

# La médiation du patrimoine religieux et la politique des publics

---

Virginie Morgant Le Diffon - Mille et un lieux  
2023

# Plan

---

- 1- Médiation culturelle
- 2- Spécificités de la médiation du patrimoine religieux
- 3- Politique et typologie des publics
- 4- Outils et dispositifs de médiation
- 5- Méthodologie de projet

# 1- Médiation culturelle

---

## La médiation

- Étymologie : du latin *mediatio* et de la racine *med*, qui signifie au milieu.
- Apparue au XIII<sup>e</sup> siècle pour désigner une intervention humaine entre deux parties > processus de conciliation qui se joue par l'entremise d'un intermédiaire : le médiateur.
- Renvoie plus spontanément à d'autres champs que celui culturel tels que le religieux, le social et le juridique.

## La médiation culturelle

- Apparaît dans le champ culturel dans les années 1960 en France.
- Terme est lié à l'histoire des politiques culturelles.  
En 1959 : création du ministère de la Culture confié à André Malraux. Changement de mentalités et volonté de modernité.  
Missions de démocratisation de la culture et de soutien à la création :
  - Rendre accessibles les œuvres au plus grand nombre.
  - Mettre en valeur le patrimoine culturel.
  - Soutenir la création artistique.
- Émerge vraiment dans les années 1980, dans le secteur des bibliothèques et des musées.
- Largement investie le champ culturel et patrimonial, en France.

## Origine de la médiation culturelle

- Rupture entre le milieu culturel et socio-culturel.

Deux visions de la culture et de son accès au public s'opposent > d'un côté, André Malraux croit au choc produit par la seule force de l'art, de l'autre, le monde socio-culturel autour de Maurice Herzog veut aider chacun à faire émerger en soi sa propre créativité.

- Années 1990 : remise en cause de la politique nationale de démocratisation culturelle, suite à la publication des résultats d'une enquête officielle sur les pratiques culturelles des Français.

Nouvelle réflexion sur l'action publique en matière d'élargissement des publics et d'éducation artistique et culturelle.

→ La question de l'accès à la culture qui fait débat est à l'origine de la notion de médiation.

## Médiation, outil de démocratisation

- La médiation culturelle reconnue comme un des outils essentiels d'une politique de démocratisation de l'accès à la culture. Elle s'applique aussi bien au patrimoine, au livre, au musée, à l'art, au spectacle vivant, à la science et à la technique.

## La médiation entre démocratisation et démocratie culturelle

Démocratisation : logique descendante.

Démocratie : logique ascendante > vision plus inclusive de la culture, approche alternative prenant appui sur la participation active des citoyens, légitimant les multiples pratiques artistiques et culturelles des individus, notamment celles amateurs.

→ En bref, la médiation culturelle est la **mise en relation d'un lieu, d'une œuvre avec les publics**. Elle regroupe l'ensemble des actions et des dispositifs qui favorisent la rencontre entre ces publics et la culture.

Dénomination pour une activité, une fonction qui s'est professionnalisée pour devenir un métier.

## Interprétation

- Médiation culturelle fréquemment assimilée au concept d'interprétation.
- Terme provenant et privilégié par les pays Anglo-Saxons.
- Vise à révéler le sens d'un objet, d'une œuvre, d'un lieu, d'un évènement ou d'un savoir-faire.
- S'appuie sur l'expérience personnelle des visiteurs et tente de révéler une signification au-delà de la simple communication d'informations.
- Objectif : donner du sens, éveiller la curiosité plutôt qu'à instruire, faire vivre une expérience de qualité aux visiteurs, susciter une réflexion critique et une prise de conscience à l'égard de ce qui est interprété.

## Le médiateur

- Met en relation un milieu culturel, un lieu, une œuvre avec des publics. Favorise des liaisons.
- Guide le visiteur et lui permet de vivre une nouvelle expérience culturelle.
- Selon situation : informateur, accompagnateur, passeur, pédagogue...
- Son action s'appuie, d'une part, sur une connaissance des publics, des contenus et du milieu et, d'autre part, sur une compétence à animer ainsi qu'à concevoir, organiser et accompagner des projets.

## Une bonne médiation est-elle une médiation professionnelle ?

- On suppose souvent qu'une bonne médiation est une médiation professionnelle. Ce n'est pas toujours le cas.
- Si les œuvres d'art ont besoin d'un « regard expert », les “amateurs”, les associations ou les populations locales ont un rôle essentiel à jouer dans la valorisation du patrimoine.
- Les experts peuvent authentifier le patrimoine, mener des actions de communication et de valorisation.
- Les amateurs peuvent être le lien vivant entre les communautés locales et ces experts, adapter le discours des experts et apporter leur propre regard, permettre une approche plus participative du patrimoine.
- ➔ Les amateurs et bénévoles peuvent remplir le rôle essentiel de médiateur.

### Exemple dans les pays Anglo-Saxons : les «volunteers».

National Trust en Grande-Bretagne, l'une des plus grandes organisations de valorisation et de conservation du patrimoine au monde, réseau de 300 monuments plus jardins, plus de 60 000 volontaires.

Évolution de la visite conférence classique basée sur le discours d'experts à des visites guidées animées par des volontaires qui vont partager leurs souvenirs des lieux. Interaction entre les visiteurs et le site par une médiation vivante ou se transmet la mémoire.

- ➔ Qualités d'un médiateur, entre savoir et savoir faire : savoir (le champ), savoir-faire (l'organisation), savoir-être (la personne), faire (le partage, l'apprentissage, le transfert de connaissances), faire avec (l'accompagnement), faire faire / laisser faire (le monitoring).

## 2- Spécificités de la médiation du patrimoine religieux

---



## Le patrimoine religieux en Bretagne

- Patrimoine religieux est intimement lié à l'identité régionale.
- Fait partie intégrante du paysage breton marqué par la présence de croix, calvaires, clochers, églises, chapelles, fontaines, éléments christianisés.
- Présence de milliers d'édifices religieux qui témoignent de plusieurs siècles de tradition, d'une ferveur propre à la Bretagne et qui font d'elle une des régions d'Europe les plus riches en patrimoine culturel, l'une des concentrations les plus importantes.
- Un patrimoine qui possède un caractère sacré, symbolique reconnu par les croyants et qui présente aussi un intérêt artistique et historique incontestable.
- Un patrimoine qui en danger lorsqu'il est délaissé, d'où un encouragement des initiatives de valorisation.

## Des lieux singuliers

- Une église, une chapelle, une cathédrale, une basilique n'est pas un lieu comme un autre.
- La loi confère aux édifices religieux et à leurs objets mobiliers une affectation au culte exclusive, permanente et gratuite.

Affectation cultuelle = vocation première. L'activité religieuse prime avant les autres. Lieux de vie et de foi.

- Parallèlement, intérêt artistique et culturel indéniable (histoire, architecture, mobilier, décor).
- ➔ Les édifices religieux ne sont pas des musées, mais ils forment le plus grand musée de France.  
Ne peuvent donc pas être abordés comme un musée ou un établissement culturel traditionnel.

## Actions culturelles dans les édifices religieux

- Utilisation à des fins extra-culturelles possible dans le respect des lieux et des fidèles.  
Médiation doit être pensée en cohérence avec les particularités et dans le respect de la vocation première du patrimoine religieux et du caractère sacré des lieux.
- Trouver un équilibre : le culturel n'a pas vocation à se substituer au cultuel.  
Actions et manifestations culturelles doivent conserver un caractère exceptionnel et être conformes à la destination première de ces lieux sacrés.
- Adopter des règles de bonne conduite, respecter le sanctuaire, son autel, son mobilier.

## Un cadre réglementaire à respecter

- Le patrimoine religieux qu'il soit immobilier ou mobilier relève d'un régime juridique particulier qu'il est impératif de prendre en compte avant d'envisager tout projet.
- Loi 1901 : séparation Église et État. Distinction en propriétaires et affectataires.
- Le prêtre est reconnu par la loi comme le seul affectataire des lieux.

Quelle que soit l'activité extra-cultuelle envisagée, il est impératif d'obtenir son accord.

Éviter les relations conflictuelles qui pourraient résulter de la méconnaissance de ce cadre légal.

Informé dès en amont du projet et obtenir son autorisation, en soumettant les contenus et la forme.

## Du consentement à la collaboration

- Expliquer la démarche à l'affectataire des lieux et au propriétaire, pour obtenir leur consentement mais aussi les impliquer dans la démarche pour nouer des partenariats.
- Prêtres et commission diocésaine d'art sacré peuvent aider à la connaissance et l'interprétation des lieux.

## Préconisations

- Se renseigner sur les règles propres au diocèse : autorisation, convention.
- Respecter la procédure de demande d'autorisation auprès des prêtres affectataires et des communes propriétaires.

## Les objectifs de la médiation du patrimoine religieux

### Sur le plan cultuel

- Diffuser une culture religieuse de moins en moins connue des publics, y compris des croyants.
- Faire venir des publics dans les lieux de culte, ou faire revenir des personnes qui se seraient éloignées de la pratique religieuse.

### Sur le plan culturel et social

- Rendre accessible le patrimoine religieux au public le plus large possible, y compris aux plus jeunes.
    - de manière pratique (ouvrir les portes, accueillir).
    - de manière intelligible : donner du sens, des clés de lecture utiles à la compréhension des lieux, de leur fonction, leurs mobiliers, leurs évolutions, leurs histoires, architectures, vie sociale...
  - Créer des offres, des propositions pour susciter la découverte d'édifices religieux, souvent méconnus.
  - Valoriser, conserver et sauvegarder.
  - Transmettre ce patrimoine aux générations futures.
  - Créer du lien social, redonner vie aux lieux.
- Sensibiliser les publics à la valeur de ce patrimoine et permettre sa réappropriation par les populations.  
Cercle vertueux : sensibilisation aide à la compréhension et la connaissance, sources d'appréciation, garante d'un meilleur respect des lieux et de leur conservation.

### Sur le plan touristique et économique

- Valoriser les investissements, les travaux de restauration et les savoir-faire, l'investissement des comités de chapelle œuvrant à leur entretien et participant à leur restauration et leur mise en valeur.
- Développer la fréquentation locale et touristique. Générer des retombées en termes d'image et d'économie.

# 3- Politique et typologie des publics

---

## La visite du patrimoine religieux en France, en quelques chiffres

Enquêtes du début des années 2000, par des journaux *La Croix-Le Pèlerin* et l'agence CSA.

- Chaque année 35 millions de Français visitent un édifice religieux, dont 9 millions se disent non-chrétiens.
- Sites visités : cathédrales, abbayes, églises et chapelles, dont 85 % figurent dans les guides et circuits touristiques.
- Âge moyen : 46 ans. Visiteurs les plus nombreux : entre 50 et 60 ans. Plus on avance en âge, plus on visite régulièrement.
- 60 % de visite en famille, 24 % avec des amis, 16 % seul.
- 43 % des visiteurs se disent pratiquants, 31 % non pratiquants, 26 % non catholiques.
- Origine de la visite : 24 % par le conseil d'un tiers, 22 % par hasard, 18 % via la publication dans un guide.
- Temps consacré à une visite : 13 % moins de 15 minutes, 47 % entre 15 et 30 minutes, 40 % plus de 30 minutes. Durée moyenne : 20 minutes.

## Les principaux déclencheurs de la décision de visiter un site religieux

- L'intérêt pour le patrimoine.
- L'opportunité : on passe à proximité et on en profite pour faire le détour.
- Le plaisir de la contemplation ou l'émotion esthétique : « transcendance ».
- Le goût de comprendre et d'apprendre : la visite est motivée par la recherche d'enrichissement ou d'affinement de ses connaissances.
- L'animation du lieu : c'est à la fois le site et l'animation qui attirent, via des festivals, sons et lumières, expositions, fêtes diverses. Association de visites et d'animations telle la Nuit des églises.
- Le motif cultuel : le désir d'entreprendre une démarche religieuse > prier, participer à un office, accomplir un rite ou un geste de dévotion, faire un pèlerinage, une halte spirituelle.

Le patrimoine religieux accueille une pluralité de visiteurs, une plus grande diversité de publics que les musées et autres patrimoines, de par leur nombre, leur facilité d'accès, leur vocation spirituelle, leur intérêt artistique et culturel.

### **La patrimoine religieux ouvert à tous**

- Une majorité de Français associent une église à la gratuité et à la liberté d'accès.
- Un lieu rare où l'hospitalité est à la fois inconditionnelle et non marchande.

Toute personne peut être chez elle dans une église : il n'y a jamais personne de trop ni en trop dans une église. Personne ne demande aux visiteurs de décliner leur identité à l'entrée : on y reçoit sans connaître l'autre. L'hospitalité : une dimension fondamentale de l'Église.

### **Un caractère polysémique**

- Un édifice religieux au croisement du cultuel et du culturel : reconnaissance de son caractère polysémique. Plusieurs usages dans l'histoire : lieu de culte, de repos, asile et refuge, lieu de défense, garde-manger, salle de concerts, lieu d'expositions...
  - Lieu de mémoire du pays, porteur d'histoire d'un patrimoine, d'identification pour la population d'un village, habité par des croyants, qui parle de valeurs universelles comme la paix...
- Impératif de témoigner d'un respect pour la variété des itinéraires, des sensibilités, des intérêts.



## Typologie des publics

- Adultes jeunes et moins jeunes.
- Jeune public : enfants et adolescents.
- Locaux et touristes.
- Publics étrangers.
- Avertis et amateurs/passionnés (initiés) ou non avertis et non amateurs (néophytes).
- Croyants et non croyants, publics qui se sont éloignés de la religion ou qui ont d'autres croyances.
- Personnes seules, en couple, entre amis.
- Familles.
- Scolaires.
- Pèlerins.
- Groupes organisés d'adultes ou d'enfants (ALSH).
- Les publics éloignés pour des raisons physiques, psychologiques ou sociologiques : « publics spécifiques, empêchés, fragilisés... ». Variétés de situations avec point commune : barrière physique ou psychologique.

## Une pluralité de visiteurs qui pose question

- Familles, étrangers, personnes très cultivées et averties, d'autres découvrent un univers quasi inconnu, scolaires, visiteurs pressés...
  - Comment s'ajuster à la diversité des styles, des attentes, des désirs ou des cultures des visiteurs ? Répondre à un accueil différencié nécessite des compétences et approches diversifiées : histoire, art, religion, théologie, spiritualité.
- Beaucoup de personnes n'ont pas les clés suffisantes pour comprendre les œuvres et les objets qui se trouvent dans les églises.
  - Essentiel d'accompagner le visiteur dans sa visite pour qu'il puisse apprécier toute la valeur des lieux.
  - D'où l'utilité des dispositifs de médiation variés.
- Plus les esprits et la culture se séculariseront, plus il s'avérera nécessaire de documenter les visiteurs d'un site religieux.

## Essai de catégorisation, classification

- Selon l'âge et le statut social.
  - Habitué, public potentiel / occasionnel, non public.
- Les études s'intéressent surtout aux publics habitués.

## Constats parmi les publics habitués, occasionnels

- Comportements et attentes différents selon les publics.
- Stratégies de visite différentes selon les groupes, dans la préparation de la visite, que son déroulement, en terme de comportement, de fonctionnement intellectuel ou création de sens.

## S'intéresser aux publics potentiels et au non public

Si on pense que les publics recherchent l'éducation, qu'on ne repense pas l'offre, qu'on ne s'adapte pas aux particularités des communautés différentes qui composent le large public, qu'on pense que le public a le temps, qu'on oublie ce qui ne font que passer ou ceux qui ont une langue différente, qu'on pense que les publics sont forcément déjà éduqués → Oublie de plus d'un visiteur sur deux.

Porter davantage d'attention aux publics potentiels et au non public intéresserait aussi le public habitué.

## Évolution des attentes

- Quête d'expériences. Double logique : éducative (recherche d'acquisition de connaissances) et plus expérientielle (recherche de sensations, d'émotions, d'interactions sociales).  
Visite non passive et consommatrice, mais expérience où le visiteur devient acteur à la recherche de sens.
- Recherche de temps de rupture avec le quotidien.
- Recherche d'hédonisme, de plaisir.
- Besoin d'interactions sociales : partager un moment et créer du lien avec ses proches, avec d'autres personnes.  
Les publics cherchent du sens, à rompre avec leur quotidien, à vivre une expérience de ré enchantement, à se divertir plus qu'à s'enrichir → Notion de plaisir supplante celle de l'éducation.  
Sortir d'un cadre formel et rigide et insister sur l'hédonisme, le symbolisme, l'esthétique, la dimension sociale.
- Motivations variées qui peuvent aussi se mêler : éducatives, ludiques, conviviales, cognitives, familiale...  
Pour y répondre : intérêt de plusieurs niveaux de lecture et adaptation des contenus, outils et dispositifs.  
Exemples : premier niveau de lecture famille et jeunes publics (se distraire et élargir sa culture générale), second niveau de lecture plutôt destiné aux adultes (transmission de connaissances et invitation à la réflexion), troisième niveau utilisant un média différent, telles que les nouvelles technologies (chercher des informations et des interprétations supplémentaires sur les objets présentés).

## Évolution de l'offre

- Adaptation de l'offre à la demande : effort de renouvellement et d'invention de nouvelles solutions adaptées à une demande diversifiée > Nouvelles technologies, muséographie plus sélective, scénographie immersive, ludification, médiation humaine (transmission de l'histoire, des coutumes, des secrets des habitants d'un lieu pour rendre vivant le patrimoine)...

# Public familial, jeune public dans un cadre familial

---

## Plusieurs motivations :

- Visite vise autant le plaisir de l'enfant que son épanouissement (acte éducatif : connaissance, éveil, ouverture).
- Recherche de convivialité : envie d'être et de passer du temps ensemble (liée au rythme de vie, conciliation temps personnels et professionnels). Rareté des moments passés en famille génère une exigence de qualité.
- Expérience participant à la cohésion de la famille : partager, découvrir ensemble, pouvoir en parler.
- Réaffirmation de l'identité de la famille : la visite devient un souvenir et participe à la mémoire familiale.

## Quelques pistes et réflexions

- Le parent éducateur devient médiateur, mais le rapport éducatif peut s'inverser : l'enfant devient médiateur par ses connaissances acquises lors de visites scolaires ou par curiosité personnelle. Co-éducation intéressante.
- Différence de regards entre l'enfant et l'adulte : l'enfant pose des questions auxquelles on ne pense pas et/ou voit des choses, des détails sur lesquels l'adulte n'a pas porté attention.
- Les enfants sont prescripteurs.

## Préconisations

- Imaginer des offres répondant à la motivation de convivialité, de plaisir et à la dimension éducative.
- Proposer dispositifs variés où enfants et parents pourront interagir et jouer.
- Promouvoir l'autonomie de l'enfant, favoriser l'approche par laquelle il devient acteur de la visite.
- Adapter les contenus pour les rendre accessibles aux enfants, sans négliger la qualité de ces contenus ni sous-estimer les capacités de ce public.

## Public scolaire

---

**Éducation artistique et culturelle** (EAC), politique interministérielle : éducation nationale, de la culture et des armées.

Propose une forme complémentaire d'apprentissage aux élèves de la maternelle à la terminale.

Objectif : que tous les élèves bénéficient d'actions artistiques, culturelles et scientifiques de qualité.

3 piliers : acquisition de connaissances, pratiques artistiques et scientifiques, rencontre avec les œuvres, les lieux de culture, les artistes et autres professionnels.

8 domaines dont les arts visuels et le patrimoine : actions de sensibilisation à la création et au patrimoine (arts plastiques, photographie, sculpture, peinture, architecture, dessin, design, patrimoine).

**Levez les yeux !** Journée du patrimoine pour les élèves, le vendredi précédent les Journées européennes du patrimoine.

**Une école, un chantier** permet à des classes de découvrir des chantiers de restauration de monuments ou d'objets mobiliers protégés au titre des Monuments historiques et de fouilles archéologiques.

**Les journées nationales de l'architecture**, en octobre : visites de chantiers, d'agences d'architecture, des parcours urbains.

### **Action « connaître le patrimoine de proximité »**

Découvrir des lieux et objets du patrimoine de proximité in-situ (contact direct).

Organisation d'au moins une visite annuelle sur un lieu patrimonial de proximité avec chaque classe.

Apprendre à voir pour mieux connaître et comprendre l'architecture et le patrimoine environnant, qui sont accessibles à tous et partout. Développer le plaisir de la rencontre avec le patrimoine.

De la visite guidée ponctuelle au véritable projet nécessitant la construction d'un programme culturel et pédagogique.

## Quelques préconisations pour adapter la découverte aux enfants

- Mise en relation directe avec le lieu et les objets.
- Diversifier les approches et situations : visite en contact direct avec un médiateur, atelier de pratique sur place, jeux, rallye...
- Inciter à l'observation et développer l'approche multisensorielle.
- Proposer une pratique artistique/culturelle et des manipulations qui favorisent la mémorisation.
- Lier la visite avec le programme scolaire (histoire, histoire des arts).
- Dépasser la seule description du monument ou de l'œuvre : privilégier la compréhension du contexte, donner des repères, du vocabulaire, des informations sur les conditions de réalisation, montrer que le patrimoine évolue.
- Amener à comparer, mettre en réseau et faire des liens entre des monuments et objets à l'échelle locale et plus éloignée.
- Enrichir d'anecdotes historiques, raconter une histoire, une légende.
- Communiquer clairement en veillant à utiliser une terminologie précise afin d'enrichir le lexique.
- Établir ce que les élèves vont apprendre : repères historiques, apports techniques, lexiques.
  - Trouver un équilibre en matière de contenus : ni trop simplistes, ni trop complexes et techniques.
  - Objectif par trop ambitieux : 5 mots, 5 notions.
- Adapter les contenus et le discours selon l'âge des enfants.
- Prendre en compte un temps d'attention moindre qu'un adulte.
- Se mettre en relation avec le professeur et éventuellement coconstruire la visite avec lui.
- Donner la place à la parole de l'élève et à son interprétation : laisser les enfants s'exprimer (sentiments, goûts, connaissances, liens...) et les amener à déduire (ne pas tout dire, tout donner).
- Laisser des traces par la remise d'un document didactique ou par une création individuelle ou collective.

## Et la logistique...

- Temps disponible de la demi-journée à la journée, prenant en compte le temps de déplacement et des contraintes horaires (retour cantine et fin de classe). Déplacement en bus : frein financier et recherche d'optimisation.
- Attention au nombre d'enfants accueillis : confort et sécurité.
- Logistique plus ou moins importante : déplacement, sécurisation, lieu de pique-nique éventuel, solution de repli, présence de toilettes...

# Public spécifique présentant une déficience, un handicap

---

## Quelques chiffres

Enquête menée auprès de 334 000 personnes en France, par la DREES, publiée en février 2023.

Handicap : « notion complexe ».

Deux approches pour dénombrer les personnes concernées : sentiment d'être « fortement limitées » dans des « activités que les gens font habituellement » et précision sur une « limitation sévère pour une fonction physique, sensorielle ou cognitive ».

- 14,1 % des plus de 15 ans sont en situation de handicap.
  - Parmi les plus de 60 ans, 25,5 % sont en situation de handicap.
  - Chez les enfants de 5 à 14 ans, 4,8 %.
  - 310 000 adultes et 170 000 enfants handicapés étaient accompagnés dans des structures dédiées fin 2018 (établissements et services médico-sociaux).
  - Les personnes présentant une déficience auditive sont les plus nombreuses.
- Viennent ensuite les personnes dont la déficience est motrice, visuelle et intellectuelle.



### Intérêts d'adapter la visite aux publics présentant un handicap

- Rendre accessible un patrimoine à un public spécifique qui n'a pas l'habitude de bénéficier de ce type d'offre.
- Créer des interactions entre les personnes « valides » et celles vivant avec un handicap.
- Apporter une valeur ajoutée à l'ensemble du public, en réfléchissant à une mise en valeur différente et originale du patrimoine.

**POUR TOUS!** Un handicap ne se vit pas simplement comme une déficience intrinsèque, mais par les effets du contexte physique et social donné.

Les personnes ne sont pas en situation d'handicap si les offres et installations sont adaptées.

Pas de groupe homogène et handicap pas toujours visible.

### Préconisations :

- Collaborer avec les associations de personnes handicapées : comprendre les besoins spécifiques, co-construction des projets et outils.
  - Favoriser des perceptions variées : lecture des lieux et des œuvres par d'autres sens (toucher, goût et odorat).
  - Créer des échanges : proposer des animations appropriées à chaque déficience mais ouvertes à tous.
- Les visiteurs deviennent égaux devant un lieu et une œuvre.

# Déficiência auditiva

---



Personnes sourdes de naissance, les personnes devenues sourdes et les personnes malentendantes.  
Particularités entre ces différentes personnes.

## Comment faciliter leur accès ?

S'adresser à un malentendant en le regardant en face et en articulant correctement chaque mot.

- **Support visuel**

Contenus visuels et illustrations didactiques pallient les explications orales ou sources sonores diverses.

- **Sous-titrage et sur-titrage**

- **Visio guide**

Appareil numérique portable diffusant des vidéos de commentaires de visite, interprétés en langue des signes et accompagnés d'un sous-titrage. Indépendance de l'utilisateur.

- **Visite guidée en Langue Française des signes (LFS)**

Langue à part entière. Nécessite recours à un interprète. Accès aux contenus en temps réel et interactions possibles avec les personnes présentes.

- **Visite guidée en Langage parlé complété (LPC)**

Code signé complétant la lecture labiale. La main du locuteur, placée près du visage, associe un geste à chaque phonème prononcé. Évite ambiguïté entre plusieurs phonèmes correspondant au même mouvement de lèvres.

- **Boucle magnétique**

Système d'aide à l'écoute pour malentendants porteurs d'un appareil auditif adapté.

# Déficiência visuelle

Différents degrés de cécité : personnes aveugles de naissance, aveugles tardives ou malvoyantes.



Comment faciliter leur accès ?

- **Orientation**

Faciliter l'orientation dans l'espace par des moyens : guidage au sol à l'aide de bandes tactiles ou de lignes guides, le marquage ou la signalisation des obstacles.

- **Visite guidée**

Par un guide sensibilisé à la déficience visuelle. Nécessité d'autoriser les chiens guides.

- **Audio guide**

Visite audio guidée. Nécessite explications descriptives et des indications sur parcours et obstacles.

- **Audio description**

Technique qui décrit dans le détail les architectures, décors, lumières, ambiances...

Entre les dialogues, commentaires conçus pour contextualiser l'œuvre et en faciliter la compréhension.

- **Favoriser l'approche tactile et multisensorielle**

À l'aide de maquette, reproduction d'un objet, monument, détail.

À l'aide de document en relief, représentation d'un dessin par gravure, sérigraphie, gaufrage, thermoformage, découpe laser...

Profitable pour tous, y compris aux enfants, aux personnes mal ou non-voyantes, à celles présentant une déficience mentale.

- **Information textuelle**

Police simple et de grands caractères imprimés en blanc sur fond noir pour les personnes malvoyantes.

- **Braille** pour les non voyants. Pas lu par tous. Encombrement important > nécessite support dédié.

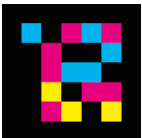
- **Éclairage adapté**

Contrastes de lumière et adaptation de l'éclairage aide les capacités visuelles résiduelles d'un malvoyant.

- **Codes NaviLens**

Nouvelle technologie d'aide à l'autonomie dans des environnements inconnus. Numérisation à longue distance avec caméra mobile.

Interagir plus facilement avec l'environnement : transport en commun, bâtiments publics, musées...



# Déficiência intellectuelle

---

Atteinte au développement de l'apprentissage qui se manifeste de manières très diverses.

Troubles secondaires possibles : langage, motricité, perceptions sensorielles, communication ou discernement.

Incidences sur la capacité de concentration, de coordination, de mémorisation et de repérage dans l'espace et le temps.

Déficiência intellectuelle légère : suffisamment d'autonomie pour participer aux activités destinées au grand public.



## Comment faciliter leur accès ?

Les adaptations pour d'autres personnes déficientes leur sont profitables : multisensoriels, grands caractères et signalétique adaptée.

- **Accueil rassurant**

Personnes ayant besoin de se sentir invitées. Accueil chaleureux immédiat pour une mise en confiance.

- **Itinéraire explicite**

Pour minimiser les angoisses et faciliter l'orientation. Plans illustrés, pictogrammes, photographies de lieux clés, repères...

- **Diminution des obstacles physiques**

Créer de bonnes conditions de visite : supprimer si possible tout obstacle physique (passerelles, marches à hauteur variable ou couloirs trop étroits).

- **Diminution des obstacles psychologiques**

Obscurité, ambiance sonore particulière, parcours de visite avec de nombreux changements de direction > effets psychologiques pouvant engendrer des sensations de panique.

- **Durée raisonnable de la visite**

Durée et parcours de visite adaptés à la capacité de concentration des visiteurs.

- **Adaptation des contenus et de leur présentation**

Éviter les références chronologiques éloignées, abstraites ou symboliques et favoriser les thématiques proches du quotidien, simples et ludiques.

- **Simplification du circuit de la visite**

Organiser la pensée et le discours à l'aide d'un fil conducteur, parler lentement et marquer des temps d'arrêt.

- **Visuels et illustrations didactiques, symboles et pictogrammes.**

## FALC : Facile à lire et à comprendre

- Méthode qui vise à simplifier et à rendre accessibles des documents, qu'ils soient sur support écrit, électronique ou audiovisuel.
- Objectif : traduire un langage classique en un langage simplifié.
- Permet de rendre l'information plus simple et plus claire.
- Utile à tout le monde, notamment aux personnes en situation de handicap, dyslexiques, jeunes, âgées ou maîtrisant mal la langue française.
- Pour qu'un texte ou tout support de communication soit FALC, il doit avoir été lu et compris par des personnes en situation de handicap intellectuel.

Des règles européennes existent pour produire des contenus FALC.

[https://www.inclusion-europe.eu/wp-content/uploads/2017/06/FR\\_Information\\_for\\_all.pdf](https://www.inclusion-europe.eu/wp-content/uploads/2017/06/FR_Information_for_all.pdf)

Aujourd'hui, c'est l'association [Inclusion Europe](#) qui rend possible la diffusion de l'outil.

Lorsqu'un texte est reconnu FALC, ce logo y est apposé →



# Déficiência motrice

Atteinte de la capacité du corps ou d'une partie du corps à se mouvoir, avec gênes et contraintes dans les déplacements, la préhension des objets.

Incapacité intervenant à tout âge, de la petite enfance au quatrième âge.

Deux catégories de personne : déplacement debout avec une aide auxiliaire ou en fauteuil roulant (implique une approche visuelle et gestuelle différente).



## Comment faciliter leur accès ?

### ■ Chaîne d'accessibilité claire

Nécessite de faciliter l'accès depuis le parking ou arrêts de transports les plus proches.

Réduire les obstacles architecturaux trop imposants (marches et pentes raides, seuils trop élevés...) et indications simples, claires et rapidement identifiables (flèches, pictogrammes...)

### ■ Information disponible à l'avance

Nécessité de prévoir leur trajet en avance pour pouvoir s'assurer de leur autonomie de circulation dans le lieu de visite : disposer d'informations sur le parcours et le lieu.

### ■ Accueil facilité

Grande fatigabilité des personnes qui se déplacent debout avec ou sans aide.

Améliorer leur confort en privilégiant un accès rapide évitant la station debout prolongée et en privilégiant des lieux de repos tout au long de la visite (banc, chaise...)

### ■ Dispositifs fixes et provisoires

Autonomie = priorité. Tous les obstacles architecturaux ne peuvent être supprimés.

Installations fixes permettant une circulation plus libre et indépendante (rampes, mains courantes...) ou provisoires lors d'événements ponctuels (rampes mobiles). Penser à une entrée différenciée, secondaire de celle prévue habituellement.

Veiller à ce que l'espace soit praticable en fauteuil en évitant les sols inadaptés (pavés, graviers, galets, tapis...)

### ■ Scénographie adaptée

Champ de vision nettement plus bas des personnes se déplaçant en fauteuil roulant.

Placer les œuvres à une hauteur adaptée lorsque cela est possible ou présenter des œuvres qui sont accessibles visuellement.

Placer les supports et dispositifs de visite (affichage, panneau, document) de manière à ce qu'ils puissent être lus ou accessibles en fauteuil roulant.

## Pour résumer

- Des aménagements et adaptations simples destinés aux personnes handicapées profitent à tous et rendent la culture accessible au plus grand nombre.
- Tout le monde peut se retrouver dans une situation de handicap même temporaire.
- Une meilleure connaissance des besoins et des possibilités des uns et des autres est indispensable en matière de médiation.
- L'idée n'est pas de se mettre à la place d'une personne déficiente, mais de prendre en considération le fait qu'il lui manque un sens et qu'il faut donc utiliser les autres.
- Ne pas penser et agir en termes spécifiques pour des groupes tenus pour spécifiques, mais s'appliquer à rendre plus confortable et à humaniser pour tous → accessibilité universelle et qualité de vie.

# 4- Outils et dispositifs de médiation

---



## Rappel de quelques constats

- Beaucoup de personnes n'ont pas les clés suffisantes pour comprendre les œuvres et les objets qui se trouvent dans les édifices religieux.
  - Les œuvres et objets religieux ont besoin plus que les autres d'être expliqués car ils sont porteurs de symboliques plus riches, plus diversifiées.
- Il est donc essentiel d'accompagner le visiteur dans sa visite pour qu'il puisse apprécier toute la valeur des lieux, que sa découverte soit libre ou guidée.
- D'où l'utilité de supports et de dispositifs de médiation variés pour répondre aux divers besoins et attentes des publics : visuel, écrit, oral, interactif.

## Conseils

- Varier les approches et les adapter selon les publics pour toucher le plus grand nombre.
- Réfléchir en terme de complémentarité des outils et dispositifs.
- Rien ne remplace le contact avec les lieux et les personnes. Médiation humaine = qualité de la visite.

# Médiation orale ou directe

- **Ouverture et accueil**

Premier dispositif de médiation et d'accessibilité.

Ex. SPREV en Bretagne : société du patrimoine religieux en vie propose des visites guidées des édifices religieux, des soirées et des animations, par des bénévoles.

- **Visite guidée** : classique, conférence, thématique, insolite, d'un ou plusieurs monuments, autour d'un mobilier, d'une œuvre.

- **Présentation d'un chantier de restauration** (visite de chantier en général non autorisée)

- **Conférence et rencontre avec des professionnels** : architecte, restaurateur, spécialiste, personne ressource...

- **Rencontre avec des personnes locales** possédant la mémoire des lieux, des bénévoles investis et attachés à l'édifice, membres des comités de chapelle.

- **Atelier de découverte, d'initiation, de création, pédagogique** : découverte d'un métier, d'un sujet, d'une technique, d'une pratique artistique in-situ, en lien avec le patrimoine religieux. Ex. Croc'ta chapelle.

- **Animation** : balades commentées, contées, concerts, soirées...

Ex. Chapelles en concert, 7 chapelles en art, Les jeudis de l'orgue.

- **Événement culturel** : festivals, événements programmés chaque année.

Ex. Festival Itinéraires, l'Art dans les chapelles.

→ **Combiner les dispositifs** : visite guidée combinée avec une animation, un atelier, la rencontre d'une personne (spécialiste ou amateur), des jeux, des manipulations, ponctuées de musique...

→ **Profiter de chaque occasion** pour attirer les publics dans les édifices religieux toute au long de l'année : Pardons, Nuit des églises, Journées européennes du patrimoine, Journée du patrimoine de pays, Journée de l'architecture, chantier de restauration...

## Médiation écrite ou indirecte

- **Document de visite** : fiche, notice, carte, livret, brochure, carnet de visite, de balade.
- **Support de visite fixe ou mobile** : planche, affiche, roll up...
- **Support ludique et pédagogique** : document et livret de visite adaptés aux jeunes publics, livret pédagogique, jeux de piste, jeux d'observation, chasse au trésor, rallye photos... > Allier jeu et visite pour apprendre en s'amusant. Importance d'un scénario ou fil conducteur en lien avec l'édifice (son histoire, son architecture, son mobilier). Ex. Jeux de piste « Les clés du temps ».
- **Ouvrage et livre** de présentation d'un ou plusieurs monuments, de restitution d'un chantier de restauration.
- **Panneau d'interprétation**, panneau et mobilier pédagogique, en intérieur ou en extérieur.
- **Parcours de découverte et de visite**, géographique ou thématique, incluant plusieurs sites et éléments patrimoniaux, pour un déplacement à pied, à vélo, en voiture > Allier balade et visite.
- **Exposition** en lien avec l'édifice (retraçant son histoire, sa restauration) ou d'objets (orfèvrerie, bannières...). Exposition artistique > éviter l'instrumentalisation.

## Quelques conseils

- **Doser et équilibrer** les propositions, les textes et les discours, tant pour la médiation écrite qu'orale.  
Attention au risque d'en dire trop, ne pas perdre le visiteur dans trop de détails historiques, techniques.
- **Inviter à observer et donner une vision globale** : ne pas faire disparaître le lieu et les objets derrière le discours.
- Être **synthétique, concret, concis**.
- Donner des explications et rédiger des textes à la fois **rigoureux et pédagogiques** sur le plan historique, artistique, religieux, en privilégiant les formulations neutres.
- **Expliquer** clairement les **termes employés**.
- **Mettre en valeur** les **éléments remarquables** et les **pièces majeures protégées**.
- **Contextualiser** : évoquer le contexte géographique et historique.
- **Parler de l'évolution des lieux** de culte, de leur mobilier et leurs décors.
- **Faire des liens et des comparaisons** avec d'autres édifices locaux ou éloignés.
- Utiliser des **visuels** (plan, frise chronologique, dessin légendé, photo d'archive ou contemporaine) pour illustrer, faciliter à la compréhension, rendre les supports plus attractifs et réduire les textes.
- **Raconter l'histoire** des **saints**, expliquer les **scènes religieuses** illustrées par les vitraux, les peintures...
- Avoir une approche de la **symbolique religieuse**.
- Évoquer les **restaurations**.
- Transmettre l'**histoire locale**, sociale qui entoure les lieux, les coutumes, ponctuer d'éventuelles anecdotes, pour rendre vivant le patrimoine et partager la mémoire des lieux.
- Utiliser une pointe d'**humour**.

# Dispositifs sonores

Équipement ou utilisation du Smartphone / Mp3-4 comme audio-guide embarqué.

- **Audio-guide.**

Avec équipement ou application.

Création d'application dédiée ou utilisation d'application existante.

Ex. d'application dédiée : [Les Pierres parlent](#) (Art culture et foi Paris) > Exemple de complémentarité des outils.

Ex. d'application existante : [Izi Travel](#)

- **Balade sonore.**

Ex. de balade sonore : [Oreilles en balade](#) (Aveyron)

- **Podcast-balado.**

Fichier audio ou vidéo diffusé sur le web et destiné à être écouté aussi bien chez soi qu'au bureau ou dans les transports.

- Répond aux besoins d'être à la fois libre et accompagné.
- Permet à l'auditeur d'aller à la rencontre d'un lieu de manière différente, vivante, insolite > Immersion.
- Invitation à la mise en éveil, à la perception de l'environnement.

## Dispositifs vidéos

- Vidéo projection (mapping)

Projection d'images vidéos animées sur la façade d'un monument, d'un calvaire...

Accompagné ou non par la musique, une ambiance sonore, une histoire et des commentaires...

Ex. 7 calvaires monumentaux de Bretagne.

- Vidéos

Présentant l'extérieur et l'intérieur d'un édifice, avec commentaires et interviews d'une ou plusieurs personnes. Vue aérienne par drone.

- MOOC (Massive Open Online Course)

Nouveau type de formation en ligne ouverte à tous, regroupant des vidéos, du contenu texte, des forums de discussions...

Apparu en 2008 > partage des cours librement sur Internet par des universités canadiennes et américaines. Succès et développement dans tous les domaines.

## Dispositifs numériques et multimédia

- Site Internet et blog.
- Tablette et Histopad.
- Application de visite multimédia, sur Smartphone.
- Visite virtuelle en 360° ou en 3D (avec ou sans casque).
- Visite augmentée, avec tablette, Smartphone, paire de lunette augmentée.  
Superposition en temps réel d'images virtuelles à la réalité.  
Ex. Permet la reconstitution d'origine d'un site.
- Visite guidée en ligne  
Lancement d'une offre nouvelle par le Centre des monuments nationaux.  
[Visite guidée de l'abbaye du Mont-Saint-Michel](#) programmée le vendredi 17 mars 2023 – 18h30.

## Intérêts des dispositifs numériques et multimédia

- Rendre une architecture, une œuvre plus accessible (observation des détails, approcher ce qui ne peut être touché ni manipulé...), apporte des données complémentaires, augmente l'expérience de visite.
  - Illustrer une hypothèse, une reconstitution.
  - Dévoiler des œuvres qui ne sont pas ou plus présentées dans le monument.
  - Partager des archives et documents qui ne peuvent être présentés, manipulés.
  - Découvrir un lieu sans y être, une œuvre sans l'avoir devant soi.
- Les outils de médiation numériques peuvent apporter un complément par rapport aux autres supports et de l'interactivité, enrichir l'expérience de visite, favoriser le plaisir du visiteur et lui permettre une appropriation libre (choix du parcours, des contenus), diffuser une image nouvelle des lieux à visiter.

## Points de vigilance

- Dispositif numérique : un outil et non une fin en soi. Point d'attention doit rester le monument, les œuvres et non l'outil. Le contenu reste la base ; la forme ne doit pas le surpasser.
- Le numérique ne peut diffuser la matérialité de l'œuvre : format, volume, matière.
- Un outil complémentaire aux autres supports et dispositifs.
- Tout le monde n'est pas au même niveau dans l'utilisation des nouvelles technologies.
- Sur stimulation de ces dispositifs peut engendrer l'effet inverse : prise de distance des visiteurs avec l'outil, recherche de déconnexion.
- Ne pas occulter l'importance de la recherche de lien social dans une expérience culturelle : la relation humaine reste au cœur de l'expérience de visite et de sa qualité.



## Mise en réseau

Mettre en réseau plusieurs sites pour :

- Fédérer les acteurs religieux, institutionnels, associatifs.
- Mutualiser les projets et les moyens.
- Créer des offres structurantes.

Exemples :

- [Églises ouvertes](#) : Réseau européen d'édifices religieux (France, Belgique et Luxembourg)

Des centaines d'édifices ouverts à la visite, des circuits de découverte, différentes supports de visites et des événements.

- Détour d'Art en pays d'Auray.

Un vingtaine d'églises et de chapelles ouvertes à la visite chaque année.

Différentes offres : visite libre, visite guidée, jeux de piste, animations.

# 4- Méthodologie de projet

---

## Se poser les bonnes questions avant de se lancer

- **Quel projet ?** Que souhaitez-vous faire ? Créer un outil de médiation, organiser une visite, un événement, partager une histoire ou simplement ouvrir aux publics.
- **Pourquoi ?** Question essentielle qui amène à s'interroger sur ses propres motivations. Projet doit être porté par une vraie envie, une démarche volontariste.
- **Pour qui ?** Quel public souhaitez-vous toucher ? Réflexion différente selon les publics à qui on s'adresse.
- **Pour quelle durée ?** Proposition ponctuelle ou régulière sur l'année. Programmer au moment le plus opportun.
- **Quels moyens ?** Quels sont les moyens dont vous disposez pour concrétiser l'idée ? Quels sont ceux dont vous aurez besoin (matériels, humaines, financiers) ?

Penser à s'associer avec d'autres acteurs : affectataires, propriétaires, associations, porteurs de projets similaires, scolaires... La collaboration permet de mutualiser les moyens et connaissances, de rendre visible le projet.

- **Dans quel contexte ?** Quelles sont les caractéristiques de l'environnement ? les atouts et faiblesses à prendre en compte (situation géographique, territoire touristique, accessibilité...) ?  
Existe-il déjà une offre pour le site concerné ou une similaire à proximité ? Proposer un dispositif qui complète l'existant.  
Le projet répond-il à un souhait ou un besoin de la population locale ? à un souhait de l'affectataire du lieu ou des élus de la commune ?

- **Quel cadre juridique ?** Le lieu est-il soumis à un régime de protection légale ou réglementaire ?

Dans le cadre d'un Monument historique protégé : prendre contact au préalable avec un professionnel de la DRAC comme l'ABF pour savoir ce qu'il est possible de faire si le projet prévoit des installations (panneaux d'interprétation).  
L'accueil du public nécessite de prendre certaines précautions en matière de sécurité et d'accessibilité.

# Merci pour votre attention !



Virginie Morgant Le Diffon

Mille et un lieux

[contact@mille-et-un-lieux.com](mailto:contact@mille-et-un-lieux.com)

06 76 80 15 92