

PATRIMONIALISATION DU CHÂTEAU

II.A – Diagnostic de la médiation actuelle de Vaurenard

Pour financer des travaux d'assainissement souhaités par les propriétaires, il leur faut trouver rapidement une source de revenus, et une démarche de patrimonialisation peut être une solution. Avant d'analyser les formes de médiations envisageables à Vaurenard, il convient de replacer le château dans son environnement.

II.A.1 – Le domaine de Vaurenard dans son environnement culturel

II.A.1.a – Un environnement culturel en pleine évolution dans le Beaujolais

Le territoire beaujolais comporte des caractéristiques qui lui sont propres, liées en particulier à son activité viticole. Les institutions culturelles locales se sont adaptées à cet environnement spécifique, et les politiques locales en matière de tourisme culturel sont en pleine mutation.

Les spécificités du tourisme en Beaujolais

Vaurenard, un site en territoire Beaujolais

Vaurenard est situé au pied des monts du Beaujolais. Ce territoire doit sa notoriété en premier lieu à ses vignobles, et au fameux vin nouveau distribué chaque année dans le monde entier²⁶⁶. La vigne couvre environ seize mille hectares de ce territoire situé entre Lyon et la

²⁶⁶ Douze millions de bouteilles sont exportées chaque année. Le Japon est le premier importateur de Beaujolais nouveau, avec près de 40 000 hectolitres en 2019 sur les 65 000 exportés, selon Mathieu Boudet, « Rhône : les chiffres fous du Beaujolais nouveau », <https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone->

Bourgogne. Une route des vins parcourt le Beaujolais, permettant de découvrir les vins beaujolais au sud, les beaujolais-villages, puis les douze crus en remontant vers le nord. Vaurenard est situé sur la commune de Gleizé, à quelques centaines de mètres du centre du bourg. Située en milieu rural, la commune de Gleizé, localisée à 35 km au nord de Lyon, n'est toutefois pas isolée. Elle est incluse dans une communauté d'agglomération, l'Agglo Villefranche Beaujolais Saône, et plus largement dans un territoire géographique, le Beaujolais, dont les institutions culturelles sont en plein développement. L'accessibilité au château est facilitée par sa proximité immédiate de Villefranche-sur-Saône, au cœur de cette communauté d'agglomération, avec sa gare ferroviaire et ses deux accès à l'autoroute A6. Vaurenard est ainsi très facilement accessible, mais légèrement à l'écart des grands flux touristiques lyonnais. Le domaine peut donc profiter de ces flux, à condition de proposer une offre suffisamment forte ou innovante, et d'en assurer une bonne promotion.

Pour cela, Vaurenard peut s'appuyer sur un environnement culturel local qui possède des bases historiques solides, et doté d'institutions en pleine évolution.

Les institutions culturelles en Beaujolais

L'Académie de Villefranche et du Beaujolais a été fondée en 1677. Il s'agit sans doute de la plus vieille institution culturelle du territoire. Elle fut élevée au rang d'Académie royale en 1695 par lettre patente de Louis XIV²⁶⁷. Cette société des sciences, arts et lettres est membre de la Conférence Nationale des Académies²⁶⁸. Elle programme des conférences tout au long de l'année et édite un bulletin annuel. Elle compte une quarantaine de membres *titulaires*, auxquels il convient d'ajouter environ vingt-cinq membres *émérites*, *honoraires* ou *d'honneur*, ainsi que près de cent cinquante membres *associés*, constitués de particuliers ou d'associations. Il est à noter que Louis de Longevialle en a été le président de 1927 à sa mort en 1936. Son petit-fils homonyme fut quant à lui président de la vénérable société de 1995 à 2011.

[alpes/rhone/lyon/rhone-chiffres-fous-du-beaujolais-nouveau-1752195.html](https://www.francetvinfo.fr/alpes/rhone/lyon/rhone-chiffres-fous-du-beaujolais-nouveau-1752195.html), 20/11/19, *Franceinfo*, <https://www.francetvinfo.fr/>, dernière consultation le 08/05/20.

²⁶⁷ « Présentation-Historique », <http://www.academie-villefranche.fr/mapage9/index.html>, *Académie de Villefranche et du Beaujolais*, <http://www.academie-villefranche.fr/topic1/index.html>, dernière consultation le 08/05/20.

²⁶⁸ La Conférence Nationale des Académies regroupe trente-deux académies de province, sous l'égide de l'Institut de France.

Depuis plusieurs années, il existe une volonté forte de la part de la ville, et du Beaujolais de façon générale, de renforcer les services culturels actuels, avec notamment l'objectif d'obtenir le label *Pays d'art et d'histoire*. Un *projet culturel de territoire* a été rédigé en 2016, conjointement par la ville de Villefranche et par l'Agglo Villefranche Beaujolais Saône, nommé *La culture affranchie*. Le projet s'appuie sur « quatre ambitions partagées »²⁶⁹ : le numérique, une éducation culturelle, un aménagement du territoire, et un partenariat avec le privé. Il est ainsi précisé une volonté de « culture commune entre privé et public pour diversifier les ressources et pour enrichir les points de vue ». Ce projet a été adopté pour la période de 2016 à 2020. Pour une plus grande diffusion de ce projet, le document est téléchargeable sur le site de la ville de Villefranche-sur-Saône²⁷⁰.

Il existe depuis 2017 à Villefranche un Service de l'animation, de l'architecture et du patrimoine, afin d'organiser un service dédié dans un premier temps à l'élaboration du dossier de candidature pour l'obtention du label *Pays d'art et d'histoire*. Ce service est situé dans la Maison du patrimoine. Il est constitué de quatre personnes, dont une responsable du service, Chrystèle Orcel. Ce service a permis de faire évoluer une structure existante, la Maison du patrimoine, émanant déjà de la municipalité de Villefranche et embauchant deux personnes auparavant. La Maison du patrimoine abrite un fond d'archives privées, et principalement iconographiques important²⁷¹. Des expositions temporaires liées à la vie caladoise²⁷² y sont montées et présentées régulièrement²⁷³. Ce même édifice accueille également le Musée des conscrits. Le service de l'animation et du patrimoine travaille en collaboration avec les archives municipales. Ces archives regroupent principalement les archives publiques produites par les services municipaux. Les locaux ont été réaménagés en 2018, offrant à présent un espace d'exposition et une salle de lecture. L'accès aux archives municipales est possible sur réservation.

L'Office du Tourisme de Villefranche, en écho à cette volonté de développement culturel de la municipalité, a été modifié ces dernières années. Des professionnels sont venus remplacer les bénévoles afin d'uniformiser le discours tenu aux touristes venus visiter la région,

²⁶⁹ Direction des affaires culturelles de la ville de Villefranche sur Saône, *La ville affranchie – Projet culturel de territoire – 2016-2020*, Résonance publique, Villefranche, 2017, p. 3.

²⁷⁰ « Projet culturel de territoire », <http://www.villefranche.net/index.php/culture-sports-et-loisirs/culture.html>, *Ville de Villefranche sur Saône*, <http://www.villefranche.net/index.php>, dernière consultation le 30/05/20.

²⁷¹ Fonds constitué d'environ 250 000 photographies anciennes.

²⁷² Les Caladois, habitants de Villefranche sur Saône, tirent leur gentilé des *calades*, zones pavées de galets sur une rue en pente, ce qui est le cas du parvis de l'église paroissiale Notre-Dame des Marais, devenue Notre-Dame des Calades ultérieurement.

²⁷³ Exposition *Quand la Calade s'en va-t'en guerre* en 2018, par exemple.

pour correspondre au cahier des charges du label *Pays d'art et d'histoire*. En 2019, l'OT a été subdivisé en plusieurs antennes²⁷⁴ regroupant treize salariées et trois directeurs d'agence. L'antenne historique de Villefranche-sur-Saône est la plus importante en termes de fréquentation. Elle est ouverte sur des plages horaires plus vastes que les autres antennes, telle que celle de Vaux en Beaujolais – Clochemerle, qui constitue l'annexe principale de l'OT du Beaujolais. D'ici fin 2020, un *Observatoire du tourisme en Beaujolais* se met en place. *Destination Beaujolais* est l'association qui gère la communication de l'OT ainsi que son agenda, sa boutique et sa billetterie²⁷⁵.

TrèsBeaujolais est une marque territoriale créée en 2015, qui propose à toutes les entreprises, associations sportives et culturelles, institutions, collectivités et particuliers de devenir supporter. L'entreprise commerciale propose l'utilisation de sa marque en échange d'un engagement à la promotion du territoire. Des services sont proposés : un apéritif mensuel *trèsBeaujolais*, le prêt de matériel événementiel, une plateforme d'échanges collaborative, etc. Le logo s'affiche sur nombre de documents, mais également à l'entrée de certains villages ou villes.



Des labels soutiennent les actions touristiques

Fruits du travail des différentes instances culturelles du territoire, deux labels ont récemment été attribués au territoire beaujolais.

Le Beaujolais a été labellisé *Géoparc mondial*²⁷⁶ par l'UNESCO en avril 2018. Il s'agit du huitième géoparc de France. Ce label a pour objectif de valoriser un territoire présentant « un héritage géologique important par sa qualité scientifique, esthétique, son exceptionnalité et sa valeur pédagogique ». La démarche « prend aussi en compte les pratiques sociales passées et actuelles, les savoir-faire traditionnels qui façonnent notre territoire, ainsi que le milieu culturel, social et économique. À ceux-ci s'ajoute tout un panel d'éléments de patrimoine ou de sites d'intérêt



²⁷⁴ Les différentes antennes de l'OT sont situées sur les communes de Beaujeu, Fleurie, Oingt, Vaux en Beaujolais-Clochemerle et Villefranche sur Saône.

²⁷⁵ *Destination Beaujolais*, <https://www.destination-beaujolais.com/>, dernière consultation le 08/05/20.

²⁷⁶ www.geopark-beaujolais.com, site de l'UNESCO Global Geopark du Beaujolais

archéologique, écologique, historique et culturel, qui, intégrés au projet, font du Geopark un véritable projet de territoire ». Le label est valable pour une durée de quatre ans.

Le 14 octobre 2019, une convention entre l'État, la ville de Villefranche-sur-Saône, la communauté de communes Beaujolais Pierres dorées et l'agglomération Villefranche Beaujolais Saône a été signée, labellisant le territoire *Pays d'arts et d'histoire*. Cinquante communes sont concernées²⁷⁷. Ce label, attribué par le ministre de la culture après avis du



Conseil national des villes et pays d'art et d'histoire, engage les communes ou communautés de communes « dans une démarche active de connaissance, de conservation, de médiation et de soutien à la qualité architecturale et du cadre de vie »²⁷⁸. Trois objectifs sont fixés par cette convention : « sensibiliser les habitants à leur cadre de vie et inciter à un tourisme de qualité, initier le jeune public à l'architecture, au patrimoine et à l'urbanisme, et présenter la ville ou le pays dans un Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine (CIAP) ». Le CIAP de Villefranche est hébergé à la maison du patrimoine citée précédemment. Le territoire Beaujolais attend un regain de l'afflux touristique avec l'obtention de ce label.

Ces deux labels encouragent le développement d'une activité touristique sur tout le territoire concerné. Les sites touristiques sont de plusieurs types. Les musées locaux sont au nombre de quatre : au centre de Villefranche, le musée des conscrits cité précédemment, qui expose l'histoire des conscrits et surtout la fête incontournable qu'elle est devenue dans toute la région, ainsi que le musée Paul Dini, qui réunit une collection de peintures modernes et contemporaines. Le musée Le Prieuré à Salles-Arbuissonnas-en-Beaujolais est un musée consacré à l'histoire du village, et à Saint-Julien se trouve le musée Claude Bernard, installé dans la maison natale du scientifique et qui retrace son histoire. L'offre culturelle est complétée par trois théâtres, dont un à Gleizé, et de nombreux édifices religieux et châteaux.

Les chiffres du tourisme local

La région Auvergne-Rhône-Alpes présente un grand dynamisme culturel, avec 11 % de part de marché du tourisme en France²⁷⁹. Elle représente la troisième région pour la clientèle

²⁷⁷ 19 communes de l'Agglo Villefranche Beaujolais Saône, et 31 communes de l'agglomération de communes Beaujolais Pierres Dorées.

²⁷⁸ « Un label, un réseau », <http://www.vpah.culture.fr/label/label.htm>, *Villes et pays d'art et d'histoire*, <http://www.vpah.culture.fr/index.htm>, dernière consultation le 20/04/20.

²⁷⁹ Lionel Flasseur (dir.), *Les chiffres clé 2018*, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, 2018.

française comme pour la clientèle étrangère, derrière l’Occitanie et la Nouvelle-Aquitaine. En termes de retombées économiques²⁸⁰, la région totalise 19,7 milliards d’euros de consommation touristique, soit 8% du PIB. 159 400 emplois salariés sont liés au tourisme. En 2018, les premiers clients d’Auvergne-Rhône-Alpes sont les habitants de la région (27 % des nuitées annuelles) suivis par les Franciliens (23 %). À elles deux, ces clientèles représentent 50 % de la fréquentation française de Rhône-Alpes. Près de la moitié des séjours touristiques en Auvergne-Rhône-Alpes donne lieu à une activité culturelle (visite de musée, d’exposition, de château, etc.)

Au niveau départemental, la fréquentation des lieux d’hébergement est stable, et se compose d’environ un million de nuitées²⁸¹ par an, avec une durée de séjour de 1,6 jour en moyenne. L’offre hôtelière représente une large majorité de 81 % des différents lieux d’hébergement marchands.

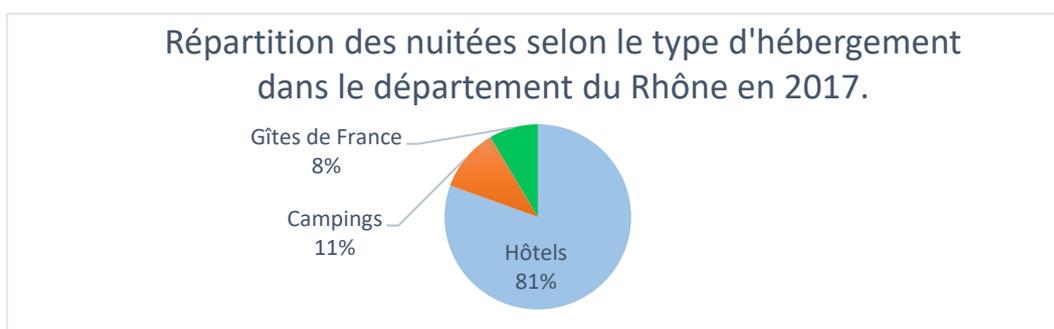


Figure 49 : Répartition des nuitées. Graphique : auteur, d'après Les chiffres-clés du tourisme 2017.

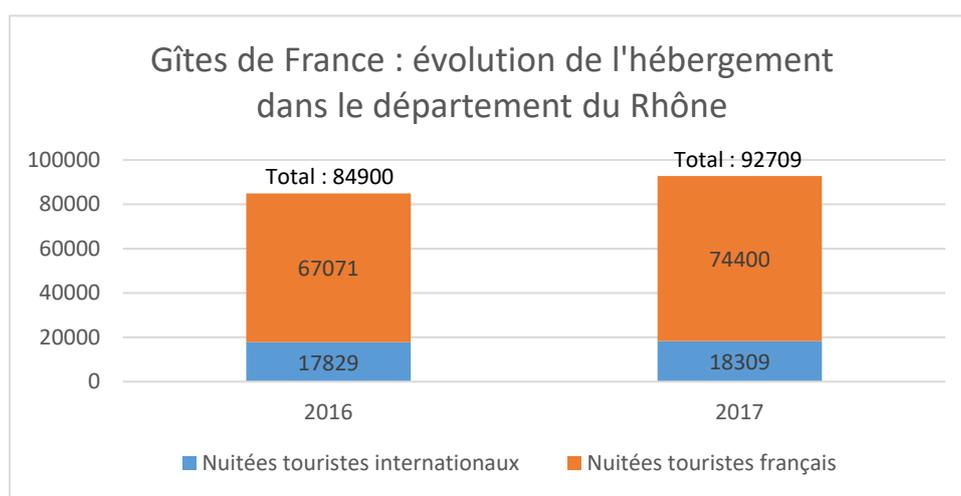


Figure 50 : Gîtes de France. Graphique : auteur, d'après Les chiffres-clés du tourisme 2017.

²⁸⁰ Lionel Flasseur (dir.), *Les chiffres clé 2018*, op. cit., p. 10.

²⁸¹ Agence de développement touristique du Rhône, *Rhône tourisme, Chiffres-clés du tourisme 2017*, ADT Rhône, 2018, p. 5.

L'hébergement en gîtes, bien que minoritaire, est en augmentation. Elle concerne de nombreux châteaux de la région beaujolaise, qui complètent ainsi leur activité viticole²⁸².

La dépense touristique moyenne en 2017 est de 36 € par personne et par jour dans le Rhône²⁸³. Comme le précise l'Observatoire Rhône Tourisme²⁸⁴, la fréquentation des différents sites culturels est nettement supérieure sur le territoire Beaujolais que dans le reste du département.

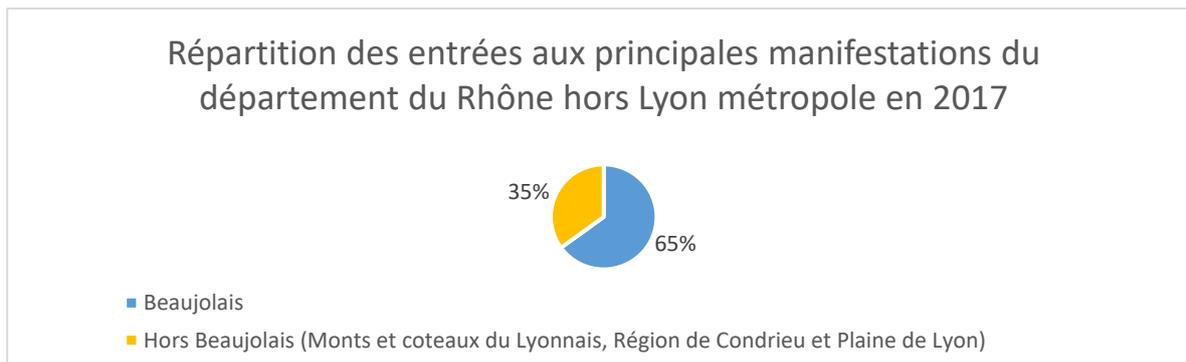


Figure 51 : Répartition des manifestations du Rhône. Graphique : auteur, à partir de Festivals, manifestations, événements – fréquentations 2017.

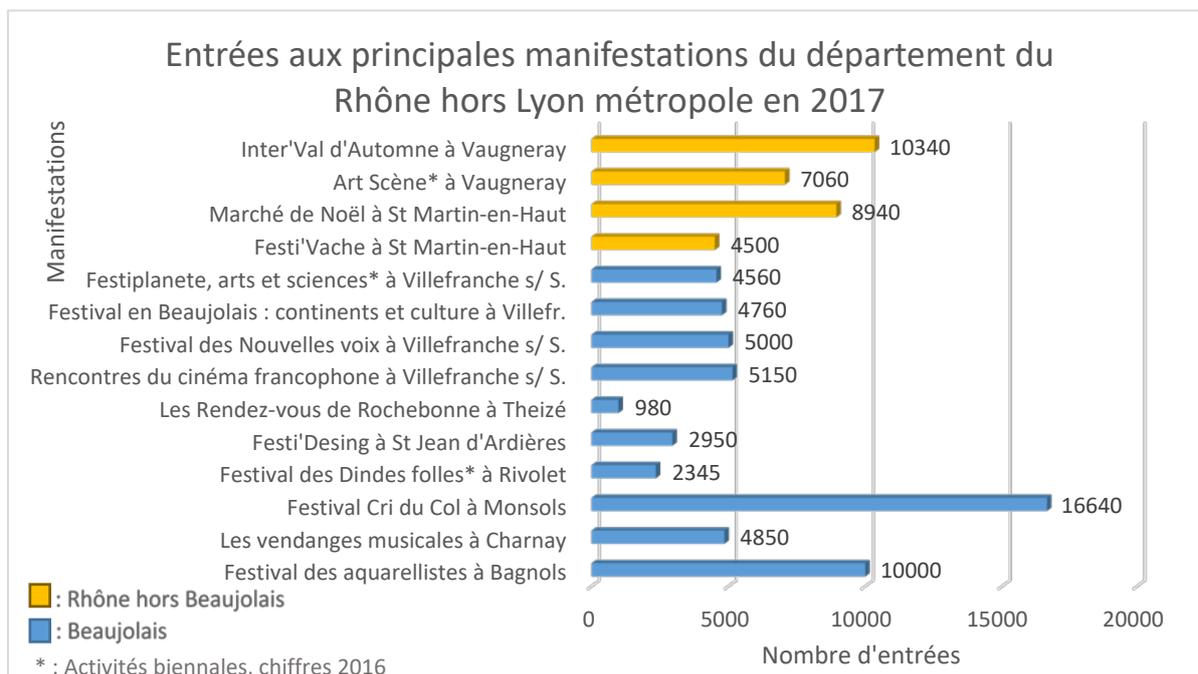


Figure 52 : Détail des manifestations du département. Graphique : auteur, à partir de Festivals, manifestations, événements – fréquentations 2017.

²⁸² De nombreux domaines viticoles transforment peu à peu les logements prévus pour les vendangeurs en gîtes meublés, et peuvent ainsi rentabiliser tout au long de l'année un logement qui n'était jusqu'alors utilisé qu'une quinzaine de jours par an.

²⁸³ Agence de développement touristique du Rhône, *Rhône tourisme, Chiffres-clés du tourisme 2017, op. cit.*, p. 4.

²⁸⁴ Observatoire Rhône tourisme, *Festivals, manifestations, événements – fréquentation 2017*, Lyon, 2018.

Dans le détail, les manifestations culturelles qui enregistrent le plus d'entrées en Beaujolais sont les festivals de musique (Festivals du *Col de Cri* et *des Nouvelles voix*).

Le graphique suivant récapitule les principaux sites visités du département. Il est intéressant de constater qu'une large majorité des activités culturelles hors territoire beaujolais est concentrée dans un site : le musée gallo-romain de St-Romain-en-Gal. Ce musée est exploité par le département du Rhône, contrairement aux autres sites qui sont privés. Dans le Beaujolais, seuls le musée municipal d'art moderne et contemporain Paul Dini et l'Espace Pierres Folles, musée géologique, ne sont pas dédiés à l'histoire locale. Les visites liées à l'histoire totalisent donc 51 890 personnes en 2017. Ces chiffres sont extrêmement faibles par rapport aux statistiques concernant la métropole de Lyon, qui concentre à elle seule 2,7 millions de visiteurs en 2017²⁸⁵, musées et attractions touristiques incluses. Les musées consacrés à l'histoire locale, Lugdunum théâtre et musée, musée Gadagne, Centre Historique de la Résistance et de la Déportation et Maison des Canuts totalisent 304 930 entrées²⁸⁶, soit six fois plus que sur le territoire Beaujolais.

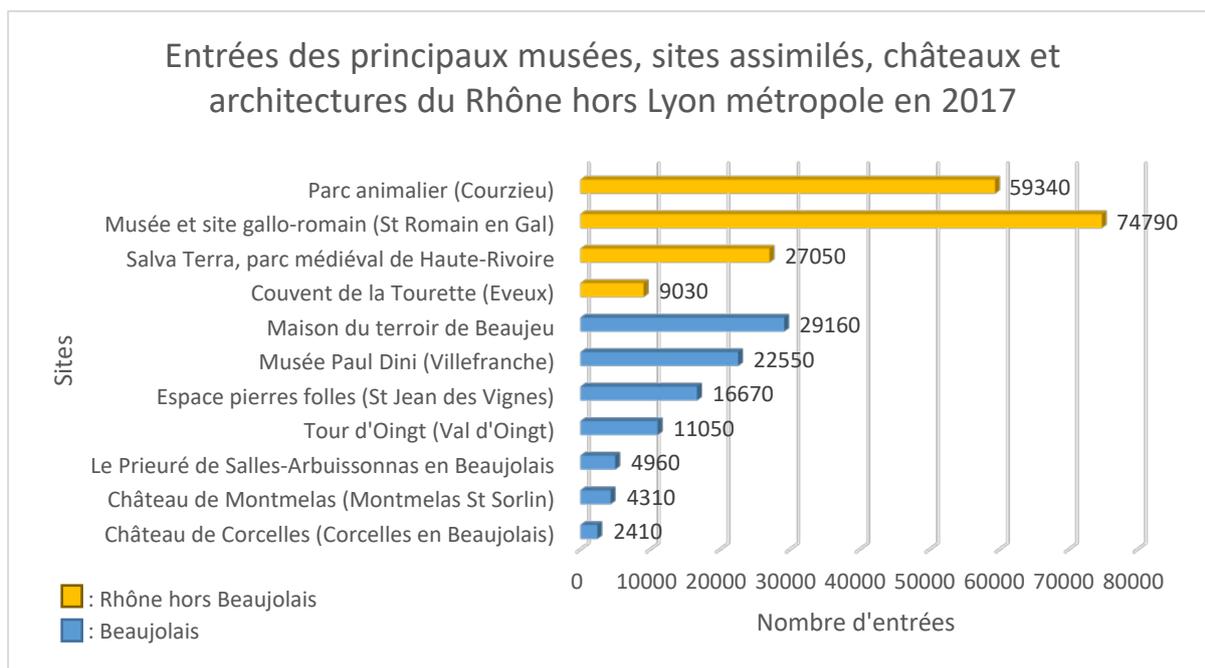


Figure 53 : Entrées sites de Lyon métropole. Graphique : auteur, à partir de Festivals, manifestations, évènements – fréquentations 2017.

À l'échelle du territoire beaujolais, les différents types de demandes adressées à l'OT de Villefranche-sur-Saône, synthétisés dans le schéma ci-après²⁸⁷ révèlent que 30 % d'entre

²⁸⁵ Only Lyon tourisme et congrès, *Le tourisme à Lyon – les chiffres clés*, Lyon, 2019, p. 8.

²⁸⁶ *Ibid.*

²⁸⁷ Voir Annexe 29- Statistiques OT de Villefranche sur Saône.

elles concernent l'histoire locale en 2017. Il s'agit de la plus grosse proportion, preuve de l'intérêt porté à ce secteur. L'œnotourisme ne représente que 5 % des demandes, même si, afin de promouvoir le tourisme viticole, l'OT dédie une partie de son agence de Villefranche à un *Espace des vins du Beaujolais*, proposant dégustations, circuits et plans de visite. La notoriété du Beaujolais, liée directement à la production viticole, n'est donc pas l'objectif premier des visiteurs du territoire. On peut toutefois supposer que les œnotouristes bénéficient de circuits directs qui échappent aux demandes adressées à l'OT, préférant les sites dédiés²⁸⁸.

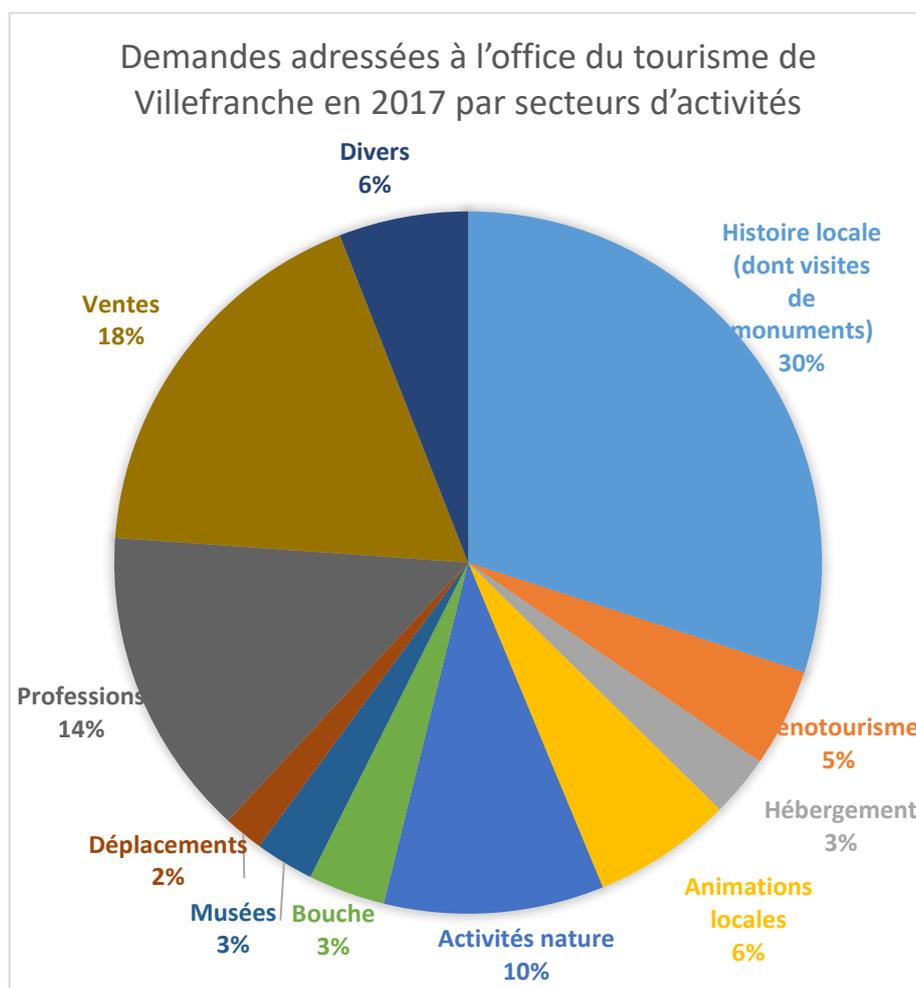


Figure 54 : Demandes à l'OT de Villefranche. Graphique : auteur, à partir de statistiques de l'OT.

²⁸⁸ Le site [wineturisminfrance.com](http://www.wineturisminfrance.com) recense un certain nombre de sites dédiés à l'œnotourisme dans un article « Les sites web de l'œnoculturel », http://www.wineturisminfrance.com/fr/magazine/1874_les_sites_web_de_l_œnoculturel.htm, 2014, [Wintourisminfrance.com](http://www.wineturisminfrance.com), <http://www.wineturisminfrance.com/fr/>, dernière consultation le 05/06/20.

*Le tourisme des châteaux du Beaujolais**L'œnotourisme, ou tourisme viticole, en pleine expansion*

« À la frontière du tourisme culturel et du tourisme gastronomique, l'œnotourisme se définit comme l'ensemble des prestations relatives aux séjours touristiques dans des régions viticoles, et permet la découverte conjointe du vin, des terroirs et des hommes sur le territoire où ils se situent »²⁸⁹. L'œnotourisme au plan national est en plein développement, passant de 7,5 millions de touristes en 2009 à 10 millions en 2016²⁹⁰. Il s'agit, après la vente du vin, de la principale source de revenus des différents châteaux du Beaujolais. Une conférence²⁹¹ organisée par le département du Rhône en 2014, précisait que la clientèle de l'œnotourisme est « aisée à fort pouvoir d'achat ; pour rappel, en 2011, la dépense par jour en Rhône-Alpes était de 73,70 € de vin par visite ». De plus, durant cette période, la clientèle étrangère a progressé de 40 %. Pour consolider ces chiffres, le ministère des affaires étrangères et du développement international présentait en 2016 sa « stratégie pour un tourisme français leader mondial »²⁹². Parmi les cinq pôles d'excellence constitués figure le pôle œnotourisme²⁹³. Le plan vise à promouvoir l'ensemble des destinations et marques œnotouristiques françaises. Hormis quelques exceptions²⁹⁴, la totalité des châteaux du Beaujolais sont des domaines viticoles. L'œnotourisme, consistant en une visite de l'exploitation suivie d'une dégustation-vente du vin produit, est donc pratiquement systématique.

Quelle médiation dans les châteaux environnants de Gleizé ?

La plupart des châteaux du Beaujolais sont des domaines viticoles. Ils proposent des visites de leur site, en général sur réservation²⁹⁵. Certains d'entre eux proposent d'autres prestations, dont voici quelques exemples :

²⁸⁹ Michel Bernard (fédérateur), « Pôle œnotourisme », <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/tourisme/cinq-poles-d-excellence-pour-renouveler-l-image-touristique-de-la-france/article/pole-oenotourisme>, *France diplomatie*, <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>, dernière consultation le 14/05/20.

²⁹⁰ « Les chiffres du tourisme », <https://www.visitfrenchwine.com/produits/chiffres-oenotourisme-france>, *VisitFrenchWine.com*, <https://www.visitfrenchwine.com/>, dernière consultation le 14/05/20.

²⁹¹ *œnotourisme, agritourisme, valorisation des produits au service de la destination touristique*, Conférence N°3, Rhône tourisme, 2014.

²⁹² *Gouvernement.fr*, rubrique « Les actions du gouvernement », <https://www.gouvernement.fr/action/la-strategie-pour-un-tourisme-francais-leader-mondial> dernière visualisation le 11/12/19.

²⁹³ Aux côtés d'un pôle tourisme montagne, un pôle écotourisme/slowtourisme, un pôle tourisme de savoir-faire (artisanat, luxe) et un pôle tourisme urbain/nocturne.

²⁹⁴ Le château d'Arginy, sur la commune de Charentay, date du XIII^e siècle. Seule la basse-cour, une exploitation agricole, n'est pas à l'état de ruine. Bien que partiellement inscrit aux MH depuis 1974, le château ne se visite pas.

²⁹⁵ Voir Annexe 30- Types de visites et tarifs de quelques châteaux du Beaujolais.

- Le château de Talancé (Denicé) est un lieu d'hébergement touristique avec deux gîtes pour une capacité de vingt-neuf couchages. Différents espaces du domaine sont disponibles en location pour des évènements.
- Le château de Flechères (Fareins, Ain), du XVIIIe siècle, n'a pas d'activité viticole. Il a servi à de nombreuses reprises de décor pour le cinéma²⁹⁶.
- Le château de Champ-Renard (Blacé) est un domaine viticole. Ses sources de revenus sont composées principalement des locations de certaines salles pour des réceptions ou des évènements. Le domaine participe au festival des Nouvelles voix, et sert ainsi de cadre à différents spectacles²⁹⁷. En 2019, il était associé au festival Beaujolais en scène et en musique²⁹⁸. Il est également un lieu d'expositions²⁹⁹.
- Le château de Montmelas (Montmelas Saint-Sorlin), construit au XIIIe siècle, est le plus connu et le plus médiatisé des châteaux du territoire beaujolais. Son *orangerie* est disponible à la location pour des évènements, et un gîte de huit couchages est proposé. Des chambres d'hôte ont également été ouvertes en 2020. Il est aussi possible de louer le parc.
- Le château de la Fléchère (Blacé), demeure du XVIIIe siècle, propose quatre chambres d'hôte.
- Le château de Pravins est situé sur la commune voisine de Vaurenard, à Blacé. Ce château n'a pratiquement pas été transformé depuis son édification au XIIIe siècle. Il y eut des propriétaires communs aux domaines de Vaurenard et de Pravins avec les familles la Bessée et Gaspard au XVIe siècle³⁰⁰. Selon Isabelle Brossard, propriétaire actuelle de Pravins, environ quatre mille visiteurs sont accueillis chaque année, via des agences d'œnotourisme. Ces visites du domaine et du château, qui se terminent par une visite du caveau, sont en pleine expansion³⁰¹. La forme juridique du domaine de Pravins est un GFA³⁰², qui gère la vente du vin et des produits « accessoires ». Ces accessoires, qui ne doivent légalement pas dépasser 30% du Chiffre d'affaire, sont des gîtes ruraux installés dans le château, les visites du domaine et des produits dérivés vendus à l'issue des visites.

²⁹⁶ Ont été tournés à Fléchères : *Le diable par la queue* de P. de Broca en 1968, *La marquise des ombres*, téléfilm d'E. Niermans en 2009, *Le lyonnais* d'O. Marchal en 2010, *Isabelle disparue* de B. Stora en 2010.

²⁹⁷ Concert de musique brésilienne du groupe *Moxobe* le 20/11/19, par exemple.

²⁹⁸ Spectacle de théâtre en extérieur : *L'invitation au château* de J. Anouilh, le 9/08/19.

²⁹⁹ Exposition de peinture et de sculpture en juillet 2019.

³⁰⁰ Voir § I.A.2- Une succession de propriétaires à partir du XVIe siècle, p. 17.

³⁰¹ Selon I. Brossard, un contrat avec les agences d'œnotourisme a été établi afin de recevoir onze groupes de visiteurs par mois. Ce contrat était en cours de modification en novembre 2019 pour passer à treize visites mensuelles.

³⁰² Groupement Financier Agricole.

L’environnement touristique et l’aperçu des différents moyens de valorisation des châteaux environnants étant ainsi tracés, un état de ce que représente actuellement Vaurenard peut être défini, précisant notamment le financement et les médiations réalisées.

II.A.1.b - Vaurenard au XXI^e siècle : quel profil, quelles médiations ?

De lourdes charges financières

Les châtelains qui se sont succédés depuis le XVII^e siècle ont tous pu entretenir, voire apporter de significatives transformations au château et à son parc. Leurs revenus provenaient de rentes ou des fruits du travail de leurs terres, et en premier lieu de la viticulture. Le domaine viticole présente actuellement la particularité de produire des vins issus d’un cépage unique : le gamay noir à jus blanc³⁰³. Un Beaujolais de garde, stocké en foudres de chêne, représente 60% de la production. Toutefois, l’activité viticole ne permet pas de dégager un chiffre d’affaire imputable à l’entretien du domaine, comme expliqué ultérieurement.

Au XXI^e siècle, comme dans la plupart des châteaux, les propriétaires se trouvent face à un héritage bien lourd à supporter financièrement. Les frais annuels hors exploitation viticole sont estimés à environ 50 000 € par les gérants de Vaurenard³⁰⁴, répartis de la façon suivante :

Frais fixes	Taxe d’habitation	4 000 €
	Taxes foncières	7 800 €
	Assurances	10 000 €
Entretien courant (espaces verts, menuiseries extérieures, cheminées, mur d’enceinte)		25 000 €
Petits travaux		3 200 €
Total annuel		50 000 €

Parmi les gros investissements à prévoir, la priorité revient à la révision de la toiture (principalement remplacement des tuiles endommagées), dont le coût est estimé à 170 000 € selon un devis de 2009. L’ensemble des toitures date de 1903, et seule la couverture de la

³⁰³ Appellation d’Origine Contrôlée.

³⁰⁴ Entretien avec C. Durand de Corbiac du 28/04/20.

chapelle a été entièrement refaite en 1999. La reprise du garde-corps dont les pierres se désolidarisent est évaluée par les propriétaires entre 300 000 et 400 000 €. Les infiltrations d'eau dans la salle à manger nécessitent un décaissement et un drainage des eaux pluviales de la cour. Ces derniers travaux ne sont pour l'heure pas chiffrés. Une salle de bain au premier étage est actuellement condamnée, des fuites d'eau ayant endommagé les chevrons. Une partie des bâtiments, notamment la *conciergerie*, a été réhabilitée récemment pour un coût de 2 500 €/m². Ce coût serait identique pour les autres bâtiments des communs : écurie, four à pain, bâtiment *de la lanterne*, celui *de l'horloge*, etc. Les chantiers urgents ne pouvant être financés, ils sont pour une grande partie effectués par le propriétaire, Rolland Durand de Corbiac³⁰⁵. Cette situation est toutefois fragile, et il en découle une prise de conscience de la part des propriétaires : la destination première de Vaurenard est d'être un « centre de famille, élément de motivation pour transmettre des valeurs familiales, qui sont aussi celles de l'Ancien Régime : conservation des racines, ancrage dans l'histoire locale, valeurs du travail, générosité, altruisme »³⁰⁶. Mais l'entretien de Vaurenard représente « un agrément de vie discutable »³⁰⁷. La solution réside alors en des apports financiers, mais qui seraient à fonds perdus, ou dans la transformation de la propriété en *immeuble de rapport*, où plusieurs solutions sont envisageables : location, vente, gîtes, etc³⁰⁸.



Figure 55 : Des travaux à prévoir dans la chapelle : décollements de la couche picturale dus à l'humidité.

³⁰⁵ En avril 2020, scellement des tuiles de faîtage du château, par exemple.

³⁰⁶ C. Durand de Corbiac, entretien du 28/04/20.

³⁰⁷ *Ibid.*

³⁰⁸ Voir § II.B.3.b- À plus long terme, assurer un entretien régulier, p. 98.

Une situation juridique spécifique pour clarifier une situation familiale complexe.

Vaurenard appartient à la même famille depuis plusieurs siècles. À ce jour, quatre générations vivent sur le domaine de Vaurenard : Jacqueline de Longevialle, épouse de Louis, vit dans une partie du château. Sa fille Catherine et son époux Rolland Durand de Corbiac logent dans une dépendance, la *conciergerie*, et un de leurs enfants vit avec sa famille dans une autre dépendance, à côté du cuvage.

Toutefois, depuis plusieurs années, les recettes de la viticulture ne sont plus affectées à l'entretien du château, révélant des difficultés d'un autre ordre : il existe des dissensions dans la fratrie, certains des enfants ne souhaitant pas participer à la survie du château, d'autres étant désireux d'une ouverture au tourisme permettant d'engendrer les recettes indispensables à son entretien. En 2010, des accords familiaux ont défini la situation suivante : une Société Civile Immobilière³⁰⁹ a été créée, dont les gérants sont Catherine et son époux Rolland Durand de Corbiac. Jusqu'en 2024, l'activité viticole est gérée par Ghislain Falcon de Longevialle, frère de Catherine. À cette date, les gérants, seuls propriétaires du domaine, se chargeront de la vigne de Vaurenard. Dans l'attente de cette échéance, les propriétaires peinent à financer les travaux d'entretien et les activités touristiques sont extrêmement limitées³¹⁰.

Une inscription aux MH en 2007

Le domaine de Vaurenard a été inscrit sur l'inventaire supplémentaire des Monuments Historiques par arrêté le 12 octobre 2007. La notice d'inscription précise que sont protégés : « le château et la chapelle en totalité, les bâtiments de communs fermant la cour d'honneur (façades et toitures), la cour d'honneur, la grille et les murs de clôture (mur de clôture du domaine et mur d'enceinte de la partie ornementale du parc), le parc y compris son réseau hydraulique, les vases, bancs et bustes sculptés, les grilles, la parcelle³¹¹ sur laquelle l'ensemble des bâtiments est implanté »³¹².

³⁰⁹ Une société civile immobilière (SCI) familiale permet aux membres d'une même famille d'être propriétaires, dans des proportions différentes ou pas, et de gérer ensemble un ou plusieurs biens immobiliers.

³¹⁰ Voir II.A.1.b- Vaurenard au XX^e siècle : quel profil, quelles médiations ?, p. 70.

³¹¹ Références cadastrales : AA 14

³¹² Notice : PA69000036, base Mérimée (patrimoine architectural), disponible sur <https://www.pop.culture.gouv.fr/notice/merimee/PA69000036>

Les avantages d'une inscription sont rappelés sur le site des monuments historiques³¹³. L'inscription permet aux monuments d'être mentionnés dans les documents diffusés par le ministère de la culture. Les sites peuvent obtenir une signalisation routière spécifique, et ont l'autorisation d'utiliser le logotype des MH. La prise en compte des sites est obligatoire dans la définition des Plans locaux d'Urbanisme. Des avantages fiscaux et d'aide pour les travaux peuvent être accordés³¹⁴.



Figure 56 : Logotype des MH.

Aucune autorisation n'est requise pour les petits travaux d'entretien. Par contre, tout chantier d'importance -toitures, ouvertures, etc.- est soumis à l'accord de l'architecte des Bâtiments de France.

Un précieux partenariat avec la Chambre des tissus en 1996

Un partenariat avec la Chambre syndicale des tissus d'ameublement de Paris a permis, en 1996, de décorer douze des pièces du château, dans le cadre d'une exposition. Pour cela, les anciens tissus d'ameublement ont été démontés et remisés dans les greniers de Vaurenard. L'objectif de ce mécénat était de redécorer « dans l'esprit » de l'existant. Ainsi, Catherine de Corbiac, fille des propriétaires, précise qu' « un cahier des charges avait été établi, mentionnant que les tissus ne devaient pas dénaturer les pièces. Le choix des tissus et du mobilier à retapisser a été validé par mes parents avant travaux. Deux des pièces, la chambre *des corbeilles* et le *salon d'été*, ont été particulièrement sujets de négociations.»³¹⁵ Durant deux mois de travaux, rideaux, linge de lit, baldaquins, mais aussi tapisseries des meubles ont ainsi été renouvelés. Onze créateurs de tissus étaient à l'honneur lors de cette exposition, mais nombre de corps de métiers différents y ont également participé. Les éditeurs étaient majoritairement de prestigieuses sociétés parisiennes :

- la société Jules Pansu pour le mobilier et les rideaux de la salle à manger ;
- Paule Marot pour ceux du vestibule du rez-de-chaussée et les rideaux de la cage d'escalier ;

³¹³ « Protection au titre des Monuments historiques », <https://www.culture.gouv.fr/Aides-demarches/Protections-labels-et-appellations/Protection-au-titre-des-Monuments-historiques>, Ministère de la culture, <https://www.culture.gouv.fr/>, dernière consultation le 31/05/20.

³¹⁴ Voir II.B.2.b – Financement et fiscalité d'une demeure historique, p. 85.

³¹⁵ Entretien du 28/04/20 avec Catherine de Corbiac.

- la maison Verasetta, labellisée *entreprise du patrimoine vivant*, pour les soieries des murs, le linge de lit et les rideaux de la chambre *des trumeaux* ;
- l'entreprise Canovas, pour le mobilier, le baldaquin, le linge de lit et les rideaux de chambre *Louis XVI* ;
- l'éditeur de tissus Métaphore pour les rideaux du vestibule du premier étage ;
- le créateur Jéro pour le linge de lit et les rideaux de la chambre *des corbeilles* ;
- Houlès, pour le mobilier du *salon bleu* (ou *salon d'été*) ;
- la maison Lelievre, pour les rideaux et les fauteuils du *grand salon* ;
- Nobilis pour les rideaux du salon jaune ;

Deux autres sociétés non parisiennes ont pris part à cet évènement :

- Rubelli, un éditeur italien, était également présent, avec le linge de lit, les rideaux et les fauteuils de la chambre *Louis XIV*.
- Le soyeux lyonnais Vérel de Belval s'était chargé de la chambre *du baron*, avec des tissus muraux, le baldaquin, le linge de lit, le mobilier et les rideaux.

L'exposition³¹⁶, en septembre 1996, rassembla une trentaine d'exposants, dont une partie à l'extérieur, sous châpiteau. Elle dura onze jours, et rassembla 17 000 visiteurs. Cette exposition a permis de faire découvrir le château à un public inhabituel pour Vaurenard, constitué en grande partie de professionnels qui ne sont liés ni au tourisme ni à l'histoire. Toutefois, il n'y a pas eu de suite à cet effet médiatique ponctuel.

Les médiations « régulières » : JEP, visites, tourisme œnologique

L'œnotourisme à Vaurenard a existé il y a plusieurs années. Des dissensions au sein de la fratrie ont mis fin à un partenariat liant l'œnotourisme, dirigé par Ghislain de Longevialle, et les visites du château par sa sœur Catherine de Corbiac, qui vit sur le domaine. Ainsi, les deux activités touristiques se sont peu à peu réduites. Les tarifs des visites avant 2018 étaient de 5 € avec une gratuité pour les moins de dix-huit ans. Il n'y a pas eu de visite en 2018. En 2019, l'ouverture au public du domaine était limitée aux seules Journées Européennes du Patrimoine. Environ trois-cents visiteurs³¹⁷ sont venus découvrir le château durant les deux jours de l'évènement. La manifestation est, par habitude, organisée de la façon suivante : visites

³¹⁶ *L'art des étoffes : château de Vaurenard, 1996, catalogue officiel*, Paris, Chambre syndicale des textiles d'ameublement, 2000.

³¹⁷ Selon les propriétaires actuels.

commentées des intérieurs selon un circuit proposé par les propriétaires. Les visites sont essentiellement orientées sur la décoration des pièces grâce au partenariat de 1996, ainsi que sur l'ameublement du château dans le style Louis XVI. Dans la partie la plus ancienne, au premier étage de la tour, au-dessus de l'ancienne chapelle, quelques robes de soie de la comtesse d'Apchier sont exposées. Les entrées sont payantes, au tarif de 7 € pour les adultes, 3 € pour les jeunes de dix à dix-huit ans, et sont gratuites pour les enfants de moins de dix ans. Les visites du parc et de la chapelle sont libres. Les visiteurs ont accès au site le samedi de 14h à 18h, et le dimanche de 10h30 à 12h, puis de 14h à 18h. Les recettes de 2019 ont été de 1023 €³¹⁸. Pour accueillir les visiteurs, huit à neuf personnes sont nécessaires durant les deux jours : billetterie, guides, accompagnateurs des groupes. Ces personnes sont des membres de la famille, bénévoles.



Figure 57 : Vêtements de la fin du XVIII^e siècle exposés pour les visiteurs.

Tout comme le domaine de Vaurenard, inscrit sur la liste des monuments historiques, de nombreux sites se questionnent sur une ouverture au tourisme. Mais pour proposer une offre adéquate, il est nécessaire de connaître le public à qui l'on s'adresse et ses attentes.

II.A.2 – Étude des attentes du public

Aux XVII^e et XVIII^e siècles, il était de coutume que les jeunes nobles participent à un *Grand Tour*, voyage qui leur permettait de parfaire *in situ* leur éducation. Quelle que soit l'époque, les pratiques culturelles évoluent et sont intimement liées au tourisme ; on parle de nos jours de tourisme culturel.

³¹⁸ Recettes du samedi : 347 € et du dimanche : 676 € source : propriétaires.

II.A.2.a – La demande culturelle à l'échelle nationale

Un tourisme culturel français dynamique

En 2018, la France était la première destination touristique au monde. Selon un rapport de Martin Malvy de 2017³¹⁹, les touristes en France peuvent être classés selon leur pays d'origine, les étrangers représentant environ quatre-vingt-cinq millions de touristes chaque année. 80 % de ces étrangers proviennent de pays européens. Les touristes qui proviennent de pays lointains (Chine, Russie, Amérique du sud) sont de plus en plus nombreux, et l'étude estime qu'ils pourraient prochainement représenter 50% des touristes étrangers.

Les Français sont les principaux touristes dans leur pays. 88 % de leurs voyages personnels ont lieu en France métropolitaine. Depuis plusieurs années, la fréquentation des sites muséaux et patrimoniaux est en hausse. Les dépenses consacrées par les Français à la culture connaissent également une hausse importante : plus 6 % en 2019. Pourtant, la France se place en troisième position mondiale en termes de recettes liées au tourisme³²⁰.

Dès l'introduction de son rapport, Martin Malvy annonce : « La culture, nos patrimoines jouent un rôle déterminant dans le domaine du tourisme. Ce qu'apprécient les étrangers comme les Français, c'est cet art de vivre que l'on nous reconnaît et qui occupe une place centrale dans l'attractivité de la France³²¹ ». Les deux secteurs que sont la culture et le tourisme semblent ainsi liés dans les attentes du public. À l'échelle nationale, voire mondiale, les attentes des touristes ont évolué, pour aller toujours vers plus d'authenticité. Les sites patrimoniaux, et en premier lieu les châteaux, présentent les atouts nécessaires : « Ils racontent une histoire [...], offrent un cadre authentique et non artificiellement reproduit [...], ils sont ancrés, enracinés dans leur territoire³²² ».

³¹⁹ Martin Malvy, rapport *54 suggestions pour améliorer la fréquentation touristique de la France à partir de nos patrimoines*, 2017, p. 12.

³²⁰ Recettes de 56.2 milliards d'euros en 2018 selon « CDEF : le Centre de documentation Économie finance », <https://www.economie.gouv.fr/cedef/statistiques-officielles-tourisme>, *Economie.gouv.fr, le portail de l'économie, des finances, de l'action et des comptes publics*, <https://www.economie.gouv.fr/>, dernière consultation le 18/12/2019.

³²¹ Martin Malvy, rapport *54 suggestions pour améliorer la fréquentation touristique*, *op. cit.*, p. 16.

³²² Magali Da Silva (dir.), *Analyses, valorisation touristique des monuments historiques – Études économiques*, Paris, Ministère de l'économie et des finances, ministère de la culture, 2018, p. 20.

La France compte près de quarante-cinq mille immeubles protégés au titre des monuments historiques. Une étude de 2018, qui porte sur l'offre touristique des sites patrimoniaux³²³, révèle que 34 % de ces sites sont habités, et que 49 % des propriétaires sont des particuliers.

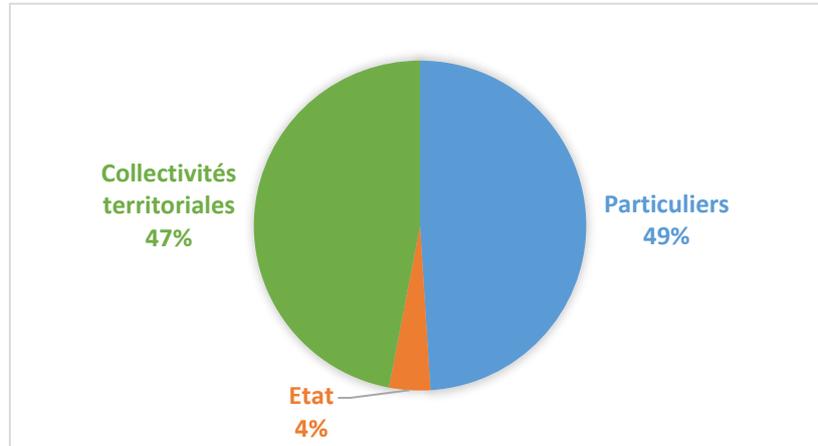


Figure 58 : Répartition des propriétaires de MH en fonction de leur statut en 2017.

Selon cette étude, de nombreux sites ont réussi leur conversion au tourisme : « Les solutions créatives et innovantes mises en place permettent de lier enjeux patrimoniaux et enjeux touristiques »³²⁴. Toutefois, cette analyse est à nuancer. Elle ne prend en compte en effet que les sites privés ayant fait l'objet d'une demande d'aide fiscale auprès de l'État. Ne sont donc pas enregistrés les monuments qui ont opéré cette conversion touristique sans aménagement spécifique. Quatre grands types de produits touristiques peuvent toutefois être observés : la location d'espaces, notamment concernant l'évènementiel, ainsi que les secteurs de l'offre culturelle, incluant visites, animations et expositions. Ces produits pourraient concerner Vaurenard. Par contre, l'hébergement hôtelier ou locatif, ainsi que le secteur de la restauration semblent très éloignés des projets concernant Vaurenard, et ne seront donc pas développés ici. Les visites représentent l'offre touristique marchande largement la plus répandue. On observe toutefois une mixité des différentes offres sur la plupart des sites.

Contrairement au Royaume-Uni, les équipements touristiques marchands français dédiés au tourisme patrimonial ne disposent pas d'une institution sur laquelle s'appuyer.

³²³ Magali Da Silva (dir.), *Analyses, valorisation touristique des monuments historiques*, op. cit., p. 9.

³²⁴ Magali Da Silva (dir.), *Analyses, valorisation touristique des monuments historiques*, op. cit., p. 8.

Le tourisme outre-Manche : un modèle britannique qui fonctionne

La Grande-Bretagne possède un fonctionnement bien spécifique de conservation et de valorisation de son patrimoine privé. Le National Trust of Historic Interest or Natural Beauty, ou National Trust, est une association à but non lucratif créée en 1895. Elle a pour objectif de protéger, restaurer et promouvoir le patrimoine historique et géographique du pays. Une série de lois lui confèrent une délégation de service public³²⁵. Le NT est actuellement le deuxième propriétaire foncier du Royaume-Uni derrière l'État, avec trois-cents monuments, deux-cents jardins et trois-cents cottages. Toutefois, l'organisation gère d'autres édifices dont elle n'est pas propriétaire, soit un total de trois mille sites. Les fonds du NT sont issus des legs ou donations d'édifices ou de terrains et des revenus de ses propriétés, mais aussi des cotisations de ses membres³²⁶. Les 3,8 millions d'adhérents ont droit à un accès gratuit à toutes les propriétés ouvertes au public³²⁷. Les donateurs peuvent sous certaines conditions, notamment d'accès du public, « continuer de résider dans le bien dont ils ont transféré la propriété au NT »³²⁸. L'organisation s'appuie sur ses soixante-sept mille volontaires bénévoles qui apportent leur aide pour les billetteries d'entrée, l'entretien des espaces verts, etc., ou pour apporter des compétences spécifiques en architecture ou restauration de bâtiments par exemple. Le NT offre des formations spécifiques aux bénévoles recevant les publics. Il ne s'agit donc pas simplement d'une organisation ayant pour but la valorisation touristique des sites ; la dimension pédagogique est également au cœur du projet. Comme le déplore Annie Gondras, « cette orientation vers une valorisation culturelle, didactique et touristique n'est encore que très faiblement prise en compte par les associations françaises de préservation du patrimoine historique »³²⁹.

S'il n'existe pas une institution en France pour centraliser des actions de ce type, de nombreuses actions, à l'échelle locale, sont mises en œuvre. Ainsi, le territoire Beaujolais ouvre peu à peu ses sites historiques au tourisme.

³²⁵ Il existe aux côtés du NT un organisme d'État, *English Heritage*, qui gère les sites nationaux. La gestion de certains sites, comme le site mégalithique de *Stonhenge*, est conjointe avec le NT.

³²⁶ Cotisation 2018 : 60 €an.

³²⁷ Annie Gondras, *La valorisation touristique des châteaux et demeures historiques*, Paris, L'Harmattan, Collection gestion de la culture, 2012, p. 175.

³²⁸ *Ibid.*

³²⁹ Annie Gondras, *La valorisation touristique des châteaux et demeures historiques*, op. cit., p. 177.

II.A.2.b – Le tourisme culturel en mutation

Le rapport portant sur la valorisation des MH déplore que les données quantitatives relatives au profil du public « restent parcellaires et insuffisantes pour avoir une image précise du marché »³³⁰. Toutefois, le rapport révèle plusieurs grandes tendances :

1. Le tourisme culturel est le fondement de l'attractivité touristique de la France. À l'échelle nationale comme au niveau international, la demande de produits touristiques culturels est forte. Pour les étrangers, l'offre patrimoniale et culturelle est « un domaine où la France excelle, malgré quelques améliorations nécessaires ». Ainsi, est pointée en particulier la mauvaise gestion des files d'attentes.

2. *L'art de vivre à la française* fait partie intégrante du patrimoine national, et est particulièrement plébiscité par les étrangers.

3. « La part de clientèle française pratiquant des activités liées au patrimoine culturel est assez stable, alors que la part de clientèles étrangères montre des progressions importantes »³³¹. La clientèle européenne multiplie les courts séjours en France, et sont souvent des *repeaters*, des touristes étant déjà venus une fois en France. Les premiers séjours se déroulent dans les grandes métropoles (principalement Paris), et les sites touristiques majeurs, alors que les séjours suivants ont lieu dans les sites touristiques secondaires. Ces voyageurs privilégient les déplacements en train ou en voiture. Ils sont donc la cible des sites secondaires, ruraux ou isolés.

4. L'offre touristique doit être adaptée aux types de clientèles potentielles. Le touriste patrimonial type peut être défini ainsi : étranger, âgé de plus de 45 ans, en couple, de catégorie socio-professionnelle supérieure. Ce client dépense plus qu'un touriste « non patrimonial », et apprécie la gastronomie. La clientèle européenne est particulièrement intéressée par les sites inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO ou les régions réputées pour leur patrimoine historique (le Val de Loire notamment). En Centre-Val de Loire, une étude³³² de 2014 met en évidence certains comportements touristiques :

³³⁰ Magali Da Silva (dir.), *Analyses, valorisation touristique des monuments historiques*, op. cit., p. 65.

³³¹ *Ibid.*

³³² Magali Da Silva (dir.), *Analyses, valorisation touristique des monuments historiques*, op. cit., p. 64.

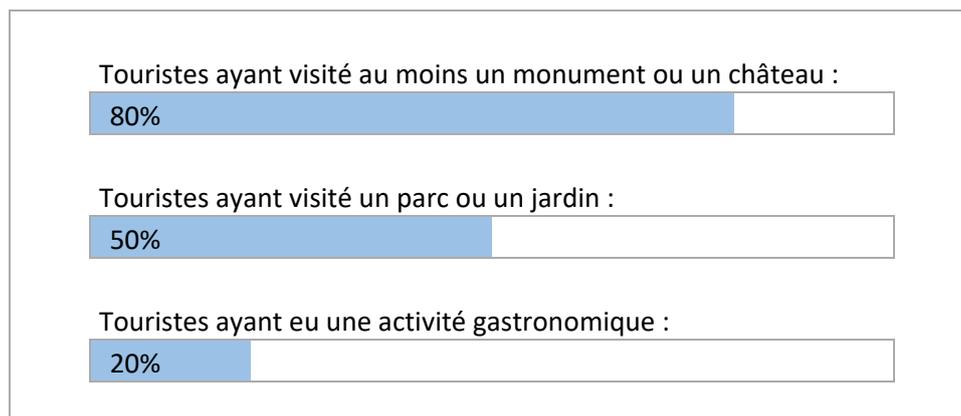


Figure 59 : Comportements touristiques en Centre-Val de Loire en 2014, d'après une étude du CRT portant sur 13 000 questionnaires.

5. Le tourisme *authentique* est apprécié : quels que soient leur pays d'origine, les touristes recherchent « de plus en plus un tourisme d'expérience autour de la gastronomie, des savoir-faire, des évènements culturels »³³³.

Le tourisme de masse semble ainsi laisser la place à un tourisme individualisé : chacun souhaite vivre une expérience unique, qui peut prendre la forme d'un circuit personnalisé, d'un tarif qui peut varier, d'une offre particulière pour un groupe restreint et spécifique, etc. Le numérique a toute sa place dans ce tourisme d'un nouveau genre : il est en effet très plébiscité par les visiteurs qui utilisent leur smartphone comme une boussole, et qui attendent de cet outil à la fois une localisation et une recherche des « bons plans » à ne pas rater. Pour les professionnels du tourisme, il s'agit d'un outil incontournable : publicité ciblée sur des voyageurs qui visitent des sites similaires, qui ont des consommations susceptibles d'être compatibles avec la visite d'un site à proximité, etc. Le numérique tient aussi une place prépondérante sur les sites eux-mêmes, qui proposent de plus en plus de visites en *réalité augmentée*, d'immersion en 3D ou autres technologies sans cesse améliorées.

Les données concernant le tourisme culturel de façon globale peuvent être affinées grâce à un rapport³³⁴ du Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC), réalisé à la demande de la Direction générale des patrimoines³³⁵. L'enquête révèle qu'en 2018, « six personnes sur dix ont, au moins une fois dans les douze derniers mois, visité une exposition, un musée, un monument »³³⁶. De plus, 35 % des Français ont visité un château,

³³³ Magali Da Silva (dir.), *Analyses, valorisation touristique des monuments historiques*, op. cit., p. 64.

³³⁴ Sandra Hoibian et Anne-Laure Mésenge, « La visite des musées, expositions et monuments », *Collection des rapports*, n° 340, CREDOC, 2019.

³³⁵ La Direction générale des patrimoines est une des quatre directions du ministère de la culture.

³³⁶ Sandra Hoibian et Anne-Laure Mésenge, « La visite des musées, expositions et monuments », op. cit., p. 4.