <p>« mes jobs d'été je les faisais au château et de ben voilà quand je depuis mes 16 ans et donc je faisais déjà les visites guidées en fait donc déjà culturellement »</p> | <p>« Ben j'ai envie de dire 25 ans [...]voilà donc je sais pas depuis que je suis tout petit »</p> | <p>« je reviens à l'histoire ça m'a toujours plu, le fait de de faire les visites quand j'étais plus jeune, de m'intéresser à l'histoire »</p> <p>« Ça m'a permis de me diriger vers des études. Alors j'ai pas fait des études d'histoire quoi que j'ai hésité pendant longtemps. Mais j'ai fait des études d'occitan, l'occitan, j'ai fait ces études là parce que certes j'avais un</p> | <p>« Alors je suis pas sûr d'avoir apporté de nouvelles idées... j'ai apporté, mais malgré tout, j'ai déjà porté mes bras pour les rénovations car j'ai pas forcément le savoir-faire mais j'ai des bras donc je j'aide à mon niveau »</p> <p>« j'ai apporté certes sûrement une ma vision »</p> |

| | | | | | |
|--|---|---|--|---|--|
| | <p>« C'est parce que ma famille faisait partie de l'association et en plus bon, moi j'ai un aspect affectif vis-à-vis du du Château puisque ben ma famille du côté de mon père est enfin, le château leur appartenait jusque dans les années 90 »</p> <p>« Et après c'est le goût de l'histoire et de comprendre l'histoire du Château qui m'a fait me m'accrocher en quelque sorte à la à l'association et au château et donc qui m'a poussé à être bénévole et à continuer »</p> <p>→ cadre familial et attachement</p> | <p>« je vais participer au chantier au chantier bénévole »</p> <p>« après, je participe toujours quand même aux animations de l'été, par exemple... voilà là on appelle actuellement les nuits de mystère, donc c'est un escape game géant [...] Donc je fais partie de ces acteurs »</p> <p>« je vais m'impliquer sur la une semaine en gros sur 5 soirs ou 6, mais aussi en amont, je vais pouvoir participer à l'élaboration de la du, de ce jeu et de l'animation »</p> | | <p>attire pour les langues en général »</p> <p>« Là on rejoint le côté géographie qui me plaît aussi et j'ai fait des études de géographie, c'est parce que voilà, on on regarde des noms de lieux et souvent les noms de lieux c'est en lien avec la géographie »</p> <p>« parce que mes perspectives personnelles, mon mon mon souhait, c'est qu'à terme, je puisse travailler vers ici et pouvoir habiter, alors bien sûr pas le château, mais pour pouvoir habiter le le, le village de Latour »</p> <p>« cette volonté vient en partie de la présence de Latour de la de du château et de la présence de l'association »</p> <p>« le fait que je m'y implique dedans et que j'ai envie de m'impliquer pour le village donc oui, ça, ça joue sur même sur mes perspectives personnelles car c'est un but pour moi de d'habiter ici, à côté du château »</p> | <p>« je peux puiser dans cette expérience des animations »</p> <p>« l'association m'a donné une expérience que je peux par la suite réinjecter dans l'association dans certains domaines »</p> |
|--|---|---|--|---|--|

| | | | | | |
|--|--|---|--|---|--|
| <p>Entretien 2 : Bénévole X</p> | <p>« Euh lors de mon stage au château, j'ai sincèrement apprécié l'investissement des bénévoles au sein de l'association, j'ai donc voulu moi aussi participé aux activités de bénévoles proposées »</p> <p>« Latour est un village reculé, n'ayant pas le permis, les missions de bénévoles me permettaient également d'occuper mon temps libre »</p> | <p>« Et en tant que bénévole, j'ai principalement participé à l'encadrement des visiteurs lors des événements estivaux »</p> <p>« il fallait participer à l'installation dans les salles et la préparation des bénévoles intervenant en tant qu'acteur »</p> | <p>« j'ai été bénévole au château durant l'été 2023 »</p> | <p>« Bon même si j'ai apprécié cette expérience, je ne souhaite pas être en contact direct avec le public à l'avenir »</p> <p>« Souhaitant travailler dans la recherche de provenance au sein des musées, le lien avec le public n'est pas primordial »</p> | <p>« cette expérience a été utile car, elle m'a permis d'observer le déroulé d'un événement et la réception du public, éléments primordiaux dans les établissements culturels »</p> <p>« Je pense que le bénévolat est indispensable au sein du château de Latour. Étant une association rurale, avec une seule employée, il est important de recevoir le soutien de bénévoles »</p> |
| <p>Entretien 3 : Bénévole A</p> | <p>« Le fait d'être impliqué dans l'association s'est fait naturellement »</p> <p>« mes parents font partie de la génération qui ont créé l'asso donc pas trop le choix que de suivre et après bien sur j'ai grandi donc j'y suis de mon plein grès »</p> <p>« je trouve que ça apporte une bonne dynamique au village en aidant un peu toutes les générations tout en participant du point de vue</p> | <p>« Depuis cette année je suis rentré au conseil d'administration c'est une manière à moi de me sentir réellement impliqué dans le château [...] c'est un moyen de me tenir informer de l'évolution de l'asso du point de vue financier administratif avec les nouveaux projet et tout ça »</p> <p>« je viens quand je peux dans les chantiers bénévoles »</p> | <p>« 24 ans [...] comme mon âge même si au début je n'étais pas en capacité d'aider le cœurs y été »</p> | <p>« Un peu avec le recul je n'ai jamais trop eu de job étudiant mais j'ai toujours passé mes vacances à trainer au château et à participer à pleins de tâches plus ou moins fun »</p> | <p>« en vrai je pense que ça m'a pas mal permis à développer le sens du travail en équipe aider les gens »</p> <p>« Ça m'a permis de prendre en assurance, dans mon métier ou même dans les stages j'ai pu plus facilement prendre les devants en proposant de nouveau point de vue ou méthode »</p> |

| | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|
| | patrimoine à perdurer l'histoire du village » | « j'essaye quand je viens d'être impliquer prendre des photos, servir, ranger pour essayer de soulager au maximum » « quand y les escapes games j'aime bien participer réfléchir aux énigmes, aux décors » | | | « Je pense que je ne soulève pas la terre par contre je soulève un caillou et si tout le monde soulève un caillou on soulèvera la terre » « Le château de Latour ne s'est pas fait en un jour ni avec une seule personne et ses entretiens et sa rénovation c'est pareil » |
| Entretien 4 : Bénévole T | « D'une manière générale, j'aime aider et me sentir utile sans être au centre de l'attention. J'ai toujours souhaité participer bénévolement à des actions qui me tiennent à cœur » | « Je participe à la mise en place d'événement diverse et variés. J'aide quand il y a besoin et quand je peux » | « Je crois que ça fait maintenant 5 ans » | « Oui, je souhaiterais vivre proche de Latour afin de pouvoir continuer à être bénévole. Nous venons régulièrement et tout l'été au château » | « Disons que les autres bénévoles ont l'air satisfait de ma participation » |

| Grille d'analyse | Thème 4 : Vos points de vue | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|---|---|
| | Indicateur 1 Relation entre jeunes et patrimoine | Indicateur 2 Evolution | Indicateur 3 Ce qui attire | Indicateur 4 Réseaux sociaux | Indicateur 5 Besoins ou à mettre en place |
| Entretien 1 : Bénévole O | « je pense et c'est comment moi aussi ça s'est passé, c'est-à-dire que les jeunes, souvent ben ils font des jobs d'été [...], comme guide ou comme hôte d'accueil dans un [...] lieu patrimonial, un château » | « je pense à des châteaux là, mais ceux costumés, hormones médiévales, mode chevalier, princesse, tout ça » « je pense que ces formules-là sont relativement nouvelles et dans les dans » | « c'est vrai que les escape games ont j'ai l'impression sont à la enfin sont à la mode ou c'est une recette qui marche bien, qui fait venir des personnes, qui fait venir des jeunes adultes, mais mais des familles aussi » | « ça peut avoir un impact sur les jeunes générations, ne serait-ce que pour se faire connaître un lieu » « réseaux sociaux » | « si on fait des choses interactives [...] des endroits stratégiques où ça va être utile » « mettre en place des QR codes » « les scénographies oui » |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | <p>« on a voilà du passage de de jeunes chaque année qui viennent pour quelques mois [...] je pense à ça quand on dit le lien entre le patrimoine et les et les jeunes »</p> <p>« dans mon entourage, j'ai l'impression que oui, les personnes s'intéressent au patrimoine ou sont veulent malgré tout enfin découvrir, même en faisant du du tourisme, juste découvrir des des nouveaux lieux [...] nouvelles expériences »</p> <p>« la partie financière qui fait que c'est peut être compliqué pour les jeunes de d'avoir accès au à un patrimoine qui va être payant »</p> <p>« je pense que il y a quand même un certain attrait à au au patrimoine et à la voilà à la découverte de de petites histoires comme ça, d'anecdotes et de et de lieu de découverte de lieux »</p> | <p>les châteaux ou les chasse aux trésors »</p> <p>« ça permet de découvrir le patrimoine un peu différemment, pas sous forme de visite, telle quelle donc peut être que y a l'aspect historique est un peu réduit, quoi que dans les escapes games, dans les dans les les animations, il peut avoir toujours un lien avec l'histoire du château »</p> <p>« je pense qu'il y a des nouvelles formules qui se mettent en place ces dernières années et qui sont qui sont intéressantes pour tout le monde, et pourquoi pas, et surtout les jeunes adultes »</p> | <p>« l'histoire est fait passer différemment, mais je trouve que c'est d'un côté c'est bien parce que ça fait peut-être venir d'autres personnes »</p> <p>« les événements éphémères les animations, donc là ici estivale ou halloween, voilà, ça va être des gros, des gros moments qui vont faire venir du monde »</p> <p>« proposer un un éventail de d'animation »</p> | <p>« je pense que ça peut être voilà intéressant parce que ça montre que finalement le lieu est vivant »</p> <p>« Donc moi je pense pas mal au niveau de la communication »</p> <p>« je pensais vraiment à des des dispositifs technologiques, c'est-à-dire mettre une machine, enfin pas une machine mais genre un un écran tactile ou quoi, et donc j'étais sur un exemple que j'allais donner par rapport au plafond, que je trouve que ça peut être intéressant et ça peut aider à se projeter dans le château et ça, ça aide du coup à comprendre l'histoire et le lieu »</p> | <p>« avoir un panel d'activités [...] et d'animation »</p> <p>« personnellement j'aime un escape games »</p> |
| <p>Entretien 2 : Bénévole X</p> | <p>« étant dans le secteur l'histoire de l'art, j'aimerais dire que mes camarades de classe sont également investis dans des projets patrimoniaux »</p> | <p>« J'ai l'impression qu'il y a assez peu de renouvellement. Les activités sont généralement les mêmes d'un lieu à l'autre : escape game, enquête, son</p> | <p>« Pour avoir travaillé dans deux châteaux, je pense que ce sont les escape games. Je pense que pour les</p> | <p>« Oui sur certains points... la présence sur les réseaux sociaux d'institutions culturelles par exemple permet d'atteindre un public plus large »</p> | <p>« La présence sur les réseaux sociaux est indispensable pour attirer les jeunes »</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | <p>« Mais par contre, la plupart se limitent aux cours suivis à la faculté et ne participent pas à des interventions sur le terrain sauf dans le cadre d'obligation de stage »</p> <p>« Mais ça ne veut pas pour autant dire qu'ils sont désintéressés vis-à-vis du patrimoine parce que de nombreux jeunes visitent des lieux culturels régulièrement ce qui démontre une certaine curiosité face au patrimoine »</p> <p>« Parfois même, un certain rejet s'effectue par manque d'intérêt »</p> <p>« Après je dirai que la relation entre le patrimoine et la jeune génération ne peut pas être définie de façon absolue, comme pour tous les domaines, certains jeunes vont être plus sensibles au patrimoine par rapport à d'autres »</p> <p>« j'estime même qu'il peut peut-être être davantage développé en raison des réseaux sociaux qui contribuent à l'évolution de cette curiosité »</p> | <p>et lumière. Ces animations sont adaptées en fonction du lieu, mais il n'y a plus réellement d'innovation engagée »</p> <p>« Ils manquent une diversification dans l'offre des visites »</p> | <p>jeunes, les visites guidées sont peu attractives »</p> <p>« Ils souhaitent davantage apprendre en s'amusant. Les escape games historiques contribuent ainsi à apprendre tout en faisant une activité entre amis ou en famille. Cela donne également plus de libertés au visiteur qui n'est pas obligé de suivre un guide, mais, découvre par lui-même l'Histoire »</p> <p>« Les sites des différentes structures permettent également de mettre en avant les activités proposées par l'établissement. Cela peut développer l'intérêt des jeunes »</p> | <p>« Personnellement, je découvre les nouvelles expositions ou animations via Instagram »</p> <p>« En plus, des vidéos d'influenceurs sur les réseaux peuvent contribuer à montrer l'expérience vécue à large échelle et développer la curiosité de l'observateur qui souhaitera s'y rendre par la suite »</p> | <p>« Des visites nocturnes théâtralisées des lieux seraient appréciées par les plus jeunes et contribueraient à avoir le côté ludique et également pédagogique »</p> |
|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| <p>Entretien 3 : Bénévole A</p> | <p>« Je pense qu'elle est importante si on ne s'intéresse pas à ce qui nous entoure à ce qui a été mis en place dans le passé on ne pourra pas réellement évoluer »</p> <p>« Moi je suis très intéressé agriculture et je pense que c'est un patrimoine important de chaque territoire »</p> | <p>« Le château c'est vraiment développé à une vitesse hallucinante depuis 4 ou 5 ans »</p> <p>« Les activités se développe vraiment sur le côté social multigénérationnel »</p> <p>« c'est super intéressant en faisant des ateliers coutures, cuisines »</p> | <p>« Perso pour les gens de ma génération j'ai l'impression que de plus en plus de festivals ou concerts se font dans des lieux comme des châteaux et en vrai j'aime bien ça permet de mettre les pieds dans un endroit qu'on ne serait peut-être pas allé visiter de nous-même »</p> | <p>« C'est vrai qu'on est sur une génération assez influençable et je pense que les réseaux sociaux et toute la propagande numérique doit avoir une influence sur les jeunes »</p> | <p>« savoir développer le plan numérique est essentiel pour tout lieu patrimonial »</p> <p>« Comme j'ai dit avant les réseaux sociaux c'est vraiment la sources de toute envie pour les jeunes et ensuite le bouche à oreille fait le tout avec les story des visiteurs et tout ça »</p> <p>« Après mettre en places des activités comme des escapes games ou des jeux de rôles des soirées jeux géant ou bien juste des soirées tout cours ça peut pas mal attirer les jeunes »</p> |
| <p>Entretien 4 : Bénévole T</p> | <p>« J'en ai aucune idée. Ceux qui m'entoure sont impliqués et se sentent concerné par ces lieux remplis d'histoire. D'autre ne trouve aucun intérêt »</p> | <p>« Elles sont devenues plus variées, en adéquation avec les besoins des résidents et des touristes. Avec la mise en place du bar et de l'épicerie. Des différentes activités proposées pour les plus jeunes. La présence d'exposition pour les plus grand. Les évènements... Tout cela créé un dynamisme dont le coin avait besoin »</p> | <p>« Les jeux interactifs enfin de mon point de vue, plus il y a d'interaction, de découvertes plus ça plait »</p> | <p>« J'ai des élèves qui sont collés H24 sur leur téléphone. A scroller sur les réseaux sociaux. Bien sûr que ça influençait par ce qu'ils regardent et qu'ils apprécient »</p> | <p>« Leur proposer des vidéos courtes qui montre les patrimoines sous un autre aspect pourrait les attirer car ils sont curieux mais s'ennuie vite »</p> <p>« Il faudrait leur proposer de mini activités, où l'ont présenterai le fonctionnement de différents outils de l'ancien temps. Ou bien</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | <p>comment construire un édifice à échelle réduite pour les faire participer. Leur montrer des matériaux qui ne connaissent pas... »</p> <p>« Des jeux interactifs qui m'apprennent plus ou moins de choses mais divertissantes. De nouvelles expériences, de nouveaux paysages »</p> |
|--|--|--|--|--|---|

| Grille d'analyse | Thème 5 : Recommandations | | | |
|---------------------------------|---|--|---|--|
| | Sous-thème 1 : Visite culturelle | | Sous-thème 2 : Bénévolat | |
| | Indicateur 1 Suggestions | Indicateur 2 Expériences vécues | Indicateur 1 Bénévole dans d'autre domaine | Indicateur 2 Motiver un jeune |
| Entretien 1 : Bénévole O | <p>« je reviens à ma communication via des réseaux sociaux »</p> <p>« proposer une animation qui voilà ponctuelle »</p> <p>« qu'on propose des animations et qu'on fasse [...]quelque chose</p> | <p>« c'était pour découvrir la ville de Pau [...]en gros pour balader dans le centre historique sans rentrer dans les dans les monuments [...] on avait une sorte d'enquête sur sur une application, ça s'appelle Terra Aventura... et en fait, voilà, on avait un plan à suivre, on devait aller différents points ces points, il y avait</p> | <p>« une association de théâtre ou quelque chose comme ça »</p> | <p>« Ben je l'encouragerai à le faire, que s'il hésite [...]ne serait-ce qu'essayer voir si ça te plaît ou si ça te plaît pas »</p> <p>« je lui dirai qu'il qu'il faut faire avec ce qu'on a, on on apporte toujours quelque chose »</p> |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | <p>en fait et qu'on reparte presque avec »</p> <p>« Voilà acteur de la visite »</p> | <p>des questions, donc c'était souvent d'observation ou de tout ça permettait de résoudre une énigme »</p> | | <p>« il faut pas être avoir peur parce que des fois quand on veut s'intégrer dans dans une association »</p> <p>« j'ai pas de connaissances et j'ai pas de capacité extraordinaire, mais j'apporte mes bras et je fais ce que je peux faire »</p> <p>« , ça va se permettre de de te sentir un peu utile à ton niveau »</p> <p>« donc ça permet de prendre conscience aussi que il y a des gens qui travaillent dans les dans ces lieux comme ça »</p> <p>« c'est aussi gratifiant là, ce que c'est valorisant »</p> <p>« tu vas faire vivre ton lieu, le lieu que tu ou dans où tu t'investis parce que tu vas faire différentes choses, donc c'est quand même valorisant, c'est prenant, un autre conseil c'est qu'il faut avoir un peu le temps ou savoir parfois donner du temps »</p> |
| <p>Entretien 2 : Bénévole X</p> | <p>« Pour attirer un public de ma tranche d'âge, je pense qu'il est primordial de rendre attractifs les sites touristiques en créant des visites ludiques »</p> <p>« Ces jeux sont utiles, car font venir les visiteurs jeunes, avec</p> | <p>« Dans les châteaux où j'ai travaillé, ce sont les animations qui attirent davantage les jeunes : escape games, jeu nocturne ou enquête historique comme à Latour »</p> <p>« Récemment, j'ai visité l'Hôtel Gouin à Tours afin de découvrir l'exposition sur Courbet intime [...] et seulement</p> | <p>« Je ne pense pas. Le bénévolat dans le patrimoine est en lien avec mes études et surtout ma passion »</p> | <p>« Je lui conseillerai simplement de se lancer. Devenir bénévole offre une expérience inestimable. De nombreuses rencontres sont faites, un sens de la communauté se créer. Le jeune grâce à cette expérience connaîtra un développement personnel, par l'acquisition de</p> |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | <p>une approche différente de l'histoire, cependant, il ne faut pas omettre la visite des lieux »</p> <p>« Ce que je recommande, c'est avant tout de développer un discours à la fois ludique et pédagogique, ça ne sert à rien de s'embourber avec un discours scientifique complexe, il faut rendre l'Histoire accessible pour tous »</p> <p>« Simplifier le discours contribuerait dans un premier temps à rendre les lieux moins ennuyeux »</p> <p>« développer davantage d'interactions dans les pièces, que ce soit avec des panneaux, des reconstitutions ou des mini jeux adaptés aux adultes »</p> <p>« Cela permettrait ainsi de conserver le discours historique tout en le rendant plus accessible et ludique »</p> <p>« Le visuel est alors primordial, et dans un château comme Latour où il ne reste presque rien, dans le futur, il sera indispensable de</p> | <p>trois jeunes adultes [...] Même si l'envergure de l'exposition était minime, je m'attendais à voir davantage de jeunes. La scénographie était par ailleurs moderne avec des explications claires et concises, et la présence de reportage télévisée »</p> | | <p>nouvelles compétences. Tant que l'on a du temps, et l'envie, il n'y a aucune raison de ne pas se lancer ! »</p> <p>« Euh je mettrai en avant peut être le sentiment d'appartenance comme je l'ai dit avant un sens de la communauté se créer sur ces lieux historiques, et en plus de cela, on a l'impression de faire partie d'un acte plus grand »</p> <p>« En étant bénévole pour le patrimoine, on participe à sa préservation, sa conservation et sa diffusion, si un jeune veut œuvrer dans cette voie, il n'y a rien de mieux que le bénévolat »</p> |
|--|---|--|--|--|

| | | | | |
|---------------------------------|--|---|--|--|
| | développer cet aspect dans la visite pour attirer des jeunes visiteurs. Le château étant aujourd'hui presque vide, cela laisse une grande place à l'imagination pour revisiter la visite ! Avoir une approche plus moderne avec des écrans, des maquettes, des reconstitutions permettraient de sortir de l'image de bâtiments poussiéreux et vieux » | | | |
| Entretien 3 : Bénévole A | <p>« Si vous voulez vraiment que je me déplace il faut me vendre du fun et de la bonne humeur donc pour ça des activités attractives qui me fasse rêver et en vrai le prix est secondaire si vraiment j'ai l'impression que ça vaut le coût je compte après avoir dépensé »</p> <p>« en vrai je ne sais pas trop peut être mettre en place plus de petit jeux comme pour les enfants dans les musées moi aussi je suis une enfant ahahah »</p> | « Peut être le musée d'histoire naturelle de Londres [...] On est accueilli par un immense dinosaure dans un lieu somptueux avec une architecture exceptionnelle. Et vraiment tout le musée est un mélange entre une architecture super belle et tout c'est animaux magnifique on se croirait dans la nuit au musée » | « Oui j'aimerais bien devenir bénévole dans une association qui s'occupe d'animaux parce que j'adore les animaux [...] donc m'occuper d'animaux qui ont besoin d'aide ça sera bien peut être qu'un jour je passerai le cap » | <p>« Choisir une asso qui vous plait sur un thème qui vous intéresse parce que vous ne ferez pas toujours des choses très valorisantes ou quoi mais si vous le faites pour faire avancer un projet qui vous tient à cœur ça passera tout seul »</p> <p>« Et après pas se mettre de pression pour être bénévole pas besoin d'être impliqué à 100% chacun fait à sa hauteur avec ses compétences et c'est largement suffisant »</p> <p>« Le côté social ça permet de faire de nouvelles connaissances qui deviendront peut être des amis et en vrai on découvre pleins de nouvelles choses on peut être amené à faire des choses qu'on se pense pas capable mais avec les autres on y arrive »</p> |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| <p>Entretien 4 : Bénévole T</p> | <p>« Proposer des activités croisées, transdisciplinaires enfin des activités qui ne sont pas en rapport avec le château, mais le château devient une étape »</p> <p>« Comme par exemple un circuit de vélo ou sinon mettre en place des expériences de sciences au sein du château comme faire de la chaux, étudier les microorganismes dans l'eau de pluie, de sources et de rivières »</p> <p>« Créer un herbier avec les plantes des alentours, savoir lesquels sont comestibles »</p> | <p>« J'ai visité plusieurs musées, et fait plusieurs randonnées qui amènent à des ruines ou des restes de bâti. J'en ai gardé de bons souvenirs. Notamment la beauté des lieux et du paysage »</p> <p>« La façon dont c'est construit ou aménagé. J'ai été agréablement surpris par l'utilisation actuelle dont certains lieux sont occupés ou mis en valeur »</p> <p>« en Ardèche, il y a des ruines d'une abbaye qui a été peinte avec des cercles d'or que l'on peut voir que d'un seul endroit quand on est au-dessus de l'abbaye sur un chemin. C'est une expression artistique qui met en valeur le lieu alors que celui-ci est en ruine et donc inutilisable pour autre chose qu'une promenade »</p> | <p>« J'aimerais être bénévole au restaurant du cœur et dans le nettoyage de plage ou de mer ou d'océan »</p> | <p>« Que c'est une bonne expérience, qui permet de prendre confiance en soi, de créer du lien et de grandir en s'amusant »</p> <p>« Ce sont des lieux avec des potentiels inexploités. Les jeunes ont plein d'idées qui sont bonnes à exploiter. En tant que bénévole, on découvre beaucoup de nouvelles choses et de fonctionnements qui sont très différents de la vie scolaire, professionnelle et personnelle »</p> <p>« C'est une chance de pouvoir être bénévole dans une structure comme celle-ci. Il faudrait permettre aux jeunes d'essayer d'être bénévoles surtout quand ils se sentent exclus et seuls. Un sentiment que de nombreux jeunes vivent au quotidien. Le bénévolat permet d'être valorisé en faisant des choses simples. Où il y a moins de risques d'être en échec que les expériences professionnelles et scolaires »</p> |
|--|--|---|--|--|

Table des annexes

| | |
|--|-----|
| Annexe A : Les critères de sélection | 181 |
| Annexe B : Carte mentale | 182 |
| Annexe C : Guide d'entretien bénévoles | 183 |
| Annexe D : Questionnaire | 185 |
| Annexe E : Entretien physique avec Monsieur O, bénévole au Château de Latour | 192 |
| Annexe F : Entretien téléphonique avec Madame X, stagiaire au Château de Latour | 208 |
| Annexe G : Entretien physique avec Madame A, bénévole au Château de Latour | 214 |
| Annexe H : Entretien physique avec Monsieur T, bénévole au Château de Latour | 219 |
| Annexe I : Analyse transversale des entretiens avec les jeunes bénévoles..... | 223 |

Table des figures

| | |
|--|-----|
| Figure 1 : Schéma méthodologie | 8 |
| Figure 2 : Cinq catégories de patrimoine bâti | 15 |
| Figure 3 : Trois piliers du développement durable..... | 22 |
| Figure 4 : Schéma des actions aux confluent des objectifs de la démocratie et de la démocratisation culturelles..... | 26 |
| Figure 5 : Schéma de l'action culturelle en évolution | 27 |
| Figure 6 : Les quatre attributs d'une destination touristique | 33 |
| Figure 7 : Produit touristique générique de Smith | 34 |
| Figure 8 : Huit filières du secteur culturel | 41 |
| Figure 9 : Les touristes culturels | 43 |
| Figure 10 : Logo UNESCO..... | 46 |
| Figure 11 : Logo Monument Historique | 48 |
| Figure 12 : Outils de protection | 52 |
| Figure 13 : Les principaux freins à la pratique d'activités culturelles et artistiques selon les 18-30 ans..... | 68 |
| Figure 14 : Atelier d'aquarelles dans les jardins de la reine..... | 73 |
| Figure 15 : Les Étoiles de Fontevraud | 74 |
| Figure 16 : Apéro chez Gaston | 75 |
| Figure 17 : La rivière des enfers, aventure souterraine | 76 |
| Figure 18 : Programmation estivale Louvre-Lens..... | 77 |
| Figure 19 : Château de la Ferté Saint-Aubin | 78 |
| Figure 20 : La décentralisation..... | 83 |
| Figure 21 : Carte de l'Occitanie..... | 85 |
| Figure 22 : Carte touristique de l'Aveyron | 87 |
| Figure 23 : Carte communauté de communes Larzac et Vallées | 89 |
| Figure 24 : Le rôle du conseil municipal..... | 91 |
| Figure 25 : Commune de Marnhagues-et-Latour © OTLV..... | 92 |
| Figure 26 : Logo Parc naturel région des Grands Causses | 94 |
| Figure 27 : Carte Grands Sites Occitanie..... | 96 |
| Figure 28 : Logo Grands Site Occitanie | 97 |
| Figure 29 : Carte des zones de revitalisation rurale | 98 |
| Figure 30 : La géographie..... | 100 |
| Figure 31 : Les unités paysagères | 103 |
| Figure 32 : Lavogne..... | 105 |

| | |
|---|-----|
| Figure 33 : Cardabelle | 106 |
| Figure 34 : Association des Amis du Château de Latour..... | 109 |
| Figure 35 : Château de Latour sur Sorgue © OTLV | 111 |
| Figure 36 : Démarche Tiers-Lieu..... | 115 |
| Figure 37 : Les partenaires | 117 |
| Figure 38 : Château de Latour sur Sorgue vue du sud © OTLV | 123 |
| Figure 39 : Nuits de Mystères 2023 © OTLV..... | 125 |
| Figure 40 : Animation scolaire..... | 126 |
| Figure 41 : Diffusion du questionnaire sur Instagram | 132 |
| Figure 42 : Équipe des bénévoles pour l'événement Nuits de Mystères 2024..... | 140 |
| Figure 43 : Nuits de Mystères 2024 | 150 |
| Figure 44 : Réponses à la question « Quel est votre âge ? » | 156 |
| Figure 45 : Réponses à la question « Quel est votre genre ? »..... | 157 |
| Figure 46 : Réponses à la question « Où habitez-vous ? » | 157 |
| Figure 47 : Réponses à la question « Quels types de lieux patrimoniaux ou culturels fréquentez-vous ? » | 158 |
| Figure 48 : Réponses à la question « A quelle fréquence ? » | 159 |
| Figure 49 : Réponses à la question « Pour quelles raisons ? Qu'est-ce qui vous motive ? » | 159 |
| Figure 50 : Réponses à la question « Quel type de mobilité privilégiez-vous pour vous y rendre ? » | 160 |
| Figure 51 : Réponses à la question « Quels sont les lieux patrimoniaux et culturels qui vous intéressent et que vous souhaitez visiter ? »..... | 161 |
| Figure 52 : Réponses à la question « Quels freins identifiez-vous qui vous empêche de visiter ces lieux ? » | 162 |
| Figure 53 : Réponses à la question « Parmi les lieux que vous avez visités, qu'est-ce qui vous a plu ? » | 162 |
| Figure 54 : Réponses à la question « Étiez-vous seul(e) ou accompagné(e) ? » | 166 |
| Figure 55 : Réponses à la question « Comment avez-vous entendu parler du lieu ? » .. | 167 |
| Figure 56 : Réponses à la question « De manière générale, quelles offres et activités culturelles pourraient vous inciter à vous déplacer ? » | 168 |
| Figure 57 : Réponses à la question « Si ces offres sont proposées, par quels moyens souhaitez-vous être informé ? » | 169 |

Table des tableaux

| | |
|---|-----|
| Tableau 1 : Réponses à la question « Qu'avez-vous retenu ? » | 163 |
| Tableau 2 : Réponses à la question « Pourriez-vous citer une visite, un lieu, une activité culturelle ou patrimoniale qui vous a marqué de manière positive ? Et pourquoi ? » | 164 |

Table des matières

| | |
|---|----|
| Remerciements | 5 |
| Sommaire | 6 |
| Introduction générale | 7 |
| PARTIE 1 | 9 |
| La stratégie de médiation culturelle d'un site touristique patrimonial auprès des jeunes publics..... | 9 |
| Introduction de la partie 1 | 10 |
| Chapitre 1 : Patrimoine et transmission, source de la médiation | 11 |
| 1. De l'héritage à la patrimonialisation | 11 |
| 1.1. Comprendre le patrimoine | 11 |
| 1.2. Reconnaître le patrimoine..... | 13 |
| 1.3. Étapes de la patrimonialisation | 15 |
| 2. Châteaux, conserver et transmettre | 17 |
| 2.1. Château, un héritage du passé vivant au présent | 18 |
| 2.2. De génération en génération | 19 |
| 2.3. Vers une durabilité intergénérationnelle | 21 |
| 3. Création de liens à travers la médiation | 24 |
| 3.1. Une médiation évolutive | 24 |
| 3.2. Médiation culturelle : outil de cohésion sociale | 26 |
| 3.3. Lien social au sein d'une participation culturelle | 28 |
| Chapitre 2 : L'attractivité touristique issue des ressources culturelles et patrimoniales..... | 31 |
| 1. Les fondements de l'attractivité et développement territorial..... | 31 |
| 1.1. Les clés de l'attractivité touristique | 31 |
| 1.2. Produit touristique, facteur de l'attractivité territoriale | 33 |
| 1.3. Patrimoine et culture, ressources de développement territorial | 36 |

| | |
|--|-----------|
| 2. Tourisme, facteur de développement et de valorisation de patrimoine culturel en milieu rural..... | 38 |
| 2.1. Mise en tourisme, origine et développement | 38 |
| 2.2. L'essor du tourisme culturel..... | 40 |
| 2.3. Patrimoine culturel : valorisation et développement en milieu rural | 43 |
| 3. Appellations et protection du patrimoine | 46 |
| 3.2. Monuments Historiques | 47 |
| 3.3. Zonages et outils de protections..... | 49 |
| Chapitre 3 : Les jeunes adultes, cible du patrimoine culturel | 54 |
| 1. Cohabitation entre les générations..... | 54 |
| 1.1. Comprendre les diversités générationnelles | 54 |
| 1.3. Atteindre les jeunes adultes aujourd'hui | 59 |
| 2. L'intérêt culturel chez les jeunes adultes..... | 62 |
| 2.1. Comprendre les pratiques culturelles des jeunes adultes..... | 62 |
| 2.2. Le numérique dans la diffusion culturelle..... | 64 |
| 2.3. Nouveau rapport entre les jeunes adultes et les lieux patrimoniaux | 67 |
| 3. Tendances culturelles et touristiques chez les jeunes 18-25 ans..... | 69 |
| 3.1. Les jeunes adultes dans la mondialisation des pratiques culturelles ... | 69 |
| 3.2. Renouvellement des offres culturelles | 71 |
| 3.3. Émergent de nouvelles tendances..... | 72 |
| Conclusion de la partie 1 | 79 |
| PARTIE 2 | 80 |
| Découverte le Sud Aveyron..... | 80 |
| Introduction de la partie 2..... | 81 |
| Chapitre 1 : Présentation le terrain d'étude..... | 82 |
| 1. Découpage administratif..... | 82 |
| 1.1. Le rôle de l'État..... | 82 |

| | |
|---|-----|
| 1.2. Occitanie, entre Méditerranée et Pyrénées | 84 |
| 1.3. Aveyron, entre Causses et Vallées..... | 86 |
| 1.4. Communauté de communes Larzac Vallées | 88 |
| 1.5. Commune de Marnhagues-et-Latour..... | 90 |
| 2. Classements espaces ruraux | 93 |
| 2.1. Parc Naturel Régional des Grands Causses | 93 |
| 2.2. Grands Sites Occitanie | 95 |
| 2.3. Zones de Revitalisation Rurale | 97 |
| 3. Zone géographique remarquable | 99 |
| 3.1. Historique des Grands Causses | 99 |
| 3.2. Les Causses et les Cévennes, paysage culturel de l'agro-pastoralisme méditerranéen | 102 |
| 3.3. Patrimoines naturels d'exception : environnement, faune, flore..... | 104 |
| Chapitre 2 : Présentation de la structure de stage | 107 |
| 1. Association des Amis du Château de Latour..... | 107 |
| 1.1. Qu'est-ce qu'une association ?..... | 107 |
| 1.3. Son fonctionnement et ses objectifs | 110 |
| 2. Château de Latour sur Sorgue, un patrimoine culturel et local..... | 111 |
| 2.1. Histoire du château..... | 111 |
| 2.2. La naissance d'un Tiers Lieu | 113 |
| 2.3. Tiers-Lieu : Castèl Lab..... | 115 |
| 2.4. Autres partenariats sur le Tiers-Lieux..... | 117 |
| 3. Les principales actions de l'association..... | 118 |
| 3.1. Service à la personne | 118 |
| 3.2. Alimentation et convivialité | 118 |
| 3.3. Laboratoire des savoir-faire | 119 |
| 3.4. Accueil et hébergement | 119 |

| | |
|---|-----|
| 3.5. Nouveaux récits | 120 |
| 3.6. Patrimoine et culture | 121 |
| Chapitre 3 : Missions de stage et méthodologie de vérification des hypothèses | 124 |
| 1. Missions de stage..... | 124 |
| 1.1. Volet tourisme..... | 124 |
| 1.2. Volet patrimoine..... | 125 |
| 1.3. Volet communication | 126 |
| 1.4. Volet organisation et management | 127 |
| 1.5. Missions secondaires | 127 |
| 2. Méthodologie pour l'étude qualitative | 128 |
| 2.1. Étude qualitative avec les jeunes bénévoles âgés entre 18-25 ans .. | 128 |
| 2.2. Choix des questions qualitatives | 129 |
| 3. Méthodologie pour l'étude quantitative..... | 131 |
| 3.1. Étude quantitative destinée aux jeunes adultes âgés entre 18-25 ans | 131 |
| 3.2. Choix des questions quantitatives | 132 |
| Conclusion de la partie 2 | 136 |
| PARTIE 3 | 137 |
| La mise en place d'une médiation du patrimoine culturel à destination des jeunes adultes..... | 137 |
| Introduction de la partie 3 | 138 |
| Chapitre 1 : Les lieux du patrimoine, un nouvel espace pour les jeunes..... | 139 |
| 1. Exploration de l'hypothèse : Les lieux du patrimoine comme nouveaux espaces jeunes..... | 139 |
| 1.1. Un jeune adulte qui s'engage | 139 |
| 1.2. Le Château comme troisième lieu | 141 |
| 2. Commentaire et analyse du tableau de l'analyse transversale | 143 |

| | |
|--|------------|
| 3. Bilan de la première hypothèse : Les lieux du patrimoine, un nouvel espace pour les jeunes | 146 |
| 4. Proposition de fiche action pour l'hypothèse 1 | 147 |
| Chapitre 2 : L'escape games, un événement phare permettant d'attirer les jeunes adultes au Château de Latour | 148 |
| 1. Exploration de l'hypothèse : L'impact de l'escape games sur l'attractivité des jeunes adultes | 148 |
| 1.1. Escape games, une forme de médiation | 148 |
| 1.2. Les Nuits de mystères au Château de Latour..... | 149 |
| 2. Croisement des données recueillies..... | 151 |
| 3. Bilan de la deuxième hypothèse : L'escape games, un événement phare permettant d'attirer les jeunes adultes au Château de Latour..... | 153 |
| 4. Préconisations pour l'hypothèse 2 | 153 |
| Chapitre 3 : La communication renforce la médiation mise en place au Château de Latour..... | 155 |
| 1. Exploration de l'hypothèse : Stimuler l'imaginaire des jeunes adultes à travers la communication | 155 |
| 1.1. Une médiation adaptée..... | 155 |
| 1.2. Une communication adaptée | 155 |
| 2. Analyse du résultats du questionnaire..... | 156 |
| 3. Bilan de la troisième hypothèse : La communication renforce la médiation mise en place au Château de Latour | 169 |
| 4. Proposition de fiche action pour l'hypothèse 3 | 171 |
| Conclusion de la partie 3 | 172 |
| Conclusion générale | 173 |
| Bibliographie | 175 |
| Table des annexes | 240 |
| Table des figures..... | 241 |
| Table des tableaux | 243 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| Table des matières | 244 |
|---------------------------------|-----|

Résumé

Le patrimoine est un héritage culturel et historique laissé par plusieurs générations. Il représente aujourd'hui l'identité culturelle d'un territoire et participe au développement territorial. La mise en tourisme d'un patrimoine contribue à sa pérennisation et à sa transmission successive. Ainsi, les lieux patrimoniaux et culturels ne cessent de renouveler leurs offres en suivant les nouvelles tendances. Situé dans le sud de l'Aveyron, le Château de Latour sur Sorgue se penche sur la stratégie de médiation afin de valoriser son attractivité auprès des jeunes adultes.

Mots-clés : Patrimoine bâti, Châteaux, Jeunes, Tourisme culturel, Développement touristique, Valorisation du patrimoine

Abstract

Heritage is a cultural and historical legacy handed down from generation to generation. Today, it represents the cultural identity of a territory and contributes to territorial development. The promotion of heritage tourism contributes to its perpetuation and successive transmission. As a result, heritage and cultural sites are constantly renewing their offerings in line with new trends. The Château de Latour in southern Aveyron, France, is refining its mediation strategy to enhance its appeal to young adults.

Key words : Built heritage, Castles, Young adults, Mediation, Territorial development, Heritage enhancement.