

Mémoire

Châteaux reconvertis en hôtels : les enjeux de préservation
de l'authenticité et de patrimonialisation

BAUDOIN Flavie

GRELLETY Edith

Formation : Master 2, Direction de projets ou Établissements Culturels,
parcours Patrimoine et Tourisme

Année universitaire : 2024-2025

Directeur de mémoire : Jean-René Morice

Sommaire

Sommaire.....	2
Remerciements.....	3
Engagement de non plagiat.....	4
Introduction.....	5
Partie 1 : Histoire de la pratique de l'hôtellerie dans les châteaux.....	8
I. L'hôtellerie : de sa création à nos jours.....	8
II. L'hôtellerie dans les châteaux.....	12
III- Entre réutilisation et patrimonialisation : les enjeux de la reconversion	19
IV. La notion d'authenticité.....	21
V. Problématique et hypothèses.....	26
Partie 2 : Etat des lieux général.....	28
I - Méthodologie utilisée.....	28
II. Données collectées et analyse des résultats.....	36
Partie 3 : Les données collectées lors des entretiens.....	53
I- La méthodologie de recherche.....	53
II. Données collectés et analyse des résultats.....	63
Conclusion.....	83
I. Réponse à l'hypothèse 1.....	83
II. Réponse à l'hypothèse 2.....	84
III. Réponse à la problématique.....	85
Bibliographie.....	88
Sitographie.....	91
Table des matières.....	94
Table des figures.....	97
Table des annexes.....	99

Remerciements

Tout d’abord, nous tenons à remercier vivement toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Nous remercions l’INNTO ESTHUA pour son encadrement tout au long de notre parcours académique.

Nous remercions Monsieur MORICE, notre directeur de mémoire pour sa disponibilité, son écoute, ses conseils, et son accompagnement tout au long de ces deux années universitaires.

Nous adressons également un remerciement particulier aux professionnels du secteur hôteliers qui ont accepté de nous accorder de leur temps pour des entretiens :

- Madame Patricia DUBREUIL, directrice du Château de l’Épinay
- Monsieur Paul GAUDINIERE, directeur du Château de Noirieux
- Madame Cécile CARIOU, directrice du Château de Pray
- Madame Sandra POLET, directrice du Château des Vigiers

Merci à chacun d’entre eux pour la qualité de leurs réponses, leur disponibilité et leur bienveillance. Ces échanges ont été d’une grande utilité pour notre analyse et la rédaction de ce projet.

Enfin, nous tenons à remercier nos familles pour leur soutien constant, ainsi que leurs relectures, ainsi qu’à l’ensemble de notre promotion pour les moments partagés et l’entraide tout au long de la rédaction de ce projet de mémoire.

Engagement de non plagiat



ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT

Nous soussignés Madame Edith GRELLETY et Madame Flavie BAUDOIN , déclarons être pleinement conscientes que le plagiat de documents ou d'une partie d'un document sur toutes formes de support, y compris l'Internet, constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée. En conséquence, nous nous engageons à citer toutes les sources que nous avons utilisées pour écrire ce projet de mémoire.

Signature de GRELLETY Edith :

Signature de BAUDOIN Flavie :

Introduction

Notre désir de travailler sur la réutilisation des sites patrimoniaux en hôtels vient à l'origine d'une observation : de nombreux sites patrimoniaux sont laissés à l'abandon ou peu entretenus, notamment en raison des coûts élevés d'entretien et de rénovation. Partant de ce constat, nous nous sommes interrogées sur les moyens de financement existants pour entretenir ces sites, et nous avons pensé à la réutilisation, la transformation d'un site avec d'autres usages que ses usages initiaux. En effet, la réutilisation pourrait créer une source de financement qui permettrait d'entretenir un site, mais aussi de le faire revivre en accueillant des visiteurs. Toutefois, nous avons aussi découvert que la réutilisation peut avoir des aspects plus négatifs sur le bâti. Les modifications significatives de son architecture peuvent altérer certaines caractéristiques du bâtiment et être un danger pour la préservation de son authenticité. Ces réflexions nous ont conduites à nous interroger sur les formes de réutilisation les plus adaptées à une démarche de patrimonialisation.

Après réflexion, nous avons décidé de concentrer notre étude sur la réutilisation de monuments en hébergements touristiques, en nous focalisant plus spécifiquement sur leur reconversion en hôtels. Notre choix s'est dirigé vers l'hôtellerie, car nous souhaitions un exemple de réutilisation dans le secteur du tourisme, notre domaine d'étude. En complément, un article nous a aussi confortées dans notre décision de travailler sur l'hôtellerie, plus précisément cette citation : « *L'invention de l'hôtellerie au XIXe siècle s'appuie sur un certain recyclage du bâti et sur l'intégration d'un art créant potentiellement les conditions d'une future mise en patrimoine.* »¹ Elle expose donc l'idée que l'hôtellerie pourrait être adaptée à une logique de patrimonialisation.

Ensuite, nous avons choisi le type de patrimoine sur lequel nous allions nous concentrer. « *Chaque bâtiment ancien a sa nature et son environnement propres, qui en déterminent et limitent les perspectives de réutilisation, et les nouvelles fonctions qu'il est susceptible d'accueillir.* »² Ce que l'on comprend par cet extrait, c'est que tous les bâtiments ne peuvent pas accueillir un hôtel en raison de leur nature. En effet, le patrimoine englobe une grande diversité de sites avec des spécificités, des contraintes et des opportunités différentes.

Dans un premier temps, nous avons souhaité travailler sur le patrimoine industriel, pour deux raisons. La première, part d'un constat issu de nos recherches : à partir des années 1970 avec la désindustrialisation en France, de nombreuses usines ont fermé, créant ainsi de nombreuses friches industrielles³. Une reconversion en hôtel permettrait donc de préserver ces patrimoines et de leur donner une nouvelle utilité. La deuxième raison était plus symbolique, nous avons réalisé que lorsque nous pensions au patrimoine, ce qui nous venait à l'esprit ce n'était pas forcément une usine ou une mine, mais plutôt des patrimoines dits « classiques » (château, église, abbaye...). La réutilisation de ces sites s'ancre donc une fois encore dans une démarche de patrimonialisation.

¹ Coeffé V et Greffe G, (2020) Les interactions entre l'hôtellerie française et le patrimoine : une relation à l'épreuve de l'économie de l'enrichissement p. 4

² Lebon, A. (2009) Réutilisation des monuments historiques à des fins didactiques, culturelles ou artistiques. P. 5

³ Janin, C. Andres, L. (2008) Les friches : espaces en marge ou marges de manœuvre pour l'aménagement des territoires ? p. 65

Néanmoins, après réflexion nous avons préféré travailler sur l'impact des réutilisations sur un autre type de patrimoine : les châteaux et leurs dépendances. Plusieurs raisons ont motivé ce choix. D'abord, une raison commune au patrimoine industriel : Il y a une abondance de châteaux dans certaines zones notamment en Maine et Loire et en Indre et Loire, souvent peu entretenus notamment en raison des coûts excessifs d'entretien. Nous nous sommes donc demandé si la réutilisation était une solution viable pour assurer leur préservation. Ensuite, nous avons préféré ce type de patrimoine pour une raison de représentativité sur le territoire. Il y a plus d'exemples d'hôtels dans des châteaux que dans des sites industriels. Cela nous permet donc d'avoir un plus grand choix d'établissements à étudier, sur une temporalité plus grande. En effet, on observe les premiers hôtels dans des châteaux en France dès les années 1950, tandis que pour les sites industriels le phénomène débute à partir des années 1990. Enfin, notre choix s'est porté sur les châteaux car nous avons constaté que dans certaines régions réputées pour les châteaux, de nombreux édifices étaient ouverts à la visite. Face à cette offre saturée, les châteaux souhaitant s'inscrire dans une démarche touristique doivent proposer des services complémentaires. L'une des solutions possibles serait de se tourner vers l'hôtellerie.

Au fur et à mesure de l'avancement de nos recherches et de nos réflexions, nous avons décidé de nous concentrer sur les exemples de châteaux réutilisés, qu'ils soient étoilés ou non. Au départ, nous voulions nous concentrer uniquement sur les hôtels étoilés, donc plutôt haut de gamme. Cependant, nous avons constaté que de manière générale les hôtels dans des châteaux étaient déjà de catégorie haut de gamme. Se limiter aux hôtels étoilés nous aurait donc privé d'objets d'étude intéressants, nous avons donc finalement choisi d'exclure ce critère.

De plus, nous ne nous sommes pas restreintes à une période spécifique. Notre démarche englobe des demeures allant du XII^e siècle jusqu'au début du XX^e siècle, incluant donc des châteaux du Moyen Âge, de la Renaissance, néo-gothiques, etc. Nous avons également choisi de nous concentrer sur le cas français comme objet d'étude. Nous avons privilégié ce territoire, principalement pour faciliter les échanges lors des entretiens et également pour avoir la possibilité de visiter les établissements sélectionnés. Néanmoins, nous serons amenées à comparer le cas de la France avec ceux d'autres pays. Pour des contraintes liées au temps, il n'était pas possible d'étudier tous les châteaux utilisés en hôtels en France. Nous nous sommes donc limitées aux châteaux situés dans les 4 départements suivants : l'Indre-et-Loire, le Maine-et-Loire, la Loire-Atlantique et la Dordogne. Cette sélection s'explique par nos lieux de résidence respectifs ainsi que par l'emplacement de nos lieux d'apprentissage.

Plusieurs choix ont également été envisagés dans le cadre de nos recherches. Premièrement, nous avons envisagé de porter notre étude sur des établissements publics. L'idée était de voir s'il existait des initiatives publiques de création d'hôtels dans des sites patrimoniaux. Cependant, dans nos recherches nous n'avons pas trouvé d'exemple de château-hotel public. De ce fait, notre réflexion portera uniquement sur les hôtels dans des châteaux privés. Nous avons également envisagé de nous concentrer uniquement sur les hôtels situés dans des châteaux classés. Néanmoins, nous avons constaté que la majorité, soit environ 90% des établissements que nous avons étudiés n'étaient ni classés, ni inscrits. Nous avons donc analysé à la fois des sites classés et non classés. Notre réflexion se concentrera ainsi sur la manière dont ces hôtels mettent en avant le fait qu'ils soient classés monument historique et comment cela constitue dans le discours un faire valoir supplémentaire. Nous analyserons également la valeur ajoutée qu'apporte leur dimension patrimoniale.

Nous avons choisi de centrer notre étude sur la question de la patrimonialisation et de l'authenticité qui sont deux notions très liées. Nous avons cherché à savoir si la réutilisation d'un château en hôtel pouvait permettre de préserver son authenticité, tout en nous questionnant sur les aménagements susceptibles de compromettre cette préservation, notamment ceux liés aux exigences de construction et à l'adaptation du site aux normes hôtelières (sécurité incendie, installation d'ascenseurs, etc.). Cela a soulevé plusieurs interrogations sur l'authenticité ou la non authenticité de ces lieux que nous développerons dans notre raisonnement.

La notion de valorisation immatérielle est importante dans le cadre de la réhabilitation, on valorise le lieu par son apparence mais on offre aussi un récit, une histoire, une expérience aux hôtes pour ne pas oublier l'usage originel du lieu. Il y a une notion d'authenticité qui est importante. Comme le souligne Guillemard, D. (2018), « *Le patrimoine est la marque d'un passé que l'on souhaiterait fixé, voire figé, dans un état immuable, alors que la tradition, paradoxalement avec son jeu d'adaptations et d'expériences toujours renouvelées, peut donner au patrimoine, quand il s'inscrit encore en elle, une modernité* »⁴.

Il y aussi la réaction du public face à la réhabilitation des sites patrimoniaux. Cette réaction peut être négative si la démarche n'est pas faite correctement. En effet la population peut considérer la réhabilitation comme une forme de profanation du bâti s'il y a une trop grande dissonance entre les usages initiaux et les usages actuels. La réutilisation d'un site patrimonial peut aussi être considérée comme du recyclage fonctionnel et non valorisant.

À l'issue de notre état de l'art thématique, une question avait émergé : « *Quelles sont les démarches et les enjeux liés à la conversion de sites patrimoniaux en hôtels ?* » Nous verrons à l'issue de notre première partie comment cette question a évolué pour donner lieu à une problématique.

Dans ce mémoire, nous verrons d'abord l'histoire de l'hôtellerie dans les châteaux, comment cette pratique s'est développée et a évolué et quels sont les avantages et les inconvénients de ce modèle. Ensuite, nous verrons qu'elles sont les discours des hôteliers dans des châteaux à travers une base de données que nous avons réalisée. Nous expliquerons notre méthodologie de recherche, notre analyse, ainsi que les tendances que nous avons observées. Enfin, dans notre dernière partie, nous étudierons les stratégies des hôteliers en analysant l'expérience des directeurs de plusieurs établissements. Nous en avons interrogé 4 : le Château de l'Épinay, le Château de Noirieux, le Château de Pray et le Château des Vigiers.

⁴ Guillemard, D. (2018). Authenticité et patrimoine, l'immobilité changeante. P. 22

Partie 1 : Histoire de la pratique de l'hôtellerie dans les châteaux

I. L'hôtellerie : de sa création à nos jours

1.1. L'hôtellerie, un phénomène récent

L'hôtellerie, comme on la connaît aujourd'hui, est un phénomène relativement récent. Auparavant, il était plutôt question d'auberges ou de monastères liés à des étapes sur les routes pour les voyageurs. Ces lieux avaient une vocation simplement utilitaire, ils offraient un abri pour la nuit aux pèlerins et aux marchands sans proposer beaucoup de services ni un grand confort.⁵

Les hôtels, en revanche, sont liés dès leurs créations au tourisme, phénomène qui émerge à la fin du XVIII^e siècle avec le grand Tour. Ces tours de l'Europe principalement en France ou en Italie étaient le privilège des élites, réservés aux jeunes aristocrates anglais. La notion de voyage évolue, on ne voyage plus par contrainte, pour des raisons religieuses ou pour le travail, mais par choix, par soif de découverte et loisir. Ces jeunes nobles parcouraient les grandes villes européennes, visitaient des musées et monuments antiques ; il s'agit des premiers touristes.

Néanmoins, cette évolution de la notion de voyage ne marque pas immédiatement la fin des auberges. Au début de la pratique, l'hébergement reste encore essentiellement fonctionnel, uniquement lié à une idée de voyage et d'étape. Les lieux d'hébergement sont donc principalement situés près des ports et des gares.⁶

C'est au XIX^e siècle, avec l'émergence du tourisme de loisirs à la montagne, sur le littoral et autour du thermalisme, que va naître l'hôtellerie comme on l'entend aujourd'hui avec les grands hôtels⁷. L'hôtel n'est donc plus une étape, mais la destination du voyage, en quelque sorte une station touristique. C'est ce que souligne cette citation : « *L'hôtel accommode dès lors plus que l'étape : il devient une destination à part entière à travers l'hôtellerie de villégiature thermique, balnéaire ou encore liée à la contemplation de sites représentés comme « vierges », [...]* »⁸. Les attentes des touristes évoluent, ils ne recherchent plus seulement un hébergement, mais une expérience qui allie détente et divertissement. Petit à petit, les hôtels vont donc commencer à s'accompagner d'équipements de loisirs tels que des piscines,

⁵ Beaudet, G. (2004). La vie de château.

⁶ Cazalais, N. (2004). Hôtellerie et développement régional : Réflexion autour de paradoxes. p. 3

⁷ Beaudet, G. (2004). La vie de château.

⁸ Greffe, G. et Coëffé, V. (01/06/2020). Les interactions entre l'hôtellerie française et le patrimoine: une relation à l'épreuve de l'économie de l'enrichissement". P. 5

terrains de tennis, golf, casino ou salle de spectacles. De plus, une idée de confort et d'hygiène va émerger. Les auberges proposaient des services simples avec souvent des chambres partagées, les hôtels, eux, proposent des installations sanitaires les plus modernes possibles. De plus, les hôtels sont des lieux de rencontre et de sociabilité avec des salons et des restaurants.

Par la suite, l'hôtellerie va toujours évoluer pour convenir aux changements sociaux, technologiques ou économiques, comme le souligne cette citation : « *Bien sûr, il faut reconnaître que l'hôtellerie, telle que nous la connaissons aujourd'hui, a constamment évolué et que ces changements se sont toujours faits en réaction à des tournants d'histoire qui apportaient des modifications majeures au mode de vie des populations, notamment au transport des personnes et aux télécommunications.* » ⁹. D'abord réservé aux élites, le concept de l'hôtel va donc se populariser avec l'arrivée de la voiture et des congés payés, et différentes gammes vont apparaître pour convenir à toutes les tranches de la population.

De plus, les premiers hôtels, au début de la pratique, appartenaient majoritairement à des propriétaires privés indépendants, mais un tournant s'opère dans les années 1960 : de grands groupes apparaissent (Marriot...), de nouvelles formules en hôtellerie sont développées et on observe un changement dans l'organisation du secteur, les hôtels se structurant de plus en plus en réseaux.

On va passer d'un modèle avec majoritairement des hôtels dans les grandes villes, à des gammes plus larges avec des établissements situés en périphéries urbaines et sur les routes touristiques, une prolifération d'hôtels économiques et le développement de petits hôtels de campagne détenus par des indépendants¹⁰. Cette citation vient appuyer cette idée : « *Si la chaîne dite standardisée apparaît en France après la Seconde Guerre mondiale avec Sofitel (1964) puis Novotel (1967), on trouve des traces de fonctionnement en réseau dès le XIXe siècle, en particulier dans l'hôtellerie haut de gamme* »¹¹.

Donc, même si les hôtels standardisés se sont développés à partir des années 1960, on observe que le phénomène de réseau apparaît en France à partir du XIXe siècle pour les hôtels haut de gamme. Dès cette époque, certaines familles ou marques commencent à structurer leurs réseaux d'hôtels de manière à offrir une expérience homogène à une clientèle exigeante. Ces hôtels, bien que dispersés sur le territoire, partagent des standards communs en matière d'équipement, de service et de confort, garantissant ainsi aux voyageurs le même niveau de qualité.

Cependant, c'est véritablement dans les années 1960 que l'on voit apparaître un grand nombre de chaînes hôtelières standardisées en France. Ce développement s'inspire directement du modèle américain, où ce type de chaînes hôtelières apparaît dès le début du XXe siècle.

Le principe de ce modèle est d'attirer une clientèle aux revenus moyens avec des prix accessibles et des services avec une réduction des coûts maximum.¹² Les services proposés

⁹ Larivière, G. Jussaume, J. (2004). Emergence des nouvelles formules en hôtellerie. p. 2

¹⁰ Ibid

¹¹ Galasso, E. (2024). Le réseau dans la trajectoire de l'industrie hôtelière en France de la seconde moitié du XIXe siècle aux années 1990 : apports, enjeux, limites. P 153

¹² Galasso, E. (2024). Le réseau dans la trajectoire de l'industrie hôtelière en France de la seconde moitié du XIXe siècle aux années 1990 : apports, enjeux, limites.

sont standardisés d'un hôtel à l'autre et la gestion centralisée ce qui permet une grande rentabilité.

Le phénomène se développe en France avec le soutien des pouvoirs publics, qui voient dans cette nouvelle forme d'hôtellerie une bonne manière de relancer le secteur touristique en difficulté après la Seconde Guerre mondiale. L'État va donc encourager le développement des chaînes standardisées, avec plusieurs objectifs : attirer une clientèle internationale avec pour objectif de faire de la France une destination touristique majeure. Mais aussi d'encourager les français à fréquenter les hôtels. Jusque dans les années 1960, le mode d'hébergement hôtelier reste peu populaire auprès des français. Comme le souligne cette citation : « *En 1964, seuls 8 % des vacanciers choisissent ce mode d'hébergement (en parlant de l'hôtellerie), alors concurrencé par le camping et de nouveaux types de logements marchands, les résidences de tourisme.* »¹³.

L'État cherche alors à rendre les hôtels plus attractifs auprès des classes moyennes avec la volonté de renouveler le parc hôtelier français : dans les années 1960, la France possède encore un des parcs hôteliers les plus anciens d'Europe¹⁴. La plupart des établissements sont vieillissants, souvent inadaptés aux nouvelles attentes des clients en matière de confort et de services. En favorisant l'expansion des chaînes standardisées, les pouvoirs publics encouragent le renouvellement du parc hôtelier et modernisent l'offre.

1.2. Les évolutions de l'hôtellerie : le tournant des années 1990

Le phénomène des hôtels standardisés va se développer en France jusque dans les années 1990, au moment où le marché atteint un point de saturation. C'est également à partir de cette période que les attentes des clients ont commencé à évoluer. En effet, les clients se sont en quelque sorte lassés des hôtels standardisés et de tailles démesurées¹⁵. C'est aussi ce que montre cette citation : « *Le degré d'accessibilité aux informations, la diversification des établissements hôteliers, la performance et la vitesse des transports ainsi que l'augmentation du temps libre, conduisent les consommateurs à devenir de plus en plus sélectifs* »¹⁶. Il y a l'émergence d'une opposition à la standardisation.

On retrouve également, la localisation, qui constitue un des critères les plus importants pour les hôtels. Elle va commencer à être moins essentiel pour les consommateurs à partir des années 1970, notamment grâce à l'émergence de la voiture qui facilite les déplacements¹⁷. Les clients ne recherchent donc plus exclusivement la satisfaction de besoins primaires, mais aussi une certaine authenticité. Comme l'explique cette citation : « *Selon l'auteur, une grande nécessité d'identité et d'authenticité est née et s'oppose à cette standardisation.* »¹⁸

¹³ Ibid p. 159

¹⁴ Ibid

¹⁵ Larivière, G. Jussaume, J. (2004). Emergence des nouvelles formules en hôtellerie.

¹⁶ Fraenkel, S. et Iunius R-F. (2007). Les hôtels design : une alternative aux hôtels de chaîne dans Industrie de l'accueil. p 134

¹⁷ Ibid

¹⁸ Ibid p. 145

Il y a donc eu une nécessité pour les établissements hôteliers d'innover et de se différencier par leur petite taille, en proposant des services personnalisés axés sur la dimension humaine. Ces besoins auraient ainsi conduit à l'émergence des hôtels boutiques et des hôtels designers, à partir des années 1970. Cependant, le concept se concrétise autour des années 1980-1990, comme l'un des plus récents courants à survenir dans l'industrie hôtelière. Nous avons choisi cette citation pour définir ces deux catégories d'hôtels : *« Alors que les hôtels-boutiques proposent généralement des établissements de petite taille fortement axés sur le service et peuvent afficher des styles variés allant de l'ultra conservateur au très « branché », les hôtels-designers, quant à eux, n'ont pas de critère de taille, conservent en général un niveau de service standard et se caractérisent fortement par l'aspect design, des décors ambitieux ainsi qu'une atmosphère et une ambiance éclatées, parfois même surréalistes. »*¹⁹ Néanmoins, certains auteurs comme Stefan Fraenkel et Ray Iunius, auteurs du chapitre Les hôtels design : une alternative aux hôtels de chaîne tiré du "livre Industrie de l'accueil", font une moins grande distinction entre hôtel designer et hôtel boutique.

Une opposition à la standardisation va apparaître et l'hôtel boutique va parfaitement répondre à cette volonté « de lieu unique ». C'est ce qu'explique cette citation tirée du même article : *« À l'origine, la plupart des hôtels boutiques ont été conçus à partir de vieux hôtels et d'édifices en décrépitude qui avaient une valeur historique ou qui possédaient un certain caractère, et qui, une fois rénovés, afficheraient un style, des couleurs et une personnalité bien distincts. L'atmosphère et l'ambiance font donc de chaque hôtel-boutique un endroit unique. Cet aspect est essentiel. »*²⁰

Les hôtels boutiques ont émergé avec de nouvelles exigences en matière d'esthétique. C'est ce que souligne cette citation, *« les clients classent l'apparence physique à l'extérieur de l'hôtel, celui des espaces publics et des chambres juste en dessous de la localisation et de la marque mais juste au-dessus des dimensions de service »* (Dube et al, 2000)²¹. Cela montre l'importance du design et de l'ambiance visuelle dans l'hôtellerie. L'atmosphère du lieu joue un rôle majeur dans l'expérience client.

Les clients désiraient également des établissements offrant une atmosphère plus intimiste et chaleureuse. Ils privilégiaient des hôtels de plus petite taille, avec des services plus personnalisés et une grande attention attribuée aux besoins individuels. Cette approche visait à créer une expérience plus authentique et immersive, en contraste avec l'impersonnalité souvent associée aux grandes chaînes hôtelières.²²

Un besoin de récréation va aussi naître, c'est-à-dire une volonté de s'éloigner du quotidien, de s'offrir un moment de rupture avec le quotidien. L'objectif pour le client est de s'évader et de se dépayser comme le souligne cet extrait : *« immerger les gens dans un monde temporairement dépourvu d'échéances, de pressions professionnelles et du stress lié à la vie moderne »* (collins).²³

¹⁹ Larivière, G. Jussaume, J. (2004). Emergence des nouvelles formules en hôtellerie.p 7-8

²⁰ Ibid p. 7

²¹ Fraenkel, S. et Iunius R-F. (2007). Les hôtels design : une alternative aux hôtels de chaîne dans Industrie de l'accueil. p 134

²² Larivière, G. Jussaume, J. (2004). Emergence des nouvelles formules en hôtellerie p. 6

²³ Fraenkel, S. et Iunius R-F. (2007). Les hôtels design : une alternative aux hôtels de chaîne dans Industrie de l'accueil. p. 141

Il existe un paradoxe, les clients recherchent à la fois la récréation et la sécurité. Leur besoin de dépaysement s'accompagne d'un besoin de repères familiers, comme des plats connus et une chambre offrant tout le confort nécessaire. L'hôtel doit donc concilier l'évasion et la continuité du quotidien.²⁴

II. L'hôtellerie dans les châteaux

2.1. L'apparition des hôtels dans les châteaux

Les hôtels dans les châteaux apparaissent en Angleterre au XIXe siècle, créant ainsi de nouveaux usages pour ces édifices²⁵. Cette tendance s'est ensuite développée dans deux autres pays : l'Espagne et le Portugal.

En Espagne, l'État crée en 1928 le réseau des « Paradores », une chaîne d'hôtels publics de luxe. Ces établissements sont souvent installés dans des bâtiments historiques, tels que des châteaux, des monastères ou des palais, et offrent une expérience qui regroupe patrimoine et confort moderne. L'objectif est à la fois d'entretenir le patrimoine architectural du pays et de stimuler le tourisme, notamment dans des régions moins fréquentées.²⁶

En 1942, apparaît la première « Pousada » à Elvas au Portugal. « Les pousadas », sont un concept similaire aux Paradores d'Espagne. C'est une chaîne publique dont l'objectif est de proposer une expérience privilégiée dans des bâtiments historiques tout en promouvant la culture et les traditions portugaises. Cette démarche a permis de redonner vie à des châteaux, couvents ou palais en mauvais état voire en ruine. Aujourd'hui le réseau est géré par un groupe privé et compte 37 établissements dans tout le Portugal.

En France, le phénomène des hôtels installés dans des châteaux se développe plus tardivement. Comme le souligne cette citation : « *Parallèlement à ces chaînes au modèle standardisé, les chaînes volontaires poursuivent leur développement, à l'instar des Relais de campagne nés en 1954, spécialisés dans l'hôtellerie rurale de charme, qui deviennent Relais et Châteaux en 1975* »²⁷. Ce type d'établissement émerge donc véritablement à partir des années 1950.

²⁴ Fraenkel, S. et Iunius R-F. (2007). Les hôtels design : une alternative aux hôtels de chaîne dans Industrie de l'accueil. p. 137

²⁵ Morice, J-R. (2011). Pour un nouvel usage du château : l'hébergement touristique. Ausonius Editions.

²⁶ Castro-Fernandez, B. et Gonzalez, R. (2006). "Se loger dans le passé" : La récupération emblématique de l'Hostal des Rois Catholiques de Saint-Jacques-de Compostelle en hôtel de luxe. p. 164

²⁷ Galasso, E. (2024). Le réseau dans la trajectoire de l'industrie hôtelière en France de la seconde moitié du XIXe siècle aux années 1990 : apports, enjeux, limites. p. 158

L'objectif de ces hôtels est d'offrir aux visiteurs une véritable expérience de « vie de château » en faisant attention à la qualité de l'ameublement et en perpétuant une atmosphère de demeures anciennes. Cette atmosphère peut être entretenue par des pratiques telles que : allumer un feu de cheminée dans sa chambre, les balades à cheval ou encore les promenades dans des jardins à la française. L'ensemble de ces pratiques participent à la recherche de récréation de cette vie de châtelain. L'esthétique du château constitue le cœur de cette offre, à travers des éléments tels que le mobilier, les boiseries ou et les cheminées.

Bien que la création de ce type d'hôtellerie remonte aux années 1950, la majorité des établissements que nous avons étudiés ou que nous avons identifiés ont vu le jour après les années 1980, voire dans les années 2000. Leur essor semble ainsi s'inscrire dans la phase de réenchancement hôtelier.

Le loisir et la détente sont des aspects importants. En effet, nous avons vu que de nombreux hôtels dans des châteaux proposent des séjours liés au repos dans un cadre rural avec des piscines et des espaces de bien-être. Nous pouvons illustrer ce phénomène avec cet extrait de l'étude « les tendances du tourisme et de l'hôtellerie en 2020 », qui démontre qu'il y a de plus en plus de demandes en Thalassothérapie « *En thalassothérapie, l'année 2019 s'est achevée, une fois encore, sur un nombre de curistes en augmentation : +4,6% par rapport à 2018. Le secteur se porte décidément très bien avec, depuis 2013, des curistes chaque année plus nombreux.* » (p. 20, 2020).

Aujourd'hui, la vision de la « vie de château » a évolué pour certains, et ne correspond plus seulement au fait de perpétuer cette atmosphère ancienne, mais de s'adapter aux attentes actuelles des clients. Cela signifie qu'on va conserver autant que possible la façade extérieur du lieu, tout en prévoyant certains aménagements intérieurs pour tenter d'allier authenticité et confort moderne.

On constate généralement que l'activité d'hébergement est souvent couplée avec d'autres prestations, toujours dans une idée d'évasion et de rupture avec le quotidien. La restauration occupe notamment une place importante et se développe de plus en plus dans ce type d'hôtellerie. En effet, nous avons constaté que certains hôtels misent sur des restaurants classés au guide Michelin ou affiliés à des labels comme Relais & châteaux par exemple. Ces distinctions constituent un véritable gage de qualité, auquel les clients accordent une attention particulière. Parmi les autres services proposés on retrouve fréquemment des activités telles que le golf, l'équitation, des programmes culturels, ainsi que l'organisation de mariages ou d'autres événements privés.

2.2 Les avantages et les contraintes d'une transformation en hôtel

La transformation d'un château en hôtel est une démarche complexe qui présente à la fois des avantages et des inconvénients. Ces derniers varient selon le lieu ou les personnes impliqués. En effet, certains propriétaires perçoivent cette réhabilitation comme contraignante, en raison des nombreuses installations spécifiques à chaque partie du château. D'autres propriétaires vont au contraire considérer ces défis comme des opportunités et parviennent à trouver des solutions spécifiques adaptées à ces exigences.

A. Les Avantages

La transformation de châteaux en hôtels a permis de faire connaître et d'offrir une reconnaissance à des demeures jusqu'à présent inconnues du grand public. En se donnant une nouvelle fonction et une visibilité, certains établissements ont pu être préservés et leurs histoires valorisées.

Ce processus peut être perçu comme une création de patrimoine, dans la mesure où certains châteaux, sans cette évolution, n'auraient peut-être jamais reçu de reconnaissance. Il s'agit souvent de patrimoines considérés comme « mineurs », car présents en abondance sur le territoire, et qui, grâce à cette transformation en hôtels, se voient désormais valorisés et préservés. C'est ce que montre cette citation : « *La nouvelle affectation conditionnerait le maintien du site. Plus qu'une simple opportunité, l'hébergement touristique offrirait l'avantage de donner à un patrimoine abondant et parfois d'intérêt moyen, un usage lui assurant réparation et conservation.* »²⁸

La transformation permet également de protéger certains sites de la dégradation. En effet, l'entretien des châteaux, notamment lorsqu'ils sont classés, nécessite des sommes importantes. Dans de nombreux cas, les aides disponibles ne suffisent pas à garantir la conservation de ces lieux. Grâce à une reconversion en hôtels, il devient possible de financer une partie de ces travaux et d'assurer ainsi la préservation de ces bâtisses.

Les châteaux sont également des structures idéales pour ce type d'établissement. Leur vaste superficie et leurs grands parcs permettent d'aménager divers espaces dédiés à l'accueil des clients. Ils offrent ainsi la possibilité de développer une large gamme de services et d'infrastructures, comme des chambres, des salles de réception, des espaces de loisirs et des jardins, répondant ainsi aux besoins d'une clientèle exigeante.

Il est également plus simple dans des grandes demeures à la campagne de développer des activités parallèles telles que l'organisation de séminaires ou de mariages. L'atmosphère de ces lieux, leur confort et leur histoire en font des lieux adaptés à ce type de réception.

Enfin, Les hôtels installés dans des châteaux permettent de redynamiser certaines communes et plus globalement les zones rurales. En attirant une clientèle touristique, ces établissements contribuent à l'essor économique local.²⁹ Ils génèrent aussi des opportunités d'emploi dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration. Leur implantation favorise aussi l'installation de nouveaux habitants en secteur rural et le développement d'infrastructures locales. Ces projets participent donc à la préservation du patrimoine, mais aussi à la revitalisation des campagnes en leur apportant un nouvel élan économique et social.

²⁸ Morice, J-R. Le réseau « Bienvenue au Château » en Pays de la Loire : la patrimonialisation des lieux ordinaires. P. 404

²⁹ Ibid P. 404

B. Les contraintes

Ce type d'hôtel fait face à plusieurs défis. D'abord, il peut être complexe de préserver ou de reconstituer l'atmosphère ancienne d'un lieu ayant évolué au fil du temps³⁰. Les décors ont souvent évolué, et les meubles d'origine ont souvent été vendus, rendant la reconstitution fidèle de l'ambiance passée particulièrement difficile. C'est ce que souligne cette citation : « *Le souci des propriétaires est de perdurer ou de recréer un cadre patiné par le temps qui donne l'impression d'une demeure qui a toujours été là, meublée au fil des générations. Et si l'intérieur est quelque peu redistribué, la priorité est de redonner avant tout aux pièces un décor d'autrefois.* »³¹

De plus, développer ce genre d'activité engendre souvent des travaux supplémentaires qui vont au-delà de la simple conservation. En effet, comme souligné précédemment, les touristes ont des attentes en termes de confort que les châteaux ne peuvent pas offrir. C'est ce que montre cette citation : « *le choix de développer un accueil touristique supposait pour les propriétaires des travaux supplémentaires dépassant ceux de la simple préservation, afin de rapprocher l'hébergement le plus près possible des attentes de la clientèle.* »³². Ces modifications et travaux ne se limitent pas aux intérieurs. En effet, des aménagements extérieurs sont aussi nécessaires aux abords du château, comme l'installation d'une piscine ou la création d'un parking par exemple. Cependant, ces travaux et aménagements peuvent aussi causer une dénaturation du bâtiment et aller à l'encontre de la transmission patrimoniale. C'est une problématique récurrente dans le cadre des reconversions architecturales et des monuments historiques. Pour certains propriétaires, comme l'a souligné Monsieur DUCATEZ, propriétaire du château de la Tremblay à Meigné-sous-Doué, la restauration d'un château en répondant aux normes actuelles d'un ERP est difficilement compatible avec le maintien de l'authenticité de ce type de patrimoine. En effet, ces exigences peuvent aller à l'encontre de la sauvegarde de l'identité du lieu.

Un autre élément qui peut poser des difficultés, que nous avons constaté lors de nos visites de terrain, est l'intégration des dispositifs de sécurité dans ces établissements. Dans le cadre de l'ouverture d'un ERP (établissement recevant du public) de nombreux équipements doivent être installés comme des extincteurs, des détecteurs de fumée, des panneaux d'indication des issues de secours ou des portes coupes feu. Cependant, ces dispositifs, bien que nécessaires, peuvent altérer l'aspect authentique du lieu et nuire à son cachet historique. Pour limiter cette dénaturation, certaines solutions peuvent être mises en place, comme dissimuler les extincteurs dans des placards, faire passer des équipements à l'extérieur pour ne pas détériorer l'intérieur du château, ou concevoir des portes coupe-feu dans un style ancien, en harmonie avec l'architecture existante. Toutefois, certains équipements restent inévitablement visibles. De plus, les réglementations strictes en matière de sécurité peuvent impliquer des coûts supplémentaires et rallonger les délais de transformation de ces édifices. Lorsqu'un site est classé, il dépend directement, en termes de restauration, de l'architecte des bâtiments de France qui délivre des avis. Concernant un site qui n'est pas classé, l'autorisation pour la réalisation de travaux doit se faire auprès de la préfecture et de la mairie.

³⁰ Ibid

³¹ Morice, J-R. (2011). Pour un nouvel usage du château : l'hébergement touristique. Ausonius Editions. p. 324

³² Morice, J-R. Le réseau « Bienvenue au Château » en Pays de la Loire : la patrimonialisation des lieux ordinaires. p 399

2.3. Les marques, labels et chaînes associés à l'hôtellerie dans les châteaux

Les hôtels dans les châteaux sont affiliés à de nombreuses marques, chaînes ou labels. La première et la plus emblématique est Relais & Châteaux. Au fil du temps, de nombreux autres labels (hôtels et préférence, Teritoria...) ont émergé, venant enrichir et diversifier l'offre hôtelière dans les châteaux. L'adhésion à ces labels permet aux hôtels de garantir un certain niveau de qualité et de services tout en bénéficiant d'une plus grande visibilité auprès d'une clientèle en recherche d'expérience d'authenticité et de qualité.

Selon l'article R2111-12 un label est défini comme : « Un label est tout document, certificat ou attestation qui prouve que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en rapport avec l'objet du marché remplissent certaines caractéristiques. Les exigences en matière de label sont celles que doivent remplir ces ouvrages, ces produits, ces services, ces procédés ou ces procédures pour obtenir ce label. » Un label est donc un certificat qui atteste de la qualité de la prestation proposée dans un lieu et il répond à une charte de qualité spécifique.

Selon L'insee une marque est : « Au sens de la propriété industrielle, la marque est un « signe » permettant de distinguer précisément les produits ou prestations de services d'une entreprise de ceux de ses concurrents. Le signe peut être un mot, un nom, un slogan, un logo, un dessin, etc. ou la combinaison de ces différents éléments. » La marque va donc permettre de distinguer différents services ou prestations.

Relais & Châteaux est une association qui apparaît en 1954 sous le nom « relais et campagne ». Son histoire débute avec Marcel et Nelly Tilloy, un couple d'artistes de music-hall propriétaires d'un hôtel-restaurant en Provence, qui ont initié une collaboration entre huit établissements sur la route nationale 7. Le groupe affiche dès ses débuts le slogan suivant : « Prestations haut de gamme, gastronomie d'exception et art de vivre ». L'objectif affiché est donc de promouvoir un art de vivre à travers des hébergements d'exception et des restaurants gastronomiques . Il prend le nom qu'on lui connaît aujourd'hui : relais et châteaux en 1974. Aujourd'hui 580 hôtels de 65 pays différents sont regroupés sous cette marque.



Figure 1 : Logo relais et château

Relais & Châteaux affiche plusieurs missions et valeurs. En 2014, l'association a présenté son manifeste à l'UNESCO, s'engageant ainsi à protéger les traditions culinaires et culturelles locales. Les membres s'engagent également en faveur du développement durable, avec des projets pour la préservation des ressources naturelles et le développement d'une cuisine responsable.

En 2022, l'association a publié son premier rapport sur la durabilité en lien avec les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies. Quinze objectifs doivent être mis en place entre 2025 et 2030 dans les domaines de la conservation environnementale, de la cuisine

durable et de l'autonomisation sociale et sociétale. L'autonomisation sociale et sociétale inclut l'intégration d'outils technologiques visant à remplacer ou soutenir le travail humain comme les IA par exemple. Depuis janvier 2023, Laurent Gardinier préside l'association et poursuit le travail de développement de l'engagement écologique et social de l'association.

Hôtels et Préférence est une chaîne volontaire fondée en 2000. La chaîne se positionne sur un segment haut de gamme et réunit, à ce jour, environ 150 établissements, totalisant 10 500 chambres répartis dans 19 pays. En France, elle se classe première dans le domaine de l'hôtellerie indépendante 4 et 5 étoiles. Les établissements membres ont une diversité de styles, allant des demeures de charme aux palaces renommés, en passant par des boutiques-hôtels et des resorts. Les hôtels sont classés en six catégories correspondant aux différents types d'expériences proposées.



Figure 2 : Logo Hôtels & Préférence

Leur site les décrits de la manière suivante : « *Evadez-vous dans une Demeure de charme, vivez un séjour VIP dans un Palace à renommée internationale, découvrez nos Boutique hôtels au design remarquable, profitez d'un séjour bien-être dans l'un de nos Resort ou encore prenez place à la table d'un établissement Luxury pour un voyage des sens unique. Pour vos événements professionnels, nos hôtels Business répondront à tous vos besoins.* »



Figure 3 : Les différentes expériences d'hôtels & Préférence, site d'hôtels & Préférence

Hôtels et Préférence a été racheté en 2017 par le Groupe du Louvre, appartenant à Jin Jiang, le leader du tourisme en Chine et le deuxième groupe hôtelier mondial. En 2023, Hôtels & Préférence a lancé le label « *Kitchen Génération* » pour mettre en avant de nouveaux chefs gastronomiques français et internationaux. Cette évolution témoigne de l'engagement de la chaîne à offrir des expériences uniques et exclusives à sa clientèle.

Demeures & Châteaux est une chaîne d'hôtels française qui propose à ses clients des hôtels dans des lieux privilégiés. On y retrouve des établissements aux styles variés, allant de demeures historiques à des châteaux. Ces établissements se situent dans divers types d'environnements. Sur leur site internet, on peut observer des domaines à la campagne, de somptueuses demeures en bord de mer ou encore des hôtels implantés au cœur des villes.



Figure 4 : Logo de demeures & châteaux

Demeures & Châteaux met en avant plusieurs valeurs. Tout d’abord, l’accent est mis sur la valorisation des belles demeures et de leurs régions. L’objectif est de mettre en lumière des patrimoines et le territoire qui les entoure. Ensuite, le groupe met en avant la richesse gastronomique nationale et régionale pour offrir une véritable immersion culinaire. Les propriétaires occupent également une place centrale, il y a une volonté de faire vivre aux visiteurs une expérience authentique et personnalisée dans les demeures. C’est ce que souligne cette phrase : « *Leur vocation est de vous recevoir chez eux, comme des amis soucieux de vous combler de petites attentions.* » Enfin, l’idée d’une déconnexion avec ses proches est primordiale, les hôtels demeures et châteaux ont pour objectif d’être une véritable « parenthèse enchantée » loin du quotidien.

Créé en 1975 sous le nom Châteaux & Hôtels Indépendants, le groupe **Teritoria** rassemble des restaurants et des hôtels, à l’origine uniquement en France. Le groupe se définit comme « *la référence de l’hôtellerie de charme et de la restauration gourmande en Europe pour les voyageurs du monde* ».



Figure 5 : Logo de Teritoria

Au fil des décennies, le réseau a évolué et changé plusieurs fois de nom. D’abord *Châteaux & Hôtels Indépendants*, il devient *Châteaux & Hôtels de France* en 1998, puis *Châteaux & Hôtels Collection* en 2008. En 2017, il adopte le nom *Les Collectionneurs*, avant de prendre sa dénomination actuelle, *Teritoria*, en 2023.

En 2000, le groupe met en place une charte qualité pour garantir un niveau d’excellence à ses clients. Il amorce également son expansion à l’international, en s’implantant dans plusieurs pays comme l’Italie et le Japon. Cette dynamique de croissance se poursuit en 2011 avec la fusion avec Exclusive Hotels, leader européen des boutique-hôtels urbains, renforçant ainsi sa position sur le marché de l’hôtellerie.

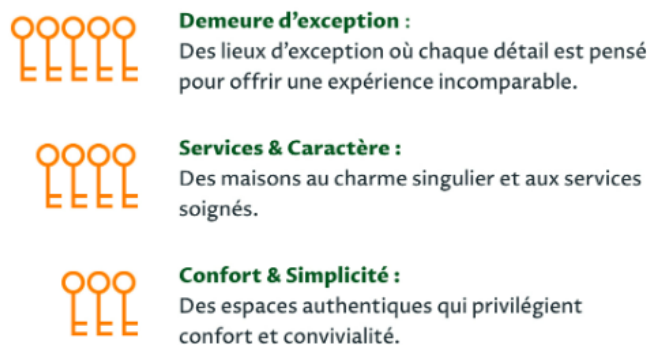


Figure 6 : Le système de clefs de Teritoria, site de Teritoria

Le groupe a mis en place un classement de ses hôtels avec un système de clefs, appelés « *Tables Remarquables*. » Le classement repose sur plusieurs critères : la satisfaction client, l'environnement, la qualité des chambres, l'utilisation de produits locaux, etc. En fonction du respect de ces critères les hôtels obtiennent plus ou moins de clefs.

Le groupe s'engage dans plusieurs démarches, notamment la réduction de son empreinte carbone en maîtrisant sa consommation d'eau et d'électricité, en privilégiant les produits locaux et en agissant en faveur de la biodiversité.

Le groupe s'engage également en faveur du bien être de ses collaborateurs en évaluant tous les 2 ans à travers le label leur satisfaction, à l'aide d'un questionnaire qui évalue 5 critères essentiels (la culture d'entreprise, la cohésion d'équipe, la fierté d'appartenance, les conditions de travail et l'équité.) En fonction des résultats obtenus, la structure peut se voir attribuer une distinction en fonction du niveau de réponse positive atteinte. En cas de résultats moins favorables un plan d'actions est mis en place pour améliorer les pratiques sociales des établissements.

Enfin, le groupe s'engage en faveur de la préservation de la biodiversité. Cet engagement porte sur le financement des projets d'agroforesterie au cœur des territoires français et Italien, en versant tous les ans un pourcentage du chiffre d'affaires pour cette cause.

III- Entre réutilisation et patrimonialisation : les enjeux de la reconversion

3.1 La notion de patrimonialisation

Comme mentionné dans l'introduction, la notion de patrimonialisation est une des notions fondamentales de notre mémoire. Nous avons choisi pour définir ce terme la définition du sociologue Emmanuel Amougou : « *La patrimonialisation un processus social par lequel les agents sociaux légitimes entendent conférer à un objet ou à un espace (architectural, urbanistique ou paysager) ou une pratique sociale (langue, rite, mythe, etc.), un ensemble de propriétés ou de valeurs reconnues et partagées d'abord par les agents légitimés et ensuite transmises à l'ensemble des individus au travers des mécanismes d'institutionnalisation, individuels ou collectifs, nécessaires à leur préservation, c'est-à-dire à leur légitimation durable dans une configuration sociale spécifique.* ». La patrimonialisation est donc un processus qui permet de définir ce qui doit être conservé, protégé et transmis aux générations futures.

La patrimonialisation est un phénomène relativement récent en France, qui apparaît avec la Révolution française, mais qui se développe réellement au cours du XIXe siècle. En effet, en 1837, apparaît la Commission des Monuments Historiques qui permet la sauvegarde et la

conservation d'édifices jugés patrimoine national. À l'origine, elle sauvegardait une catégorie de patrimoine assez restreinte, essentiellement religieux, comme les églises et les cathédrales.

À cette époque, l'objectif est principalement de préserver les témoins du passé glorieux de l'histoire de France. Le patrimoine est alors envisagé sous un prisme historique et esthétique. À l'origine, ce sont principalement des bâtiments médiévaux qui ont été mis en avant, notamment des édifices de style gothique et roman.

Mais au fil des ans le phénomène de patrimonialisation s'est accéléré pour finir par englober une grande diversité de patrimoines, notamment le patrimoine industriel à partir des années 1970, et surtout des années 1980 avec la création du label « Patrimoine du XXe siècle », aujourd'hui label « Architecture contemporaine remarquable ». Ce label vise à protéger les édifices modernes et contemporains. Cela inclut des bâtiments modernes et des sites industriels.

Aujourd'hui, le processus de patrimonialisation ne concerne plus seulement des objets ou des bâtiments, mais s'étend aussi aux patrimoines immatériels : langues régionales, savoir-faire artisanaux, fêtes traditionnelles, rites, musiques, etc. Ce phénomène de patrimonialisation a été amorcé par L'UNESCO avec la création de la convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel en 2003.

3.2. La réutilisation des châteaux en hôtels, une manière de patrimonialiser ?

À l'issue de nos différentes lectures, nous avons réalisé qu'il pouvait exister une opposition entre réutilisation et patrimonialisation. Par exemple, l'article « Les grands ensembles ou comment concilier réhabilitation et patrimonialisation ? » d'Audrey Courbebaisse et Natacha Issot, soulève une opposition qui nous a semblé intéressante. Nous avons choisi cette citation pour montrer ce paradoxe : « *Alors que la patrimonialisation renvoie à la notion de continuité par la légitimation durable d'un bien au sein d'une société, la réhabilitation implique une rupture de continuité et un changement de regard par la société sur le bien.* »³³. Pour les auteurs la patrimonialisation renverrait donc plus à la muséification, ce qui n'est pas toujours l'objectif d'une réutilisation qui a pour but de faire vivre une nouvelle activité économique dans le monument. Cette opposition, nous l'avons aussi observée dans un article de J.R. Morice : « *Si cette intrusion touristique constitue pour le château une nouvelle étape dans son histoire, l'initiative place le château dans un certain paradoxe : à la phase de mutation, se combine celle de la conservation.* »³⁴.

De plus, la patrimonialisation et la réutilisation opposeraient différents acteurs. La patrimonialisation serait le fruit d'experts scientifiques en histoire de l'art, architecture, etc., tandis que la réutilisation serait le fruit d'architectes, d'entreprises, de maîtres d'ouvrage, etc.

³³ Courbebaisse, A et Issot, N. (2022). Les grands ensembles ou comment concilier réhabilitation et patrimonialisation ? P. 4

³⁴ Morice, J-R. (2011). Pour un nouvel usage du château : l'hébergement touristique. P. 313

Elles seraient donc des approches différentes qui impliquent des acteurs différents (Courbebaisse et Issot, 2022).

Cette citation issue d'un article de J.R. Morice nous a paru intéressante : « *Plus qu'une simple opportunité, l'hébergement touristique offrirait l'avantage de donner à un patrimoine abondant et parfois d'intérêt moyen, un usage lui assurant réparation et conservation.* »³⁵. Cet extrait sous-entend que tous les sites patrimoniaux n'ont pas une valeur égale, et que ceux qui ont moins de valeur peuvent être reconnus en tant que patrimoine par le biais de la réutilisation. Donc, le renouvellement des usages engendrerait des retombées économiques qui permettraient d'assumer les coûts d'entretiens en plus de la patrimonialisation. Toujours dans le même article nous avons sélectionné cette citation : « *Le constat s'inscrit dans cet emballement du champ patrimonial qui tend, sous couvert d'une labellisation, à projeter toujours plus d'objets dans des processus de patrimonialisation. Le mélange des genres, à la fois ici des châteaux et des non-châteaux, ne fait qu'entretenir le doute et fait qu'au final toutes les constructions présentées se voient systématiquement considérées comme des châteaux même modestes.* » (p.403). La patrimonialisation au-delà de la reconnaissance patrimoniale serait donc une forme de création de patrimoine.

Nous avons aussi sélectionné une citation de G. Greffe et V. Coeffé : « *L'époque inaugurale correspond à celle de l'invention de l'hôtel comme « ressource » touristique associée immédiatement à une dimension esthétique, qui conditionne son potentiel patrimonial. Cette esthétisation apparaît comme l'un des prérequis pour produire l'ostentation recherchée par l'aristocratie qui y séjourne (Veblen, 1899).* »³⁶. Cette citation montre que l'esthétique est quelque chose d'important dans l'hôtellerie depuis longtemps. Le château a un avantage, car dès sa construction en tout cas pour les châteaux les plus récents, il y a une volonté de création de patrimoine et donc une architecture à but esthétique.

IV. La notion d'authenticité

4.1 Définitions

Selon le dictionnaire de l'académie française, **l'authenticité** se définit par : « *Le fait qu'un acte ou une œuvre ont réellement l'origine qui leur est attribuée. Un caractère de vérité.* » Autrement dit, quelque chose est authentique lorsqu'il est véridique et fidèle à son origine, c'est-à-dire qu'il n'est ni une copie ni une reproduction.

De plus, nous avons trouvé intéressant la définition « d'authentique » de Gilles Lipovetsky que l'on retrouve dans « Le sacre de l'authenticité , Chapitre 5 : La vague patrimoniale » : « *Dans l'imaginaire contemporain, l'authentique n'est plus seulement ce qui est « vrai », non*

³⁵ Morice, J-R. Le réseau « Bienvenue au Château » en Pays de la Loire : la patrimonialisation des lieux ordinaires. P. 404

³⁶ Coeffé V et Greffe G, (2020) Les interactions entre l'hôtellerie française et le patrimoine : une relation à l'épreuve de l'économie de l'enrichissement P.5

falsifié, non dénaturé, conforme aux caractères qu'on lui attribue et certifié par un organisme officiel. Il est aussi ce qui est ancien, porteur de mémoire et d'identité collective. Sont jugés « authentiques » les objets, artefacts, signes et pratiques qui, chargés d'épaisseur historique, véhiculent une mémoire et illustrent la continuité d'une culture. Est qualifié d'authentique ce qui fait exister le passé dans le présent, recrée de la mémoire en s'inscrivant dans une tradition. »³⁷ Il ajoute donc que l'objet authentique est ancien et porteur de mémoire et qu'il est la continuité du passé dans le présent.

Nous avons aussi trouvé une définition pour définir la notion de **site authentique** tirée d'un article de Sandra Camus : « *Dans un premier temps, un site authentique est un site original, par opposition à une reproduction (Handler, 1986; Bruner, 1994; Wang, 1999; Costa, Bamossy, 2001). [...] Dans un second temps, un site authentique est un site non dénaturé (Cohen, 1988), non spolié (Handler, 1986).* »³⁸ Un site authentique est donc un site qui n'a pas été grandement modifié et qui conserve des caractéristiques qui lui sont essentielles.

Pour d'autres auteurs l'authenticité n'existe pas dans les pratiques touristiques comme par exemple pour Bruner. C'est ce que montre cette citation « *Pour Bruner, l'idée de l'authenticité comme concept permettant de lire les pratiques touristiques est vouée à l'échec car aucune culture n'est authentique ou inauthentique.* »³⁹

4.2 L'authenticité dans les châteaux ouverts au public : réelle ou perçue ?

Aujourd'hui il y a une réelle recherche d'authenticité de la part des touristes et des consommateurs de manière générale d'authenticité comme nous l'avons développé précédemment. C'est aussi ce que montre cette citation « *L'authenticité fait partie des revendications de nombreux consommateurs et touristes avides de (re)donner du sens à leurs achats et expériences de consommation (Boltanski et Chiapello, 1999)* »⁴⁰. Selon Pauchant, ce phénomène va également se renforcer dans les années à venir. Selon MacCannell, cette recherche d'authenticité s'expliquerait par l'inauthenticité des relations sociales et de la vie moderne. Les personnes chercheraient à sortir de leurs condition moderne et donc trouver de l'authenticité dans leurs pratiques touristiques. De plus, toujours selon le même auteur, nos sociétés modernes perçoivent l'authenticité comme étant du côté de la vie intime, donc les expériences authentiques seraient plutôt des expériences privées et privilégiées.

Globalement dans les châteaux ouverts à la visite les visiteurs ne voient pas les espaces réellement privés, le lieu d'habitation des châtelains. Les espaces ouverts à la visite sont aménagés pour essayer de donner aux visiteurs une expérience « authentique » de la vie de château, c'est ce que MacCannell nomme la « *staged authenticity* », l'authenticité mise en scène.

³⁷ Gilles Lipovetsky. (2021). Le sacre de l'authenticité, Chapitre 5 : La vague patrimoniale

³⁸ Camus, S. (2010). L'authenticité d'un site touristique, ses antécédents et ses influences sur le touriste. P. 101

³⁹ extrait de l'article "Authenticité du GIS"

⁴⁰ Camus, S. (2014). L'authenticité et l'expérience dans le champ du patrimoine immatériel touristique. Dans Clergeau, C et Spindler, J, l'immatériel touristique. p. 94

De plus le concept de l'authenticité des sites touristiques est aussi questionné par Sandra Camus dans l'article « *L'authenticité d'un site touristique, ses antécédents et ses influences sur le touriste* » ; elle soulève 3 paradoxe :

- « Un site authentique est exceptionnel par sa valeur unique. Donc il devrait normalement être protégé et l'exploitation touristique peut le dégrader. »
- « Un site authentique est un lieu non dénaturé, donc sans transformation pour des raisons stratégiques. Mais l'activité touristique demande généralement une mise en valeur des sites visités dans un but commercial pour les rendre plus attractifs. »
- « Un site authentique étant original et non dénaturé, il n'est pas possible de faire un échange marchand. Pourtant il y a souvent des transactions financières dans les sites touristiques. »

Selon Sandra Camus, pour qu'un site reste authentique il faut donc que l'activité commerciale soit mise au second plan. Il est très compliqué pour un site touristique aujourd'hui de répondre à ces critères. Il est impossible pour un site de rester comme à l'origine, il y a forcément des modifications qui sont faites. Sandra Camus propose des compromis pour qu'un site touristique puisse préserver un peu d'authenticité : « *Au regard des trois paradoxes soulevés ci-dessus, nous pouvons distinguer trois formes de compromis relatifs au site touristique authentique : un site peut être considéré comme authentique malgré son exploitation touristique s'il est protégé des touristes, si la mise en scène dont il fait l'objet ne modifie pas ses caractéristiques propres et essentielles, et si les aspects financiers du site sont moins valorisés que son caractère exceptionnel.* »⁴¹ La protection d'un site par rapport aux touristes peut être mise en œuvre en décidant de ne pas ouvrir tous les espaces au public ou de classer ou inscrire le site au titre des Monuments historiques. La mise en scène peut intégrer la conservation des sols, des cheminées, des plafonds... et le caractère exceptionnel du lieu peut être mis en avant dans la communication, par des médiations pertinentes pour la compréhension du site, en proposant des visites guidées gratuites par exemple.

Cependant, cette notion d'authenticité liée à la préservation du bâti peut être interprétée de différentes manières. En effet, le respect envers le patrimoine ne constitue plus nécessairement un frein aux interventions contemporaines, mais peut au contraire devenir une opportunité d'avoir un nouveau regard sur le patrimoine. Dans cette optique, insérer du neuf dans de l'ancien constitue non seulement le moyen de sauvegarder le patrimoine, mais aussi une manière de mieux voir ce dernier, de le faire apprécier en portant un autre regard sur le passé. « *On ne peut restaurer, ou mieux : conserver, qu'à condition de transformer.* »⁴² En effet, en donnant une seconde vie au bâti, cela permet d'éviter une fossilisation du lieu, voire une disparition.

Dans tous les cas, l'authenticité des châteaux ouverts à la visite est une perception individuelle qui varie en fonction des personnes. C'est ce que montre cette citation : « *Suivant la vision des constructivistes, l'authenticité dépend d'un ensemble de*

⁴¹ Camus, S. (2010). *L'authenticité d'un site touristique, ses antécédents et ses influences sur le touriste*. p 105

⁴² Gilles Lipovetsky. (2021). *Le sacre de l'authenticité*, Chapitre 5 : La vague patrimoniale

*caractéristiques personnelles et sociales : les connaissances, la culture, les schémas mentaux, les variables sociodémographiques propres à chaque personne et groupe de personnes. »*⁴³ Donc la perception d'authenticité varie en fonction des caractéristiques personnelles (connaissances, culture, âge...) et également des expériences déjà vécues (visites précédentes de châteaux, etc).

Les touristes sont donc aussi d'une certaine manière créateurs d'authenticité ; il faut que l'offre ait les caractéristiques d'authenticité qu'attend le consommateur. Pour un château, cela peut être des meubles avec un style ancien, des moulures, etc.

4.3 L'hôtellerie dans les châteaux, la perpétuation d'une authenticité liée à l'immatériel

Donc, pour qu'un site reste authentique, il faudrait qu'il reste figé dans son état originel ? Pour les châteaux c'est très compliqué car ce sont des lieux qui ont toujours évolué. En effet, la plupart des châteaux ont eu plusieurs phases de construction qui vont parfois jusqu'au 19e voire 20e siècle. La question est donc de savoir qu'est-ce qui est authentique ou non dans ces établissements ?

De plus l'appellation « château » dans certains cas est utilisée uniquement à des fins commerciales. En effet, de nombreux bâtiments portent cette appellation, mais correspondent plus à des demeures de charme. C'est ce que montre cette citation : « *Le constat s'inscrit dans cet emballement du champ patrimonial qui tend, sous couvert d'une labellisation, à projeter toujours plus d'objets dans des processus de patrimonialisation. Le mélange des genres, à la fois ici des châteaux et des non châteaux, ne fait qu'entretenir le doute et fait qu'au final toutes les constructions présentées se voient systématiquement considérées comme des châteaux même modestes.* »⁴⁴. Nous pouvons prendre l'exemple du château de Noireux, qui regroupe à la fois un château et un manoir. Nous avons interrogé Paul Gaudinière sur ce qui faisait du château de Noireux un château. Selon lui, la qualification de « château » relèverait plus d'un objectif commercial que d'une réalité historique.

L'idée serait qu'au-delà de l'authenticité matérielle, il y aurait une authenticité immatérielle dans la transformation des châteaux en hôtels. Les châteaux ont toujours été des lieux de vie et les clients à travers une expérience plus intime, peuvent découvrir la vie des châtelains. Les visiteurs ne se contentent plus de visiter le château pendant quelques heures, ils peuvent y rester la nuit pour dormir, y manger, se promener dans le parc ou même rencontrer les propriétaires.

De plus, les propriétaires des châteaux par leurs pratiques hôtelières contribuent aussi à perpétuer des métiers liés à la vie de château, comme des femmes de chambres, jardiniers ou cuisiniers. Tous ces métiers participent à recréer une atmosphère aristocratique et à créer une forme de continuité entre présent et passé qui donne une cohérence à l'identité du lieu.

⁴³ Camus, S. (2014). L'authenticité et l'expérience dans le champ du patrimoine immatériel touristique. Dans Clergeau, C et Spindler, J, l'immatériel touristique. P. 99

⁴⁴ Morice, J-R. Le réseau « Bienvenue au Château » en Pays de la Loire : la patrimonialisation des lieux ordinaires. P. 403

Pour conclure cette sous-partie, il nous semblait important de définir ce que nous entendions par « vie de château ». N'ayant pas trouvé de définition officielle, nous nous sommes appuyées sur trois extraits de l'article « vie de château » de Gérard Baudet pour définir ce terme.

« Mais, à cette époque (Moyen-Âge), la vie de château est réservée à la noblesse d'épée et de robe. Et encore ! Même si les conditions de vie à l'intérieur de ces imposants édifices de pierre sont nettement meilleures que celles du commun des itinérants et, a fortiori, de celles des manants, le bien-être des occupants est en effet inféodé aux impératifs de sécurité et de défense. Il faudra attendre la Renaissance pour que les pièces s'ouvrent à l'air et à la lumière et pour que certaines commodités deviennent monnaie courante. »⁴⁵

Donc à l'origine de manière assez cohérente, la vie de château est réservée aux nobles. D'abord assez sommaire au moyen âge, elle a évolué, pour devenir plus fastueuse à la Renaissance avec plus de décors (moulure, fronton,...) et plus de modernité.

« Une architecture extérieure somptuaire inspirée des styles du passé, des intérieurs lambrissés et richement ornés de stucs, des commodités en tous genres destinées à assurer le confort des voyageurs, ainsi que de vastes espaces de rencontre autorisant la transposition des rituels bourgeois hors des résidences et des clubs privés, permettent d'offrir aux nantis une vie de château qui rompt définitivement avec la promiscuité et les services extrêmement sommaires des auberges. »⁴⁶

La vie de château s'opposerait donc à la promiscuité et à la simplicité et serait plus un mode de vie fastueux et luxueux

« La vie de château ne se conjugue toutefois pas sur le seul mode de l'architecture historiciste. Luxe et rusticité font parfois bon ménage. »⁴⁷

Néanmoins, la vie de château pourrait s'accommoder d'un certain côté rustique qui peut se matérialiser par l'absence de certaines commodités modernes (ascenseur, peu d'internet...) ou par un côté ancien (vieil escalier, parquet qui craque...).

4.4 Les labels comme garantie de l'authenticité d'un lieu

Quand on pense à la préservation de l'authenticité d'un site historique, la labellisation est souvent considérée comme un garant de cette authenticité. Qu'il s'agisse du classement ou de l'inscription ou de partenariat avec la Fondation du Patrimoine, ces reconnaissances officielles permettent de conférer au lieu un statut légitime dans le paysage culturel. Elles rassurent les visiteurs, en attestant d'un certain niveau de qualité architecturale et du respect des normes de conservation. C'est ce que montre cette citation : *« La finalité est bien de conforter par la labellisation le lieu dans une identité, celle d'une demeure sortant de*

⁴⁵ Beaudet, G. (2004). La vie de château. P. 2

⁴⁶ Ibid P. 3

⁴⁷ Ibid P. 5

l'ordinaire, objet de représentation et de référence culturelle. Il faut y voir la volonté d'une demeure « castélisée » empreinte de notabilité patrimoniale »⁴⁸

Cependant, le classement peut entraîner certaines contraintes pour les hôteliers. En effet, chaque démarche entreprise pour la restauration du lieu nécessite l'avis et l'accord d'un architecte des bâtiments de France (ABF). Cela entraîne des procédures longues et coûteuses pour les travaux (mise aux normes, confort...) ce qui peut être dissuasif. De plus, les propriétaires ne choisissent pas toujours les matériaux utilisés pour les restaurations.

Dans notre base de données d'hôtels situés en Loire Atlantique, Maine et Loire, Indre et Loire et Dordogne, nous avons identifié seulement 5 établissements sur 30 disposants d'un classement au titre des Monuments Historiques. Cela peut illustrer le manque d'intérêt ou de motivation de certains propriétaires pour engager des démarches de protection officielle.

V. Problématique et hypothèses

5.1 Notre problématique

Notre question de départ était :

Quelles sont les démarches et les enjeux liés à la conversion de sites patrimoniaux en hôtels ?

En analysant ce sujet nous avons réalisé que la reconversion de sites patrimoniaux, plus précisément des châteaux, en hôtels ne se limitait pas à des enjeux techniques ou économiques. Ce type de projet peut impacter l'identité du lieu, sa valeur culturelle, ou la perception de son authenticité. Nous avons donc fait le choix de recentrer notre réflexion plus spécifiquement sur les notions de patrimonialisation et d'authenticité que nous avons définies précédemment.

Nous avons voulu questionner la manière dont le contemporain peut dialoguer avec le passé dans le cadre d'une reconversion en hôtel. Nous souhaitons aussi comprendre comment ces transformations peuvent contribuer à renforcer la reconnaissance patrimoniale d'un lieu.

D'un autre point de vue, nous voulons voir les limites de ces démarches. Est-ce qu'elles peuvent altérer l'identité du lieu ou sa perception ? Peuvent-elles avoir un impact négatif sur la conservation ?

Nous en sommes donc arrivées à la problématique suivante :

Comment la réutilisation d'un site patrimonial en hôtel peut contribuer à sa patrimonialisation tout en préservant son authenticité ?

⁴⁸ Morice, J-R. Le réseau « Bienvenue au Château » en Pays de la Loire : la patrimonialisation des lieux ordinaires. p 404

5.2 Nos hypothèses

Nous avons identifié 2 hypothèses :

Hypothèse numéro 1 :

Les discours promotionnels des châteaux reconvertis en hôtels mettent en avant sur leurs sites internet l'authenticité des lieux et leur cadre historique pour renforcer leur attractivité.

Aujourd'hui, il existe une grande concurrence entre les établissements hôteliers, notamment parmi ceux proposant des séjours « de charme. » Les châteaux réhabilités en hôtels possèdent un avantage considérable : leur histoire, leur architecture et leur ancrage patrimonial.

L'hypothèse posée ici, est que ces éléments sont largement mobilisés dans les discours promotionnels pour construire une image authentique, utilisée comme un argument de séduction auprès d'une clientèle à la recherche d'expériences uniques.

Pour vérifier cette hypothèse, nous avons recensé les hôtels situés dans des châteaux dans les 4 départements que nous avons choisis d'étudier. Nous avons ensuite analysé leur site internet et identifié des critères à analyser que nous détaillerons dans la partie suivante.

Hypothèse numéro 2 :

Les stratégies d'aménagement mises en place dans les châteaux transformés en hôtels ont pour objectif de patrimonialiser le lieu et de mettre en avant ses aspects authentiques.

Notre hypothèse ici a pour objectif de voir, au-delà du discours promotionnel visible sur les sites internet, les stratégies qui sont réellement mises en place dans ces établissements hôteliers. Nous voulons voir plus précisément quels sont les aménagements, l'ameublement, et le regard sur la question patrimoniale des professionnels du domaine.

Pour répondre à cette hypothèse nous nous sommes appuyées sur l'analyse de quatre châteaux que nous avons interrogés et visités pour certains. Cette approche de terrain nous a permis de confronter nos lectures théoriques et nos observations en ligne à la réalité concrète des établissements. Nos entretiens nous ont aussi permis de découvrir plus précisément les enjeux liés à la reconversion, les choix stratégiques faits en termes d'aménagement ou la perception qu'ont les professionnels sur la notion d'authenticité.

Partie 2 : Etat des lieux général

I - Méthodologie utilisée

1.1 Présentation de la méthodologie

Dans cette partie, nous avons choisi d'adopter une démarche empirique en privilégiant une approche quantitative. Pour cela, nous avons constitué une base de données regroupant 30 établissements hôteliers situés dans quatre départements : le Maine et Loire, la Loire Atlantique, la Dordogne et l'Indre et Loire.

Cette base de données a été constituée à partir de l'analyse des sites internet de chaque hôtel sélectionnés. Nous avons recensé plusieurs critères afin de pouvoir établir des comparaisons significatives entre les différents établissements et de faire apparaître les tendances communes ou les divergences.

Ces informations nous ont permis de produire des analyses statistiques à travers plusieurs graphiques, présentés dans la suite de la rédaction. Grâce au recueil de ces données nous avons pu en apprendre plus sur le positionnement de ces hôtels, sur ce qu'ils souhaitent mettre en avant au sein de leur établissement, et de constater si une forme de préservation de l'authenticité apparaissait dans leur offre.

Cette méthode nous a ainsi permis d'apporter une véritable plus-value à notre travail à travers une vision relativement large sur les caractéristiques de divers châteaux réutilisés en hôtel.

1.2 Présentation des hôtels

Parmi les quatre départements sélectionnés pour notre étude (Loire-Atlantique, Maine-et-Loire, Indre-et-Loire et Dordogne), nous avons trouvé 30 établissements (cf.annexe 3) correspondant à nos critères. L'analyse a porté exclusivement sur des hôtels situés dans des châteaux, comprenant systématiquement au moins une partie des chambres aménagées à l'intérieur même du château et donc pas exclusivement dans des dépendances par exemple.

Afin de garantir la cohérence de notre panel, nous n'avons pas inclus les établissements qui ne se revendiquent pas comme château donc les manoirs, maisons de maître...

Sur les 30 établissements étudiés, 4 seront analysés plus en détail dans notre troisième partie.

En Loire-Atlantique, nous avons identifié **deux établissements** hôteliers dans des châteaux. Le premier est le **Château de Maubreuil** qui est situé à Carquefou. Il date du XIX^e siècle, à 5 étoiles et fait partie du réseau Relais & Châteaux. Le second établissement est le **Château**

de la Guère, connu sous le nom de Domaine des Lys, qui est situé à Ancenis-Saint-Géréon. Construit au XVIIIe siècle, cet hôtel est indépendant et ne bénéficie d'aucune classification étoilée.



Figure 7 : Photo du château de Maubreuil, site du château de Maubreuil

En Maine-et-Loire, nous avons recensé **8 établissements** hôteliers répondant à nos critères. Le premier est **le Château des Verrières**, situé à Saumur. Il a été construit au XIXe siècle, à 5 étoiles et est indépendant. Le second, **le Château des Briottières**, se trouve à Champigné. Ce château du XVIIIe siècle est lui aussi indépendant et dispose de 4 étoiles. Le troisième établissement, **le Château du Prieuré** date du XVIe siècle et est situé à Gennes-Val-de-Loire. Il s'agit d'un hôtel 4 étoiles appartenant à la Maison Younan, un groupe spécialisé dans la réhabilitation de demeures historiques. Nous avons ensuite identifié **le Château de Briançon**, situé à Loire-Authion. Il date du XVIIe siècle, il dispose de 4 étoiles et est membre du réseau « The Originals Relais». Le cinquième établissement, **le Château de Colbert**, est localisé à Maulévrier. Construit au XIXe siècle, il est exploité de manière indépendante et n'est pas étoilé. Enfin, **le Château de la Comtesse de Loire**, à Saumur, est un hôtel 4 étoiles indépendant, également installé dans un château du XIXe siècle. En ce qui concerne les châteaux que nous avons aussi interrogés, il y a d'abord **le château de Noirieux** situé à Briollay. Il date du XVIIe, fait partie du groupe « Relais et châteaux » et est classé 4 étoiles. Il y a ensuite **le château de l'Epiney** à Saint-Georges-sur-Loire, il est indépendant, n'a pas d'étoile et date du XVIe siècle.



Figure 8 : château du Prieuré, Tripadvisor

En Indre-et-Loire, nous avons identifié 10 établissements hôteliers situés dans des châteaux. Le premier est le **château d'Artigny**, situé à Montbazou. Il s'agit d'un hôtel 5 étoiles indépendant, installé dans un château du XXe siècle. Le deuxième établissement est le **Château de Beaulieu**, situé à Joué-lès-Tours. Ce château du XVIIIe siècle est classé 3 étoiles et appartient au réseau « The Originals Relais ». Le troisième, le **Château de Noizay**, est un établissement 5 étoiles indépendant qui date du XVIIe siècle. Le quatrième, le **Château de Rochecotte**, date du XVIIIe siècle et est situé aux Coteaux-sur-Loire. C'est un hôtel 4 étoiles indépendant. Le **Domaine de la Tortinière**, à Veigné, est un hôtel 4 étoiles également indépendant, installé dans un château du XIXe siècle au milieu d'un vaste parc boisé. Vient ensuite le **Château de la Laroche Ploquin**, à Sepmes, un hôtel 4 étoiles, indépendant aménagé dans un château datant du XVe siècle. Le **Château de la Bourdaisière**, à Montlouis-sur-Loire, est un hôtel 3 étoiles indépendant, connu pour ses jardins et son conservatoire de la tomate. Le huitième établissement, le **Château de Beauvois**, se trouve à Saint-Étienne-de-Chigny. Il s'agit d'un hôtel 4 étoiles appartenant à la Maison Younan, installé dans un château du XVIIe siècle. Ensuite, le **Château de Belmont**, date du XVIIIe siècle et est situé à Tours. C'est un hôtel 4 étoiles membre de The Crest Collection. Pour finir, il y a le **château de Pray** que nous avons pu interroger. Il est situé près d'Amboise, date du XVIe siècle, est indépendant et est classé 4 étoiles.



Figure 9 : Photo du Domaine de la Tortinière, Booking

En Dordogne, nous avons identifié 10 établissements hôteliers installés dans des châteaux et répondant à nos critères de sélection. Le premier est le **Château de Lalande**, situé à Annesse-et-Beaulieu. Cet hôtel 4 étoiles, membre du réseau Teritoria, occupe un château du XVIIIe siècle. Le deuxième établissement est le **Domaine de Monrecour**, à Saint-Vincent-de-Cosse. Indépendant, classé 4 étoiles, il est aménagé dans un château datant du XVIe siècle. Le troisième, le **Château les Merles**, est situé à Mouleydier. Ce château du XVIIe siècle abrite un hôtel 4 étoiles indépendant. Le **Château de Maraval**, à Cénac-et-Saint-Julien, est également un hôtel 4 étoiles indépendant, installé dans un château du XVIe siècle. Le cinquième établissement, le **Château de Reynats**, à Chancelade, est un hôtel 4 étoiles indépendant, construit au XIXe siècle. Le **Château de la Côte**, à Biras, est un hôtel 3 étoiles indépendant et il date du XVe siècle. Le **Château de la Fleunie**, à Condat-sur-Vézère, est quant à lui un établissement 4 étoiles indépendant, installé dans un

château Renaissance datant également du XVe siècle. **Le château du Mas de Montet**, situé au Petit-Bersac, est un château du XVIIIe siècle. Il ne bénéficie d'aucune classification étoilée et est exploité de manière indépendante. Pour finir il y a le **château des Vigiers** que nous avons eu en entretien, situé à Monestier et datant du XVI siècle. Il est aussi classé 4 étoiles et est aujourd'hui membre du groupe « Onyria ».

De plus, bien qu'il soit administrativement situé dans le département du Lot, nous avons choisi d'intégrer le **Château de la Treyne** à notre analyse en raison de sa proximité immédiate avec la Dordogne et de son intérêt patrimonial remarquable. Cet hôtel 5 étoiles, membre du réseau Relais & Châteaux, est classé Monument Historique. Il est situé à Lacave et date du XVIIe siècle.



Figure 10 : Château de la Treyne, Tripadvisor

1.3. Les critères analysés

À travers cette analyse, nous cherchons à déterminer dans quelle mesure les propriétaires d'hôtels manifestent une volonté de préserver l'authenticité et l'histoire de ces lieux patrimoniaux. Pour ce faire, nous avons analysé leurs sites internet, en nous concentrant sur plusieurs critères d'observation que nous allons vous présenter ci-dessous.

a. La localisation

Dans un premier temps, nous avons voulu voir la répartition des hôtels-châteaux sur les territoires que nous avons analysés. L'objectif est de déterminer dans quels départements ces établissements sont les plus nombreux, et d'essayer de comprendre les raisons de cette concentration. Cette démarche a aussi pour but de voir les zones les plus attractives pour ce type d'hébergement et de comprendre les facteurs qui expliquent leur implantation.

b. Date d'ouverture des hôtels

Nous avons également souhaité étudier les différentes périodes d'ouvertures des hôtels-châteaux pour voir si les données collectées correspondaient à certaines informations évoquées dans la première partie de notre analyse. Nous avons notamment voulu voir si la transformation de ces établissements coïncidait avec la phase de réenchancement hôtelier qui a débuté dans les années 1990, que nous avons précédemment décrite. Cette analyse nous permet de mieux comprendre dans quel contexte historique et touristique ces hôtels-châteaux ont été créés et d'évaluer dans quelle mesure, ils s'inscrivent dans les grandes tendances du secteur hôtelier.

c. Le nombre d'étoiles

Ensuite, nous avons observé le nombre d'étoiles des hôtels. Les étoiles sont un dispositif géré par Atout France, une agence de développement touristique d'État. Les étoiles permettent de classer les établissements entre 1 et 5 étoiles en fonction des équipements qu'on va y retrouver. L'objectif derrière l'analyse de ce critère est de voir sur quel segment de marché se positionne cette catégorie d'hôtels. En regardant la répartition entre les différentes étoiles, nous voulons voir si les hôtels-châteaux se positionnent majoritairement sur une offre haut de gamme ou s'ils s'inscrivent également dans une gamme plus accessible.

d. Le classement au titre de Monument historique

Nous avons ensuite identifié les châteaux classés ou inscrits au titre des monuments historiques et ceux ne bénéficiant pas de protection patrimoniale. Cette démarche vise à analyser la place qu'occupe la dimension patrimoniale dans le secteur hôtelier étudié. Nous voulons voir s'il y a des volontés de préservation et de valorisation du patrimoine à travers des démarches d'inscription, mais aussi dans quelles proportions les châteaux sont reconnus comme faisant partie du patrimoine culturel national. Enfin, pour les établissements classés, voir si cette inscription est mise en avant ou non.

e. Les labels et les chaînes

Nous avons également souhaité analyser la proportion d'hôtels intégrés à des chaînes hôtelières par rapport aux indépendants. L'objectif est de mieux comprendre les stratégies de gestion et le positionnement adoptés par ces établissements. Cette analyse permet de déterminer si les hôteliers, de manière générale, préfèrent s'intégrer à un réseau permettant une visibilité, une image de marque, des meilleurs outils de communication...ou s'ils privilégient une gestion indépendante en développant une image propre ou en s'occupant eux-mêmes de leur communication par exemple.

f. Les périodes de construction

Ensuite, nous avons observé les siècles de construction des châteaux. Comme la plupart des châteaux ont souvent plusieurs périodes de construction, nous avons pris à chaque fois comme base, la première période de construction soit celle durant laquelle les travaux les plus significatifs ont été réalisés. Cela permet d'identifier, à l'échelle d'un territoire, s'il existe un siècle particulièrement privilégié pour l'aménagement en hôtel de ces demeures, ou un style architectural plus fréquemment représenté.

g. Les services

Nous voulions également voir quels services étaient proposés dans ces établissements pour évaluer à quelle gamme d'hôtel ils appartenaient et pour quel type de tourisme : tourisme de loisir, tourisme de nature, tourisme de bien-être, tourisme sportif, etc. Cette analyse a pour but de voir si les services correspondent à l'image de la vie de château. L'objectif est aussi d'observer si les activités s'orientent vers un segment haut de gamme avec des équipements comme un golf, un court de tennis ou un espace bien-être, ou bien si elles sont plus à destination d'une clientèle familiale, à travers des activités plus accessibles comme le vélo, la pétanque ou le mini-golf.

De plus, nous souhaitions analyser comment ces équipements étaient intégrés au site et à leur environnement architectural et paysager. Cependant, cette étude s'est révélée difficile à mener de manière systématique. En effet, dans la majorité des cas, les sources disponibles ne permettaient pas d'évaluer précisément l'implantation, la discrétion ou l'harmonie des équipements par rapport à l'ensemble bâti ou du domaine. Cependant, pendant la seconde phase de nos recherches, c'est-à-dire les entretiens menés avec les propriétaires ou les directeurs d'établissements, nous avons pu recueillir des informations plus précises sur l'aménagement du site et les choix effectués en matière d'intégration des infrastructures touristiques. Nous pourrions donc mieux analyser ce critère dans notre troisième partie.

h. les offres de restauration

Notre but en étudiant l'offre de restauration des établissements approchés était de voir si la cuisine française était mise à l'honneur et sous quelles formes. Nous voulions savoir si les restaurants proposaient un menu gastronomique avec une cuisine sophistiquée et des savoirs faire traditionnels qui peuvent participer à construire une image haut de gamme qui peut être associée aux châteaux. D'autre part, nous voulions voir les autres offres de restauration proposées avec par exemple une offre bistronomique qui peut être plus accessible en termes de prix mais aussi en terme de cuisine avec une ambiance moins « guindée ».

Nous avons été attentifs à la présence d'une démarche locale dans le choix des produits : utilisation de circuits courts, valorisation des producteurs régionaux, ou encore volonté de mettre en avant des produits ou des spécialités régionales. Le respect de la saisonnalité a également été un critère que nous avons observé. Nous voulions voir s'il y avait une conscience environnementale des restaurateurs, mais aussi une volonté d'ancrer la cuisine

dans les différentes périodes de l'année, ce qui peut renforcer l'authenticité de l'expérience gastronomique proposée aux clients.

i. Le parc

À notre sens, les parcs et jardins constituent un élément fondamental de l'image des châteaux. En effet, dans l'imaginaire collectif, on associe très souvent le château à un grand domaine avec des forêts, lacs, jardins,... qui participent à créer une atmosphère authentique. Dans le cas d'une transformation en hôtel, ils permettent de prolonger l'expérience du client en le plongeant dans un cadre propice à la déconnexion qui peut participer au besoin de récréation que nous avons expliqué dans notre première partie. De manière globale, notre objectif est d'observer si, au-delà des aménagements intérieurs, l'expérience « château » se prolonge également à l'extérieur, à travers les parcs.

j. Les styles de jardins

Nous avons accordé une importance à la qualité et à la mise en valeur des espaces à travers le style de jardin choisi : à la Française, à l'Anglaise ou sans style spécifique. L'objectif est de voir si le style de jardin choisi permet de retranscrire une véritable atmosphère de château ou une certaine période historique. Par ailleurs, nous voulions aussi voir s'il y avait une volonté de préserver des savoirs faire liés à l'entretien des jardins avec la taille, les compositions végétales.... Globalement, nous voulions analyser si les jardins participent à donner une image authentique du lieu en renforçant l'identité patrimoniale du château.

k. Le nombre de chambres

Nous avons étudié la taille des hôtels à travers le nombre de chambres proposées, en prenant en compte non seulement les chambres situées dans le château, mais également celles aménagées dans les dépendances ou dans des bâtiments annexes spécifiquement construits pour l'hôtel. Cette approche nous a permis d'évaluer la capacité d'accueil de chaque établissement. Le but est de voir si les hôtels dans les châteaux sont des grands complexes hôteliers avec une grande capacité d'accueil ou si, à l'inverse, les établissements privilégient une offre plus personnalisée et intime.

Nous avons trouvé cette analyse importante dans notre étude, car elle permet de comprendre l'atmosphère générale du lieu et le type de séjour proposé. Un petit hôtel peut plutôt permettre aux clients d'avoir un séjour calme et immersif alors qu'un grand complexe va souvent être plus standardisé et donc potentiellement plus éloigné de l'image traditionnelle du château comme lieu déconnecté et intimiste.

l. Le style de chambre

Dans le prolongement du critère précédent, nous avons observé le style des chambres des hôtels. Notre but est de voir les choix d'aménagement et de décoration intérieure pour voir dans quelle mesure ils participent à créer une atmosphère qui correspond à l'image du château (meubles anciens, moulures...).

Nous voulions voir si le style des chambres est plutôt ancien et classique avec du mobilier d'époque, le choix des tissus et des papiers peints (velours, toile de jouy,...) ou encore une décoration chargée caractéristique des châteaux. Ou si, au contraire, des établissements adoptent un style contemporain avec une décoration plus moderne, plus minimaliste, des meubles modernes et des couleurs claires... qui créent une atmosphère plus épurée.

Nous avons observé s'il pouvait y avoir des établissements qui allient les deux styles. Par exemple des chambres à l'esthétisme moderne qui peuvent conserver des éléments plus anciens avec des moulures, des cheminées anciennes. Ou au contraire des chambres avec un style classique qui intègre des éléments de confort moderne visibles comme une télévision.

m. Le style général de l'hôtel

De manière plus générale, nous avons analysé le style général des hôtels sur le même principe que sur l'analyse des chambres. L'objectif est de voir dans quelle mesure l'architecture et l'esthétique d'origine du lieu sont préservées ou non. Plus généralement, nous voulons déterminer le style qui prédomine dans les hôtels : est-ce qu'il y a une volonté de montrer la continuité historique du lieu, ou au contraire s'en éloigner en ajoutant des éléments plus modernes et contemporains ? Comme pour les chambres, nous analyserons le choix du mobilier, les matériaux, les couleurs et d'autres aspects en lien.

n. Ce qui est mis en avant

Enfin, nous avons analysé les éléments que les établissements mettent en avant. Nous avons observé principalement les pages de présentation des hôtels sur leur site internet pour étudier le discours qui est mis en avant et le choix des visuels (photos du château, des services...) pour comprendre les aspects que les hôteliers veulent valoriser.

Nous voulions savoir quels éléments sont mis en avant : le territoire / le secteur géographique, la gastronomie, le bien-être ou encore l'authenticité sont des éléments mis en avant. Et globalement, nous voulions voir ce que les établissements veulent mettre en avant en premier. Nous pensons que ce critère est essentiel pour voir s'il y a une volonté de préservation de l'authenticité.

II. Données collectées et analyse des résultats

2.1. La localisation des hôtels

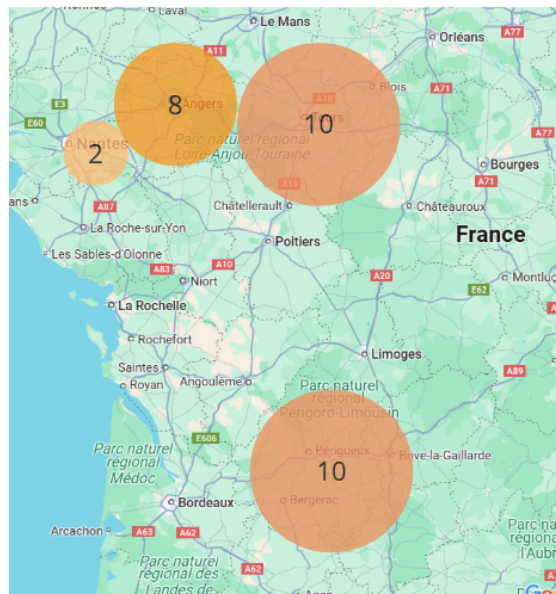


Figure 11 : Carte qui montre la répartition des châteaux hôtels dans les territoires étudiés.

La localisation des 30 établissements que nous avons analysés, se répartit entre la Loire Atlantique, le Maine et Loire, la Dordogne, et l'Indre et Loire. Cette répartition d'hôtels reflète la densité patrimoniale de chaque département.

Nous observons qu'il y a une plus faible proportion d'établissements analysés en Loire Atlantique, avec seulement 2 hôtels sur 30, s'expliquant par le fait qu'il y a moins de châteaux réutilisés en hôtel dans ce département ou tout simplement moins de châteaux pouvant répondre à cet usage.

Le Maine et Loire bénéficie au contraire d'un fort héritage architectural lié à sa position géographique dans la vallée de la Loire ce qui explique la présence de 8 établissements hôteliers dans des châteaux.

Néanmoins, c'est en Indre et Loire ainsi qu'en Dordogne se concentrent les $\frac{2}{3}$ des établissements étudiés, avec 10 hôtels dans chaque département. Cette forte représentation s'explique notamment par le fait que ces départements disposent d'une forte présence de châteaux emblématiques. L'Indre et Loire, comme le Maine et Loire, est au cœur de la Vallée de la Loire et la Dordogne est également un département avec une forte concentration de châteaux.

De manière globale, mis à part pour La Loire Atlantique, les territoires analysés ont un positionnement touristique marqué par un grand nombre de patrimoines architecturaux. Ce qui en font les lieux idéaux pour développer une offre hôtelière dans des châteaux.

2.2 Année d'ouverture des hôtels

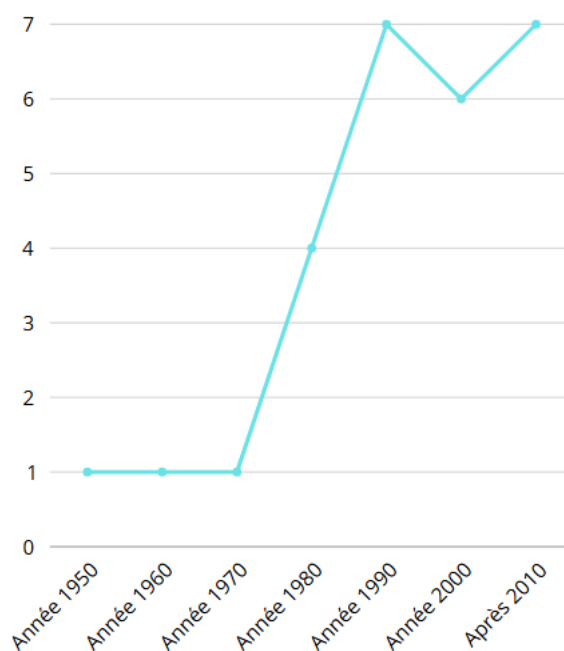


Figure 12 : Graphique qui montre l'évolution de l'ouverture d'hôtels dans des châteaux

Parmi l'ensemble des établissements sélectionnés, nous n'avons pas trouvé la date d'ouverture pour trois d'entre eux. Ce graphique se base donc sur 27 établissements.

On observe que l'offre hôtelière dans les châteaux commence réellement à se développer à partir des années 1980-1990. Avant cette période, seuls trois établissements étudiés avaient ouvert leurs portes, le premier étant le château de Pray dans les années 1950.

Ce développement coïncide avec la phase de "réenchantement hôtelier" évoquée dans notre première partie. Il reflète une volonté croissante des clients de s'éloigner du quotidien en vivant une véritable rupture, à travers un séjour dans des établissements de petite taille, à l'atmosphère plus intime et chaleureuse. Cette quête d'authenticité et d'immersion s'oppose à l'offre plus standardisée des grandes chaînes hôtelières.

2.3. Le nombre d'étoiles

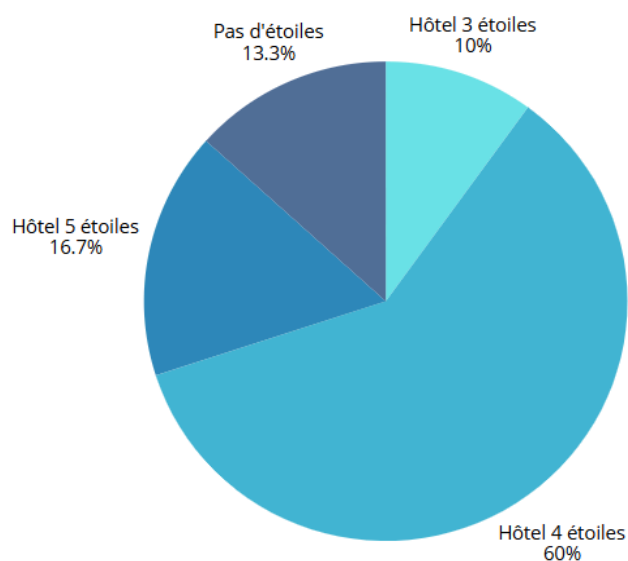


Figure 13 : Graphique qui illustre la répartition du nombre d'étoiles des établissements

On observe que la grande majorité des hôtels étudiés sont étoilés. Sur les 30 établissements étudiés, 26 disposent d'un classement entre 3 et 5 étoiles, ce qui représente une proportion de 86,7 % du panel. Cela montre qu'il y a une majorité d'hôtels étoilés dans la catégorie des hôtels-châteaux.

Parmi les hôtels étoilés, on remarque une majorité d'établissements 4 étoiles avec 60% soit 18 établissements, suivis de 5 établissements 5 étoiles qui représentent 16.7% du panel, puis 3 hôtels 3 étoiles qui constituent 10 %.

Ces données nous montrent que les hôtels dans des châteaux se positionnent majoritairement dans le domaine haut de gamme. Cela s'explique par le caractère exceptionnel et raffiné de ce type d'établissement, qui en fait des cadres très adaptés à une offre luxueuse. En effet, l'architecture, le cadre, le mobilier, l'histoire du lieu... participent à créer une atmosphère propice pour une clientèle en quête d'une offre premium.

2.4 Classement au titre des Monuments historique

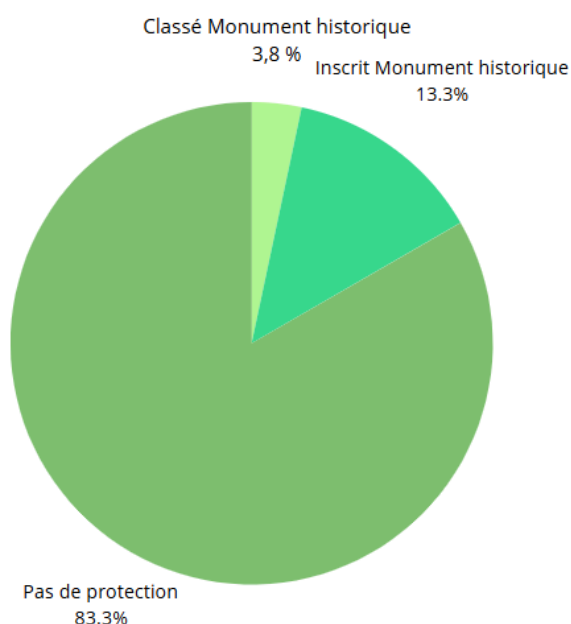


Figure 14 : Graphique qui illustre la répartition du niveau de protection patrimoniale des établissements

On observe que 83,3 % soit 25 des établissements analysés ne sont ni inscrits ni classés au titre des monuments historiques. Uniquement 4 établissements sont inscrits et 1 seul est classé au titre des monuments historiques. Cette faible proportion d'établissement avec une protection patrimoniale peut paraître étrange dans le cadre de châteaux qui représentent des monuments souvent mis en avant comme patrimoine français.

Grâce à nos entretiens, nous avons constaté que cette absence de protection n'est pas due à l'absence de valeur architecturale ou historique des monuments, mais est plutôt un choix des propriétaires. De nombreux hôtels sont réticents à l'idée d'inscrire ou de classer leurs châteaux en raison des contraintes que cela peut représenter. En effet, les réglementations en termes de travaux de rénovation ou d'aménagement freinent souvent les propriétaires voulant garder une certaine liberté dans leur choix d'aménagement. Cela leur permet de mieux s'adapter aux exigences du confort moderne attendues dans un hôtel.

Ces chiffres mettent en évidence que la logique économique peut parfois primer sur la protection et la valorisation du patrimoine, même si nous verrons dans la troisième partie que l'absence de classement ne veut pas forcément dire qu'il n'y a aucune volonté des propriétaires de protéger et de valoriser leur patrimoine.

Dans certains cas, l'absence d'inscription s'explique aussi par le fait que tous les châteaux ne peuvent pas prétendre à un classement. En effet, on estime qu'il existe environ 40 000 châteaux en France, mais tous ne présentent pas une valeur architecturale ou historique suffisante pour justifier un classement. La reconversion de ces édifices en hôtels permet ainsi de les préserver et de les valoriser, même lorsqu'ils ne peuvent bénéficier d'une protection de l'État.

2.5 Les labels et les groupes

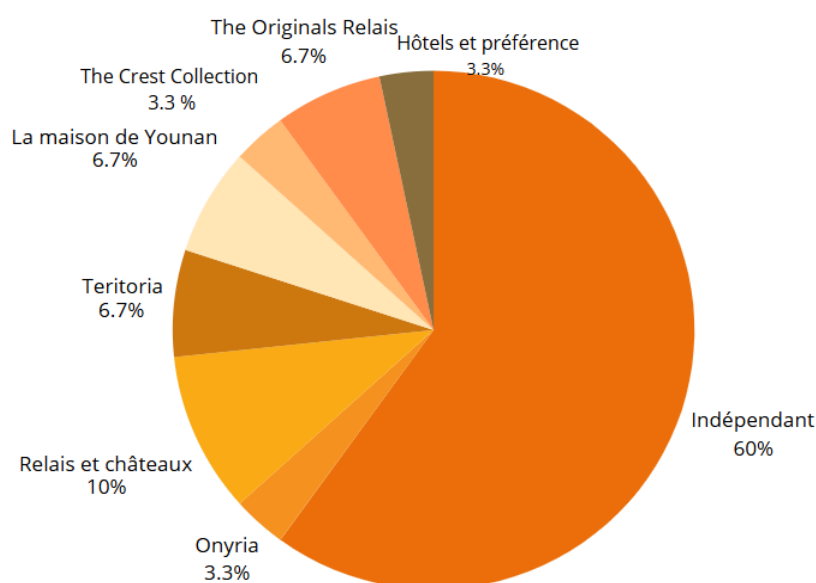


Figure 15 : Graphique qui montre la répartition entre les hôtels indépendants et ceux intégrés à un groupe

On observe que la majorité, soit 60 % des établissements étudiés sont indépendants, donc ne font partie d'aucun groupe ou label hôtelier. Les 40 % restants sont répartis entre 7 labels ou réseaux : 2 établissements (6.7 %) sont membres du réseau The Originals Relais, un établissement (3,3 %) appartient à The Crest Collection, deux sont intégrés à La Maison Younan, deux à Teritoria, et enfin trois établissements (10%) sont affiliés au groupe Relais & Châteaux.

Ces réseaux, pour la plupart, ont pour point commun de mettre en avant des établissements plutôt haut de gamme plus ou moins luxueux et authentiques. Ces marques permettent de garantir au client une certaine qualité de service et pour l'exploitant une visibilité nationale voire internationale et un accompagnement commercial ou marketing. Elles sont donc censées apporter une certaine notoriété à l'établissement et renforcer la confiance du client.

Cependant, comme expliqué précédemment, une majorité des établissements font le choix de rester indépendants. Cette décision peut s'expliquer par plusieurs facteurs. Comme pour la décision de ne pas inscrire ou classer le château au titre des monuments historiques, il peut s'agir d'une volonté des propriétaires de conserver leur autonomie. L'adhésion à un réseau peut impliquer un certain nombre de contraintes : respect de chartes qualité strictes, adaptation aux standards du groupe, frais annuel d'intégration...

Donc, on peut déduire, que les propriétaires indépendants font le choix d'investir dans leur propre développement en réalisant de nouveaux aménagements ou en faisant leur propre communication sur internet, les réseaux sociaux ou dans la presse papier.

2.6 Les siècles de construction

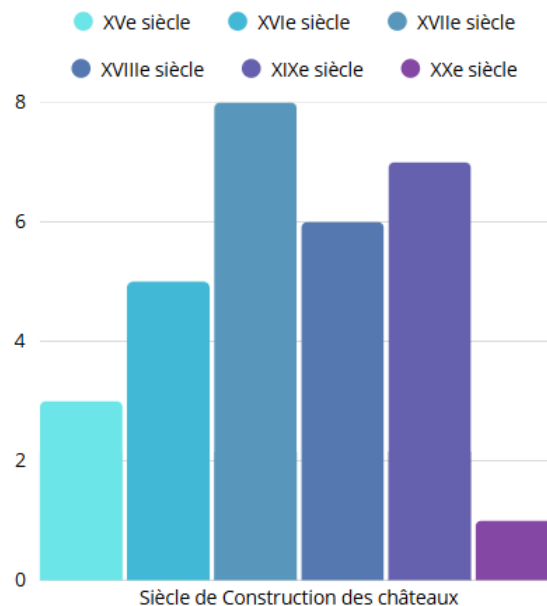


Figure 16 : Graphique qui montre les différents siècle de construction des châteaux étudiés

On constate une grande diversité dans les périodes de construction des établissements étudiés. Trois datent du XVe siècle, cinq du XVIe siècle, huit du XVIIe siècle et six du XVIIIe siècle. Le XIXe siècle est représenté par sept établissements, tandis qu'un seul château date du XXe siècle.

La majorité des établissements recensés ont été érigés aux XVIIe, XVIIIe et XIXe siècles. Cette concentration peut s'expliquer par plusieurs facteurs. D'abord, ces siècles correspondent à des périodes où de nombreux châteaux ont été construits sur les territoires analysés et surtout, ce sont des demeures qui sont encore très présentes sur le territoire français, plus que le Moyen Age par exemple.

Également, la Renaissance ou le XIXe siècle sont des époques qui sont aujourd'hui fortement associées à une idée d'élégance et de raffinement. Dans le cadre d'une reconversion en hôtels, ces styles architecturaux peuvent représenter un atout pour créer ou recréer une atmosphère luxueuse et authentique qui peut être recherchée par les clients.

2.7 Les services



Figure 17 : Graphique représentant le nombre d'hôtels proposant certains types de services

Parmi les 30 hôtels que nous avons analysés, la plupart disposent de plusieurs services proposés au sein de leur établissement. Nous constatons que la majorité des hôtels possèdent une piscine (25), soit environ 83% des hôtels. De plus, 18 hôtels sur 30 bénéficient d'un espace bien-être, ce qui représente une part importante d'hôtels qui sont axés vers la relaxation et le bien-être. Ensuite, environ $\frac{1}{3}$ des hôtels disposent de terrains de tennis. Également, toujours environ $\frac{1}{3}$ des établissements proposent des activités à la fois familiales et sportives telles que de la location de vélo ou diverses activités comme le canoë, le ping pong, la pétanque, le mini-golf... Enfin, certains services sont beaucoup moins représentés : les salles de fitness, les billards, les golfs et les terrains de basket.

On observe que les services les plus représentés dans les différents établissements sont les piscines et les espaces bien-être / Spa. Pour les piscines, elles répondent à une demande de la part de la clientèle en printemps ou en été. En effet, pendant les périodes de chaleurs, elles peuvent être un véritable atout pour le confort et donc un critère pour la réservation de séjour.

En ce qui concerne les espaces bien-être (spa, salle de massage...), ils peuvent répondre à des attentes contemporaines. En effet, on observe aujourd'hui de véritables tendances autour de l'importance du bien-être avec de la méditation, réflexologie ou massage. Le fait de réserver des séjours axés sur le bien-être peut aussi répondre à un besoin de recreation. En profitant d'un cadre unique avec des services personnalisés les clients peuvent se rencontrer et se détendre tout en s'éloignant du stress du travail et du quotidien.

Ensuite, pour les activités sportives, ce sont le tennis et le vélo qui sont les plus représentés. Pour le tennis, c'est un loisir plutôt perçu comme haut de gamme ce qui peut renforcer l'idée

que ces hôtels s'orientent vers une offre premium. Nous pouvons faire la même analyse que pour le tennis pour les domaines golfs, plus rares dans les hôtels analysés.

Pour les locations de vélo, c'est une activité qui peut correspondre à un large public. Comme pour les espaces bien-être, le vélo peut répondre à un besoin de déconnexion du quotidien et de retour à la nature, en profitant de balades dans les parcs ou dans les alentours du domaine.

On observe de manière générale une image haut de gamme à travers les services. Néanmoins, on peut voir à travers certaines activités, une volonté de répondre à plusieurs cibles, notamment les publics familiaux avec du tennis de table ou du mini golf.

2.8 Les offres de restauration

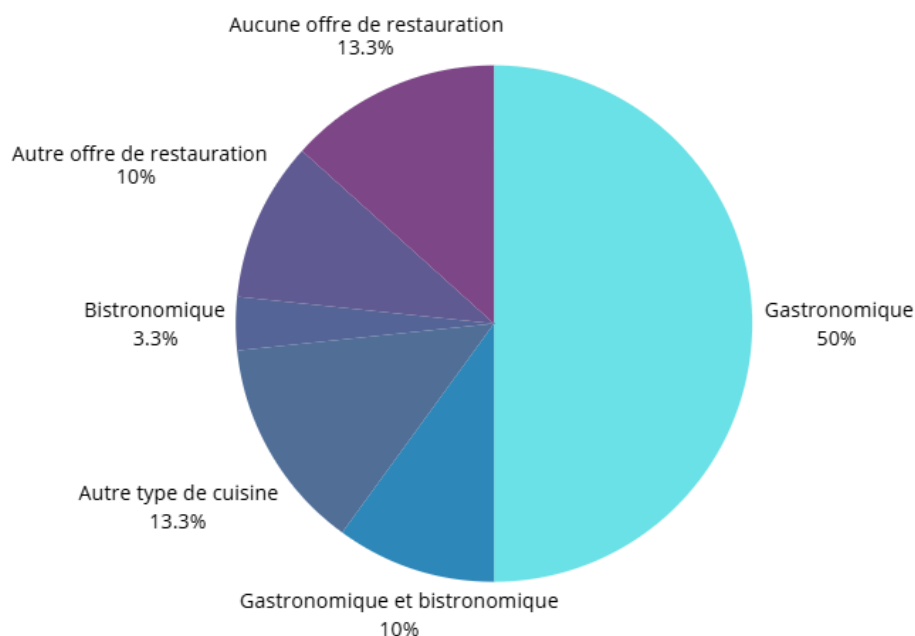


Figure 18 : Répartition des types de cuisine proposés dans les hôtels installés dans des châteaux, en pourcentage.

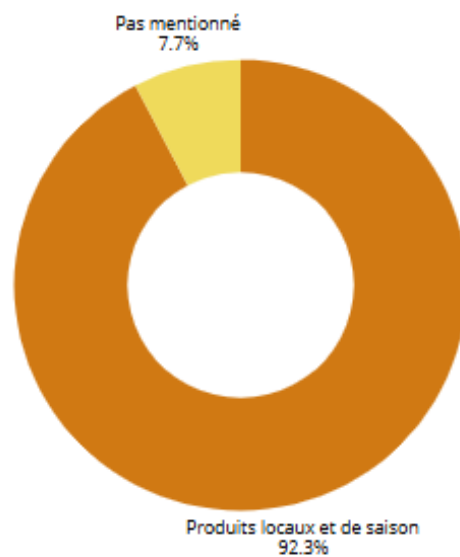


Figure 19 : Graphique qui montre la répartition entre cuisine local ou non dans les restaurants des hôtels

On observe tout d'abord, que la moitié des hôtels, soit 15 établissements proposent une offre de restauration exclusivement gastronomique. Ce chiffre atteint 60 %, soit 18 établissements, si l'on inclut ceux qui combinent une offre gastronomique et bistronomique. Les autres types de restauration sont peu représentés : un seul établissement propose une offre exclusivement bistronomique, et quatre servent d'autres types de cuisine. Par ailleurs, 10 % des hôtels du panel proposent une offre de restauration alternative (bar, salon de thé, table d'hôte, etc.). Enfin, seulement 13,3 %, soit 4 hôtels, ne proposent aucune offre de restauration.

On observe donc que pour plus de la moitié des hôtels étudiés, l'offre de restauration est gastronomique ce qui correspond encore une fois à un positionnement haut de gamme. Ce positionnement peut être perçu comme une démarche de valorisation du patrimoine, dans la mesure où il s'agit de valoriser des produits de qualité et des savoir-faire culinaires français pour réaliser des plats traditionnels ou originaux. Ces offres peuvent aussi répondre à des demandes de la clientèle toujours en quête d'offres premium où le patrimoine et les savoirs faire sont à l'honneur.

En ce qui concerne les offres bistronomiques, bien qu'elles soient beaucoup moins représentées, elles peuvent répondre aux envies d'une clientèle en quête de nouvelle expérience gustative avec des bons produits, mais avec des prix accessibles.

Pour les hôtels qui ne propose pas d'offre de restauration, ou ceux proposant des offres de restauration, mais pas des restaurant, cela peut s'expliquer par le fait qu'ils se concentrent exclusivement sur la qualité de leur offre d'hébergement, par le fait qu'ils peuvent être en partenariat avec des restaurateurs à proximité ou qu'ils sont proche d'une ville avec tous simplement une grande offre de restauration.

Nous observons que 92.3 % des restaurants utilisent des produits locaux et de saison. Cela démontre une volonté de valorisation du territoire, en mettant en avant des produits locaux et de saison. Cela peut s'inscrire dans une recherche d'authenticité culinaire en lien avec l'identité culturelle et gastronomique des territoires. Ce choix de produits peut aussi être

interprété comme une démarche éco responsable. En favorisant les circuits courts, les établissements réduisent ainsi leur empreinte carbone. Cette démarche peut également répondre à des enjeux économiques, en travaillant avec des fournisseurs locaux, les hôtels peuvent baisser les coûts liés aux transports. Enfin, le choix de produits locaux, permet d'ancrer davantage le restaurant dans son territoire et de l'inclure dans des dynamiques locales en créant des partenariats avec les acteurs du territoire.

2.9 Les parcs

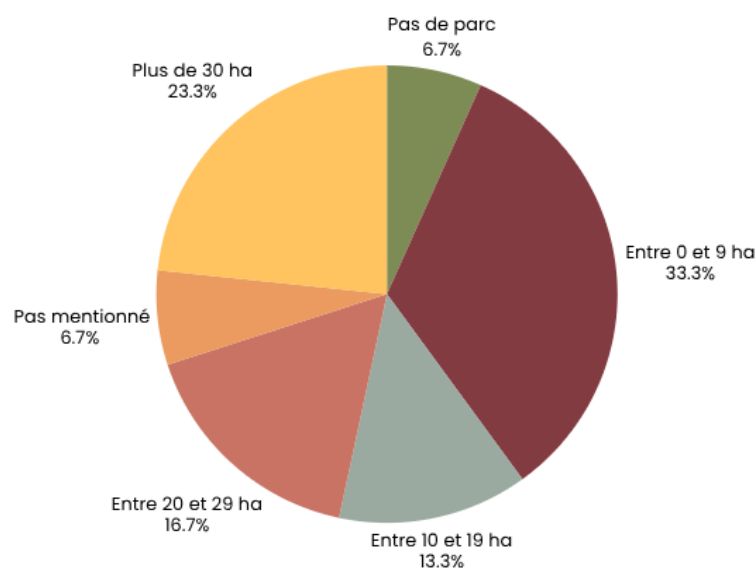


Figure 20 : Graphique représentant les différentes tailles de parcs des châteaux et la proportion d'hôtels associée à chaque catégorie.

Nous constatons que la majorité des hôtels étudiés disposent d'un parc soit 93,3 % du panel étudié. Cela peut s'expliquer par le fait que les établissements hôteliers souhaitent bénéficier d'un parc pour diverses raisons : le parc peut être un lieu de promenade, de détente, il peut aussi permettre l'aménagement de terrains ou d'infrastructures sportives, ainsi que d'espaces dédiés aux réceptions (séminaires, mariages, anniversaires etc).

Pour la plus grande partie des établissements, soit 33,3%, la superficie du parc est comprise entre 0 et 9 hectares, ce qui constitue un compromis intéressant : un espace vert agréable qui demande peu d'entretiens et de coûts d'entretiens liés à la superficie.

En revanche, environ 40% des hôtels analysés possèdent un parc de plus de 20 hectares. Ces espaces constituent un atout pour organiser des balades, des événements, ou diverses activités au sein de l'hôtel.

À l'inverse, seulement 6.7% ne disposent pas de parc. Ce pourcentage reste minime et peut s'expliquer par le fait qu'il s'agit de plus petits établissements, souvent situés en milieu

urbain, où l'espace disponible reste limité et ne leur permet pas de bénéficier d'un parc au sein même de leur établissement.

Enfin, 6,7% des établissements ont mentionné sur leur site internet qu'ils disposaient d'un parc sans pour autant préciser la superficie de ce dernier.

2.10 Les jardins

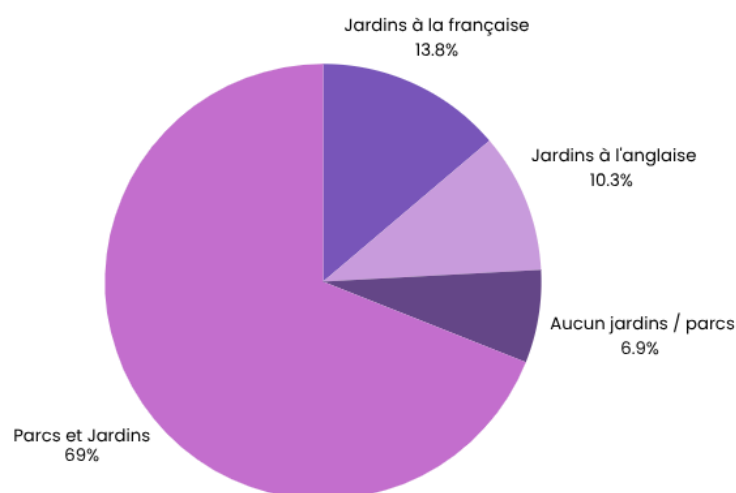


Figure 21 : Graphique qui montre les différents styles de jardins qu'on retrouve dans les parcs et leurs proportions

Cette catégorie est en corrélation avec la partie dédiée à la partie ci-dessus sur les parcs. En effet, la présence de jardins est liée à l'existence de parcs. Nous trouvons intéressant d'analyser les hôtels qui disposent de jardins à l'anglaise ou de jardins à la française car nous trouvons que c'est un élément emblématique qu'on retrouve dans les châteaux.

On observe qu'une majorité des établissements disposent de parcs ou jardins sans aménagement particulier ; le pourcentage est d'environ 69 %. Le fait qu'il n'y ait pas d'aménagement particulier peut s'expliquer, comme mentionné dans la partie précédente, par une volonté de réduire les coûts. En limitant les aménagements, l'hôtel peut se permettre d'embaucher moins de jardiniers voir un seul à temps partiel. Cela permet également de faire des économies sur les plantes, les produits d'entretien et autres dépenses liées à l'entretien des espaces verts.

En revanche, les jardins à la Française (10,3%) et à l'Anglaise (6,9%) se font plus marginaux. Cela peut s'expliquer, pour une raison qui rejoint le point précédent. Ces types de jardin, en particulier les jardins à la Française, demandent beaucoup d'entretien, sont coûteux et demandent les compétences de jardiniers spécialisés (technique de taille,...). Ces contraintes expliquent pourquoi ce genre d'aménagement devient de plus en plus rare dans les hôtels dans des châteaux.

Enfin, une minorité d'hôtels, 6.9%, ne disposent pas de parcs ou jardins. Cela peut s'expliquer par un manque d'espace accessible.

2.11 Le nombre de chambres

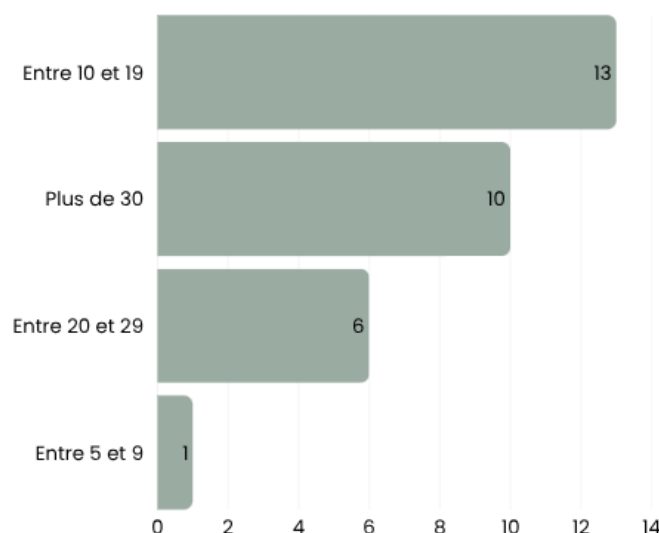


Figure 22 : Graphique qui montre la répartition des hôtels entre différentes jauges d'accueils

Pour cette catégorie, nous avons comptabilisé le nombre total de chambres proposé par l'établissement, c'est à dire que nous avons pris en compte les chambres, au sein de l'établissement et celles également en dehors de l'hôtel.

Nous constatons que près de la moitié des hôtels disposent de 10 à 19 chambres, ce qui reste assez modeste. Cela peut s'expliquer par le fait que certains établissements privilégient la qualité à la quantité, et d'autres n'ont tout simplement pas la capacité d'avoir plus de chambres dans leur établissement.

10 hôtels sur 30, dépassent les 30 chambres, ce qui signifie que ce sont des établissements qui vont privilégier la capacité d'accueil. Leur offre d'hébergement peut être tournée vers des groupes tels que des clientèles de séminaires ou des clientèles de groupe.

On observe que 6 hôtels sur 30 ont une capacité de chambres comprise entre 20 et 29, ce qui correspond à une capacité relativement importante. Ces hôtels peuvent accueillir plusieurs types de clientèles au vu de leur capacité d'accueil.

Enfin, un seul hôtel, le château de Maraval, possède entre 5 et 9 chambres, précisément 7. Ce cas particulier s'explique par le caractère historique de l'établissement, datant du XVI^e siècle, il n'a jamais été agrandi. Cet hôtel haut de gamme a choisi de se concentrer sur la qualité des chambres, en privilégiant des chambres personnalisées et spacieuses, chacune décorée avec un style différent. Ici, la qualité a clairement été préférée à la quantité.

2.12 Le style de chambre

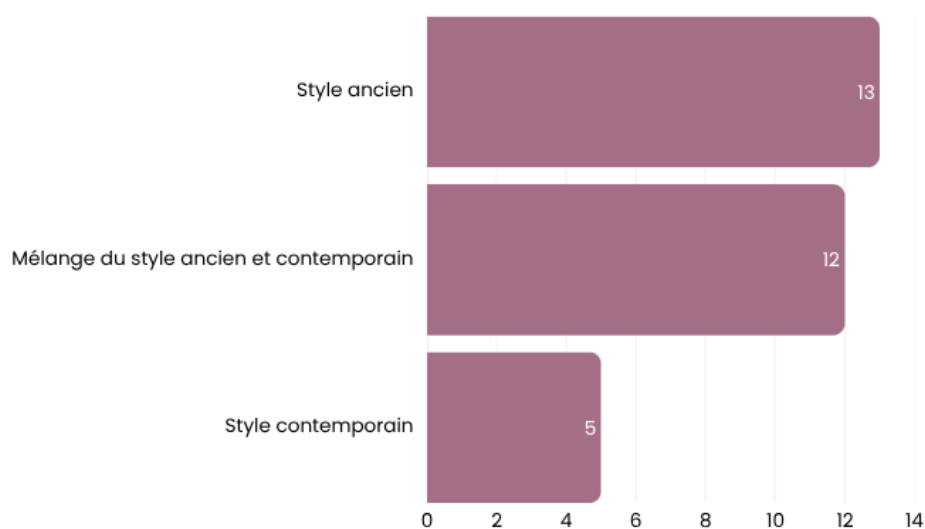


Figure 23 : Graphique qui montre la répartition des chambres des hôtels entre les différents styles

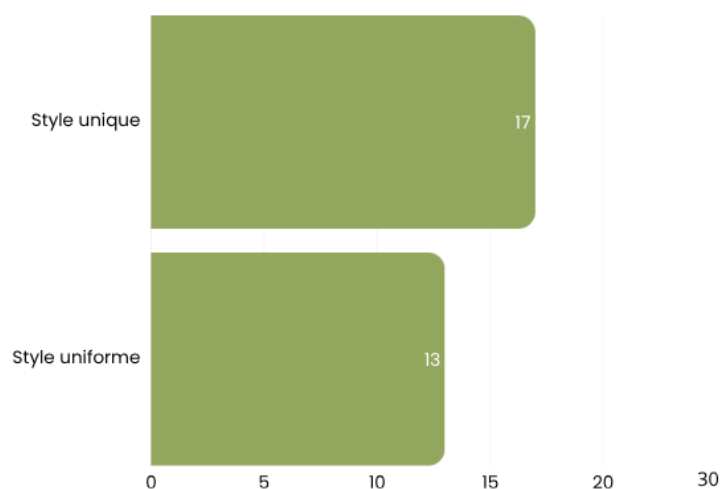


Figure 24 : Graphique qui montre la répartition des chambres des hôtels entre les différents styles

Nous avons analysé les styles de chambres des 30 hôtels qui constituent notre base de données. Nous avons classé les hôtels en 3 catégories : style ancien, contemporain ou un mélange des 2 styles.

Le style ancien se caractérise par la présence de meubles anciens, et une décoration qu'on peut retrouver traditionnellement dans un château avec par exemple, un décor chargé, un papier peint ancien ou un lit à baldaquin. A l'inverse, la décoration contemporaine va être constituée de meubles modernes, et une décoration plus sobre et minimaliste avec souvent

des teintes de décoration plutôt claires. Enfin, pour le mélange des deux, nous pouvons l'illustrer par des exemples. Cela peut être une chambre avec un style ancien, mais qui va avoir des éléments technologiques comme une télévision. Il peut aussi s'agir d'une chambre contemporaine, mais où on retrouvera quelques meubles anciens.

La décoration de style « ancien » est celle qui prédomine le plus parmi les établissements étudiés. Cela montre qu'une majorité d'établissements, souhaitent privilégier un style plus authentique en référence aux caractéristiques et au passé du lieu. Nous pouvons en déduire, qu'en faisant le choix d'un ameublement ancien, les hôteliers cherchent à offrir une expérience immersive à la clientèle ou ils peuvent vivre la vie de château.

Le style contemporain reste plus rare. Cela peut s'expliquer par le fait que les établissements sont pour la plupart anciens ou ruraux et qu'il est donc plus compliqué d'adopter un style plus contemporain. Cela peut aussi montrer une volonté de mettre en avant une vision traditionnelle du haut de gamme comme celle des palaces.

Enfin, le mélange entre les 2 styles reste marginal. On constate que moins d'établissements optent pour ce mélange contemporain et ancien. Cela peut montrer une séparation assez stricte entre les hôtels qui font le choix d'une décoration moderne et ceux qui privilégient l'ancien. Néanmoins, cette analyse est basée sur une analyse de photographie et d'un discours diffusé sur des sites internet. Peut-être, que si on avait visité les 30 établissements, nous aurions perçu que les deux styles cohabitent beaucoup plus.

Ensuite, en ce qui concerne le deuxième graphique, on constate qu'environ 1 établissement sur 2 affirme ou montre par le biais de photos, que toutes ses chambres ont une décoration unique et donc qu'il y a une approche personnalisée. Cette opposition à la standardisation participe à perpétuer une décoration de château. En effet, les châtelains, comme de nombreuses personnes, font le choix de personnaliser la décoration de leurs différentes pièces et donc aussi de leurs chambres. Ainsi, d'une chambre à l'autre, on peut avoir des meubles, des tapisseries, draps... différents.

2.13 Style général de l'hôtel

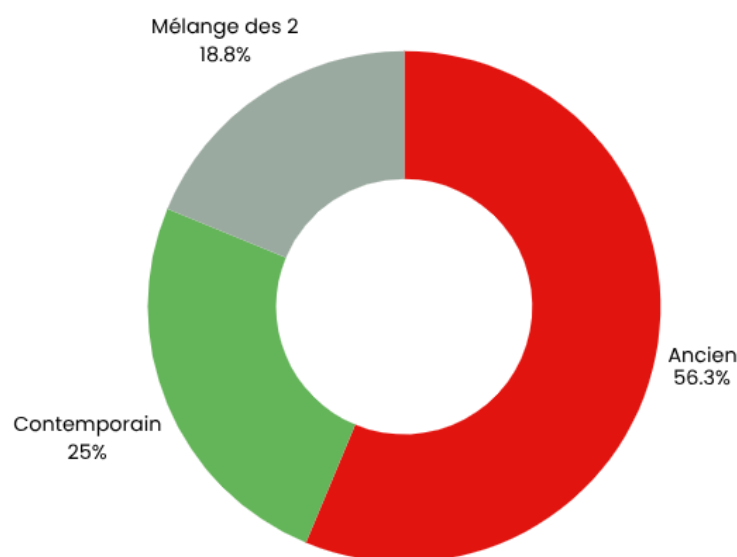


Figure 25 : Graphique illustrant la répartition des hôtels selon leurs style dominant

Environ 56,3% des hôtels analysés ont un style dit plutôt “ancien”. Cela montre que la grande majorité des hôtels étudiés sont encore profondément ancrés dans une image liée à l’histoire du château.

Cette proportion importante d’hôtels ayant conservé un style ancien, se rapporte au fait qu’il y a également une recherche de préservation de l’authenticité du lieu en conservant le style du lieu.

25% des hôtels étudiés se tournent vers un style contemporain, reflétant le fait que certains hôtels se tournent vers une démarche plus axée vers les attentes actuelles des clients. Cela ne veut pas dire pour autant que cette modernité va dénaturer le lieu, mais la préservation de l’authenticité fera tout de même moins sens dans ce type d’hôtels.

Enfin, 18,8% des hôtels ont fait le choix d’allier un style contemporain au style ancien dans leur établissement. Le fait de concilier style ancien et contemporain marque une volonté de trouver un équilibre entre préservation de l’authenticité du lieu et adaptation aux exigences actuelles des clients

2.14 Ce qui est mis en avant

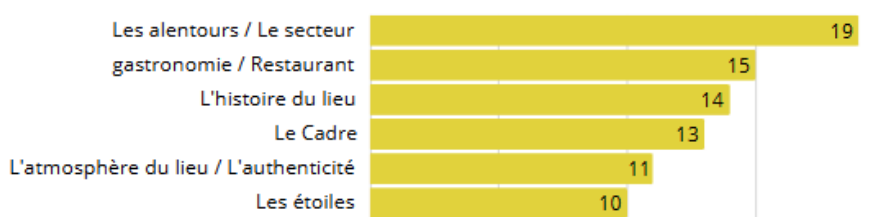


Figure 26 : Graphique qui montre les différents critères valorisés par les hôtels et la proportion d'établissements mettant en avant chacun des critères.

Concernant ce qui est mis en avant sur le site internet des hôtels, on observe que la majorité des hôtels mettent en avant le secteur dans lequel ils se situent. En effet, un des points clé des hôtels est leur localisation, incluant le cadre paysager où ils sont intégrés. Cela montre que certains territoires peuvent être considérés comme de véritables atouts commerciaux. Les hôteliers peuvent tirer parti de leur implantation géographique en mettant en avant des expressions telles que « au cœur du Périgord » ou en mentionnant les sites touristiques emblématiques situés à proximité comme les châteaux de la Loire. Globalement, cela montre que la localisation est importante pour séduire la clientèle qui peut être en recherche de destinations culturelles avec de beaux paysages.

On observe aussi que la moitié des établissements mettent en avant leur offre de restauration souvent gastronomique. Cela peut constituer un point important de l'offre hôtelière, puisque le restaurant participe à l'image que renvoie l'hôtel, notamment en termes de qualité et de prestation haute gamme.

Par ailleurs, près de la moitié des établissements mettent en avant sur leur site internet l'histoire du lieu et le cadre dans lequel ils sont implantés. La notion de cadre ici est différente du secteur, nous analysons plus le cadre proche, le parc, l'atmosphère générale du lieu. Cela peut montrer une volonté de renforcer le côté unique et exclusif de l'établissement. Ce positionnement peut donc servir à se différencier sur un marché de plus en plus concurrentiel, en montrant ses spécificités patrimoniales et paysagères.

Ensuite, environ $\frac{1}{3}$ des établissements utilise le terme « authenticité » dans leur communication pour décrire leur offre. Ce chiffre peut paraître faible, néanmoins les critères décrits précédemment montrent une volonté de la majorité des établissements de mettre en avant un lieu authentique. On peut donc en déduire que beaucoup d'établissements mettent en avant l'authenticité de manière implicite et non explicite.

On observe également que seulement $\frac{1}{3}$ des établissements mettent en avant leur classement d'étoiles. Cela rejoint un point que nous avons évoqué avec la directrice du château de Pray pendant notre échange : les étoiles ne sont plus forcément un critère de différenciation. Selon la direction générale des entreprises, environ 75 % des hôtels sont étoilés. Ce fort taux rend les étoiles moins différenciantes, et montre qu'attirer la clientèle repose désormais sur d'autres leviers, comme par exemple l'authenticité ou le cadre proposé.

Pour les jardins et le parc, ils sont aussi $\frac{1}{3}$ à les mettre en avant. Le critère de jardin ici est plus précis que celui du cadre ce sont les plantes, les arbres, le type de jardin qui vont être mis en avant de manière plus spécifique.

Ensuite, en ce qui concerne le bien-être, on relève que 9 établissements sur les 18 disposant d'un espace bien-être mettent en avant cet aspect. Cela montre donc une volonté de la moitié de ces hôtels de privilégier la détente dans leur communication.

Les chambres, éléments centraux d'un établissement hôtelier ne sont mises en avant que par 8 établissements sur 30 tout comme les équipements comme les piscines, qui ne sont mis en valeur que par 7 établissements. Cette faible mise en valeur montre encore une fois la volonté de retranscrire l'atmosphère générale du lieu (son histoire, son cadre...) plutôt que de focaliser sur les aspects techniques. Il est également probable que les chambres et les équipements soient davantage détaillés dans des sections spécifiques des sites internet, dédiées aux réservations ou aux descriptions des prestations, afin de ne pas surcharger la présentation d'ensemble.

La personnalisation des services est mise en avant par 6 établissements sur 30. Cela peut montrer une volonté de proposer un accueil individualisé et une grande présence de l'équipe pour répondre aux attentes des clients. Cela rejoint l'idée de création de séjour unique où le client est au centre de tout.

Parmi les cinq établissements étudiés qui sont classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques, seuls deux mettent en avant cette distinction sur leur site internet. On peut en déduire qu'ils ne considèrent pas leur statut patrimonial comme un élément essentiel pour valoriser leur établissement.

Un constat similaire peut être fait concernant l'engagement écologique. Sur l'ensemble des établissements étudiés, un seul, le château de L'Épinay, met réellement en avant une démarche environnementale claire et structurée, si l'on exclut les pages consacrées à la restauration, où la mise en valeur des produits locaux et de saison est plus fréquente. Cela suggère que, malgré les grandes préoccupations écologiques de notre société, la majorité de ces établissements ne placent pas encore la durabilité au cœur de leur communication. Il est possible que certaines actions éco responsables soient bel et bien mises en œuvre sur place (gestion des déchets, réduction de la consommation énergétique, utilisation de matériaux durables, etc.), mais qu'elles ne soient pas systématiquement valorisées en ligne. Pourtant, dans un contexte où l'écotourisme est une pratique qui prend de l'ampleur, mettre en avant des engagements environnementaux pourrait représenter un véritable atout pour séduire une clientèle de plus en plus sensible à ces enjeux.

Partie 3 : Les données collectées lors des entretiens

I- La méthodologie de recherche

1.1. La méthode utilisée dans la troisième partie

Concernant la méthodologie utilisée, nous avons choisi d'adopter une démarche empirique en privilégiant une approche qualitative pour cette partie. En effet, nous avons choisi de mener des entretiens auprès de professionnels issus du secteur de l'hôtellerie dans les châteaux. Ces échanges ont été enrichissants car ils nous ont permis de poser nos questions directement aux professionnels afin d'obtenir des réponses détaillées, de recueillir des données concrètes, et d'enrichir nos connaissances. Cette méthode nous a permis de mieux comprendre les expériences vécues par les hôteliers ainsi que leurs points de vue concernant l'authenticité et sa préservation au sein de leur établissement.

De plus, ces échanges ont ouvert la voie à de nouvelles pistes de réflexions. En effet, les réponses obtenues ont fait naître de nouveaux questionnements. En effet, nous avons constaté que les différents professionnels que nous avons interrogés partagent des perspectives ou des problématiques diverses que l'on n'avait pas forcément envisagées initialement, ce qui enrichit et élargit la réflexion sur notre problématique de départ. De plus, le fait d'obtenir des points de vue différents de la part des acteurs interrogés est d'autant plus intéressant car cela nous permet de croiser plus amplement les différents points de vue sur la question de l'authenticité et de la préservation du patrimoine.

Enfin, la réalisation d'entretiens constitue une méthode fiable dans la mesure où elle permet d'obtenir des réponses précises aux questions posées, tout en limitant les risques d'ambiguïté ou de mauvaise interprétation. Nous avons pu reformuler nos questions en cas d'incompréhension et clarifier certains points avec les professionnels interrogés.

1.2. L'élaboration de notre grille d'entretien

Concernant la réalisation des entretiens, nous avons élaboré une grille comprenant une première partie dédiée au contexte de l'entretien. Celle-ci rassemble des informations telles que la date de l'entretien, l'identité de l'interlocuteur ainsi que des données relatives au château concerné. La suite de notre grille est consacrée à une liste de questions que nous avons préalablement envisagé de poser. Certaines questions nous semblaient importantes et

donc systématiquement posées, tandis que d'autres étaient ajustées ou écartées en fonction du déroulement de l'entretien et des réponses apportées. Nous adaptions nos questions en fonction de l'échange ainsi que des spécificités propres à chaque château. Par exemple, il nous semblait pertinent de demander dans un premier temps à l'interviewé de nous présenter brièvement son poste afin de mieux comprendre son positionnement, ainsi que son rôle au sein du château. Ensuite nous abordions l'histoire du château avant sa transformation en hôtel, un point important afin de comprendre l'évolution du site et les motivations principales ayant poussé à transformer ce château en hôtel. Nous cherchions également à savoir si le château était classé Monument Historique. Dans le cas contraire, nous questionnions ce choix afin de savoir si c'était une décision volontaire et quelles raisons avaient motivé ce choix. Une partie importante de notre grille portait également sur la notion d'authenticité et sur les actions mises en place concernant sa préservation au sein du site.

De plus, en amont des entretiens nous nous sommes renseignées sur chaque château afin d'adapter au mieux notre grille de questions en fonction du château concerné. Par exemple, nous avons constaté avant l'entretien que le Château de l'Epinay mettait en avant un fort engagement écologique sur son site internet. Cela nous a amenées à préparer une question visant à comprendre comment se matérialise leur engagement écologique. Pour le château de Pray, nous avons constaté que le château a 4 étoiles et donc nous avons souhaité savoir la date d'obtention de cette classification, les critères requis et si l'obtention de ces étoiles a été une véritable valeur ajoutée selon eux ou si ce n'est pas important pour leurs clients. Concernant le château de Noirieux labellisé Relais et Châteaux, nous nous sommes intéressées à la valeur ajoutée de cette labellisation et aux éventuelles obligations que cela pouvait impliquer. Enfin, à propos du château des Vigiers nous avons découvert en amont de l'entretien à partir de leur site internet, que leur restaurant était étoilé au guide Michelin et nous souhaitions savoir si cela apportait une véritable plus-value à leur hôtel, si des clients pouvaient venir uniquement pour profiter de leur restaurant.

Enfin, comme mentionné précédemment, au cours des échanges de nouvelles questions qui n'apparaissaient pas initialement dans nos grilles ont émergé au fil des échanges avec les professionnels. Vous trouverez en annexe (**cf.annexe 1**) notre grille d'entretien type, comprenant les questions que nous avons préparé en amont et que nous souhaitions aborder au cours des entretiens.

1.2. Le choix des sorties terrain

Nous avons eu l'opportunité de réaliser deux visites de terrain. La première visite a eu lieu au château de l'Epinay à Saint-Georges-Sur-Loire (49). La seconde visite s'est déroulée au château de Noirieux à Briollay (49). Nous souhaitions réaliser des visites de terrain pour plusieurs raisons. Premièrement, nous désirions mieux percevoir les enjeux de la transformation des châteaux en hôtel en observant ce que cela implique, tant sur le plan positif que négatif. Nous voulions également confronter les théories issues de nos lectures, ainsi que nos hypothèses à la réalité du terrain. Il était important pour nous de rencontrer les professionnels du secteur afin de recueillir leurs points de vue face à notre problématique, notamment en ce qui concerne les différents choix autour de la préservation et au maintien ou non de l'authenticité au sein de leur château. Leurs témoignages, accompagnés de nos observations, nous ont permis d'adopter un regard plus critique et plus précis sur la réalité du

terrain. Par exemple, un professionnel peut affirmer que certains aménagements sont peu visibles pour préserver l'authenticité du lieu et en visitant le lieu il nous était possible de vérifier si cette perception était partagée. Ainsi, grâce aux visites de terrains nous avons pu évaluer la cohérence des propos émis par l'hôtelier et l'expérience réelle des lieux.

Ces échanges ont grandement contribué à alimenter notre réflexion et à enrichir l'avancement de notre mémoire.

De plus, nous avons estimé qu'il était pertinent de visiter certains lieux afin de mieux nous en imprégner, de recueillir des anecdotes et de pouvoir mieux comprendre leur histoire ainsi que leur évolution jusqu'à aujourd'hui.

Enfin, ces visites nous ont permis de recueillir des éléments visuels utiles afin d'illustrer et d'appuyer nos propos.

1.3 Notre choix de ne pas diffuser de questionnaires

Nous avons fait le choix de ne pas créer et diffuser de questionnaire au sein des hôtels. Plusieurs raisons ont motivé ce choix. Premièrement, il nous semblait compliqué de diffuser des questionnaires dans les hôtels car nous n'étions pas sûres d'obtenir un taux de réponses suffisamment élevé. Ces résultats n'auraient donc pas été suffisamment représentatifs. Les résultats obtenus auraient pu être biaisés en raison de potentielles incompréhensions face à certaines questions. Certaines réponses auraient pu ne pas être exploitables en raison de l'absence de réponses à certaines questions ou des réponses pas suffisamment claires et développées. De plus, nous trouvions que cette méthode était moins intéressante dans le cadre de notre problématique que de pouvoir échanger directement avec les hôteliers.

1.4 Le secteur géographique des entretiens

Concernant le secteur géographique des entretiens que nous avons réalisés, nous avons choisi de nous concentrer essentiellement sur 4 départements : La Loire Atlantique, Le Maine et Loire, l'Indre et Loire ainsi que la Dordogne. Ce choix s'explique premièrement par le fait que ces départements sont ceux de notre lieu d'étude ainsi que de nos alternances respectives. Ces localisations, ont permis de faciliter la réalisation d'enquêtes de terrain, ce qui constitue une réelle valeur ajoutée à notre étude.

De plus, ces départements sont reconnus pour leur forte concentration en châteaux comme nous l'avons expliqué précédemment, ce qui peut impliquer aussi la présence d'un certain nombre d'hôtels à interroger.

1.5. Les châteaux interrogés

Nous avons interrogé quatre établissements hôteliers : deux situés dans le département du Maine-et-Loire, un en Centre-Val de Loire, et un en Dordogne.

Les entretiens ont été parfois complexes à organiser en raison de refus et de l'absence de retour de la part de plusieurs établissements.

Nous avons toutefois pu interroger des hôtels aux profils variés : certains établissements appartiennent à des chaînes hôtelières, d'autres sont indépendants, d'autres sont étoilés ou alors l'ont été. Et certains ont fait le choix de ne pas s'engager dans une démarche de labellisation. Cela nous a permis de récolter des informations pertinentes qui parfois se rejoignent et quelquefois diffèrent.

Néanmoins, nous n'avons pas pu interroger d'établissements répondant à certains critères qui nous semblaient intéressants. En effet, il nous semblait pertinent d'interroger des hôtels classés au titre des Monuments Historiques afin de voir quelles peuvent être les contraintes auxquelles ils doivent faire face et à contrario comment ces hôtels mettent en avant le fait qu'ils soient classés Monument Historique et comment cela constitue un faire-valoir supplémentaire dans leur discours. Dans la majorité des cas, l'absence de classement résulte d'un choix.

En effet, concernant le château de l'Epinay cette décision est une volonté du propriétaire, qui s'est toutefois interrogé sur l'intérêt d'un éventuel classement.

Le château de Noirieux, n'est pas classé Monument Historique car cela pourrait représenter des contraintes et les travaux ne pourraient pas être entrepris librement.

Le château de Pray comme pour le château de Noirieux ne souhaite pas être classé Monument Historique, car le propriétaire estime que cela pourrait constituer un frein au niveau de la réalisation de travaux et également sur le plan financier.

Enfin, le château des Vigiers ne souhaite pas être inscrit au titre des Monuments Historique, car les propriétaires considèrent que les normes liées au classement auraient rendu difficile l'activité hôtelière.

Malgré des différences observées dans le positionnement de ces établissements, on retrouve une volonté commune de préserver une forme d'authenticité au sein de leur site. Chacun de ces établissements cherche à préserver l'architecture ou à valoriser le site et le territoire dans lequel il se trouve.

Au Château de Noirieux, ce maintien d'une forme d'authenticité se traduit par le respect de l'ambiance historique du bâti, allié à un confort contemporain. Le Château de Pray, quant à lui, met en avant une décoration en lien avec l'époque de la Renaissance, afin de conserver l'âme du château. Le Château des Vigiers valorise un cadre architectural typique du Périgord. Enfin, au Château de l'Épinay, l'authenticité s'exprime par une décoration mêlant mobilier d'époque et touches personnelles.

a. Le château de l'épinay



Figure 27 : Façade principale château de L'Épinay, Flavie Baudoin et Edith Grellety



Figure 28 : Photo de la tour XIIIe du château de L'Épinay, Flavie Baudoin et Edith Grellety

Le château de l'épinay est situé à Saint-Georges-sur-Loire, près d'Angers, dans le département du Maine et Loire.

Le château a connu plusieurs phases de construction. Il y a une première phase au XIIIe siècle dont il reste quelques vestiges notamment une tour. Ensuite, un nouveau château a été construit entre XVe et XVIe siècle et également plusieurs communs. Le château a sûrement subi des dommages pendant les guerres de Vendée, car une dernière grande phase de construction a eu lieu au XIXe siècle et aujourd'hui la majorité de l'édifice date de cette époque.

Le château a également connu plusieurs propriétaires jusqu'en 2004 quand la famille Montuoro acquiert le domaine et fait le choix de le transformer en hôtel. L'activité débute d'abord en tant que chambres d'hôtes, le temps d'aménager les différentes chambres, puis après de nombreuses rénovations, l'hôtel, le spa et le restaurant l'orangerie ouvrent en 2015. Aujourd'hui, l'hôtel compte 27 chambres, chacune décorée avec des styles uniques.

Le château de l'Épinay développe une offre respectueuse de l'environnement. Par exemple, les produits alimentaires servis au restaurant et au petit-déjeuner sont majoritairement issus de filières locales. Également, aucun produit phytosanitaire n'est utilisé pour l'entretien du parc et la jardinière du château ; Marguerite, a à cœur de préserver les espèces de plantes rares, (roses anciennes, crocus, lys,...) ainsi que celles qu'elle découvre au fil de ses observations dans le parc.

Le château n'est ni inscrit ni classé au titre des monuments historiques et l'hôtel n'a pas non plus d'étoiles. C'est une volonté des propriétaires pour conserver leur liberté dans les aménagements de l'hôtel et plus globalement du domaine. L'établissement fait néanmoins partie du groupe « hôtels et préférence ».

Aujourd'hui l'établissement a de nombreux nouveaux projets comme la création de logement insolites dans le parc (ecolodge, bulles, cabane canadienne...)

b. Le château de Pray



Figure 29 : Photo du Château de Pray, château de Pray



Figure 30 : Photo d'un salon du château de Pray, château de Pray

Le château de Pray est situé près d'Amboise dans le département de l'Indre et Loire. Il date du XVI^e siècle avec des bases du XII^e siècle. Plus tard, au XVII^e siècle, des lucarnes vont être percées permettant d'illuminer le château.

Le domaine est devenu un domaine agricole entre le XIX^e siècle et 1950, date à laquelle monsieur Farar acquiert le domaine pour le transformer en hôtel. C'était à l'époque l'un des premiers châteaux-hôtels de la région. L'établissement comptait 8 chambres et monsieur Farar cuisinait lui-même pour ses hôtes.

En 1989, Monsieur Farar alors âgé de 80 ans décide de prendre sa retraite, il vend le château à Adrien Cariou publicitaire Parisien. De nombreux travaux de rénovation et d'agrandissement vont être réalisés : le nombre de chambres passe de 8 à 19, un espace dédié aux séminaires va être aménagé et une piscine va être créée. Ces aménagements permettent au domaine d'obtenir la classification 4 étoiles. Un restaurant, l'Orangerie, a également été créé, avec pour originalité une salle troglodytique. Aujourd'hui, il est récompensé d'une étoile au Guide Michelin.

Les propriétaires actuels n'ont pas souhaité s'intégrer à un réseau de type Relais & Châteaux, car ils craignaient que leur établissement ait une image trop guindée. Ils voulaient proposer un lieu à l'ambiance conviviale, quelque chose d'agréable mais non élitiste. Comme aucune chaîne ne correspondait à ce critère, Adrien Cariou a créé une nouvelle chaîne, connue aujourd'hui sous le nom de Teritoria.. L'établissement n'est pas classé, car selon madame Cariou, cela pourrait entraîner des complications pour les travaux, ainsi que des coûts plus élevés. Néanmoins, même sans classement, les propriétaires s'efforcent de préserver le château et de conserver ses caractéristiques historiques, en faisant appel à des artisans spécialisés dans ce type de construction (tailleurs de pierre, charpentiers, verriers, artisans d'art...).

c. Le château de Noirieux



Figure 31 : Photo de la Façade principale du Château de Noirieux, Château de Noirieux



Figure 32 : Photo du Manoir de Noirieux, Flavie Baudoin, Edith Grellety

Le château de Noirieux est situé à Briollay, dans le département de Maine-et-Loire. Le domaine est attesté par des sources dès le XIII^e siècle. Il comprend aujourd'hui deux bâtiments principaux : un manoir en pans de bois qui date du XV^e siècle et un château édifié au XVII^e siècle. Le domaine comporte également des communs et une chapelle qui date du XVI^e siècle.

Le château a été modifié dans le courant des années 1920, mais ce n'est qu'à partir des années 1990 que les aménagements hôteliers vont débiter pour une ouverture en 1991. L'établissement obtient ensuite le classement 4 étoiles et rejoint le label Relais & Châteaux en 1995.

Le château dispose de 9 chambres, et le manoir quant à lui dispose de 10 chambres dont le style est similaire avec un style moderne et des couleurs neutres. Le domaine accueille

également *L'Attilio*, un restaurant gastronomique qui propose une cuisine authentique, et qui met à l'honneur des produits locaux avec des plats qui évoluent au fil des saisons.

Sur le site internet, le château de Noirieux décrit son offre comme « *une parenthèse chic à la campagne* ». Les clients peuvent se promener librement dans le parc de 9 hectares, savourer un pique-nique ou explorer le labyrinthe. Ils peuvent également profiter d'une piscine, d'un jacuzzi ou d'un massage pour un moment de détente.

De nombreux projets sont en cours : la création d'une orangerie destinée à accueillir des mariages, la rénovation de la piscine, ainsi que l'aménagement d'un espace bien-être prévu pour 2026. De nouvelles chambres seront également aménagées, et une salle de séminaire devrait voir le jour à l'horizon 2027.

d. Château des Vigiers



Figure 33 : Photo du château des Vigiers, Tripadvisor



Figure 34 : Photo du Relais des Vigiers, Château des Vigiers

Le château des Vigiers est situé à Monestier dans le Périgord pourpre dans le département de la Dordogne. Le château a été construit à la fin XVI^e siècle par la famille Vigier d'où le nom du domaine mais un premier château médiéval du XII^e siècle existait dont il reste des ruines et une tour toujours présente sur le château. On observe aussi un pigeonnier construit au XVII^e siècle. La famille Vigier va être propriétaire jusqu'à la Révolution française. Ensuite plusieurs propriétaires vont se succéder. Le domaine va devenir agricole avec des productions de prunes et de vignes.

La transformation du château en hôtel débute en 1990, lorsque Lars Urban Petersson, un Suédois, en fait l'acquisition. Avec quelques amis, il décide de créer un domaine haut de gamme associant hôtel et golf. Le parcours de golf ouvre en 1992, suivi de l'hôtel en 1993, qui propose alors 25 chambres. La même année, le restaurant gastronomique *Les Fresques* ouvre également ses portes ; il est aujourd'hui étoilé au Guide Michelin.

En 1995, les dépendances du château sont aménagées afin d'augmenter la capacité d'accueil de l'hôtel, qui passe ainsi de 25 à 47 chambres. En 1997, une brasserie ouvre à son tour, installée dans l'ancien chai de vinification du domaine. La même année, de nouveaux espaces voient le jour : une salle de banquet, un espace dédié aux séminaires et un centre de remise en forme viennent compléter l'offre de services.

En 2008, le *Relais des Vigiers* ouvre ses portes. Construit selon des normes de haute qualité environnementale, son architecture s'inspire des séchoirs à tabac traditionnels, en hommage au passé de la Dordogne, autrefois région productrice de tabac. Le Relais comprend également une salle de séminaires, une piscine et une salle de sport. Ce nouveau bâtiment permet non seulement d'augmenter la capacité hôtelière du domaine, mais aussi de diversifier et d'élargir sa clientèle.

Aujourd'hui, le château n'est pas classé monument historique. Récemment, l'hôtel a intégré le groupe portugais *Onyria*, spécialisé notamment dans la gestion de domaines golfs. Il est aussi classé 4 étoiles par Atout France.

La préservation de l'environnement fait également partie des valeurs essentielles de l'établissement. Le domaine s'engage notamment à travers une gestion écologique de son parcours de golf, qui a obtenu un label Argent pour la préservation de la biodiversité. Aucun produit phytosanitaire n'est utilisé, et la gestion de l'eau est entièrement autonome. Le Relais des Vigiers a également été construit selon des normes de haute qualité environnementale, en privilégiant l'utilisation de matériaux naturels tels que le bois, l'ardoise ou le carrelage. L'hôtel a aussi pour projet d'obtenir le label *Clé Verte*.

II. Données collectées et analyse des résultats

2.1 Statut patrimonial

Aucun des hôtels que nous avons interrogés n'est inscrit ou classé monument historique. Pour tous les châteaux c'est un choix volontaire des propriétaires et la même raison est revenue pour tous nos entretiens : le classement Monument historique est trop contraignant pour faire de l'hôtellerie.

C'est par exemple ce que Cécile Cariou, directrice du château de Pray nous expliquait : « C'est une volonté de notre part parce que c'est compliqué de faire des travaux dans un établissement classé, compliqué et cher et donc, on n'est pas rentré là- dedans. » (cf.annexe 7)

Une autre contrainte est l'ouverture aux publics que peut impliquer le classement ou l'inscription. En effet, un site classé qui perçoit des aides doit ouvrir quelques jours par an son monument. Dans le cadre du château de l'Epinay, le parc et certaines pièces sont ponctuellement ouverts lors des Journées du Patrimoine ou d'événements spécifiques donc le classement ne serait pas une contrainte à ce niveau-là. En revanche, pour le château des Vigiers, Madame Polet la directrice de l'hôtel nous expliquait qu'ils avaient fait des ouvertures au public dans le cadre d'événements mais qu'ils avaient arrêté. En effet, la présence de personnes extérieures à l'hôtel pouvait perturber la tranquillité des clients en séjour, ce qui allait à l'encontre de l'importance accordée par Madame Polet à la préservation du calme et de la sérénité pour sa clientèle. De ce point de vue, un classement au titre des monuments historiques, avec l'obligation d'ouverture au public qu'il peut impliquer, pourrait donc s'avérer problématique dans le cadre d'une activité hôtelière.

De plus, selon Madame Dubreuil, directrice du château de l'Epinay, le classement au titre des Monuments Historiques n'offre que peu d'aides financières pour l'entretien, ce qui limite l'intérêt d'une telle démarche.

« Les enveloppes ne sont plus aussi énormes qu'elles ont pu l'être. Donc ça peut dépanner à la rigueur pour changer de temps en temps une fenêtre parce que comme c'est du sûr mesure ça coûte très cher, mais le choix du propriétaire a été de se dire je suis en indépendance totale et comme ça je n'ai de comptes à rendre à personne. » (cf.annexe 5)

C'est également l'avis de Madame Cariou, du Château de Pray, qui au-delà des coûts que cela peut engendrer, souligne les difficultés potentielles liées à la collaboration avec les architectes des Bâtiments de France. Selon elle, ces derniers peuvent parfois imposer leur propre vision du lieu, ce qui complique la mise en œuvre de certains aménagements ou projets, notamment lorsqu'il s'agit d'adapter le site aux besoins d'une activité hôtelière.

« C'est une volonté de notre part parce que c'est compliqué de faire des travaux dans un établissement classé, compliqué et cher et donc, on n'est pas rentré là- dedans. on aurait pu être listé, on pourrait d'ailleurs être listé aujourd'hui. ça nous amènerait moins de contraintes que le classement mais quand même. On peut en fonction des architectes être un peu embêtés, même si on essaye toujours de préserver et de pas détruire, de ne pas abîmer. Parfois vous pouvez vous retrouver dans des situations où c'est un peu compliqué de refaire la peinture des volets parce qu'on va vous demander ces couleurs là. » (cf.annexe 7)

Néanmoins le château de L'Epinaay ou le Château de Pray réfléchissent non pas au classement mais à l'inscription qui permettrait un degré de protection sans avoir trop de contraintes sur les aménagements. Dans tous les cas aujourd'hui aucune décision n'a été prise.

Malgré l'absence d'inscription ou de classement, les châteaux des Vigiers, de Pray et de l'Epinaay ont quand même la volonté de préservation du patrimoine. Cette volonté se traduit par la conservation dans les intérieurs de cheminées, plafonds ou sols anciens. Il y a aussi une attention apportée au choix de l'ameublement et de décoration pour préserver l'esprit du lieu.

Pour le château de Pray par exemple, des meubles, des tapisseries ainsi que des tableaux étaient déjà présents lors de l'acquisition de monsieur Cariou dans les années 1990. Aujourd'hui, quand ils aménagent de nouvelles chambres, ils vont acheter des meubles auprès d'antiquaires ou dans des ventes aux enchères. Le château de L'Epinaay adopte la même approche. De son côté, le château des Vigiers va aussi acheter des meubles anciens chez des antiquaires, mais les propriétaires font aussi appel à la maison Collinet, une entreprise basée dans l'est de la France spécialisée dans la conception de meubles d'aspects anciens.

Le Château de Noirieux, bien qu'il comporte certains éléments anciens, s'inscrit moins dans une démarche de préservation du patrimoine. L'intérieur du château est constitué de meubles modernes et un choix de coloris plutôt clair, blanc ou beige, dans les chambres. Paul Gaudinière assume complètement ce choix de moderniser l'ensemble. Néanmoins certaines touches anciennes sont conservées comme des boutons des portes de placard ou des meubles dans les salles de bain.



Figure 35 : Chambre du château de Noirieux, Edith Grellety et Flavie Baudoin

Au-delà du choix de l'ameublement, les différents hôtels s'efforcent de préserver le caractère historique du lieu, en faisant appel à des artisans spécialisés dans ce type de construction (tailleurs de pierre, charpentiers, verriers, artisans d'art...). C'est aussi le cas pour les tapisseries ou les meubles. Pour le château de Pray par exemple, les artisans choisis ne sont

pas recommandés par les Bâtiments de France, mais sont souvent recommandés ou ont déjà travaillé dans d'autres châteaux. Selon madame Cariou faire appel à des artisans Bâtiment de France reviendrait aussi plus cher que de passer par des artisans indépendants pour un résultat similaire.

Il peut aussi y avoir une volonté de conserver les caractéristiques historiques du secteur et des éléments sur le domaine. C'est le cas pour le château des Vigiers où des ruines de l'ancien château ont été conservées et valorisées sur le domaine. Également plus largement, certains éléments comme les pruniers et les vignes, sont conservés afin de garder le caractère historique d'un point de vue du paysage du site. Pour la création du relais des Vigiers qui est un bâtiment récent, ils ont aussi essayé de l'intégrer dans le paysage de la Dordogne en choisissant un style de séchoir à tabac car la Dordogne produisait du tabac.

Un point qui nous a semblé important à souligner, concerne le Château de Noirieux. En effet, lors de notre entretien, nous avons cherché à savoir depuis combien de temps le bâtiment portait l'appellation « *château* », et il nous a été répondu que cette information n'était pas connue. Paul Gaudinière remet d'ailleurs en question le caractère patrimonial réel du lieu. « C'est plus de l'immatériel en effet.[...] ça a l'appellation château, parce que vous avez ce parc, parce que vous avez ce côté rural, mais pas sur le côté contenu. Quand vous ouvrez la porte, c'est quand même assez lisse, c'est très blanc, c'est très moderne même si on essaie de faire avec des matériaux qui étaient utilisés plus dans des constructions anciennes. [...] Mais oui c'est vrai que j'ai du mal à m'inscrire moi dans ce côté patrimoine aujourd'hui ou du moins, je trouve pas comment je pourrais l'amener auprès des clients. » (cf.annexe 11)

En effet, certains bâtiments sont appelés « *châteaux* », mais ne possèdent pas nécessairement une valeur historique ou architecturale suffisante pour justifier ou nécessiter un classement ou une protection au titre des monuments historiques. Cette observation soulève ainsi la question de l'usage parfois symbolique ou marketing du terme « *château* », qui ne correspond pas toujours à un héritage patrimonial reconnu.

2.2. Intégration à un réseau et positionnement Hôtelier

Les hôtels que nous avons interrogés sont soit intégrés à un réseau soit indépendants et certains ont des étoiles.

En ce qui concerne les établissements intégrés à un réseau, on va d'abord avoir le château de L'Epinay qui fait partie de la chaîne « Hôtels & Préférence » que nous avons précédemment présentée. Les propriétaires ont fait le choix de s'intégrer à un réseau mais de ne pas faire les démarches pour obtenir des étoiles. Cette décision s'explique par la volonté de ne pas se soumettre à certains critères imposés par Atout France (présence de réfrigérateurs ou de téléphones dans les chambres). Comme l'a souligné Madame Dubreuil, ces exigences peuvent s'avérer contraignantes lorsqu'on cherche à préserver l'authenticité du lieu. Certains aménagements impliquent en effet le passage de câbles, ce qui peut altérer l'aspect général du bâtiment, voire s'avérer techniquement complexe en raison de l'épaisseur des murs. Néanmoins, Madame Dubreuil n'exclut pas la possibilité de demander un classement par étoile à l'avenir, si les critères évoluent. En effet, certaines normes tendent à s'assouplir, notamment dans le contexte de la transition écologique. Par exemple, l'absence de réfrigérateur ou de climatisation pourrait bientôt ne plus être un critère essentiel à l'obtention de 4 étoiles.

De plus, le classement d'étoiles ne veut pas forcément dire que l'hôtel aura du charme, c'est ce que soulignait aussi madame Cariou la directrice du château de Pray.

« C'est d'ailleurs qu'on se bat contre les normes. Parce qu'aujourd'hui avoir un bureau, une chaise, deux oreillers dans chaque chambre, ça ne veut pas forcément dire qu'on est un 4 étoiles. Parce que le bureau peut être très moche, il peut y avoir aucun cachet dedans. L'oreiller peut être aplati et on aura quand même coché la case et comme on aura coché toutes les cases on sera un 4 étoiles. Les normes ayant été faites par des groupes hôtelier Accord ou autre en général dans certaines régions. Nous c'est pas le cas on est quand même une région avec beaucoup de beaux établissements mais dans certaines régions on peut avoir un 4 étoiles très décevant mais qui répond à toutes les normes. » (cf.annexe 7)

Par ailleurs, que ce soit Madame Cariou ou Madame Dubreuil, elles remettent en cause toutes les deux le caractère essentiel des étoiles pour attirer la clientèle. Par exemple, Madame Dubreuil, nous expliquait que les étoiles pouvaient être mentionnées sur les sites d'OTA (booking,...) , mais que les clients se fient de plus en plus aux avis Tripadvisor ou Google laissés par d'anciens clients. Elle soulignait également que les critères d'attribution des étoiles varient d'un pays à l'autre, ce qui limite leur portée auprès d'une clientèle internationale.

Cécile Cariou a un avis similaire mais pour des raisons différentes. Elle nous expliquait qu'elle avait été déclassée pendant une période et que ça n'avait eu aucun impact sur son chiffre d'affaires. Mais pour elle ce ne sont pas les avis qui vont permettre aux clients de faire leur choix d'hébergement.

« En fait les gens aujourd'hui quand ils sélectionnent un établissements ils vont sélectionner une zone géographique, donc nous on est un peu segmentants parce qu'on est pas dans le centre ville d'Amboise. Donc les gens qui n'ont pas de voiture ne vont pas chez nous, on a cette contrainte là. Ensuite ils vont sélectionner la typologie d'établissement dans lequel ils vont aller, d'abord un prix c'est-à-dire "tu veux mettre combien dans ta chambre est ce que tu veux mettre 90€ ou 200€", la clientèle se segmente comme ça. » (cf.annexe 7)

Donc elle mentionne que les clients vont regarder la zone géographique, le prix de la chambre et plus largement le style de l'hôtel (si l'hôtel est ancien, moderne...) pour choisir leur hôtel. Selon elle, un hôtel non classé 4 étoiles peut tout à fait séduire la clientèle s'il présente un niveau de confort et un style équivalent à ceux d'un établissement 4 étoiles. Elle insiste aussi sur l'importance des photos, car pour une grande majorité de clients, l'aspect visuel joue un rôle déterminant dans leur choix de réservation. Enfin, elle nous expliquait que dans le secteur où se situe le château de Pray il y a environ 80 % du parc hôtelier qui est 4 étoiles. Le classement n'est donc plus un critère distinctif suffisant pour se démarquer de la concurrence.

D'autres établissements ne sont pas forcément critiques à l'égard du système de classement par étoiles mais plus envers les réseaux hôteliers. C'est le cas du château de Noirieux. Il est membre de Relais & Châteaux depuis 1995, mais aujourd'hui l'établissement a fait le choix de quitter le réseau dans quelques mois. Selon Paul Gaudinière, directeur de l'hôtel, plusieurs raisons motivent ce choix.

Tout d'abord, Relais & Châteaux impose une forte visibilité de sa marque dans les établissements affiliés, par exemple sur les menus, le site internet ou d'autres supports de communication. Ensuite, l'adhésion au réseau impose la commercialisation de certains

produits en raison de partenariats entre Relais & Châteaux et des marques spécifiques. Paul Gaudinière a notamment pris l'exemple du café.

« En fait, la présence de Relais et Château pour moi devient gênante à partir du moment où on ne nous donne plus la main libre sur du consommable, par exemple de Nespresso. Quand on est Relais et Château, il faut avoir du Nespresso. On a une brûlerie à 10 km de chez nous qui fait un café excellent en commerce équitable, avec une recherche de 25 grammes de différents cafés. On peut créer notre café avec eux, mais non, il faut qu'on soit Nespresso. Donc ça n'a aucun sens pour moi. » (cf.annexe 11)

Il prenait aussi l'exemple du vin. Le château de Noirieux est situé dans une région viticole réputée. Mais en raison de son intégration à Relais et Châteaux ; il doit proposer au client du vin de Bordeaux ou du champagne, donc des vins non-locaux.

Donc, globalement, les critiques formulées à l'égard de Relais & Châteaux sont les partenariats économiques qui obligent les membres à faire appel à des fournisseurs spécifiques. Selon Paul Gaudinière, cela va à l'encontre de la conception de réseau d'hôtels indépendant. De plus, le château de Noirieux a à cœur de travailler avec des partenaires locaux pour ancrer l'établissement dans son territoire ce qui est donc rendu difficile.

Le château des Vigiers est aussi critique envers les réseaux hôteliers. Le château a fait partie de plusieurs réseaux comme le groupe Small luxury hotel ou Teritoria. Madame Polet, directrice de l'établissement, nous expliquait qu'intégrer un groupe représentait un coût important. Même si cela peut donner de la visibilité, l'hôtel a fait le choix d'investir cette somme dans leurs propres communications. Par ailleurs, certains critères d'adhésion peuvent représenter un frein. Par exemple, pour Relais & Châteaux, le fait que l'établissement soit un domaine golfique et qu'il accueille des groupes constitue un obstacle à son intégration. Néanmoins, aujourd'hui l'hôtel fait partie d'un groupe Portugais Onyria. Ce choix s'explique par le fait que le château est géré par des actionnaires de différents pays dont des Portugais qui ont intégré l'hôtel à ce réseau.

Le château de Pray quant à lui montre des avantages à faire partie d'un réseau. La volonté de la famille Cariou, propriétaire du château se retranscrit à travers cette citation :

« L'idée c'était de ne pas être trop guindé, parce que relais et châteaux ont une image très tapis rouge et élitiste et nous on avait pas envie de ça. On avait envie d'être dans quelque chose de bon et de beau mais d'accessible et de convivial on va dire un peu comme à la maison. C'est pour ça aussi qu'on a un établissement de seulement 19 chambres on est pas un gros porteur. » (cf.annexe 7)

Selon madame Cariou, dans les années 1990 aucune chaîne hôtelière ne mettait en avant ce type d'offre. Face à ce constat, son père a créé sa propre chaîne pour répondre à ce qu'il voulait mettre en avant. Cette chaîne est connue aujourd'hui sous le nom de Teritoria et à l'heure actuelle le château en fait toujours partie.

Que ces établissements soient étoilés ou non, ou qu'ils appartiennent ou non à un réseau, tous s'orientent vers une offre haut de gamme. Les prix des chambres en sont une première indication : une nuit au Château de Noirieux coûte entre 150 et 350 €, au Château de l'Épinay entre 160 et 400 €, au Château de Pray entre 140 et 370 €, et au Château des Vigiers entre 160 et 410 €. Ce positionnement premium se manifeste également à travers d'autres éléments, que nous développerons par la suite.

2.3 Les services et équipements proposés

Les hôtels étudiés ont différents équipements et services. Tous disposent au moins d'une piscine. Cependant, cela peut parfois être perçu comme un frein à la préservation de l'authenticité notamment, quand la piscine est située très proche du bâtiment principal, comme c'est le cas au château de l'Épinay.



Figure 36 : Piscine du château de L'Épinay, site du château de l'Épinay

Néanmoins, Paul Gaudinière estime que les installations modernes comme les piscines contribuent à recréer l'esprit de la vie de château.

« Il y a une piscine, mais je connais beaucoup de châteaux qui ont des piscines, donc la vie de château c'est aussi ça quand on est moderne. Le châtelain a évolué, le châtelain fait du tennis, il a sa piscine, il a peut-être un bout de vigne, il met des vélos, il fait des tours en vélo dans la propriété. Il ne faut plus imaginer le châtelain qui va à cheval dans le village. Non, le châtelain moderne, il a aussi tout le confort mais en préservant l'extérieur. » (cf.annexe 11)

Selon lui, l'évolution des équipements serait donc cohérente par rapport à celle du mode de vie des châtelains aujourd'hui ou en tout cas de certains châtelains.

Le château de l'Épinay et le château des Vigiers proposent tous les deux des espaces bien-être avec des spas, ce qui peut montrer une volonté d'offrir aux clients des séjours axés sur la détente. Proposer ces services viendrait aussi compléter les attentes des clients, c'est ce que souligne Madame Polet. En effet, les clients recherchent aujourd'hui plus qu'un simple hébergement, ils veulent vivre des expériences qu'elles soient liées au bien-être avec de la réflexologie ou du yoga ou à d'autres activités (découverte de la région, dégustation de produits...).

Dans la même logique, le château de Noirieux projette de créer un espace bien-être dans un ancien chenil. Sa vision rejoint celle de Madame Polet, les clients au-delà de la l'expérience gastronomique ou de là déconnexion que peut offrir le château de Noirieux, recherchent des espaces pour se détendre.

Des activités dans le parc du château sont aussi proposées avec par exemple de la location de vélo au château de Pray ou un golf au château des Vigiers.

Les différents établissements ont également des restaurants gastronomiques. Le château de Noirieux propose dans son restaurant L'Attilio une cuisine gastronomique traditionnelle française avec des touches de créativité. Selon, monsieur Gaudinière, un élément caractéristique de Relais et Châteaux c'est la présence du chef en salle qui vient à la rencontre des clients pour leur demander leurs impressions sur le repas. C'est quelque chose qu'il souhaite conserver même après leur séparation avec la chaîne, car cela revient à conserver une certaine authenticité de l'établissement.

Le château de Pray et le château de l'Épinay proposent aussi un restaurant, tous deux nommés l'Orangerie. Le Château de l'Épinay met particulièrement l'accent sur une cuisine élaborée à partir de produits locaux, frais et de saison.

Enfin, le château des Vigiers propose deux restaurants, « les fresques » avec une cuisine gastronomique et « le bistrot des vigiers » avec une cuisine bistronomique. Ces deux offres permettent de répondre à la diversité des attentes des clients.

Les châteaux de l'Épinay et de Noirieux ont pour ambition d'agrandir leur capacité hôtelière.

Au château de Noirieux, ils veulent créer une dizaine de chambres dans des espaces du château et du manoir qui ne sont pas encore aménagés. Le château de l'Épinay, ne dispose plus de place à l'intérieur du château pour créer des chambres. Ils ont donc fait le choix d'implanter des hébergements insolites dans le parc, sous forme d'éco-lodges. L'objectif est de les intégrer harmonieusement au paysage, sans dénaturer l'ensemble du domaine. Ces nouveaux logements auront différentes thématiques (cabane canadienne, cabane balinaise, bulles transparentes, etc) pour offrir différentes expériences aux visiteurs.



Figure 37 : hébergement bulle, hébergement insolite

Le château de Noirieux à un projet similaire avec des Tiny houses qui seraient aménagées dans le parc.

« [...] des tiny houses, ça se fait de plus en plus pour proposer une solution d'hébergement encore plus inclusive, enfin immersive je veux dire, en campagne. Vous vous mettez au milieu de la prairie avec un petit chemin pour y accéder au milieu des animaux, une maison comme Heidi dans la prairie. » (cf.annexe 11)

L'objectif est que ces tiny houses soient cachées dans les espaces boisés du domaine ou dans des endroits peu visibles depuis le château pour renforcer le côté immersif.

Enfin, tous les châteaux développent la partie séminaire et, plus largement, l'accueil d'événements. Par exemple, le château de Noirieux a construit une orangerie dédiée à cet usage. Le château de L'Épinay a aussi une salle de réception et le château de Pray un espace séminaire. Enfin le château des Vigiers a agrandi sa capacité hôtelière avec le Relais des Vigiers, toujours dans cette optique d'accueil d'événements.

Donc globalement à travers les services proposés, plusieurs éléments sont mis en avant : la volonté d'offrir un séjour axé sur la détente grâce aux espaces bien-être et aux piscines, une immersion en pleine nature avec les écolodges et les balades à vélo, ainsi qu'une expérience gastronomique de qualité avec les restaurants.

2.4 Conciliation entre préservation du patrimoine et attentes des clients

La corrélation entre la préservation du patrimoine et de l'authenticité d'une part, et les attentes des clients d'autre part, n'est pas toujours évidente. En effet, les hôtels que nous avons interrogés ont conscience que l'hôtellerie évolue et que de ce fait les exigences des clients aussi.

« Si je vous donne un exemple, quand je suis arrivé tout le monde voulait des lits à baldaquins, si les gens venaient chez nous c'était pour avoir des lits à baldaquins, aujourd'hui, les gens veulent des twins et ils ne veulent surtout plus de lit à baldaquins. »
(cf.annexe 7)

Les clients sont en quête d'authenticité lorsqu'ils séjournent dans ce type d'établissement, en référence à une expérience de « vie de château. » Toutefois, cette idée est changeante et si certains clients recherchent le charme de l'ancien, ils s'attendent cependant à retrouver un certain niveau de confort, que ce soit dans leur chambre, ou au sein même de l'hôtel. Cela inclut aussi la qualité des services proposés par les établissements, qui doivent allier tradition et modernité pour répondre aux exigences de leurs clients.

Ainsi, l'idée de « vie de château » s'est modernisée et la plupart des établissements sont désormais équipés de piscines, d'équipements sportifs et d'aménagements contemporains. Monsieur Gaudinière souligne que « les châtelains sont devenus modernes, qu'ils cherchent à concilier confort moderne avec préservation extérieure du bâtiment. » (cf.annexe 11)

En effet, la perpétuation de l'authenticité ne suffit plus et même si le mobilier est « joli », s'il n'est pas suffisamment confortable, le client ne sera pas pleinement satisfait. Les hôteliers se doivent de prendre en considération les remarques. Comme le souligne Madame Cariou, du château de Pray : « On ne peut pas se permettre quand on a 2, 3, 4 remarques sur le même lit de se dire on le garde parce qu'il est joli. » (cf.annexe 7)

Elle admet que cela peut être regrettable d'un point de vue patrimonial ou esthétique, mais rappelle que la priorité reste la satisfaction clientèle. Le confort des clients est important, et notamment la qualité de leur sommeil. Il est ainsi nécessaire de s'adapter à la demande des clients.



Figure 38 : Ancien lit à baldaquin, dossier du château de Pray

Madame Polet, du château des Vigiers, souligne également cette difficulté entre authenticité et confort moderne. Selon elle, un client qui séjourne dans un hôtel ne s'attend pas à vivre la même expérience qu'un visiteur d'un château historique. Il est sensible au cadre ancien, mais exige un certain niveau de confort. : « Il va être très content de retrouver un lit des années 1700 comme il était en 1700, mais dormir dedans, ça ne va pas être possible pour lui, parce que pour dormir, il veut le confort de 2025, donc avec un lit bien moelleux, des draps et des oreillers qualitatifs. [...] On ne peut pas garder l'authenticité jusqu'au bout avec une chambre comme elle était en 1700. » (cf.annexe 9)

Ce témoignage illustre la nécessité pour les hôteliers de proposer une expérience immersive dans un cadre patrimonial, tout en assurant un confort moderne conforme aux standards actuels de l'hôtellerie haut de gamme. Selon Monsieur Gaudinière, quand les clients vont dans un hôtel et qu'ils paient un certain prix, ils s'attendent à retrouver un certain niveau de confort, en particulier en ce qui concerne la literie et l'aménagement de la chambre. Les chambres doivent ainsi être optimisées de façon à ce que les clients se sentent comme chez eux.

Pour répondre aux attentes des clients, les hôteliers concilient authenticité et confort, confort moderne. En effet, Monsieur Gaudinière nous a expliqué ceci : « on a essayé de varier, on a modernisé, on a gardé une vieille tapisserie qui date de 1500 et en face on a mis un fauteuil assez moderne. On a gardé le sol d'origine. On a mis une table qu'on a fait tailler dans la pierre directement en Iran, qu'on a fait venir déjà moulée. Donc on mélange nouveautés et ancien. » (cf. annexe 11)



Figure 39 : Tapisserie et mobilier; photographies prises par Flavie Baudoin et Edith Grellety au château de Noirieux

« Il faut que le client, quand il vient dans le château, retrouve cette ambiance château » (cf. annexe 9), souligne Sandra Polet. Si des touches de modernité sont apportées pour répondre aux attentes actuelles, comme des salles de bain plus modernes ou l'ajout de prises USB dans les chambres, elles ne viennent jamais altérer l'atmosphère authentique des lieux.

La volonté de conserver le patrimoine s'inscrit dans une démarche de transmission et de respect du lieu. Toutefois, comme le souligne Monsieur Gaudinière, « il faut aussi vivre avec son temps et avoir un minimum de confort. » (cf.annexe 11)



Figure 40 : Chambre, photographies prises par Flavie Baudoin et Edith Grellety au château de Noirieux

Ainsi, en intégrant des équipements modernes visant à s'adapter au bien-être des clients, l'hôtel reste fidèle à son identité en optant pour du mobilier neuf réalisé par des artisans, dans un style inspiré du mobilier ancien. « On est vraiment sur un équilibre entre deux puisqu'il ne

faut pas dénaturer le lieu, malgré tout il y a une attente de la part de la clientèle. »
(cf.annexe 11)

Afin de concilier confort moderne et ancien, de nombreux hôteliers optent pour des aménagements sur mesure, faisant régulièrement appel au savoir-faire d'artisans. Le sur mesure permet de s'adapter parfaitement aux spécificités de l'hôtel et de ses chambres, tant en termes de dimensions que d'esthétique. Le choix des matériaux, des tissus et des couleurs est ainsi soigneusement pensé qu'il s'agisse de préserver un style classique et authentique ou d'instaurer une ambiance plus contemporaine.

Malgré la volonté des hôtels de répondre aux attentes actuelles des clients, ces adaptations ne sont pas toujours évidentes à mettre en place. En effet, l'aménagement contemporain nécessite souvent des travaux conséquents. A cela s'ajoute l'obligation d'intégrer diverses installations afin de se conformer aux normes de sécurité et d'accessibilité. L'objectif est donc que les établissements soient adaptés et sécurisés, sans pour autant compromettre l'identité et le caractère du lieu.

Pour cela, certains hôtels essaient de cacher au mieux ce qui pourrait nuire à l'aspect esthétique de l'hôtel, comme l'exprime par exemple Madame Dubreuil qui a rencontré quelques difficultés concernant l'aménagement de son hôtel avec les différentes normes de sécurité en essayant de préserver l'authenticité. « le système de sécurité incendie, c'est une grosse problématique actuellement parce qu'il faut passer tout un tas de câbles électrique dans le château et les murs sont quand même très épais, donc c'est une contrainte dans le matériel technique qu'il faut utiliser, c'est à dire des grandes mèches qui ne chauffent pas non plus et qui ne vont pas faire sauter la pierre de tuffeaux et il ne faut pas qu'il y ait de câbles électriques qui passent partout parce que sinon ça va être une horreur. Donc on a trouvé la solution de petites goulottes qui permettent de cacher à peu près, nous on le sait donc on trouve ça laid, mais je pense que les clients ne le voient pas mais ça détériore quand même un peu physiquement . » (cf.annexe 5)

De plus, ils ont installé des portes coupe-feu en gardant les portes en bois d'origine mais en installant un système électrique pour que les portes puissent se fermer si nécessaire. Ils n'ont pas souhaité installer des portes coupe-feu plus « standard » comme on peut voir dans les établissements recevant du public, car selon eux cela aurait pu nuire au cachet du lieu. Madame Dubreuil ajoute également que : « ce n'est pas toujours facile au niveau des exigences de sécurité, d'essayer de faire attention, de ne pas gâcher ce patrimoine. » (cf.annexe 5)

L'accessibilité est également un élément à prendre en considération, comme l'explique Monsieur Gaudinière, en mettant en avant les contraintes liées aux bâtiments anciens pouvant parfois compliquer la mise en place de certaines installations. Cependant il insiste sur le fait « qu'il est essentiel de proposer des espaces accessibles à tous. » (cf.annexe 11) Son établissement dispose ainsi de quatre chambres au rez-de-chaussée, dont une entièrement aménagée pour les personnes à mobilité réduite. De plus, des équipements adaptés, tels que des rampes d'accès entre le restaurant et le parking ont également été mis en place. Il insiste sur l'importance d'anticiper les besoins d'une clientèle de plus en plus vieillissante.

Au-delà de ces aspects, les clients sont également à la recherche d'une véritable expérience culinaire. Ils attendent une cuisine à la fois savoureuse et esthétique. Comme l'explique Paul Gaudinière, « on est sur une cuisine française mais avec ce côté créatif qui est recherché

aujourd'hui par les clients. Quand vous allez au restaurant, vous voulez quelque chose qui est à la fois beau, bon, instagrammable. » (cf.annexe 11)

Cette volonté de proposer un moment de déconnexion se retrouve dans l'ensemble des établissements interrogés, tous situés dans un environnement rural propice à la déconnexion. C'est ce que recherchent les clients : rompre avec leur quotidien en s'éloignant de leur cadre de vie habituel.

En effet, selon Madame Polet du château des Vigiers « il y a l'expérience château, bien sûr et l'expérience très nature, puisqu'on est vraiment au milieu de la nature, et ce qui ressort chez nous de la part des clients, c'est tout ce côté vraiment déconnexion, où quand vous êtes chez nous, vous en oubliez presque votre téléphone ou votre ordinateur, et vous êtes vraiment connectés à la nature, et vous vivez des expériences qui sont extrêmement déstressantes, relaxantes, et qui permettent de se ressourcer. » (cf.annexe 9)

Madame Dubreuil partage ce constat « bien souvent, dans 95% des cas les clients aiment ce côté "revenir au côté nature" également, parce qu'on a la chance d'avoir un énorme parc, d'avoir les chevaux, et les gens aiment déambuler. » (cf.annexe 5)

Enfin, Monsieur Gaudinière quant à lui souligne le fait que ses clients sont à la recherche de : « cette expérience de bruit de clochers, de poules, de nature en fait. » (cf.annexe 11)

Ce désir de rompre avec la sphère du quotidien, pousse également les hôteliers à proposer des services axés sur le bien-être et la détente, tels que des piscines et des spas. De plus, afin d'enrichir cette recherche de déconnexion, de nombreuses activités en plein air sont proposées, comme des balades à vélo, du tennis, etc.

Ainsi, le séjour ne se limite plus à un hébergement dans un lieu historique, il devient une expérience pour les clients en quête d'authenticité, de confort, de bien-être et de déconnexion.

2.5 Ancrage local et valorisation des savoir-faire

Pour les hôteliers que nous avons interrogés, il est important de valoriser le savoir-faire à l'échelle locale. L'intégralité de ces établissements ont opté pour du sur-mesure lorsqu'il s'agit d'aménager ou de rénover des espaces. Pour ces aménagements, ils privilégient le recours aux artisans locaux pour diverses raisons. Pour la qualité de leur expertise, mais également pour ancrer l'établissement dans son territoire. Ce choix permet de préserver l'aspect architectural du site, de garantir une adaptation aux contraintes architecturales, de favoriser l'intégration dans l'environnement et également de faire vivre l'économie locale.

Madame Cariou souligne l'importance de travailler avec des artisans locaux : « on essaye toujours de choisir entre plusieurs produits pour prendre le produit qui va être développé par la personne qui travaille à côté de chez nous. On a un forgeron, on va travailler avec lui pour les couteaux ; une potière, on travaille avec elle pour la vaisselle ; on a des assiettes dédiées au château que personne ne trouvera ailleurs ; un souffleur de verre qui nous a fait des boules de Noël du château ; une personne qui crée des bougies, que l'on vend à la boutique. » (cf.annexe 7)

Dans cet esprit, Madame Cariou souligne également l'importance de perpétuer les savoir-faire associés historiquement au château : « Quand je fais des rideaux ou des couvre-lits, je vais travailler avec la tapissière qui travaille à côté de chez moi. » Enfin, cette volonté de valorisation locale s'inscrit dans une logique de cohérence territoriale. « On essaye toujours de faire vivre le tissu local. » (cf.annexe 7)

De même, cette démarche reflète une fierté pour l'identité locale et une volonté de la transmettre. Les établissements cherchent à mettre en valeur leur histoire et celle de leur environnement à travers l'architecture ou encore les matériaux utilisés. Madame Polet, du Château des Vigiers, donne un exemple concret : « Il a été créé de façon à bien s'insérer dans le domaine, donc avec un aspect tout en bois, et qui a l'aspect d'un séchoir à tabac, qui est relatif à l'histoire de la Dordogne, puisqu'en Dordogne et en Lot-et-Garonne, on était jusqu'à il n'y a pas longtemps producteurs de tabac. » (cf.annexe 9)

Cela permet de préserver et transmettre une mémoire collective, tout en contribuant activement à la valorisation du patrimoine local.

La valorisation des savoir-faire se caractérise également à travers les produits servis, comme le mentionne Monsieur Gaudinière « Nous on a une démarche très locale [...], on a cette culture du jardin à l'assiette. » (cf.annexe 11)

Cette démarche s'incarne notamment par la reconstitution d'un potager à la française réalisé à partir des plans historiques du château datant de 1927. Ce potager permet d'alimenter directement le restaurant de l'hôtel. Pour les produits non cultivés sur place, l'approvisionnement se fait localement dans un rayon de quelques kilomètres « On a un maraîcher qui nous fait nos fruits et légumes. Le boeuf vient de 5 kilomètres, le poisson qu'on sert ne provient presque pas de la mer, sauf menu spécial, sinon on sert du sandre par exemple, ou du brochet qui est pêché dans la Loire. La truffe qu'on sert, elle vient de Brissac. Les soins pour les massages, c'est par un herboriste qui a développé toute une gamme d'huiles et de produits qui sont à 1 kilomètre dans le village à côté. » (cf.annexe 11)

Ce choix de faire appel à des producteurs locaux démontre un véritable engagement en faveur du territoire. Monsieur Gaudinière rappelle que : « quand on a un château, il s'inscrit dans la ville [...] Nous, on doit aussi faire travailler tous les commerces qui sont autour, parce que c'est notre responsabilité en tant qu'entrepreneurs de faire vivre une économie locale avant d'aller chercher plus loin. » (cf.annexe 11)

Cette volonté de valorisation du local s'étend également à la carte des vins. Monsieur Gaudinière défend la valorisation du patrimoine viticole de proximité « Je suis peut-être très chauvin, mais je ne comprends pas qu'on importe des vins de l'autre bout du monde, même si ce sont d'excellents produits. On a ici un savoir-faire remarquable. [...] Dans un restaurant où l'on propose une cuisine française, l'offre nationale est largement suffisante. » Il insiste sur le fait que « sur notre échelle de château ou de tourisme, c'est important de garder du local. » (cf.annexe 11)

2.6. La perception de l'authenticité selon les différents hôtels

En fonction des établissements, la notion d'authenticité ne va pas forcément être perçue de la même façon. En effet, chaque lieu élabore sa propre interprétation de ce concept en fonction de son histoire, de sa décoration, de son cadre architectural, des services proposés au sein de l'établissement et de sa clientèle.

Concernant le château de l'Epinay, Madame Dubreuil nous confie que la recherche d'authenticité est une attente forte de ses clients. « Oui les gens sont quand même en recherche d'authenticité. » (cf.annexe 5)

Dans cet hôtel, l'authenticité s'incarne à la fois dans l'architecture et aussi dans l'ambiance intérieure. L'établissement conserve une décoration en adéquation avec son passé, tout en proposant une atmosphère accueillante et chaleureuse. Loin d'un style austère, les chambres mêlent mobilier d'époque et touches personnelles : « Les clients aiment beaucoup parce que ça reste le château, ça reste un intérieur de château dans sa décoration mais sans que ce soit austère. » (cf.annexe 5)



Figure 41 : Chambres, photographies de Flavie Baudoin et Edith Grellety au château de l'Epinay



Figure 42 : Chambres, photographies de Flavie Baudoin et Edith Grellety au château de l'Epinay

De plus, l'authenticité s'exprime aussi dans le choix des aménagements, par exemple le choix de ne pas installer d'éléments modernes dans les chambres, répondant à une volonté de ne pas nuire à l'ambiance historique du lieu : « Si on met un mini frigo, ça va gâcher l'aspect de la chambre parce qu'on garde le mobilier ancien. » (cf.annexe 5)

Au Domaine de Noirieux, en revanche la perception de l'authenticité se traduit d'une autre manière, comme l'explique Paul Gaudinière : « Ce n'est pas tant la vie de château qui est recherchée, je pense que c'est le côté rural [...]. La recherche, elle est plus en effet sur le côté rural, la campagne, la déconnexion. » (cf.annexe 11)

De plus, l'appartenance au réseau Relais & Châteaux joue un rôle dans la perception que peuvent avoir les clients. « Il y en a qui viennent ici parce que Relais & Châteaux reste un gage de qualité. » Les clients viennent vivre une expérience mêlant gastronomie et cadre et accueil chaleureux. « Relais & Châteaux, c'est vraiment où on passe un moment gastronomique, une expérience dans un cadre sympa. » (cf.annexe 11)

L'authenticité passe aussi par le lien humain. C'est une atmosphère conviviale et personnalisée qui est cultivée ici : « il garde cette tradition du chef de proximité qui sort en salle pendant le repas. Il va voir les clients, il leur demande comment s'est passé le repas » (cf.annexe 11), une tradition chère à l'esprit Relais & Châteaux, qui contribue à instaurer une atmosphère chaleureuse et familiale. Les employés participent pleinement à la vie du lieu, renforçant l'impression d'un séjour « comme à la maison ».

Pour le château des Vigiers, l'authenticité se manifeste à travers l'expérience vécue sur place. « Le mot expérience est très important aujourd'hui. [...] Ce qui ressort chez nous de la part des clients, c'est tout ce côté vraiment déconnexion. » (cf.annexe 9)

Au Château des Vigiers, l'authenticité s'exprime à travers le cadre, la gastronomie, le service client, et par la création d'un séjour sur-mesure, sortant des standards de l'hôtellerie plus classique. « Ça fait à peu près deux ans qu'on parle beaucoup d'expérience, d'authenticité, de séjours vraiment uniques où le client va créer des souvenirs, vivre des émotions. » (cf.annexe 9) Loin d'un accueil standardisé, chaque réservation fait l'objet d'une attention personnalisée : « Quand le client appelle pour réserver, on peut rester jusqu'à une demi-heure pour déterminer ce qu'il veut exactement et répondre au mieux à ses attentes. » (cf.annexe 9) Le domaine valorise l'ancrage territorial à travers des activités autour de produits locaux (truffe, vin, huile de noix), visites de fermes, soins de réflexologie dans les salons ou en extérieur. Il y a une volonté de faire vivre une expérience immersive au client « Ce qu'ils veulent chez nous, c'est trouver une expérience différente. [...] On est vraiment dans le côté émotions, souvenirs, expérience. » (cf.annexe 9)

Enfin, pour le château de Pray, l'authenticité est marquée par la volonté de la part des hôteliers de conserver l'esprit ancien du lieu. Pour Madame Cariou, préserver le cachet historique du château est primordial, même lorsque cela implique des choix difficiles. Par exemple face aux remarques des clients, passant ainsi de lits à baldaquins à des couchages plus confortables. L'établissement a dû adapter son mobilier : « Notre utilité première est quand même de faire bien dormir les gens [...]. » (cf.annexe 7)

Malgré ces contraintes, le château revendique son ancrage historique comme élément central de son authenticité. Le choix a été fait de ne pas moderniser l'intérieur de manière radicale en conservant certains éléments comme, les sols en tomette, les tapisseries des Gobelins qui ont

été restaurées, et les pièces de mobilier ancien qui sont préservées dans les espaces communs : « Ce qui fait notre spécificité, c'est qu'on est un château d'époque, meublé avec des rideaux, des lits à baldaquins, des tapisseries d'époque, des tableaux. » (cf.annexe 7)

Au-delà de l'aspect matériel, le château propose une véritable immersion, une forme de récréation immatérielle de la « vie de château ». Les clients viennent pour vivre une expérience hors du temps.

2.7. Relation avec le territoire et les habitants locaux

La relation entre les établissements et les habitants locaux varie d'un établissement à un autre. En effet, certains châteaux développent une proximité avec leur territoire, tandis que d'autres restent plus en retrait.

Le château de l'Epinay démontre une volonté de s'ancrer localement en ouvrant ses portes aux habitants et en organisant des événements accessibles à tous. Madame Dubreuil souligne cependant la difficulté à se faire connaître localement « Mais après c'est toujours le fait de se faire connaître qui n'est pas toujours facile parce que vous posez la question à des Angevins, ils ne connaissent pas systématiquement le Château de l'Epinay. » (cf.annexe 5)

En effet, de nombreux Angevins ignorent que le château abrite un hôtel, un restaurant et un spa accessibles à tous, même sans y séjourner. Cette méconnaissance est souvent liée à une impression d'inaccessibilité : « Les habitants nous disaient, on voyait la grille, on voyait le château mais on pensait que c'était privé. » (cf.annexe 5)

De ce fait, pour renforcer sa visibilité le château a mis en place des événements pour se faire connaître davantage auprès des habitants . Pour cela, le château organise régulièrement des événements grand public, comme un marché de Noël mettant en valeur des artisans locaux, ou encore une chasse aux œufs dans leurs jardins pour Pâques. En parallèle, le château participe aux Journées européennes du patrimoine, en proposant des visites guidées des jardins par Marguerite, responsable du jardin.

Le domaine tient également à pouvoir accueillir les habitants locaux au quotidien. De ce fait, les habitants peuvent venir déjeuner au restaurant et ensuite, se promener dans le parc. Comme l'explique Madame Dubreuil : « Souvent, des gens viennent manger au restaurant et me demandent s'ils peuvent se promener dans le parc. Je leur réponds que oui, il n'y a aucun souci. » (cf.annexe 5)

Cette volonté de créer une proximité avec le territoire, passe aussi par une communication à l'échelle locale : articles dans Ouest France, ou dans le journal municipal Angers Ma Ville. « c'est un travail de longue haleine, c'est vraiment une communication permanente pour dire que c'est ouvert à tout le monde. » (cf.annexe 5)

Le château de Noirioux adopte une démarche similaire au château de l'Epinay. En effet, Monsieur Gaudinière rappelle que comme beaucoup d'hôtels, le château dispose aussi d'un

restaurant et d'un bar accessibles à tous, sans obligation d'y séjourner : « Vous pouvez être voisin et venir ici tous les midis si vous en avez envie. » (cf.annexe 11)

De plus, l'implication du maire et l'attachement local jouent un rôle important pour le château : « Le maire est bien impliqué, il aime beaucoup l'endroit. [...] C'est vrai que du coup on rayonne pas mal grâce au maire qui est attaché au lieu. [...] On est le premier employeur de la ville, juste après la boulangerie. » (cf.annexe 11)

L'activité hôtelière du château est perçue positivement par les habitants de Briollay : « on est plutôt bien accueilli [...] Les Briollaytains sont fiers aussi et quand on a annoncé les travaux, tout le voisinage était content puisque mine de rien ça fait augmenter le prix du foncier. » (cf.annexe 11) Cette activité contribue à l'intégration du château dans la vie économique et sociale de la commune. « On prend beaucoup d'apprentis à la CCI d'Angers, à Cholet... Donc on est bien inscrits dans la vie locale. » (cf.annexe 11)

Pour renforcer ce lien avec la population, le château de Noirieux organise lui aussi des événements grand public, comme à Pâques une chasse aux oeufs destinée aux enfants. Il y a une volonté d'ouvrir ses portes à tous, permettant à chacun de venir se balader dans le parc et de découvrir les animaux sur le domaine.

Au château de Pray, la relation avec la population locale repose principalement sur l'offre de restauration gastronomique proposée. Étoilé au Guide Michelin, l'établissement attire une clientèle régionale pour des occasions spéciales : anniversaires, fêtes familiales, repas de célébration. Comme l'indique Cécile Cariou : « Une partie de notre clientèle, sont des gens de la région ou des commerçants qui veulent se faire plaisir par un bon repas. » (cf.annexe 7) Le château organise également tous les mois des événements thématiques ouverts à tous, tels que des soirées braser dans les jardins, des dégustations de bières avec des producteurs locaux, ou encore des brunchs le dimanche en basse saison.

Cette ouverture se joint également à une volonté de valoriser les savoir-faire du territoire : « Ça fait partie de notre ADN de travailler avec des fournisseurs locaux. On achète nos fruits, légumes, viandes chez les producteurs du coin. » (cf.annexe 7)

Le château accueille aussi des expositions d'artistes locaux dans le restaurant (photographes, peintres...) et travaille avec des artisans locaux : « On a une potière à côté de chez nous [...] on va lui acheter des choses pour la cuisine, mais aussi pour vendre dans notre boutique. » (cf.annexe 7)

A l'inverse, l'ouverture aux habitants semble plus compliquée à mettre en place pour le château des Vigiers. En effet, Madame Polet explique que les contraintes, liées à l'accueil simultané d'une clientèle hôtelière présente sur le site et des habitants, rendent difficile l'organisation d'événements grand public, tels que les Journées du Patrimoine ou le cinéma en plein air : « C'est compliqué de mixer les deux types de clientèles. » (cf.annexe 9) Malgré le fait que certaines initiatives aient existé (expositions d'art, sculptures dans le jardin), elles restent occasionnelles et sont peu communiquées. Cependant, le restaurant, le golf et le spa du domaine sont ouverts aux habitants, à condition que cette clientèle corresponde à l'esprit du lieu : « Ce sont des clients qui viennent pour le restaurant étoilé ou pour le golf, ce n'est pas des gens qui viennent juste pour visiter. » (cf.annexe 9)

2.8. Enjeux environnementaux et démarches écologiques

Les enjeux environnementaux prennent une place croissante dans le secteur de l'hôtellerie, notamment pour les établissements haut de gamme situés en milieu rural ou patrimonial. Cette évolution s'explique par les attentes des clients, de plus en plus sensibles aux questions écologiques, et également par la volonté des hôteliers de s'inscrire dans une démarche éco responsable. Cela conduit ainsi à la mise en place d'actions concrètes, pouvant varier d'un établissement à un autre.

Le château de l'Epinay s'oriente vers cette dynamique à travers des pratiques éco responsables mises en place, avec cependant des nuances : « C'est toujours dans cette démarche-là, d'essayer de rester écoresponsable. Il y a une différence que l'on essaie d'expliquer aux clients : écoresponsable ne veut pas dire automatiquement tout bio. Tout est local, mais tout ne peut pas être bio, et c'est ça qu'on essaie de faire comprendre. Par exemple, pour le pain, on a essayé avec un boulanger bio, mais les clients trouvaient le pain trop dur ou avec trop de mie. Donc on essaie d'être écoresponsable sans dénaturer la nature. » (cf.annexe 5)

Cette volonté se traduit également par l'installation récente d'éco-lodges conçus en cohérence avec cette démarche, en s'adaptant cependant aux exigences commerciales poussant les hôtels à devenir « green », notamment en limitant la consommation d'eau, ce qui implique parfois des choix spécifiques : « Les toilettes dans l'écologie utilisent un système qui brûle les déjections en cendre, un procédé plus électromagnétique que chimique. Nous ne pouvons pas avoir de fosse toutes eaux, car nous sommes éloignés des réseaux d'assainissement, donc l'objectif est de ne pas polluer la terre, en respectant la nature tout en répondant aux attentes commerciales actuelles. » (cf.annexe 5)

Pour certains châteaux, ces démarches sont plus compliquées à mettre en place en raison des contraintes liées au bâti ancien. Comme l'explique Madame Cariou, du château de Pray : « Là où moi, je trouve que c'est plus compliqué, ce n'est pas forcément par rapport aux clients, mais par rapport à toutes les normes environnementales qu'on peut avoir. Parce que toutes les normes environnementales nous demandent de faire des efforts sur l'isolation, l'énergie, toutes ces choses. Or, nous, dans un château, c'est extrêmement compliqué de faire sauter les vitraux pour avoir du double vitrage, d'isoler des murs qui sont des murs de châteaux, quand on met une isolation devant, ça va créer de l'humidité parce que c'est du tuffeau. Il y a des vraies contraintes techniques liées à la pierre, liées aux vitraux. Toutes ces choses-là font que c'est extrêmement difficile à mettre en place. » (cf.annexe 7)

À l'inverse, certains établissements œuvrent activement dans une démarche écologique, notamment lors de constructions ou rénovations récentes. Madame Polet, du château des Vigiers, souligne ce qu'ils ont mis en place afin de prendre en considération les normes environnementales : « Donc il fallait un produit qui s'insère dans la nature, qui soit en relation avec l'histoire de la Dordogne aussi, et donc ils ont choisi le thème du séchoir à tabac, construit en HQE, ça veut dire haute qualité environnementale, donc avec l'utilisation de produits très naturels et en conformité avec les normes de qualité environnementale. Donc des choix précis dans le bois, les carrelages qu'on a mis, donc c'est pas de la tuile, mais de l'ardoise. Pour les sols, on a mis de l'ardoise au sol. On a mis des panneaux solaires sur le toit des séchoirs à tabac, des bâtiments, pour la production d'eau chaude. Enfin, voilà, il y a

tout un suivi bien précis dans le choix des matériaux qui a été fait pour répondre à ces normes de haute qualité environnementale. » (cf.annexe 9)

Le château de Noirieux quant à lui, adopte une démarche axée sur le local, en s'engageant dans la réduction de l'empreinte carbone, en passant par des circuits courts. Monsieur Gaudinière met en avant un lien fort avec le territoire : « Nous, on a une démarche très locale. [...] On a cette culture du jardin à l'assiette. [...] Ce qu'on ne peut pas fournir dans notre potager, on se fournit à trois kilomètres d'ici. [...] Le bœuf vient de 5 kilomètres, le poisson est pêché dans la Loire, la truffe vient de Brissac, les soins pour les massages sont fabriqués à 1 km. » (cf.annexe 11)

2.9. Typologie de la clientèle

La typologie de clientèle est différente selon les établissements, leur offre et leur localisation. Toutefois certains établissements se retrouvent avec des différences significatives entre la clientèle de semaine et celle du weekend, ou encore entre la clientèle française et internationale.

Au château de l'Epinay, la clientèle est majoritairement française, représentant environ 80% de la fréquentation indique Madame Dubreuil : « Dans 80 % des cas, on va plus être sur une clientèle française quand même. » (cf.annexe 5)

Les clientèles internationales sont principalement des Américains, des Néerlandais, des Belges et des Suisses avec quelques Chinois souvent liés à l'ESTHUA ou pour des séjours d'affaires. Le domaine accueille une clientèle d'affaires en semaine, notamment grâce à des forfaits adaptés aux entreprises. « On a ce qu'on appelle un forfait "statut commercial", donc on a cette clientèle-là qui peut venir. » (cf.annexe 5)

En semaine, la clientèle est majoritairement composée de professionnels, incluant des voyageurs d'affaires et des séminaires. Le week-end et pendant les vacances, la clientèle accueillie est un public familial ou composé de couples venus profiter de la nature. « Le week-end, on va être plus avec des couples, des familles. Et l'été, c'est beaucoup de familles parce que les enfants peuvent profiter de la nature. » (cf.annexe 5)

Madame Dubreuil constate également une fidélisation intéressante de la part de certains clients professionnels qui découvrent le domaine en semaine, puis qui reviennent par la suite en couple ou en famille. « Les clients business de la semaine, on s'aperçoit qu'on va les récupérer pour un week-end en couple ou en famille. [...] Ils disent "je vais revenir avec ma petite famille" ou "je vais revenir avec ma petite femme". » (cf.annexe 5)

Le Château de Noirieux présente une typologie de clientèle variée selon la saison. En période estivale, la clientèle est principalement internationale. « L'été, ça va être beaucoup de Britanniques et de Belges. Les Anglais représentent environ 60 % de la clientèle, les Belges 20 %, 10 % d'Allemands, et le reste tout venant, y compris français. » (cf.annexe 11)

En revanche, en basse saison, la clientèle est essentiellement française, notamment le week-end avec une forte présence des Parisiens. L'établissement attire une clientèle en quête d'évasion depuis les grandes villes comme Paris ou Nantes, attirée par le calme et le caractère rural du domaine : « Il y a cette recherche d'évasion souvent d'une grande ville... aller

chercher cette petite bulle d'air à la campagne dans un endroit sympa, et souvent avec une belle table. » (cf.annexe 11)

Concernant la clientèle du château de Pray, c'est encore différent. En effet, l'établissement accueille peu de voyageurs d'affaires, en raison de son positionnement tarifaire peu adapté aux budgets d'entreprise : « On ne fait pas trop de voyage d'affaires, les 4 étoiles, on n'est pas positionnés sur des tarifs qui permettent aux entreprises d'avoir des soirées étapes dans leurs prix. » (cf.annexe 7)

Cependant, ils accueillent de nombreuses familles, notamment grâce aux cinq chambres familiales très demandées, ainsi qu'à la présence d'une piscine et d'un grand parc. En été, environ 70 % de la clientèle est étrangère, avec une présence marquée par les Américains, mais aussi par les Canadiens, les Australiens et les Européens. Madame Cariou explique qu'ils accueillent une part importante d'Américains : « Beaucoup d'Américains, parce qu'être dans un château, ça leur parle on va dire. » (cf.annexe 7)

En termes d'âge, la clientèle est variée, mais une part importante se situe notamment entre 40 et 70 ans. Les profils de clientèle varient également entre l'hôtel et le restaurant, chacun attirant des publics différents.

Enfin, le château des Vigiers cible une clientèle qui n'est pas orientée vers le public familial avec de jeunes enfants, en raison des infrastructures inadaptées. Cependant l'établissement est adapté pour les enfants à partir de 7-8 ans, notamment grâce à certaines activités proposées comme des initiations au golf pouvant convenir : « On n'est pas un endroit qui est très fait pour les familles [...]. Par contre à partir de 7-8 ans on a des choses qui peuvent être intéressantes, des initiations au golf, des choses comme ça. » (cf.annexe 9)

L'hôtel accueille principalement une clientèle de loisirs, attirée par le golf, la gastronomie, le bien-être et les offres culturelles du Périgord. L'établissement bénéficie d'un positionnement fort sur l'accueil de groupes et de séminaires, puisque la capacité hôtelière a été augmentée avec la création du « Relais des Vigiers », permettant désormais d'héberger jusqu'à 120 personnes : « Aujourd'hui, d'avoir fait le Relais, ça nous permet d'accepter des demandes de 120 personnes. » (cf.annexe 9)

Conclusion

I. Réponse à l'hypothèse 1

Pour rappel, notre première hypothèse était : *Les discours promotionnels des châteaux reconvertis en hôtels mettent en avant sur leurs sites internet l'authenticité des lieux et leur cadre historique pour renforcer leur attractivité.*

Globalement, avec les données que nous avons recueillies, nous pouvons affirmer cette hypothèse. En effet, nous pouvons dire que les châteaux reconvertis en hôtels mettent en avant sur leur site internet l'authenticité du lieu à travers divers moyens.

Plusieurs éléments permettent de confirmer cela :

Tout d'abord, une majorité des établissements étudiés, soit 20 établissements sur 30 ont moins de 30 chambres, ce qui en fait des petits établissements hôteliers. Cela est donc propice à une atmosphère intimiste qui est l'un des éléments associé à la notion d'authenticité, comme nous avons pu le voir précédemment. Ce sentiment peut être renforcé notamment à travers le style des chambres. En effet, nous avons constaté que plus de la moitié des établissements adoptent un style ancien dans ces dernières ; plus largement la moitié des hôtels optent pour un style unique et personnalisé dans chacune des chambres et cette non standardisation peut être associée à une idée de château authentique où le châtelain choisit de décorer ses pièces différemment.

Plus globalement, plus de 50% des hôteliers choisissent de préserver des éléments historiques qui permettent à l'établissement de s'intégrer dans une continuité historique. Cela peut passer par des sols, plafonds, cheminées, mobiliers anciens,

D'un autre côté, tous les établissements, ou presque, mettent en avant une image haut de gamme, notamment à travers leurs classements d'étoiles, leurs discours, les services, la cuisine gastronomique.... Ils valorisent un art de vivre qu'on pourrait qualifier de "à la Française" qui peut s'accorder encore une fois à l'authenticité. Plus spécifiquement pour la restauration, la majorité des établissements mettent en avant l'utilisation de produits locaux ce qui ancre les hôtels dans leur territoire.

La plupart des établissements ont aussi des parcs mis en avant sur les sites à travers notamment des photographies qui montrent une volonté de renvoyer une image d'un lieu au cœur d'un écrin de verdure. Bien qu'ils soient pour la plupart non aménagés en jardin à la française ou à l'anglaise, ils sont des lieux propices à l'immersion pour les visiteurs permettant des promenades et d'autres activités.

Enfin, les établissements, dans leurs communications, soulignent le secteur géographique des châteaux. On ressent donc une véritable volonté de s'ancrer localement et par extension de valoriser un territoire et ses caractéristiques. Cette valorisation peut se matérialiser par la mise en avant du patrimoine régional ou du cadre naturel. Par ailleurs, les hôtels mettent

souvent en avant leur histoire en mentionnant les grands personnages qui ont vécu dans ces lieux ou les grandes périodes de construction des châteaux. Ces deux éléments montrent une volonté des hôteliers, d'insister sur les spécificités et l'ancrage historique des lieux. Ces éléments, à notre sens, participent à conserver l'authenticité des lieux.

Pour conclure sur cette hypothèse, les références à l'authenticité ne sont pas forcément explicites mais plutôt implicites à travers un discours ou des photographies présentes sur les sites internet. Cela permet de renforcer l'attractivité de ces lieux auprès de clients en recherche d'expérience unique.

II. Réponse à l'hypothèse 2

Notre seconde hypothèse est la suivante : *les stratégies d'aménagement mises en place dans les châteaux transformés en hôtels ont pour objectif de patrimonialiser le lieu et de mettre en avant ses aspects authentiques.*

Nous pouvons également affirmer cette hypothèse grâce aux éléments suivants :

En effet, malgré l'absence de statuts patrimoniaux pour certains des sites étudiés, nous avons observé diverses stratégies mises en place afin de protéger et préserver le patrimoine au sein des châteaux. Ces démarches se manifestent à travers différentes initiatives concrètes, qui traduisent une volonté de transmission et de création d'une atmosphère cohérente avec l'identité du lieu.

Ces initiatives peuvent passer par des choix en matière de restauration, mais aussi par le recours à des artisans locaux, tels que des tailleurs de pierre, des ébénistes, des ferronniers d'art, ou des tapissiers par exemple, afin d'entreprendre des travaux de restauration, permettant de faire appel au savoir-faire traditionnel, s'adaptant ainsi aux caractéristiques historiques et esthétiques propres à chaque château.

Par exemple, au château de Pray, ils ont fait le choix de travailler le plus possible avec des artisans locaux : un forgeron local, une potière, un verrier qui vont réaliser du sur mesure. Le fait d'avoir recours aux savoir-faire artisanaux témoigne de la volonté de perpétuer les gestes traditionnels et également de renforcer l'ancrage du château au sein du territoire.

D'autres stratégies s'observent dans l'intégration d'éléments contemporains. Par exemple, au Château des Vigiers ils ont fait le choix dans la création du Relais des Vigiers de lui donner une allure de séchoir à tabac, en référence à l'histoire de la Dordogne. De même, au château de Noirieux avec la conservation d'une tapisserie du XVI^e siècle face à un fauteuil moderne, ou encore une table taillée dans la pierre importée d'Iran posée sur un sol d'époque. Cette association entre ces époques contribue à une patrimonialisation en ne figeant pas le lieu mais en valorisant son histoire.

Certaines initiatives vont au-delà de la restauration ou de la conservation, par exemple en intégrant des aménagements contemporains, destinés à proposer aux clients une véritable expérience immersive. Au château de Noirieux, l'intégration de tiny houses dans le parc est

envisagée afin de créer une atmosphère de déconnexion dans un cadre rural. Installées de façon à respecter la configuration naturelle du terrain et la vue dégagée, ces habitations permettraient une immersion en pleine nature, sans pour autant perturber l'harmonie visuelle du lieu.

Enfin, la patrimonialisation peut également passer par la préservation d'éléments naturels symboliques présents sur le domaine. Il peut s'agir de ruines conservées, d'arbres centenaires, ou encore de variété végétale ancienne. Au château de l'Epinay par exemple, on trouve encore aujourd'hui d'anciennes variétés de roses, datant d'il y a plusieurs siècles. Leur entretien est assuré par Marguerite, la jardinière du château qui perpétue une certaine forme d'authenticité à travers cet entretien et cette conservation.

III. Réponse à la problématique

Pour rappel, notre problématique s'intitule : *comment la réutilisation d'un site patrimonial en hôtel peut contribuer à sa patrimonialisation tout en préservant son authenticité ?*

Nous pouvons répondre que la fonction d'hôtel dans un château peut permettre de patrimonialiser le lieu par plusieurs aspects.

Dans un premier temps, nous avons constaté que majoritairement les hôteliers interrogés manifestaient une volonté de préserver leur patrimoine d'un point de vue matériel. D'abord, d'un point de vue financier, en prenant en charge les travaux de restauration et en embauchant des artisans qualifiés. En effet, dans les cas observés nous avons réalisé que souvent les édifices étaient en mauvais état et nécessitaient de nombreux travaux. Cette reconversion a donc permis de redonner vie à des châteaux voire de les sauver de la ruine comme c'est le cas par exemple pour le château des Vigiers. Cette préservation passe aussi par la conservation d'éléments faisant partie intégrante de l'histoire du lieu (sols, plafonds, meubles,...) ou l'intégration de mobiliers anciens ou historiques (tableaux, bureau boule, chaise...) qu'on peut retrouver traditionnellement dans des châteaux.



Figure 43 : Château des Vigiers avant sa transformation en hôtel, Bernard Smith

Dans un second temps, nous avons réalisé que la préservation de l'authenticité passait aussi par des biais immatériels. En effet, l'authenticité d'un lieu peut se manifester par une atmosphère qui repose sur différents aspects. Dans le cas d'un château, conserver une ambiance vivante est important. En effet, les châteaux aux Moyen-Âge ou à la Renaissance étaient des lieux animés, habités par des nobles mais aussi peuplés parfois d'un grand nombre de domestiques gérant l'entretien et la vie quotidienne des propriétaires. Dans le cadre d'un hôtel nous avons vu que cette préservation est possible grâce à la présence de personnes en charge du lieu qui vont veiller avec attention au bien-être des clients comme pouvaient le faire des domestiques pour des nobles. Cela passe aussi par un cadre naturel préservé, des jardins soigneusement entretenus ou un large parc propice aux balades, qu'on retrouve aussi dans les établissements étudiés.

De plus, cette volonté de protéger l'authenticité peut se traduire par la perpétuation de pratiques liées à la vie de château. Par exemple, le château de l'Épinay met à disposition du bois permettant aux clients de pouvoir allumer un feu dans leur chambre. Cela recrée une ambiance chaleureuse que pouvaient vivre les nobles autrefois. Il y a aussi les salons qu'on peut retrouver au château de Noirieux. Ce sont des espaces qui peuvent servir de lieu de lecture, de détente, mais aussi de socialisation. On peut se retrouver pour discuter ou faire des jeux (cartes, billard, jeu de plateau...). Ces éléments contribuent à recréer un art de vivre propre à l'univers aristocratique, lié à la socialisation, aux loisirs ou au raffinement. D'un autre point de vue, il y a aussi la préservation de savoir-faire dans le cadre des travaux de restauration. Aujourd'hui, comme à l'époque de construction des châteaux, plusieurs artisans qualifiés travaillent sur ces édifices : verriers, maçons ou tailleurs de pierres. Leur travail, parfois respectant des techniques d'origine, permet de perpétuer des savoir-faire parfois menacés de disparition. C'est le même constat, pour des artisans métier d'art qui vont travailler sur certains éléments dans les châteaux : Les tapissiers qui vont restaurer les tapisseries ou ébénistes qui vont travailler sur le mobilier.

De même, l'authenticité des châteaux-hôtels se manifeste par leur ancrage local et leur contribution à l'économie locale. Dans les cas étudiés, cela passe par la décision de travailler avec des artisans locaux pour les travaux ou être en partenariat avec des fournisseurs des environs (viticulteurs, maraîchers, fromagers...) qui permettent dans les restaurants l'élaboration d'une cuisine avec des produits régionaux qui permettent des plats avec une certaine authenticité territoriale.

Enfin, Paul Gaudinière a soulevé un point intéressant : la vie des châtelains évolue, et par extension, les châteaux et la notion d'authenticité qui leur est attachée, évoluent aussi. La préservation de l'authenticité d'un château, ne serait donc pas figée uniquement dans une idée de conservation du passé, mais pourrait inclure des éléments contemporains.

En effet, les châtelains construisent parfois des piscines, intègrent des ascenseurs dans leur édifice ou font le choix d'une décoration moderne. Cela montre donc que les châteaux vivent avec leur temps et s'adaptent aux évolutions de la société. Ce ne serait pas une trahison du passé mais plutôt une continuité logique, dans la mesure où les châteaux ont toujours été transformés et restaurés au fil des siècles, en fonction des besoins ou des modes des époques.

La question serait donc de savoir, *quelles sont les démarches réellement authentiques dans les châteaux-hôtels et font-elles partie d'une idée d'authenticité ancrée dans le présent ou figée dans le passé ?*

Bibliographie

- Beaudet, G. (2004). La vie de château. Téoros [en ligne], 23-3, p.5-9, URL: <http://journals.openedition.org/teoros/717>
- Camus, S. (2010). L'authenticité d'un site touristique, ses antécédents et ses influences sur le touriste. EBCO URL : <https://research.ebsco.com/c/pjwnxc/viewer/pdf/a3eqxggqsf>
- Camus, S. (2014). L'authenticité et l'expérience dans le champ du patrimoine immatériel touristique. Dans Clergeau, C et Spindler, J, l'immatériel touristique. L'harmattan
- Castro-Fernandez, B. et Gonzalez, R. (2006). "Se loger dans le passé" : La récupération emblématique de l'Hostal des Rois Catholiques de Saint-Jacques-de Compostelle en hôtel de luxe. Espaces sociétés [en ligne], (N°126), p.159 à 177, URL: <https://www.cairn.info/revue-espaces-et-societes-2006-3-page-159.htm>
- Cazelaïs, N. (2004). Hôtellerie et développement régional : Réflexion autour de paradoxes. Téoros [en ligne] , 23-3, P. 17-21. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/725>
- Courbebaisse, A et Issot, N. (2022). Les grands ensembles ou comment concilier réhabilitation et patrimonialisation ?, In Situ [En ligne], 47. URL : <http://journals.openedition.org/insitu/34440>
- Dumas, L. (2004). Regards sur l'hôtellerie : un secteur en mutation. Téoros [En ligne], 23 3. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/715>
- Elie-dit-cosaque, C. et Pallud, J. (2012)Authenticité en ligne, expérience émotionnelle et intentions de visite. Management et avenir, P. 257 à 279. URL : <https://shs.cairn.info/revue-management-et-avenir-2011-5-page-257?lang=fr&tab=texte-integral>
- Fraenkel, S. et Iunius R-F. (2007). Les hôtels design : une alternative aux hôtels de chaîne dans Industrie de l'accueil. URL : <https://shs.cairn.info/industrie-de-l-accueil--9782804151928-page-133?lang=fr&tab=exte-integral>

- Galasso, E. (2024). Le réseau dans la trajectoire de l'industrie hôtelière en France de la seconde moitié du XIXe siècle aux années 1990 : apports, enjeux, limites. *Entreprise et histoire*. URL : <https://shs.cairn.info/revue-entreprises-et-histoire-2023-3-page-150?lang=fr>

- Gauguier P., Lecea, D., Petit, O. Les Tendances du tourisme et de l'hôtellerie 2020. In *Extenso*, 2020, URL : <https://www.inextenso-tch.com/publications/les-tendances-dutourisme-et-de-lhotellerie-2020/>

- Greffe, G. et Coëffé, V. (01/06/2020). Les interactions entre l'hôtellerie française et le patrimoine: une relation à l'épreuve de l'économie de l'enrichissement. *Mondes du Tourisme* [en ligne], 17/2020, URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/2703>

- Guillemard, D. (2018). Authenticité et patrimoine, l'immobilité changeante. *Puf* [en ligne], N°21, 21-29. URL : <https://www.cairn.info/revue-nouvelle-revue-d-esthetique2018-1-page-21.htm>

- Larivière, G. Jussaume, J. (2004). Emergence des nouvelles formules en hôtellerie. *Téoros* [en ligne], 23-4, P. 10-16. URL : <https://journals.openedition.org/teoros/720>

- Lipovetsky, G. (2021) Chapitre 5 : La vague patrimoniale dans “ le Sacre de l'authenticité ”. *Gallimard*. URL : <https://shs-cairn-info.buadistant.univ-angers.fr/le-sacre-de-l-authenticite--9782072958700-page-323?lang=fr&tab=feuilleter>

- Ministère de la culture. (2018). Analyses: Valorisation touristique des monuments historiques. *Entreprise.gouv.fr*, PDF : https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/Analyses/2018-patrimoine-touristique.pdf

- Morice, J-R. Le réseau « Bienvenue au Château » en Pays de la Loire : la patrimonialisation des lieux ordinaires. *Presses Universitaires de Rennes*, P 395- 406.

- Morice, J-R. (2011). Pour un nouvel usage du château : l'hébergement touristique. *Ausonius Editions*.

- Ribeiro Peixoto, E. (2002). Autour des reconversions architecturales et des monuments historiques. *L'Homme et La Société* [en ligne], N°145, P. 51-61. URL : <https://www.cairn.info/revue-l-homme-et-la-societe-2002-3-page-51.htm>

- Souquet, L. (2021). Réhabiliter la ville dense, réhabiliter le patrimoine : des cas bretons. Dans I. MALEYRE & G. AUDRAIN-DEMEY (dir.), L'impact de la densification de l'espace urbain sur l'immobilier. URL : <https://www.cahiersespi2r.fr/488> RÉSUMÉ (<https://www.cahiers-espi2r>

Sitographie

- Château Artigny : . <https://www.chateauartigny.com/>
- Château Belmont : <https://www.chateaubelmont.com/fr/>
- Château de Beaulieu : <https://www.chateaubeaulieu37.com/fr/>
- Château de Beauvois : <https://lamaisonyounan.com/fr/chateau-de-beauvois>
- Château Berne. *Relais et châteaux, c'est quoi ?* :
<https://www.chateauberne.com/relais-chateaux-cest-quoi/>
- Château de Briançon. *The Originals Hotels*.
<https://www.theoriginalshotels.com/hotels/chateau-de-briancon>
- Château de la Bourdaisière : <https://www.labourdaisiere.com/>
- Château de la Comtesse de Loire
<https://www.chateaulacomtessedeloire.com/hotel-4-etoiles-luxe-piscine-bar-saumur>
- Château Colbert : <https://www.chateaucolbert.com/fr/>
- Château de la Roche Ploquin. : <https://www.chateaularocheploquin.com/>
- Château de la Treyne : <https://www.chateaudelatreyne.com/fr/hotel-dordogne-luxe>
- Château de l'Épinay : <https://www.chateauepinay.com/>
- Château de Maubreuil : <https://www.chateaudemaubreuil.com/fr>
- Château de Maraval : <https://chateaudemaraval.com/>
- Château de Noirieux : <https://chateaudenoirieux.com/fr>
- Château de Noizay : <https://chateaudenoizay.com/>
- Château de Pray : <https://www.chateaudepray.fr/>
- Château de Rochecotte : <https://www.chateau-de-rohecotte.com/>
- Château de la Cote : <https://www.chateau-hotel-dordogne.fr/64-chateau.html>
- Château de la Tortinière : <https://www.tortiniere.fr/fr/>
- Château des Briottières : <https://www.briottieres.com/>
- Château des Reynats : <https://www.chateau-hotel-perigord.com/fr/>

- **Château des Vigiers** : <https://vigiers.com/index.php>
- **Château Lalande** : <https://www.chateau-lalande-perigord.com/>
- **Château La Fleunie** : <https://www.lafleunie.com/>
- **Château le Prieuré.** : <https://laimaisonyounan.com/fr/chateau-le-prieure>
- **Château Le Mas de Montet** : <https://www.lemasdemontet.com/>
- **Château Les Merles** : <https://www.lesmerles.com/>
- **Château Monrecour** : <https://www.monrecour.com/>
- **Château Verrières** : <https://www.chateau-verrieres.com/>
- **Domaine de Lys** : <https://www.domainelys.fr/fr>
- **Demeures & Châteaux Hôtels.**<https://www.demeureschateauxhotels.com>
- **Gîs Études Touristiques.** *Authenticité.*
<https://gisetudestouristiques.fr/encyclopedie/authenticite/>
- **Hospitality ON.** *Les Collectionneurs.*
<https://hospitality-on.com/fr/societes/les-collectionneurs>
- **Hôtels & Préférence.** *À Notre histoire.*
https://hotelspreference.com/fr/page/propos_10
- **Mairie de Briollay.** (s.d.). *Château de Noirieux.* <https://www.briollay.fr/noirieux-2/>
- **Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique.** *Hôtels et hôtels de tourisme.*
<https://www.entreprises.gouv.fr/espace-entreprises/s-informer-sur-la-reglementation/hotels-et-hotels-de-tourisme>
- **Pousadas de Portugal** :
<https://www.pousadas.pt/fr/pousadas-portugal#vertical-tabs-311da5fb4a-item-a9eff968ef-tab>
- **Ouest-France.** (2024, 4 juin). *Cinq millions d'euros investis pour rénover le château de Noirieux près d'Angers.*
<https://www.ouest-france.fr/pays-de-la-loire/briollay-49125/video-cinq-millions-d-euros-investis-pour-renover-le-chateau-de-noirieux-pres-dangers-01618030-32ec-11ef-8462-4d5d263c07bc>

- **Relais et châteaux** : <https://www.relaischateaux.com/fr/decouvrir/histoire>
- **Teritoria** : <https://www.teritoria.com/nos-engagement>

Table des matières

Sommaire.....	2
Remerciements.....	3
Engagement de non plagiat.....	4
Introduction.....	5
Partie 1 : Histoire de la pratique de l'hôtellerie dans les châteaux.....	8
I. L'hôtellerie : de sa création à nos jours.....	8
1.1. L'hôtellerie, un phénomène récent.....	8
1.2. Les évolutions de l'hôtellerie : le tournant des années 1990.....	10
II. L'hôtellerie dans les châteaux.....	12
2.1. L'apparition des hôtels dans les châteaux.....	12
2.2 Les avantages et les contraintes d'une transformation en hôtel.....	13
A. Les Avantages.....	14
B. Les contraintes.....	15
2.3. Les marques, labels et chaînes associés à l'hôtellerie dans les châteaux..	16
III- Entre réutilisation et patrimonialisation : les enjeux de la reconversion.....	19
3.1 La notion de patrimonialisation.....	19
3.2. La réutilisation des châteaux en hôtels, une manière de patrimonialiser ?..	20
IV. La notion d'authenticité.....	21
4.1 Définitions.....	21
4.2 L'authenticité dans les châteaux ouverts au public : réelle ou perçue ?.....	22
4.3 L'hôtellerie dans les châteaux, la perpétuation d'une authenticité liée à l'immatériel.....	24
4.4 Les labels comme garantie de l'authenticité d'un lieu.....	25
V. Problématique et hypothèses.....	26
5.1 Notre problématique.....	26
5.2 Nos hypothèses.....	27
Partie 2 : Etat des lieux général.....	28
I - Méthodologie utilisée.....	28
1.1 Présentation de la méthodologie.....	28
1.2 Présentation des hôtels.....	28
1.3. Les critères analysés.....	31
a. La localisation.....	31
b. Date d'ouverture des hôtels.....	32
c. Le nombre d'étoiles.....	32
d. Le classement au titre de Monument historique.....	32
e. Les labels et les chaînes.....	32

f. Les périodes de construction.....	33
g. Les services.....	33
h. les offres de restauration.....	33
i. Le parc.....	34
j. Les styles de jardins.....	34
k. Le nombre de chambres.....	34
l. Le style de chambre.....	35
m. Le style général de l'hôtel.....	35
n. Ce qui est mis en avant.....	35
II. Données collectées et analyse des résultats.....	36
2.1. La localisation des hôtels.....	36
2.2 Année d'ouverture des hôtels.....	37
2.3. Le nombre d'étoiles.....	38
2.4 Classement au titre des Monuments historique.....	39
2.5 Les labels et les groupes.....	40
2.6 Les siècles de construction.....	41
2.7 Les services.....	42
2.8 Les offres de restauration.....	43
2.9 Les parcs.....	45
2.10 Les jardins.....	46
2.11 Le nombre de chambres.....	47
2.12 Le style de chambre.....	48
2.13 Style général de l'hôtel.....	49
2.14 Ce qui est mis en avant.....	50
Partie 3 : Les données collectées lors des entretiens.....	53
I- La méthodologie de recherche.....	53
1.1. La méthode utilisée dans la troisième partie.....	53
1.2. L'élaboration de notre grille d'entretien.....	53
1.2. Le choix des sorties terrain.....	54
1.3 Notre choix de ne pas diffuser de questionnaires.....	55
1.4 Le secteur géographique des entretiens.....	55
1.5. Les châteaux interrogés.....	55
a. Le château de l'épinay.....	57
b. Le château de Pray.....	58
c. Le château de Noirieux.....	60
d. Château des Vigiers.....	61
II. Données collectées et analyse des résultats.....	63
2.1 Statut patrimonial.....	63

2.2. Intégration à un réseau et positionnement Hôtelier.....	65
2.3 Les services et équipements proposés.....	68
2.4 Conciliation entre préservation du patrimoine et attentes des clients.....	70
2.5 Ancrage local et valorisation des savoir-faire.....	74
2.6. La perception de l'authenticité selon les différents hôtels.....	75
2.7. Relation avec le territoire et les habitants locaux.....	78
2.8. Enjeux environnementaux et démarches écologique.....	80
2.9. Typologie de la clientèle.....	81
Conclusion.....	83
I. Réponse à l'hypothèse 1.....	83
II. Réponse à l'hypothèse 2.....	84
III. Réponse à la problématique.....	85
Bibliographie.....	88
Sitographie.....	91
Table des matières.....	94
Table des figures.....	97
Table des annexes.....	99

Table des figures

Figure 1 : Logo relais et château.....	16
Figure 2 : Logo Hôtels & Préférence.....	17
Figure 3 : Les différentes expériences d'hôtels & Préférence, site d'hôtels & Préférence.....	17
Figure 4 : Logo de demeures & châteaux.....	17
Figure 5 : Logo de Teritoria.....	18
Figure 6 : Le système de clefs de Teritoria, site de Teritoria.....	18
Figure 7 : Photo du château de Maubreuil, site du château de Maubreuil.....	29
Figure 8 : château du Prieuré, Tripadvisor.....	29
Figure 9 : Photo du Domaine de la Tortinière, Booking.....	30
Figure 10 : Château de la Treyne, Tripadvisor.....	31
Figure 11 : Carte qui montre la répartition des châteaux hôtels dans les territoires étudiés.....	36
Figure 12 : Graphique qui montre l'évolution de l'ouverture d'hôtels dans des châteaux.....	37
Figure 13 : Graphique qui illustre la répartition du nombre d'étoiles des établissements.....	38
Figure 14 : Graphique qui illustre la répartition du niveau de protection patrimoniale des établissements.....	39
Figure 15 : Graphique qui montre la répartition entre les hôtels indépendants et ceux intégrés à un groupe.....	40
Figure 16 : Graphique qui montre les différents siècles de construction des châteaux étudiés.....	41
Figure 17 : Graphique représentant le nombre d'hôtels proposant certains types de services.....	42
Figure 18 : Répartition des types de cuisine proposés dans les hôtels installés dans des châteaux, en pourcentage.....	43
Figure 19 : Graphique qui montre la répartition entre cuisine locale ou non dans les restaurants des hôtels.....	44
Figure 20 : Graphique représentant les différentes tailles de parcs des châteaux et la proportion d'hôtels associée à chaque catégorie.....	45
Figure 21 : Graphique qui montre les différents styles de jardins qu'on retrouve dans les parcs et leurs proportions.....	46
Figure 22 : Graphique qui montre la répartition des hôtels entre différentes jauges d'accueils.....	47
Figure 23 : Graphique qui montre la répartition des chambres des hôtels entre les différents styles.....	48

Figure 24 : Graphique qui montre la répartition des chambres des hôtels entre les différents styles.....	48
Figure 25 : Graphique illustrant la répartition des hôtels selon leurs style dominant... 50	
Figure 26 : Graphique qui montre les différents critères valorisés par les hôtels et la proportion d'établissements mettant en avant chacun des critères.....	51
Figure 27 : Façade principale château de L'Epinay, Flavie Baudoin et Edith Grellety. 58	
Figure 28 : Photo de la tour XIIIe du château de L'Epinay, Flavie Baudoin et Edith Grellety.....	57
Figure 29 : Photo du Château de Pray, château de Pray.....	58
Figure 30 : Photo d'un salon du château de Pray, château de Pray.....	59
Figure 31 : Photo de la Façade principale du Château de Noirieux, Château de Noirieux.....	60
Figure 32 : Photo du Manoir de Noirieux, Flavie Baudoin, Edith Grellety.....	60
Figure 33 : Photo du château des Vigiers, Tripadvisor.....	61
Figure 34 : Photo du Relais des Vigiers, Château des Vigiers.....	61
Figure 35 : Chambre du château de Noirieux, Edith Grellety et Flavie Baudoin.....	64
Figure 36 : Piscine du château de L'Epinay, site du château de l'Epinay.....	68
Figure 37 : hébergement bulle, hébergement insolite.....	69
Figure 38 : Ancien lit à baldaquin, dossier du château de Pray.....	71
Figure 39 : Tapisserie et mobilier, photographies prises par Flavie Baudoin et Edith Grellety au château de Noirieux.....	72
Figure 40 : Chambre, photographies prises par Flavie Baudoin et Edith Grellety au château de Noirieux.....	72
Figure 41 : Chambres, photographies de Flavie Baudoin et Edith Grellety au château de l'Epinay.....	76
Figure 42 : Chambres, photographies de Flavie Baudoin et Edith Grellety au château de l'Epinay.....	76
Figure 43 : Château des Vigiers avant sa transformation en hôtel, Bernard Smith.....	86

Table des annexes

Annexe 1 : Notre grille d'entretien	100
Annexe 2 : Les données collectées sur les sites internet des hôtels	102
Annexes 3 : Les 30 établissements analysés	106
Annexe 4 : Résumé de l'entretien avec le Château de l'Epinay	136
Annexe 5 : Retranscription de l'entretien avec le Château de l'Epinay	139
Annexe 6 : Résumé de l'entretien avec le Château de Pray	157
Annexe 7 : Retranscription de l'entretien avec le Château de Pray	159
Annexe 8 : Résumé de l'entretien avec le Château des Vigiers	171
Annexe 9 : Retranscription de l'entretien avec le Château des Vigiers	173
Annexe 10 : Résumé de l'entretien avec le Château de Noirieux	187
Annexe 11 : Retranscription de l'entretien avec le Château de Noirieux	190

Annexe 1 : Notre grille d'entretien

Contexte de l'entretien	Réponse de l'interviewé
Date de l'entretien :	
Nom de l'interviewé :	
Fonction de l'interviewé :	
Nom du Château :	
Localisation :	
Type de château :	
Les années de construction du château :	
Nombre d'étoiles	

Questions :	Réponse de l'interviewé
Pouvez-vous vous présenter brièvement et expliquer votre poste ?	
Pouvez-vous nous parler de l'histoire de ce château avant sa transformation ?	
Quelles étaient les raisons principales qui ont poussé à transformer ce château en hôtel ?	
Quels moyens avez-vous utilisés pour patrimonialiser le site tout en préservant son authenticité ?	
Le château est-il classé MH ? si non, pourquoi ?	
Quelles parties du château ont été particulièrement protégées ou restaurées pour maintenir son caractère historique ?	
Avez-vous fait appel à des experts en patrimoine ou en restauration pour garantir la conservation du site ?	
Quelles difficultés avez-vous rencontrées	

pour allier confort moderne et préservation du patrimoine ?	
Selon vous, qu'est-ce qui fait l'authenticité d'un château transformé en hôtel ? Avez-vous le sentiment de préserver l'authenticité du lieu ?	
Quels ont été les principaux aménagements nécessaires pour répondre aux exigences modernes des clients ?	
Quel type de clientèle fréquente votre hôtel ?	
Comment avez-vous choisi les équipements modernes à installer tout en respectant l'architecture du château ?	
Y a-t-il eu des choix d'aménagement ou des compromis concernant les équipements en raison de la structure historique du bâtiment ?	
Avez-vous opté pour des équipements spécifiques pour souligner l'histoire du château ?	
Avez-vous des projets de nouvelles rénovations ou améliorations pour l'hôtel ?	
Quel est, selon vous, l'impact de la transformation de votre château sur sa valeur historique et culturelle ?	
Avez-vous d'autres informations à nous transmettre ?	

Annexe 2 : Les données collectées sur les sites internet des hôtels

Localisation	
Loire Atlantique	2
Maine et Loire	8
Indre et Loire	10
Dordogne	10
Date d'ouverture de l'hôtel	
Année 1950	1
Année 1960	1
Année 1970	1
Année 1980	4
Année 1990	7
Année 2000	6
Après 2010	7
Non renseigné	3
Nombre d'étoiles	
3 étoiles	3
4 étoiles	18
5 étoiles	5
Sans étoile	4
Classement au titre des Monuments historique	
Classé	1
Inscrit	4
Pas de protection	25
Label	
Indépendant	19
Relais et Château	3

Teritoria	2
La maison de Younan	2
The Originals Relais / The originals hotels	2
The Crest Collection	1
Hotel et préférence	1
Onyria	1
Période de construction (quand plusieurs phase celle avec le plus de choses de faite)	
XVe siècle	3
XVI siècle	5
XVIIe siècle	8
XVIIIe siècle	6
XIXe siècle	7
XXe siècle	1
Services	
Spa / espace bien être	18
Piscine	25
Salle de Fitness	5
Tennis	10
Vélo	9
Basket	2
Billard	4
Golf	4
activités familiales (moly, ping pong, mini golf...)	8
Offre de restauration	
Gastronomique	15
Bistronomique	1
Gastronomique et bistronomique	3
Autre	4
Autre offre de restauration (table d'hôte, salon de thé, bar...)	3

Aucun restaurant	4
Cuisine locale et de saison	24
Pas mentionné	2
Parc	
Pas de parc	2
Entre 0 et 9 ha	10
Entre 10 et 19 ha	4
Entre 20 et 29 ha	5
Plus de 30 ha	7
Pas mentionné	2
Jardin	
Jardins à la française	4
Jardins à l'anglaise	3
Parcs et Jardins	20
Aucun jardins/ parcs	2
Nombre de chambres	
Entre 5 et 9	1
Entre 10 et 19	13
Entre 20 et 29	6
plus de 30	10
Style de chambre	
Ancien	17
Contemporain	9
Un mélange des 2	6
Décoration unique	16
Style général de l'hôtel	
Ancien	18
Contemporain	8
Mélange des 2	6

Ce qui est mis en avant	
La gastronomie / le restaurant	15
Le bien être	9
Le cadre	13
Les alentours / le secteur (châteaux de la Loire...)	19
Les équipements (piscine, salle de sport...)	7
Les jardins / le parc	10
L'atmosphère du lieu, l'authenticité	11
L'histoire du Lieu	14
La personnalisation du service	6
Les étoiles	10
Les chambres	8
Les événements	2
L'inscription MH	2
La décoration	3
Protection de l'environnement	1

Annexes 3 : Les 30 établissements analysés

Loire Atlantique	
<p>Château de Maubreuil</p>  <p>Source : https://www.chateaudemaubreuil.com/fr/</p>	
Site internet	https://www.chateaudemaubreuil.com/fr/
Ouverture de l'hôtel	2019
Localisation	44470 Carquefou
Etoiles	5 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Relais et château
Date de construction	XIXe siècle
Les services	Spa, piscine, salle de fitness
Le restaurant	Restaurant Gastronomique « la Table du Marquis »
Le parc	Il y a un parc dont on ne connaît pas la taille
Nombre de chambres	17
Style de chambre	<p>Mélange de 2 styles : style contemporain qui s'inspire de différentes cultures, avec une décoration chargée qui rappelle l'esprit château.</p> <p>Presque toutes les chambres sont décorées sur le thème d'une destination spécifique, avec un mobilier en lien avec le thème de la chambre.</p>
Style général de l'hôtel	Style chic et ancien
Ce qui est mis en avant	L'évasion dans les chambres, au restaurant et le bien être.

Domaine des Lys (château de la Guère)



Source : https://www.domainelys.fr/fr/?utm_source=My%20Business

Site internet	https://www.domainelys.fr/fr/?utm_source=My%20Business
Ouverture de l'hôtel	2005-2010
Localisation	44150 La Guère
Etoiles	Pas étoilé (pas mentionné)
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	XVIIIe siècle
Les services	De nombreuses activités proposées (laser game, segaw, chasse au trésor etc)
Le restaurant	Restaurant gastronomique « le Preti »
Le parc	Parc de 80 ha
Nombre de chambres	23
Style de chambre	Chambres confortables (équipement moderne) et contemporaine (style élégant)
Style général de l'hôtel	Style contemporain
Ce qui est mis en avant	La situation géographique, le cadre, l'histoire du lieu, les événements, la détente et le repos.

Maine et Loire

Château de Verrières



Source : <https://www.chateau-verrieres.com/>

Site internet	https://www.chateau-verrieres.com/
Ouverture de l'hôtel	2003-2005
Localisation	49400 Saumur
Etoiles	5 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	XIXe sous Napoléon III
Les services	Spa et piscine
Le restaurant	Pas de restaurant
Le parc	Parc de 2 ha
Nombre de chambres	10
Style de chambre	Chambres avec des styles différents, dans une ambiance XIXe siècle avec du mobilier d'époque.
Style général de l'hôtel	Style raffiné et ancien
Ce qui est mis en avant	Le calme, l'authenticité du lieu (plafond haut, meubles XIXe, tentures d'origines), les monuments qu'il y a autour, la Loire et le confort.

Château des Briottières



Source : <https://www.briottieres.com/>

Site internet	https://www.briottieres.com/
Ouverture de l'hôtel	1990
Localisation	49330 Champigné
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	XVIIIe siècle
Les services	Piscine, tennis, vélo à disposition, activités familiales (moly, ping pong, croquet...)
Le restaurant	Pas de restaurant (table d'hôte)
Le parc	Parc à l'anglaise de 50 ha
Nombre de chambres	10
Style de chambre	Style ancien : mobilier d'époque, lits à baldaquin. Chaque chambre est différente.
Style général de l'hôtel	Style raffiné et ancien
Ce qui est mis en avant	Le cadre naturel, une expérience intimiste, l'esprit d'une maison de famille, la déconnexion.

Château du Prieuré



Source : <https://lamaisonyounan.com/fr/chateau-le-prieure>

Site internet	lamaisonyounan.com/fr/chateau-le-prieure
Ouverture de l'hôtel	Pas mentionné
Localisation	49350 Gennes-val-de-Loire
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	La maison de Younan
Date de construction	Base du Xe et du XIIe siècles, agrandissement à la Renaissance XVI, puis nouvelle tour au XIXe et terrasses au XXe.
Les services	Plusieurs activités proposées (vélo, tennis basket, mini golf)
Le restaurant	Restaurant gastronomique « le Castellane »
Le parc	25 ha
Nombre de chambres	21
Style de chambre	Chambres avec un décor ancien (lustres, boiserie sombres, dorures...), mobilier style empire.
Style général de l'hôtel	Style empire
Ce qui est mis en avant	L'histoire du lieu, la vue, la cuisine du restaurant, et la déconnexion.

Château de Briançon



Sources : <https://www.theoriginalshotels.com/hotels/chateau-de-briancon>

Site internet	https://www.theoriginalshotels.com/hotels/chateau-de-briancon
Ouverture de l'hôtel	2013
Localisation	49140 Loire-Authion
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	membre de the originals Relais
Date de construction	XVIIe siècle
Les services	Location de vélo, table de ping pong
Le restaurant	Pas de restaurant (plateau repas)
Le parc	Parc de 11ha
Nombre de chambres	12
Style de chambre	Chambre de style contemporain
Style général de l'hôtel	Style contemporain
Ce qui est mis en avant	L'histoire du lieu, la décoration unique, la superficie des chambres (entre 20 et 39 m²), le calme.

Château de Colbert



Source : <https://www.chateaucolbert.com/fr/>

Site internet	https://www.chateaucolbert.com/fr/
Ouverture de l'hôtel	Pas mentionné
Localisation	49360 Maulévrier
Etoiles	Pas mentionné
Classement MH	Inscrit au Titre des Monuments Historiques
Label	Indépendant
Date de construction	XIXe siècle
Les services	Espace détente avec bar, billard et salon de thé
Le restaurant	Restaurant gastronomique « le Stofflet »
Le parc	Parc avec potagers de 8000m ² et jardin à l'anglaise
Nombre de chambres	20
Style de chambre	Chambres de catégorie Prestige avec des lits à baldaquin
Style général de l'hôtel	Style raffiné et ancien
Ce qui est mis en avant	Sur le site internet ils prônent la vie de château « <i>la vie de château commence ici, dans un cadre exceptionnel</i> », Chambres qui allient confort moderne et authenticité : (hauteur sous plafond, parquet en chêne, cheminée, tentures murales...)

Château de la Comtesse de Loire



Source:

<https://www.chateaulacomtessedeloire.com/hotel-4-etoiles-luxe-piscine-bar-saumur>

Site internet	https://www.chateaulacomtessedeloire.com/hotel-4-etoiles-luxe-piscine-bar-saumur
Ouverture de l'hôtel	2002-2005
Localisation	49400 Saumur
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	XIXe siècle
Les services	Espace bien être (jacuzzi, sauna, hammam, douche sensorielle), piscine.
Le restaurant	Pas de restaurant
Le parc	Parc arboré
Nombre de chambres	10 chambres et suites
Style de chambre	Plusieurs catégories de chambres (style ancien ou moderne)
Style général de l'hôtel	Style chic et ancien
Ce qui est mis en avant	Les alentours, le cadre, l'histoire, l'authenticité, l'immersion à la Belle époque.

Château de Noirieux



Source : Photo prise par Flavie Baudoin et Edith Grellety

Site internet	https://chateaudenoirieux.com/fr
Ouverture de l'hôtel	1995
Localisation	49125 Briollay
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Relais et château
Date de construction	XVIIe siècle
Les services	Piscine, espace bien être, tennis, vélos
Le restaurant	Restaurant gastronomique « L'Attilio »
Le parc	9 ha
Nombre de chambres	19 chambres
Style de chambre	Style contemporain
Style général de l'hôtel	Mélange entre un style ancien et contemporain
Ce qui est mis en avant	La localisation, les étoiles, le cadre, le parc, et la personnalisation du service.

Château de L'épinay



Source : Photo prise par Flavie Baudoin et Edith Grellety

Site internet	https://www.chateauepinay.com/
Ouverture de l'hôtel	2015
Localisation	49170 Saint-Georges-sur-Loire
Etoiles	Pas étoilé
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Hotel et Préférence
Date de construction	Entre le XVe et le XVIIe siècle et les nouvelles parties datent du XIXe siècle.
Les services	Piscine, spa, terrain de tennis, billard, et activités familiales.
Le restaurant	Restaurant « L'orangerie »
Le parc	17 ha
Nombre de chambres	27 chambres
Style de chambre	Style ancien avec une décoration unique pour chaque chambre.
Style général de l'hôtel	Style chic et ancien
Ce qui est mis en avant	L'écologie, le bien être, l'authenticité, le cadre, les chambres, le parc, le spa et le restaurant.

Indre et Loire

Château d'Artigny



Source : <https://www.chateauartigny.com/>

Site internet	https://www.chateauartigny.com/
Ouverture de l'hôtel	1961
Localisation	37250 Montbazon
Etoiles	5 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	XXe siècle
Les services	Spa, piscine extérieur, 3 terrains de paddle.
Le restaurant	Restaurant « l'Origan »
Le parc	Parc de 25 ha
Nombre de chambres	56 chambres
Style de chambre	Style ancien
Style général de l'hôtel	Style chic et ancien
Ce qui est mis en avant	Les étoiles, le parc de 25 hectares, le cadre, la décoration, les chambres, le restaurant, le spa, l'authenticité du lieu.

Château de Beaulieu



Source : TripAdvisor

Site internet	https://www.chateaudebeaulieu37.com/fr/
Ouverture de l'hôtel	1976
Localisation	37300 Joué-lès-Tours
Etoiles	3 étoiles
Classement MH	Inscription au Titre des Monuments Historiques depuis 1946
Label	The Originals Relais
Date de construction	XVIIIe siècle
Les services	Espace spa et bien être
Le restaurant	Restaurant Gastronomique
Le parc	Parc de 3ha avec jardins à la française
Nombre de chambres	16 chambres
Style de chambre	Style ancien (meubler ancien, tissus, éléments décoratifs anciens) et équipement modernes (mini bar, télévision, wifi, climatisation etc). Chaque chambre à un style différent.
Style général de l'hôtel	Mélange entre style ancien et moderne
Ce qui est mis en avant	Le territoire, le parc de 3ha avec les jardins à la française, l'ambiance familiale.

Château de Noizay



Source : <https://chateaudenoizay.com/>

Site internet	https://chateaudenoizay.com/
Ouverture de l'hôtel	1989
Localisation	37210 Noizay
Etoiles	5 étoiles
Classement MH	Inscrit au Titre des Monuments Historiques depuis 1974
Label	Indépendant
Date de construction	XVIIe siècle avec des modifications au XIXe siècle
Les services	Un espace bien-être, une piscine.
Le restaurant	Restaurant
Le parc	Domaine de 24 ha
Nombre de chambres	21
Style de chambre	Style ancien (mobiliers et rideaux anciens). Décoration différente dans chaque chambre.
Style général de l'hôtel	Style chic et ancien
Ce qui est mis en avant	L'histoire du château , la personnalisation du service, les services proposés, les étoiles.

Château de Rochecotte



Source : wikipedia

Site internet	https://www.chateau-de-rohecotte.com/
Ouverture de l'hôtel	1986
Localisation	37130 Coteaux sur Loire
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Le château n'est pas classé, mais les communs sont inscrits au Titre des Monuments Historiques.
Label	Indépendant
Date de construction	XVIIIe siècle avec des modifications au XIXe siècle
Les services	Espace bien-être et piscine.
Le restaurant	Restaurant Gastronomique « le Dino » (cuisine gastronomique française) et restaurant gastronomique « la Verrière » (repas gastronomique avec des produits locaux et de saison)
Le parc	Parc de 25ha, jardins à la française
Nombre de chambres	37 chambres
Style de chambre	Style baroque et classique avec des petites touches de modernité (couleur claire, décors pas trop chargé)
Style général de l'hôtel	Style ancien et moderne en fonction des espaces
Ce qui est mis en avant	L'emplacement, le nombre d'étoiles, le service personnalisé, les restaurants gastronomique, l'espace bien être, la piscine, l'histoire du château.

Domaine de la Tortinière



Source : Booking

Site internet	https://www.tortiniere.fr/fr/
Ouverture de l'hôtel	1989
Localisation	37250 Veigné
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucune information concernant le classement
Label	Indépendant
Date de construction	XIXe siècle
Les services	Espace bien-être, piscine, courts de tennis, salle de billard, table de tennis de table.
Le restaurant	Restaurant gastronomique « Aurore », cuisine avec des produits locaux.
Le parc	15 ha
Nombre de chambres	32
Style de chambre	Chaque chambre est différente avec un style moderne et quelques éléments plus classiques dans l'ameublement et le choix des tissus.
Style général de l'hôtel	Style plutôt contemporain
Ce qui est mis en avant	La localisation, les étoiles, le parc centenaire, les chambres, le restaurant gastronomique, l'espace bien être.

Château de Laroche-Ploquin



Source : Booking

Site internet	https://www.chateaularocheploquin.com/
Ouverture de l'hôtel	2017
Localisation	37800 Sepmes
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Pas classé ou inscrit MH
Label	Indépendant
Date de construction	Château du XVe avec des modifications au XIXe siècle et au XIXe.
Les services	Piscine, sauna et salle de fitness.
Le restaurant	Restaurant gastronomique
Le parc	7 ha
Nombre de chambres	20
Style de chambre	Décoration unique dans chaque chambre avec du mobilier esprit Louis XV et Louis XVI. Confort moderne dans les chambres : (télé, coffre fort, wifi, minibar...)
Style général de l'hôtel	Style plutôt ancien
Ce qui est mis en avant	Le parc de 7ha, la situation géographique, l'immersion dans la vie de châtelain, Le classement UNESCO de la région, les chambres.

Château de la Bourdaisière



Source : Booking

Site internet	https://www.labourdaisiere.com/
Ouverture de l'hôtel	1992
Localisation	37270 Montlouis-sur-Loire
Etoiles	3 étoiles
Classement MH	Inscrit au Titre des Monuments Historiques.
Label	Indépendant
Date de construction	Chateau du 14 et 16e siècle et reconstruit au 19e.
Les services	Piscine, terrain de tennis, service de location de vélos.
Le restaurant	Table d'hôte, bar à tomates (de juin à septembre), salon de thé
Le parc	Parc de 70ha, jardins à l'anglaise datant du XIXe
Nombre de chambres	14 chambres dans le château et 12 dans le pavillon.
Style de chambre	Style de chambre ancien (tissus, papier peint et mobilier ancien) Chaque chambre porte le nom d'un personnage illustre de la Touraine.
Style général de l'hôtel	Style ancien
Ce qui est mis en avant	Le classement MH, la localisation, le propriétaire (Prince Louis Albert de Broglie), les activités, le parc de 70ha, le salon de thé et le bar à tomates.

Château de Beauvois



Source : <https://lamaisonyounan.com/fr/chateau-de-beauvois>

Site internet	https://lamaisonyounan.com/fr/chateau-de-beauvois
Ouverture de l'hôtel	2016
Localisation	37230 Saint-Etienne-de-Chigny
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	La maison de Younan
Date de construction	Construit entre le XVe et le XVIIe siècle
Les services	Piscine, terrain de tennis, basket, location de vélos, espace bien-être.
Le restaurant	Restaurant Bistronomique et Gastronomique « le Louis XIII » car Louis XIII aurait séjourné.
Le parc	Aucune information.
Nombre de chambres	35 chambres
Style de chambre	Style classique (papiers peints, mobiliers et tissus anciens)
Style général de l'hôtel	Style ancien
Ce qui est mis en avant	Les étoiles, l'histoire, la cuisine du restaurant avec des produits locaux et de saison.

Château de Belmont



Source : <https://www.chateaubelmont.com/fr/>

Site internet	https://www.chateaubelmont.com/fr/
Date ouverture hôtel	2008
Localisation	37100 Tours
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	The Crest Collection
Date de construction	XVIIIe siècle
Les services	Espace bien-être, piscine intérieure et salle de fitness
Le restaurant	Restaurant bistrannique « la table du chateau Belmont »
Le parc	Parc de 2.5 ha
Nombre de chambres	21 chambres dans le château et 44 chambres dans un autre bâtiment.
Style de chambre	Style de chambres épuré et contemporain
Style général de l'hôtel	Style moderne et ancien selon les espaces de l'hôtel
Ce qui est mis en avant	Le cadre, la situation géographique, la tranquillité, les étoiles, le parc, le service personnalisé, le restaurant bistrannique, l'espace bien être et l'histoire du château.

Château de Pray



Source : Booking

Site internet	https://www.chateaudepray.fr/
Ouverture de l'hôtel	1950
Localisation	37530 Chargé Amboise
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Teritoria
Date de construction	XVIe siècle
Les services	Piscine, service de location de vélos
Le restaurant	Restaurant gastronomique « l'Orangerie »
Le parc	Parc de 5 ha, jardins à la française.
Nombre de chambres	19 chambres
Style de chambre	Style ancien avec une décoration unique dans toutes les chambres.
Style général de l'hôtel	Style classique
Ce qui est mis en avant	L'histoire et la localisation

Dordogne

Château de la Treyne



Source : Lacorreze.com

Site internet	https://www.chateaudelatreyne.com/fr/hotel-dordogne-luxe
Ouverture de l'hôtel	Année 1980
Localisation	46200 Lacave
Etoiles	5 étoiles
Classement MH	Classement MH depuis 2008
Label	Membre de Relais & Château
Date de construction	Base 14e et château XVIIe
Les services	Piscine, location de canoë, terrain de tennis
Le restaurant	Restaurant gastronomique (étoilé au guide michelin)
Le parc	Parc de 120 ha, jardins à la française
Nombre de chambres	18 chambres
Style de Chambres	Toutes les chambres sont différentes, style ancien avec meubles d'époques et lit à baldaquin allié au confort moderne.
Style général de l'hôtel	Style classique
Ce qui est mis en avant	Le restaurant étoilé, le raffinement des chambres, le personnalisation du service, le parc, l'emplacement, la mise en avant de pièces d'époque (plafond d'époque, tapisserie d'aubusson etc)

Château de Lalande



Source : Booking.com

Site internet	https://www.chateau-lalande-perigord.com/
Ouverture de l'hôtel	2015
Localisation	24430 Annesse-et-Beaulieu
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Membre de Teritoria
Date de construction	Construction 18 et 19e siècle
Les services	Piscine
Le restaurant	Restaurant Gastronomique
Le parc	Parc de 3 ha
Nombre de chambres	17 chambres
Style de Chambres	Chaque chambre est unique avec un style élégant et ancien (tissus muraux, velours...)
Style général de l'hôtel	Style épuré et moderne
Ce qui est mis en avant	L'emplacement, les équipements, le service, le cadre, le restaurant.

Domaine de Monrecour



Source : Booking.com

Site internet	https://www.monrecour.com/
Ouverture de l'hôtel	La date n'est pas mentionnée.
Localisation	24200 Saint-Vincent-de-Cosse
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	XVIème siècle
Les services	Location de vélo, terrain de golf, piscine, espace bien être,
Le restaurant	Formule gastronomique et bistrannique
Le parc	Parc de 12 ha
Nombre de chambres	40 chambres dans le château et dans les dépendances.
Style de Chambres	Chambres avec du mobilier ancien, disposition assez similaire mais des différences au niveau des couleurs et du mobilier
Style général de l'hôtel	Style moderne
Ce qui est mis en avant	L'emplacement, le restaurant, les étoiles.

Château Les Merles



Source : Pays de Bergerac Tourisme

Site internet	https://www.lesmerles.com/
Ouverture de l'hôtel	1996
Localisation	24520 Mouleydier
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Pas dans un réseau
Date de construction	Construit au XVIIe siècle
Les services	Parcours de golf, piscine.
Le restaurant	Restaurant gastronomique
Le parc	20 hectares
Nombre de chambres	15 chambres
Style de Chambres	Chambre de style moderne avec quelques touches anciennes (meubles anciens)
Style général de l'hôtel	Style moderne
Ce qui est mis en avant	L'histoire du lieu, l'emplacement, le nombre d'étoiles, le restaurant gastronomique, la personnalisation du service

Château de Maraval



Source : Tripadvisor

Site internet	https://chateaudemaraval.com/
Ouverture de l'hôtel	2020
Localisation	24250 Cénac-et-Saint-Julien
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Pas dans un réseau
Date de construction	XVIème siècle
Les services	Spa, piscine
Le restaurant	Pas mentionné
Le parc	Pas mentionné
Nombre de chambres	7 chambres
Style de Chambres	Style moderne, chacune avec un style différent.
Style général de l'hôtel	Style moderne
Ce qui est mis en avant	L'emplacement, l'histoire du lieu, l'élégance et l'authenticité du lieu.

Château de Reynat



Source : Dordogne Périgord Tourisme

Site internet	https://www.chateau-hotel-perigord.com/fr/
Ouverture de l'hôtel	Dans les années 2000
Localisation	24650 Chancelade
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	XIXème siècle
Les services	Piscine, terrain de tennis et de pétanque, spa, salle de fitness.
Le restaurant	Restaurant ni gastronomique et ni bistrannique (local et saison)
Le parc	Parc de 2 ha
Nombre de chambres	13 chambres dans le château et 37 chambres dans l'orangerie.
Style de Chambres	Décoration différente dans les chambres, des chambres avec un style plus authentique et d'autres plus modernes.
Style général de l'hôtel	Style classique et moderne
Ce qui est mis en avant	La situation géographique dans le Périgueux, le parc, ainsi que les différents services

Château de la Côte



Source : Guide du Périgord

Site internet	https://www.chateau-hotel-dordogne.fr/64-c-hateau.html
Ouverture de l'hôtel	Dans les années 1990
Localisation	24310 Biras
Etoiles	3 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	Château du XVe siècle
Les services	Piscine, golf
Le restaurant	Restaurant Gastronomique au saveur du Sud Ouest
Le parc	8 hectares
Nombre de chambres	17 chambres
Style de Chambres	Style ancien avec meubles anciens, cheminées d'origine, lits à baldaquin.
Style général de l'hôtel	Style classique, ancien
Ce qui est mis en avant	L'emplacement, le nombre d'étoiles, les origines et l'histoire du lieu, le parc, le style des chambres et le restaurant gastronomique.

Château de la Fleunie



Source : <https://www.lafleunie.com/>

Site internet	https://www.lafleunie.com/
Ouverture de l'hôtel	1990
Localisation	24570 Condat-sur-Vézère
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Indépendant
Date de construction	Château du 12ème et 15ème siècle
Les services	Piscine, Espace bien être, Salle de sport, Cours de tennis.
Le restaurant	Restaurant gastronomique avec des produits locaux.
Le parc	Parc de 100 ha
Nombre de chambres	33 chambres
Style de Chambres	Décoration différentes dans chaque chambres (meubles anciens, pierres apparentes et bois de charpente en roue au plafond pour certaines des chambres et d'autres plus contemporaine avec baignoire balnéo et climatisation)
Style général de l'hôtel	Style classique, ancien
Ce qui est mis en avant	La situation géographique, les chambres et Ils prônent " l'art de vivre et de recevoir " .

Château de Mas le Montet



Source : Booking.com

Site internet	https://www.lemasdemontet.com/
Ouverture de l'hôtel	2005
Localisation	24600 Petit-Bersac
Etoiles	Pas d'étoiles
Classement MH	Les chambres
Label	Indépendant
Date de construction	Érigé au XVIII, vestige du 15ème et 16ème
Les services	Piscine chauffée
Le restaurant	Pas de restaurant
Le parc	Parc de 60 ha
Nombre de chambres	10 chambres et suites
Style de Chambres	Style Renaissance
Style général de l'hôtel	Style contemporain et ancien
Ce qui est mis en avant	L'histoire du lieu, l'ambiance convivial et relaxante, " le charme alliés au confort moderne".

Le château des Vigiers



Source : TripAdvisor

Site internet	https://vigiers.com/index.php
Ouverture de l'hôtel	1993
Localisation	24240 Monestier
Etoiles	4 étoiles
Classement MH	Aucun classement ni inscription
Label	Membre de Onyria
Date de construction	XVIe siècle
Les services	Golf, spa, piscine, vélo,
Le restaurant	Le restaurant gastronomique « Les Fresques » et le « Bistrot des Vigiers »
Le parc	Parc de 150 ha
Nombre de chambres	65 chambres
Style de Chambres	Style ancien et moderne
Style général de l'hôtel	Style contemporain
Ce qui est mis en avant	La localisation, le golf, la gastronomie, le cadre et le bien être.

Annexe 4 : Résumé de l'entretien avec le Château de l'Epinay

Cet entretien a été mené le vendredi 7 février à 9h30 au Château de l'Epinay avec la directrice du Château, Madame Dubreuil. En raison des contraintes horaires que nous avons avec l'emploi du temps universitaire, nous avons pu réaliser un entretien d'une durée de 1h et quelques , suivi d'une visite du château et des extérieurs.

L'histoire du château est peu documentée. Un premier édifice fut construit au XIIIe siècle, dont subsiste aujourd'hui une tour. Entre les XVe et XVIIe siècles, un nouveau château ainsi que des communs ont été construits. Une grande partie de ces bâtiments sont détruits lors des guerres de Vendée donc des nouvelles parties sont construites au XIXe siècle.

Le château a été acquis en 2004 par son propriétaire actuel, Monsieur Montuoro. Lors de son achat, le bâtiment était en mauvais état, ce qui a nécessité d'importants travaux de rénovation pour le transformer en hôtel. Les chambres ont été aménagées progressivement : dans un premier temps, le lieu a fonctionné comme des chambres d'hôtes, avant de devenir officiellement un hôtel. Ce statut s'est révélé plus avantageux, permettant de proposer un plus grand nombre de chambres à la location et d'améliorer ainsi le chiffre d'affaires.

Le château n'est pas classé au titre des Monuments historiques, un choix des propriétaires pour certaines contraintes administratives et d'aménagement. Cela ne les empêche pas d'essayer de préserver l'authenticité patrimoniale du lieu dans leurs aménagements. De plus, selon Madame Dubreuil, le classement Monument historique n'offre que peu d'aides financières pour l'entretien, ce qui limite l'intérêt d'une telle démarche. Les décisions relatives à la rénovation et à l'entretien sont donc prises par Monsieur Montuoro, sans concertation avec les services des Monuments historiques.

Le château fait partie de la chaîne "Hôtels & Préférence", qui regroupe des établissements ne souhaitant pas nécessairement obtenir de classement par étoiles. En effet, répondre aux critères imposés par Atout France (comme la présence de réfrigérateurs, de téléphones dans les chambres, ou d'ascenseurs) peut être contraignant ou inadapté à certains lieux. Cela dit, il est aujourd'hui possible de contourner certaines de ces exigences, ce qui pourrait permettre au château d'obtenir un classement hôtelier dans les années à venir. Cependant, dans les faits, la clientèle se fie de plus en plus aux avis en ligne, notamment sur les plateformes de réservation (OTA), rendant les étoiles moins déterminantes qu'auparavant.

Les propriétaires ont rencontré plusieurs difficultés lors de l'intégration des équipements modernes (L'installation des systèmes d'évacuation, du réseau électrique...). La mise en place des systèmes de sécurité incendie a également soulevé des problématiques techniques. Par exemple, le passage des câbles électriques dans les murs qui sont épais, l'installation des panneaux lumineux signalant les issues de secours qui peuvent porter atteinte à l'esthétique générale des lieux ou Pour l'évacuation des fumées l'installation d'un système de désenfumage. Globalement, respecter les normes de sécurité tout en préservant le caractère patrimonial du château a été compliqué notamment car les organismes de sécurité ne se montrent pas toujours flexibles, bien que certaines dérogations aient pu être obtenues. Par exemple, un escalier de secours extérieur, qui aurait

compromis l'harmonie visuelle du château, n'a pas été installé. De même, les portes coupe-feu ont été remplacées par des portes en bois équipées d'un système de fermeture automatique électrifié, plus discret et mieux intégré à l'architecture. Ces aménagements spécifiques, conçus sur mesure, représentent un coût important. L'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite (PMR) constitue également un défi. Seule une chambre est actuellement accessible, mais les contraintes spatiales (passages trop étroits, gravier dans les allées extérieures, etc.) compliquent le respect des normes d'accessibilité en vigueur.

De manière générale, Patricia Dubreuil a le sentiment de préserver l'authenticité du château à travers les choix d'aménagement. Chaque chambre présente une identité propre, certaines ont un plafond d'origine, les tentures ont été refaites dans un style ancien pour respecter l'esprit du lieu. Le mobilier, quant à lui, est choisi dans des salles de ventes ou chez des antiquaires. Malgré cette volonté de conserver un cadre historique, quelques meubles plus récents, afin de garantir confort et fonctionnalité. Les cheminées sont également préservées afin de maintenir le caractère des pièces. Les fenêtres, quant à elles, sont refaites en bois et équipées de double vitrage, permettant d'allier performance thermique et respect du style architectural d'origine.

Elle souligne la chance que nous avons, en France comme en Italie, de pouvoir compter sur d'excellents fournisseurs et artisans travaillant des matériaux nobles (pierre, beaux tissus...). Elle cite, par exemple, un ferronnier basé à Baugé, spécialisé dans la fabrication de tringles à rideaux « à l'ancienne », parfaitement adaptées aux fenêtres aux formes arrondies ou les tailleurs de pierres pour les restaurations extérieures.

Elle nous expliquait que les clients sont aujourd'hui en quête d'authenticité, mais avec des attentes variées. On distingue généralement deux profils : ceux qui souhaitent un intérieur résolument moderne, même dans un cadre ancien, comme c'est le cas au domaine de Noirieux, et ceux qui préfèrent une décoration de style classique, mais sans tomber dans l'austérité. Donc on va éviter les lits à baldaquins très rouges et on propose plus de couleurs claires.

Le sentiment de Patricia Dubreuil, c'est que beaucoup de clients ont l'impression de vivre une véritable vie de château le temps d'une nuit ou de quelques jours. Elle explique que cette impression d'immersion provient notamment de la liberté laissée aux hôtes dans l'usage des espaces : les salons sont accessibles, comme s'ils étaient chez eux, et ils peuvent même faire du feu dans les cheminées. Lors du petit déjeuner, ils ont également l'occasion de découvrir la cuisine toujours en fonction aujourd'hui. Les visiteurs apprécient également le cadre naturel avec le parc qui abrite des plantes anciennes et rares, comme des crocus ou des lys, aujourd'hui quasiment disparus. La préservation de cette atmosphère peut séduire la clientèle mais peut aussi déplaire. Par exemple, sur le plan thermique, il peut faire froid dans certaines chambres.

Nous avons ensuite abordé la démarche écologique du château. Patricia Dubreuil précise qu'être un établissement écoresponsable ne signifie pas nécessairement que tout est bio, mais plutôt que tout est pensé dans une logique locale et respectueuse de l'environnement. Les propriétaires veillent aussi à limiter l'utilisation de l'eau, à préserver la nature environnante. Cette approche répond à une attente croissante des clients, de plus en plus sensibles aux enjeux environnementaux et à la recherche de séjours responsables.

Enfin, nous avons évoqué la typologie de la clientèle. Une large majorité des visiteurs (environ 80 %) sont français. La clientèle étrangère, quant à elle, est composée principalement d'Américains, de Néerlandais et de Belges. En semaine, l'établissement accueille plutôt une clientèle d'affaires et des séminaires, tandis que les week-ends et les périodes de vacances attirent davantage des couples et des familles. Le château bénéficie également d'une clientèle fidèle, qui revient régulièrement. Ce retour s'explique en partie par la diversité des ambiances selon les saisons : en hiver, les hôtes apprécient les feux de cheminée et l'atmosphère chaleureuse des salons, tandis qu'en été, ils profitent pleinement du parc et de la roseraie, qui abrite d'anciennes variétés de roses.

Les habitants locaux ne connaissent pas forcément le château, c'est pourquoi les propriétaires organisent régulièrement des événements pour attirer une clientèle locale, notamment au spa et au restaurant. Ils proposent, par exemple, un marché de Noël ou une chasse aux œufs à Pâques. La communication générale insiste sur le fait que le château est ouvert à tous. Les locaux sont ainsi invités à se promener dans le parc lorsqu'ils viennent au restaurant. De plus, des ouvertures spécifiques sont parfois prévues, notamment à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine (JEP).

Annexe 5 : Retranscription de l'entretien avec le Château de l'Épinay

Avant de débiter la retranscription de l'entretien nous tenons à vous informer que nous avons eu le consentement de Madame Dubreuil concernant l'enregistrement de cet échange ainsi que l'entretien soit retranscrit et qu'elle soit citée.

Patricia Dubreuil : Donc vous êtes dans quelle école ?

Edith Grellety : On est à l'Esthva.

Patricia Dubreuil : Ah oui voilà, c'est ça.

Edith Grellety : Donc à Saint Serge.

Patricia Dubreuil : Oui, voilà, avec tous les mails que je reçois après je sais plus.

Edith Grellety : Oui bien sûr.

Patricia Dubreuil : Voilà, donc ok parfait, je vous écoute, posez-moi vos questions.

Edith Grellety : Donc nous notre mémoire c'est vraiment axé sur la patrimonialisation d'un lieu et l'authenticité donc c'est-à-dire est ce c'est lié à la conservation. Donc est ce que la transformation en hôtel ça permet vraiment de préserver le lieu, est ce qu'il peut y avoir des effets négatifs etc, c'est ça le sujet global de notre mémoire.

Patricia Dubreuil : D'accord, bon bah pas de problème, impeccable.

Edith Grellety : Donc déjà pour commencer, quel est votre poste ?

Patricia Dubreuil : Donc moi je suis la directrice générale de tout l'établissement, je gère aussi bien l'hôtel, le spa et le restaurant.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : J'ai commencé ici au château à la réception il y a quelques années en fait et je connais le lieu depuis le jour où il a été acheté, donc il y a 20 ans. Donc j'ai vu son évolution se faire au fur et à mesure et donc les bâtiments au départ ont été vraiment sur uniquement le château. Le restaurant n'existait pas, le spa, les chambres extérieures, les salles de réception, tout ça n'existait pas, c'était vraiment que des granges en faite. Donc c'est vraiment avec en plus, que le premier étage qui existait et le deuxième étage qui maintenant a des chambres, n'était qu'un simple grenier enfaite.

Edith Grellety : D'accord.

Patricia Dubreuil : Donc on a vraiment vu l'évolution se faire en vingt ans aussi bien sur les extérieurs puisque là il n'y avait aucun jardin devant, derrière, il y avait une piscine à l'emplacement où est la piscine mais qui était plus une mare à crapaud qu'autre chose en faite, au moment de l'achat en avril 2004. Ouais on va arriver sur 21 ans maintenant.

Edith Grellety : D'accord, ok

Patricia Dubreuil : Donc voilà

Edith Grellety : Donc il y a vraiment eu une transformation du lieu pour l'hôtellerie ?

Patricia Dubreuil : Exactement

Edith Grellety : Ok

Patricia Dubreuil : Elle a vraiment commencé cette transformation dans l'optique d'arriver à un hôtel mais elle a commencé cette transformation en chambre d'hôte par la famille Montuoro qui a racheté le château en avril 2004. Ils ont commencé avec deux chambres en chambre d'hôte et puis au fur et à mesure ils ont commencé à faire donc des chambres dans le premier étage et au bout d'un moment, au bout de deux ans ils sont arrivés à six chambres et à partir du moment où on passe à 8 chambres enfaite c'est là qu'on commence à basculer en hôtel.

Edith Grellety : Ok

Patricia Dubreuil : Donc il y a un nombre limité en chambre d'hôte et après on doit passer en formule hôtel. On est pas obligé de passer en classement d'hôtel avec un nombre d'étoiles, on peut passer soit en formule relais et château, soit nous la formule que l'on a prise c'est hôtel et préférence. Hôtel & préférence est un organisme qui référence à l'international tout un tas d'hôtels qui n'ont pas l'envie de passer en classement d'étoile, parce que classement d'étoile signifie de répondre à des règles à chaque niveau dans ces cas là.

Edith Grellety : Donc c'est vraiment avantageux de passer de l'hôtel à la chambre d'hôte ?

Patricia Dubreuil : Oui parce qu'on augmente la capacité et qui dit augmenter la capacité dit augmenter le chiffre d'affaires de toute façon. Il y a des gens qui vont pouvoir peut être acheter des anciens lieux et se dire non je veux travailler juste avec mon mari ma femme ou juste moi et puis une employée ou deux employés parce qu'il en faut un pour le jardin à la rigueur et on reste en chambre d'hôte mais ça va générer un petit chiffre d'affaire qui va peut être permettre juste de payer les deux salariés à la rigueur et puis peut être débloqué quand même un salaire et payer toutes les charges à côté, et pourquoi pas renouveler certaines chambres ou autres, mais c'est pour ça qu'il faut toujours essayé de voir plus grand pour toujours augmenter son chiffre d'affaire et espérer en tirer du bénéfice.

Edith Grellety : Combien de personnes travaillent au château aujourd'hui ?

Patricia Dubreuil : Aujourd'hui il y a trente personnes qui travaillent au château avec aussi bien des gens qui vont être en cdi que des gens qui sont en alternance ou alors des stagiaires.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord

Patricia Dubreuil : Quelque soit les services en fait.

Edith Grellety : Donc l'hôtel est ouvert à l'année ?

Patricia Dubreuil : Il est ouvert à l'année, il est juste fermé du 1er janvier au 15 janvier, pour que toute l'équipe se repose et parce que c'est un mois, janvier, comme on a pu le voir et ça continue encore, c'est un mois très froid et chauffer un château c'est très compliqué.

Flavie Baudoin : Oui.

Patricia Dubreuil : C'est encore la problématique aujourd'hui.

Flavie Baudoin : Et on voulait savoir, quels moyens vous avez utilisé pour patrimonialiser le site tout en préservant l'authenticité enfaite ?

Patricia Dubreuil : Alors on peut faire appel au Bâtiment de France et aux monuments historiques, ce qui permet quelques fois d'avoir des aides comme par exemple Brissac, le château de Brissac, c'est la famille qui habite qui font quand même beaucoup d'évènements, eux ont les aides de l'Etat en tant que Monument Historique qui leur permet quand même de pouvoir remettre des fenêtres, remettre les tuffeaux, les pierres, parce que par ici ça s'abîme énormément.

Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Donc ils permettent d'avoir cet argent mais ils se doivent d'ouvrir au public je ne sais plus combien de jours dans l'année.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord

Patricia Dubreuil : Donc nous, le propriétaire n'a pas fait ce choix là parce que ça signifie aussi des contraintes quelques fois, alors on essaye de rester à l'identique parce qu'un fenêtre il faut la remplacer, se sont des fenêtres en bois mais il faut essayer quand même d'être en double vitrage, donc on garde ce côté patrimoine tout en modernisant dans l'impact qu'est orifique comme j'ai envie de dire pour passer sur du double vitrage, mais en gardant ces fenêtres bois dans ces cas là. On ne peut pas se permettre de mettre des fenêtres pvc et aluminium ou autre, ou alors dans ces cas là on donne tout un effet moderne mais on va détériorer le patrimoine historique du château.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Edith Grellety : Donc du coup il n'y a pas de classement, il n'est pas classé MH ni inscrit ?

Patricia Dubreuil : Pas du tout, non

Flavie Baudoin : Et c'est un choix ?

Patricia Dubreuil : C'est un choix du propriétaire, exactement. A un moment donné on s'est reposé la question, il y a quelques années de se dire est-ce que ça ne vaudrait pas, parce que à tout moment on peut demander de passer en MH et puis bah ils passent et ils disent si c'est oui ou si c'est non.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Mais ça a tellement de contraintes, je n'ai pas toutes les contraintes en tête mais je sais juste que l'ouverture au public ne serait pas un souci puisqu'on ouvre au public de toute façon par des événements, ça ça pourrait se faire. La journée du patrimoine ça nous arrive de pouvoir ouvrir aussi tout au moins pour les jardins et les salons mais on ne veut pas déranger la clientèle qui dort à l'hôtel.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Après je sais qu'il y a des budgets qui sont alloués et qui sont pas si importants, qui diminuent quand même au fur et à mesure malheureusement sur les aides des monuments historiques. Les enveloppes ne sont plus aussi énormes qu'elles ont pu l'être. Donc ça peut dépanner à la rigueur pour changer de temps en temps une fenêtre parce que comme c'est du sûr mesure ça coûte très cher, mais le choix du propriétaire a été de se dire je suis en indépendance totale et comme ça je n'ai de comptes à rendre à personne.

Flavie Baudoin : Et est-ce que vous avez rencontré justement des difficultés concernant le confort, la modernité tout en préservant cette authenticité ?

Patricia Dubreuil : Alors oui dans le sens ou, si on part sur le côté technique, le côté technique signifie si par exemple si on prend le deuxième étages qui n'était qu'un simple grenier, ça signifie de pouvoir installer tout ce qui va être sanitaire, donc ça signifie tout ce qui va être écoulement, l'apport de l'électricité et ça c'est pas un problème mais ça augmente la capacité automatiquement de la charge électrique. Donc au départ on était sur des simples petits conteurs de moins de trente cinq kilowatt, et on s'est aperçu que quand l'hôtel était plein, même avec 15 chambres, si tout le monde prend son sèche cheveux au même moment en ayant branché des appareils électriques, ça faisait sauter les plombs. Donc c'était une contrainte et une problématique. Donc ça va c'est en extérieur, mais on a fait installer un gros compteur supérieur à trente cinq kilowatt donc ça ça n'a pas été trop gênant.

Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Mais si on part sur le système de sécurité incendie, là c'est une grosse problématique actuellement parce qu'il faut passer tout un tas de câbles électrique dans le château et les murs sont quand même très épais, donc c'est une contrainte dans le matériel

technique qu'il faut utiliser, c'est à dire des grandes mèches qu'il ne chauffe pas non plus et qui ne vont pas faire sauter la pierre de tuffeaux et il ne faut pas qu'il y ai de câbles électriques qui passent de partout parce que sinon ça va être une horreur. Donc on a trouvé la solution de petites goulottes qui permettent de cacher à peu près, nous on le sait donc on trouve sa laid, mais je pense que les clients ne le voit pas mais ça détériore quand même un peu physiquement

Edith Grellety : Oui, D'accord.

Patricia Dubreuil : Et là on a d'autres travaux en SSI qu'on nous demande et qu'on nous impose parce qu'on est ouvert au public, mais dans tout ce qui est ouverture au public pour toute sécurité incendie, se sont les petits panneaux lumineux qui indique les endroits de sorties et il faut pratiquement en mettre trente dans le château. Mais trente ça signifie qu'on va les voir de partout donc c'est comme si on arrivait dans un bâtiment moderne ou à la limite c'est pas trop gênant mais là ça ne se marie pas avec les poutres ou autres. Toujours au niveau de la sécurité incendie, on nous demande des systèmes d'évacuations de fumées mais on a un escalier en pierre et ça c'est contraignant, c'est à dire qu'on va faire un fonctionnement de fenêtres à ouverture pour laisser échapper la fumée mais ça va être un système électrique qui va être très compliqué donc on va faire passer par l'extérieur pour ne pas détériorer au niveau de l'escalier intérieur qui est un très bel escalier intérieur qui a vieilli avec le temps, qui est patiné ou autre parce qu'on pense que dans le temps et c'est ce qui se faisait dans les châteaux, les chevaux étaient capable de monter par ces escaliers de pierres.

Edith Grellety : Oui, D'accord.

Patricia Dubreuil : Donc ce n'est pas toujours facile au niveau des exigences de sécurité, d'essayer de faire attention, de ne pas gâcher ce patrimoine. Ce qui n'est pas toujours entendu de la part de tous ces organismes de sécurité qui disent " c'est la loi c'est comme ça " sauf qu'il ne faut pas nous demander de garder et de préserver du patrimoine si c'est pour pouvoir le détérioré visuellement dans ces cas là. Bien sûr la sécurité des gens passe avant tout mais il faut trouver un juste milieu. Il y a certaines choses ou ils ont accepté de dire "ok c'est pas grave", parce que normalement il faudrait installer deux escaliers extérieurs en métal, mais là ça gâcherait complètement les façades du château. Ils nous ont aussi demandé des portes coupe feu mais on ne va pas mettre des portes coupe feu comme on peut voir dans les hôpitaux ou autres car ça retire le cachet dans ce cas là. Donc ils ont accepté qu'on puisse garder les portes en bois mais avec un système quand même électrifié justement pour que ces portes coupe feu puissent se fermer en cas de problème.

Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Après dans tout ce qui a été agrandissement ou autres, l'avantage c'est que les murs, on garde toutes ces façades donc ça ce n'est pas trop gênant. Les toitures ont demandé à être refaite bien sûr car quand c'est une grange c'est différent de quand ça va être une habitation. C'est plus des contraintes de mettre à la mesure, ça va être du sur-mesure et qui dit sur-mesure dit un coût automatiquement.

Flavie Baudoin : D'accord, donc aujourd'hui vous avez le sentiment de suffisamment préserver l'authenticité du lieu justement en faisant ces choix-là ?

Patricia Dubreuil : Oui franchement ça permet et c'est souvent ce qu'on nous dit, c'est-à-dire que chaque chambre est complètement différente et on essaye de garder le côté moderne et le côté ancien. C'est à dire que par exemple si on prend cette pièce là (le salon d'accueil), on a gardé le côté ancien au niveau des plafonds par exemple, les tentures ont été refaites mais à l'ancienne pour garder bien toutes parois en bois, le parquet. Mais on essaye de donner cette touche moderne de part le mobilier par exemple. Les chambres ça va être la même chose, il peut y avoir des peintures stucs, c'est une façon de patiner à l'italienne en utilisant une poudre de marbre qui donne un aspect luxueux mais sans avoir automatiquement besoin de mettre du marbre partout. On utilise dans les salles de bain, car il y a certaines salle de bain qui sont en marbre, d'autres salle de bain qui vont être en pierre un peu du sud avec une pierre un peu comme la pierre de Bourgogne, qui va être un peu comme la pierre de Tuffeau. On essaye de garder les tomettes quand on peut les garder mais après au niveau douche, là maintenant c'est plus des douches à l'italienne que des douches à l'ancienne. Donc on arrive à combiner le côté moderne de la douche italienne tout en restant dans les matériaux qui vont faire plus châteaux.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Edith Grellety : Parce que du coup quand les propriétaires sont arrivés, quand ils l'ont acheté, le château était vide ?

Patricia Dubreuil : Non il y avait les deux salons ici qui existaient, ces salons ont juste été refaits d'un point de vue tapisserie et il y avait donc une chambre qui était plus comme un bureau/ range tout et une chambre. Et puis la cuisine et la salle à manger. Donc tout le bas était habité par les anciens propriétaires et deux chambres là haut, c'est vraiment tout ce qu'il y avait.

Edith Grellety : Donc il y avait du mobilier ancien ou pas du tout ancien ?

Patricia Dubreuil : Non le mobilier, il n'y avait plus rien du tout puisque pour le mobilier la famille a été voir pour tout ce qui était mobilier ancien a été voir différents brocanteurs, différents antiquaires du coin et on acheté au fur et à mesure pour habiller le château. Tout ce qui va être plus moderne c'est après sur des sites vendeurs qui vont donner un peu plus l'aspect château mais en étant un peu plus moderne, donc ils ont chiné pendant deux trois ans pour ramener. Il y avait juste quelques lustres et une ou deux armoires qui ont dû être rachetées à l'ancien propriétaire. Sinon il n'y avait vraiment rien d'autre.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Chaque fois qu'il y a une nouvelle chambre qui est faite, parce que là on a encore agrandi l'année dernière on a fait deux nouvelles chambres dans l'espace qui restait dans le château, mais on rachète automatiquement du mobilier et tout est fait en essayant de garder, donc là il y avait tout un mur avec de la pierre de tuffeau comme une ancienne cheminée. Donc ça c'est préservé et puis après on re plaque du placo, isolation également

et on utilise des tentures un peu pour donner l'aspect château et que ce ne soit pas toit moderne.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Mais voilà, c'est de jongler dans le côté matériaux nouveaux et de garder un aspect ancien. Il y a quand même beaucoup de chances en France, ou même en Italie ou autres de trouver des fournisseurs qui savent que les beaux matériaux comme des tapisseries, comme des tissus ou même l'autre jour j'ai rencontré quand on a fait notre marché de Noël, j'ai rencontré un ferronnier qui est du côté de Baugé et qui refait les vieilles tringles à l'ancienne pour les châteaux. Parce que par exemple si on regarde la vieille fenêtre qui est derrière vous, donc là on a mis une tringle moderne il n'y a pas de problème, mais il y a certaines chambres où l'entrée de la fenêtre fait un rond et soit on occulte complètement en mettant une barre droite, mais il existe donc des barres un peu arrondies et donc ce ferronnier reprend des choses à l'ancienne des châteaux et permet de pouvoir ces rideaux et garder le côté ancien.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Donc c'est vrai que je pense qu'au vu du fait qu'il y a de plus en plus de gens qui rachètent des châteaux et qui les refont pour préserver ce patrimoine, il y a également des corps de métiers d'artisanat qui se remettent en place et qui re fabriquent à l'ancienne, qui reprennent les vieilles techniques pour pouvoir refaire les châteaux, ne serait-ce que même dans les tailleurs de pierre, on a quelquefois des goulottes ou des gargouilles par exemple. Il y a des tailleurs de pierre qui refont tout ça aussi, qui ont retravaillé ce côté méthode ancienne et ça permet de garder quand même aussi le côté ancien.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Donc je pense qu'il faut vraiment cette combinaison entre les deux pour garder l'aspect du patrimoine à l'identique de ce qu'il pouvait être.

Edith Grellety : Parce que du coup ici est ce qu'on a une idée de à quoi ressemblait le château dans le sens où à l'époque il a été habité ? C'est quoi son histoire ?

Patricia Dubreuil : Alors en fait ce château il date, dans les vestiges qu'il reste, c'est la tour ancienne, elle date plus du treizième siècle. C'est vraiment la tour du château qui elle avait un souterrain parce qu'il n'existe plus mais nous on l'a comblé de toute façon, qui partait d'ici jusqu'à l'église de Saint Georges sur Loire et de Saint Georges sur Loire au château de Serrant il y avait un autre tunnel qui arrivait au château de Serrant. Donc c'est pour ça qu'on sait que le château, cette vieille tour, c'est la dernière chose qui existe. Ensuite il y a des bâtiments qui datent plus du quinzième / seizième. En fait on voit dans l'architecture que ce n'est pas de la pierre de tuffeau, c'est une pierre plus ardoise qui est à l'identique justement de la maison d'hôte qui est juste à côté, qui avait la Chapelle et on pense le presbytère et tout. Donc tout ça c'était vraiment tout un ensemble dans le temps, qui a été divisé dans les rachats bien sûr, et puis toute cette partie où on est qui est en tuffeau comme la façade, toute cette partie qui date plus du dix neuvième siècle.

Edith Grellety : Oui donc c'est beaucoup plus récent cette partie là ?

Patricia Dubreuil : C'est ça exactement, et cette partie ici qui était principalement habitée parce que tout le reste c'était vraiment des granges, dans tout ce qui était avant quinzisième, cette partie ici a appartenue pendant très longtemps à un ancien maire de Saint Georges sur Loire qui apparemment avait de part des personnes âgées qui viennent maintenant redécouvrir le château qui disaient que c'était des choses très grande, festifs, des grandes soirées mais uniquement sur ce premier étage, fin ce rez de chaussé et puis ces deux chambres en faite.

Édith Grellety : Ok d'accord.

Patricia Dubreuil : Après il y a eu un autre propriétaire donc à qui Monsieur Montereau a acheté qui a dû rester lui pendant je crois dix, quinze ans quelque chose comme ça, mais qui lui n'a vraiment rien fait. Et on a pas trop l'histoire de toutes les familles qui seraient passées et qui auraient, justement, reconstruit vraiment le château. On sait juste que Ronsard est venu ici et aurait souhaité acheter ce château. Je vous parle de ça il y a très très longtemps en faite, mais qui n'avait pas réussi à l'obtenir, mais c'était ce qu'on appelait, alors comment on les appelait, c'était pas des seigneurs à l'époque parce que c'était pas considéré je pense comme des grands châteaux en faite, je n'ai plus le titre qu'on donnait mais ça je pourrais vous l'avoir si vous voulez parce que je sais que c'est ma commerciale qui a toute une partie de cet historique car je n'ai plus le terme qui était utilisé dans ces cas là. Mais on a pas retrouvé non plus véritablement de photos de l'ancien temps comme j'ai envie de dire, même du quinzisième siècle, on a pas retrouvé de photos comme ça donc on ne sait pas à quoi ça ressemblait exactement.

Édith Grellety et Flavie Baudoin : Ok, d'accord.

Patricia Dubreuil : Mais les guerres de Vendée ont quand même été très proche d'ici parce que les guerres de Vendée elles étaient à Saint Florent le Vieil donc à vingt kilomètres d'ici en faite donc on pense que quand même au moment des guerres de Vendée il y a eu quand même et ce qui expliquerait la reconstruction vers la fin du dix neuvième siècle de la façade, qui je pense a dû avoir un impact sur ce château, mais on ne sait pas trop on a pas trop de données à ce niveau là, mais qui expliquerait pourquoi toute la partie quinzisième il y aurait une partie qui existerait et une autre partie qui n'existe plus.

Edith Grellety : Donc on ne sait pas trop, on ne connaît pas trop l'histoire de ce château, c'est un peu flou ?

Patricia Dubreuil : Non exactement, donc on peut remonter à la limite cinquante ans à la rigueur mais autrement c'est un peu compliqué. On sait juste que ce château d'un point de vue énergétique, comme d'autres bâtiments un peu plus loin, sont placés sur ce qu'on appelle un vortex. Un vortex c'est une pierre qui donne de l'énergie et qui capte l'énergie et qui l'a redonne en faite. C'est- à-dire que s' il y avait un tremblement de terre étant donné qu'il est construit sur de la pierre, normalement il garde ce côté solide ce château. Donc si il a été détruit dans le temps c'est plus justement par des feux ou des guerres des choses comme ça que par l'usure.

Edith Grellety : D'accord. Donc du coup il y a aussi le questionnement par rapport à la clientèle, est-ce que vous avez ressenti qu'il y avait une augmentation des personnes qui étaient plus intéressées par ce genre d'offres par rapport aux offres classiques, est-ce que les gens sont en recherche d'authenticité ?

Patricia Dubreuil : Oui les gens sont quand même en recherche d'authenticité dans le sens ou alors il y a deux catégories de clientèles comme j'ai envie de dire. Le château de noirieux par exemple a été entièrement refait il y a un an et demi maintenant et toutes les chambres sont toute blanche, très moderne, il y a que les salles de bains qui gardent un peu le côté vieilli, mais ils ont vraiment tout modernisé et donc la literie est voilà comme j'ai envie de dire, il n'y a pas d'effet de tentures ou de choses comme ça. Donc il y a une population qui va se dire chouette on dort dans un château, l'aspect extérieur est château mais l'intérieur est beaucoup plus moderne. Et puis nous ici, c'est vrai que les clients aiment beaucoup parce que ça reste le château, ça reste un intérieur de château dans sa décoration mais sans que se soit austère parce qu'il ya certains château ou c'est très austère et même les chambres sont toutes de couleurs rouges avec les anciens lit à baldaquins dans lequel pouvait dormir Louis XIV par exemple. Je prends des exemples mais c'est très très austère et ça c'est c'est un petit peu dur, alors que là il y a des couleurs un peu plus claires quand même que l'on va pouvoir utiliser dans les chambres ou tout au moins des couleurs avec par exemple une chambre qui a la particularité elle est plus dans les tons violets puisqu'elle a une histoire, comme un refuge d'aphrodite et aphrodite aimait la couleur violette. Après on va être plus dans les tons pastels ou dans le bleu ciel, le bleu un peu royal avec le lys, il y a des couleurs dans les tons vert clair également. Donc voilà ça garde cette authenticité et ce qui est marquant c'est que les américains raffolent des châteaux, d'ailleurs le château du Prieuré à Chênehutte a été racheté par un américain qui a racheté également le château du golf d'Avrillé et un autre en Touraine et alors eux les américains ils adorent tout ce qui va être dorure et tout pour les salles de bains donc c'est ce qui a été fait à Chênehutte justement donc voilà, mais on a un mariage qui se passe cette année et les américains, alors c'était la fiancée qui avait trouvé avec la wedding planner ici le Château de l'Epinay et qui a fait la surprise à son petit ami et quand il est arrivé il était là " woaw " en pleurant, fin c'était vraiment une démonstration émotionnelle intense qui nous a même marqué en plus et qui disait " mais c'était un rêve de pouvoir dormir dans un château, de vivre dans un château l'espace de trois nuits " parce qu'ils sont restés trois nuits eux. Et c'est souvent cet effet là ou même un effet d'enfants. Je me souviens d'ailleurs d'une petite fille, d'ailleurs les gens reviennent tous les ans au moment des vacances de la toussaint, et les parents avaient dit à la petite filles qui allaient dormir dans un château et je me souviens du regard de la petite fille quand ils sont arrivés en voiture juste devant le château, la petite fille avait les yeux grand ouverts et elle a déambuler pendant son séjour de cinq jours, tout le temps dans le château en se prenant pour une princesse. Donc oui il y a cet effet ou les gens sont vraiment content de pouvoir venir dans un château, de dormir, et on a encore des commentaires ou par exemple pour le nouvel an il y a une dame qui disait « j'ai eu l'impression en l'espace de vingt quatre heures d'être vraiment une reine ». Parce qu'on laisse tout à disposition des clients, s'ils veulent venir se poser dans le salon avec les geu ils peuvent venir se poser, c'est comme s'ils étaient chez eux. Je vais vous montrer la cuisine du petit déjeuner, c'est la cuisine ancienne du château et dans laquelle on met le buffet du petit déjeuner le matin et dès qu'ils arrivent dans cette cuisine ils émettent le souhait de vouloir une cuisine comme celle-ci mais que ce n'est pas possible mais que là c'est génial

puisqu'ils ont l'impression d'être comme chez eux et puis ils se servent eux même. Donc il n'y a pas non plus le côté trop non plus marquant de dire " attention cet espace vous n'y avez pas accès", non ils peuvent profiter pleinement.

Flavie Baudoin : Oui, profiter pleinement de cette immersion ?

Patricia Dubreuil : Exactement tout à fait. Et ça je pense que ça contribue également à la sensation que le client peut avoir. Alors après avec des désagréments de clients qui vont dire " ah bah là on a eu froid ", mais oui parce que c'est un château et quand il fait très froid dehors ce n'est pas toujours facile et on a pas de piscine intérieure comme certains clients voudraient, mais c'est une belle piscine naturelle qu'on a en extérieur, mais ça a cette contrainte là contrairement à des hôtels plus moderne qui vont pouvoir faire une piscine intérieure. On a d'autres clients qui vont dire « il n'y a pas de mini frigo dans les chambres », donc non parce que si on met un mini frigo ça va gâcher l'aspect de la chambre parce qu'on garde le mobilier ancien. Nous sommes allés chez Emmaüs il n'y a pas longtemps pour trouver des vieux bureaux anciens style Louis XV ou des choses comme ça, ou dans ces cas là on aurait pu faire le choix de mettre un bureau moderne, mais non ça ne vas pas aller dans le cadre complètement.

Flavie Baudoin : Donc vous continuez régulièrement de renouveler avec du mobilier ancien ?

Patricia Dubreuil : Oui exactement, et quelques fois il y a des lustres ou le côté électrique peine un petit peu et là c'est pareil il y a des ampoules qui ont sauté et au bout de quelques fois on a beau changé les ampoules et on constate que ça saute toujours et on sait qu'il y a un problème électrique, donc là on se dit qu'il faut revoir et c'est là d'où les artisans qui travaillent encore à l'ancienne ou on peut encore en trouver, ou chez Emmaüs ou chez des Antiquaires, on essaye de trouver des choses qui vont être jeté et qu'on essaye de ré utiliser.

Edith Grellety : Donc parfois le confort peut être altéré sur certains points et est ce que c'est quelque chose qui pose problème généralement au niveau des clients ?

Patricia Dubreuil : Non, comme j'ai envie de dire il y a toujours des râleurs de toute façon et dans 95% des cas les clients sont ravis. Après c'est vrai que tout ce qui va être accès PMR, c'est un peu plus compliqué, on a juste véritablement 1 chambre en accès PMR parce que automatiquement, bah il y a des marches ou les espaces sont trop petit et on ne peut pas faire passer un fauteuil roulant au niveau des portes, on a des gravillons dehors on ne va pas tout mettre en bitume, vous voyez c'est ces petites contraintes qui quelquefois peuvent faire dire aux clients que ce n'est pas moderne donc que ce n'est pas pratique et que ça ne répond pas à leurs exigences. Dans ces cas-là je dis parfois aux clients qu'on préserve l'authenticité donc c'est un choix de notre part et que s'ils ne l'apprécient pas c'est leur jugement. Bien souvent, dans 95% des cas les clients aiment ce côté revenir au côté nature également, parce qu'on a la chance d'avoir un énorme parc, d'avoir les chevaux et les gens aiment déambuler. Alors là elle n'est pas là mais on a Marguerite, mais on a une jardinière qui connaît très bien tout ce qui va être herboristerie, toutes les vieilles plantes, et quelque fois elle revient après avoir taillé quelque chose et elle nous dit qu'elle a retrouvé une plante, une fleur qui est à l'ancienne et que c'est génial qu'elle ne savait pas qu'on avait ça

ici. Par exemple le crocus ou il y a même le lys royal à l'ancienne qui est comme une cloche qui redescend et d'autres fleurs qui n'existent pratiquement plus et comme on préserve tout, bah il y a des clients qui adorent justement ce côté aussi de dire « bah là on se retrouve dans la nature et on retrouve des espèces qu'on ne pourrait peut être pas trouver ailleurs. »

Edith Grellety : Donc c'est aussi une préservation de l'atmosphère qui fait que c'est la vie de château ?

Patricia Dubreuil : Exactement, c'est ça.

Edith Grellety : On préserve le parc, le château, vraiment une expérience immersive pour les clients ?

Patricia Dubreuil : Exactement, c'est un peu comme si on imaginait, alors on a pas les grands jardins de Versailles bien sûr, mais c'est à une dimension autre qui fait que les gens peuvent voilà dans leur promenade ou dans leur chambre, parce qu'on a toutes les cheminées qui fonctionnent encore dans les chambres et ils peuvent faire du feu.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : Ah d'accord !

Patricia Dubreuil : On vend des paniers de bois en fait et ils peuvent se faire leur propre feu de cheminée et je vous dis vraiment vivre leur vie de châtelain à la rigueur le temps de une ou deux nuits.

Flavie Baudoin : D'accord, donc c'est une véritable valeur ajoutée ?!

Patricia Dubreuil : C'est ça exactement. Donc c'est vrai que c'est ce qui plait aussi aux clients et on a des clients qui reviennent à différentes saisons parce qu'ils savent que l'été va être complètement différent de l'hiver. Donc l'hiver oui ça va peut être être leur feu de cheminée dans leur chambre, ça va être de mettre les gros pull et d'aller marcher dans la nature ou il y a pratiquement plus rien et puis de venir à la saison de fin de printemps/début d'été où on a toute notre roseraie qui est avec des roses qui datent de siècles et de siècles. Marguerite la jardinière n'a pas réussi à tout déterminer de quelle année elles pouvaient dater, mais qui sont présentes et les gens aiment déambuler ou profiter de l'atmosphère, de la piscine dans un cadre au calme au chant des petits oiseaux. Mais à côté de ça il y a le côté moderne ou quelques fois on doit quand même tondre et c'est vrai qu'il ne faut pas déranger le client non plus mais il faut continuer à entretenir. Un jour il fallait tailler la haie et en général les clients vers 11h du matin partent de leur chambre pour visiter des choses et vont revenir après, et là à 11h30 on a taillé la haie sauf que la cliente était encore dans sa salle de bain donc elle nous a fait tout un pataquès parce qu'on était en train de faire l'entretien, mais à un moment on est obligé parce que sinon ça signifierait de fermer à certains moment l'établissement pour pouvoir faire ces entretiens.

Flavie Baudoin : D'accord, et est-ce que vous avez des projets de nouvelles rénovations ou améliorations ?

Patricia Dubreuil : Donc là maintenant comme je disais, les deux dernières chambres ont vraiment été faites dans le château donc il n'y a vraiment plus d'espaces pour pouvoir faire

quelques chose dans le château, mais donc maintenant ça va être l'utilisation du parc et on a commencé donc l'année dernière dans le parc on a une petite île que l'on a relié par un pont et on a mit un écolodge dessus. Il va être loué en tant que hébergement insolite et donc il est prévu de pouvoir dans le parc faire plusieurs hébergements insolites mais de différentes choses. C'est à dire que là on est parti plus sur une cabane balinaise, là on envisage peut être des bulles en logement insolite. Après pourquoi pas faire également une genre de cabane Canadienne, donc voilà d'essayer et de les louer en tant que privatisation avec sa propre terrasse. Et sur la petite île on envisage de mettre un sauna en forme de tonneau et qui sera vraiment privatif pour ce logement là. Donc voilà, mais tout en étant dans l'atmosphère qui ne va pas dénaturer le château.

Flavie Baudoin : Oui, d'accord.

Patricia Dubreuil : Et on fait des évènements. Bien sûr on a une salle de réception qui peut accueillir jusqu'à 110 personnes, mais l'année dernière on a fait un événement de 400 personnes et c'était dans le terrain juste au pied de l'étang entre le château et l'étang et donc sous une très grande tente mais on ne voulait pas une tente avec des bâches plastiques, on a demandé au prestataire que ce soit une tente toute vitrée et que se soit bien arboré par une décoration pour que ça ne dénature pas non plus l'effet façade du château et même ne serait-ce que pour les clients qui mangeaient tous face à la façade du château donc c'était vraiment génial, mais on avait vraiment essayé de tout cacher, ne serait-ce que les sanitaires. Parce qu'on ne peut pas accueillir 350 personnes dans les châteaux pour les sanitaires donc on avait fait installer des blocs sanitaires, mais on les avait mit dans la végétation pour pas que ça se voit non plus.

Flavie Baudoin : Et l'installation de ces écolodges, du coup c'est en rapport avec le fait que l'hôtel soit hôtel écologique, c'est dans cette démarche là ?

Patricia Dubreuil : C'est toujours dans cette démarche là, d'essayer de rester en éco responsable de toute façon. Comme je vous dis il y a une différence qu'on essaye d'expliquer aux clients aussi, éco responsable ne veut pas dire que automatiquement tout soit en bio. Parce que c'est vrai qu'ils peuvent dire « ah mais dans le petit déjeuner tout n'est pas bio. » Donc non tout est écoresponsable donc tout est en local, mais tout le monde ne fait pas que du bio donc c'est ça qu'on essaye de leur expliquer. Par exemple pour le pain, à un moment on avait un boulanger qui travaillait que le bio avec les farines bio etc, mais on nous disait que le pain était dur ou qu'il y avait trop de mies ou des choses comme ça. Donc oui éco responsable on va essayé mais dans le but justement de ne pas dénaturer la nature. Et dans l'esprit, côté vendeur et commercial, c'est à dire qu'aujourd'hui de plus en plus on demande à d'hôtels de devenir "green", pour valoir des labels et d'utiliser le moins d'eau possible, donc ça signifie des toilettes un peu plus chimique j'ai envie de dire, même si non le terme n'est pas bon. La par exemple les toilettes qu'on a mit dans l'écolodge c'est un système de chauffage qui vient brûler en cendre les déjections. Donc il y a un effet plus électromagnétique j'ai envie de dire que chimique. Mais sinon après ce sont des toilettes avec de la sure, ou autres dans ces cas là. Mais on ne peut pas se permettre, déjà parce qu'ici on a pas de fosse toute à l'égout, on est quand même loin de Saint-Georges, donc l'objectif c'est de ne pas polluer la terre. Donc plus de rester dans le respect de la nature et dans la recherche actuellement des clients d'un point de vue commercial.

Flavie Baudoin : Et qui prend les décisions de rénovations et d'aménagements ?

Patricia Dubreuil : Donc c'est le propriétaire, c'est Monsieur Montuoro. En fait, il est marchand de biens dans le sud de la France et donc c'est lui qui prend ces décisions. Alors lui dans son objectif c'est bien sûr d'augmenter toujours le chiffre d'affaires et d'essayer d'en tirer des bénéfices. Donc c'est plus dans ce sens là, d'utiliser les moindre mètre carré qui peuvent rester. Donc il établit bien souvent les plans, on a la chance d'avoir un directeur technique qui connaît maintenant les contraintes quelques fois du lieu et qui dit si c'est possible ou non.

Edith Grellety : D'accord donc il y a des constations, avec un expert pour les contraintes, mais est-ce qu'il y a des discussions avec des historiens ce genre de choses ?

Patricia Dubreuil : Non. Après on est obligé de faire des demandes auprès de la préfecture et de la mairie pour les autorisations de travaux bien sûr, mais c'est tout. Comme on est pas tributaire des monuments historiques, on ne dépend pas et comme le château n'étant pas classé ça l'avantage aussi qu'on ne dépende pas des bâtiments de France. Parce que si le château avait été classé, on dépendrait des bâtiments de France et là peut être qu'on ne pourrait pas installer les nouveaux ecolodge. Parce qu'il y a des endroits où vous ne pouvez pas construire, je prends par exemple pour la connaître cette situation, si on prend l'histoire l'église de Marcé est un bâtiment qui est classé donc dans un périmètre à vol d'oiseau je crois de 2 ou 3 kilomètres, il y a des contraintes par les bâtiments de France. C'est à dire que vous ne pouvez pas mettre de volets de telles couleurs, on voit bien dans le Maine et Loire on ne peut pas normalement mettre des peintures de couleurs rose ou verte, on doit être normalement dans les couleurs de la chaux ou tout au moins de la pierre de tuf dans les villages. Donc comme le château n'est pas classé et à côté non plus ce n'est pas classé, on n'a pas cette contrainte et du coup on est pas obligé de faire de demandes au niveau historien ou autres.

Edith Grellety : Je passe à une autre question, est-ce que vous avez d'autres idées au niveau des équipements, parce que là du coup vous avez un restaurant, un spa, une piscine etc, est-ce qu'il y a d'autres équipements qui sont prévus pour le confort etc ou est-ce que... ?

Patricia Dubreuil : Nous toujours, c'est dans le confort ou le fait que l'été il commence à faire de plus en plus chaud dans nos régions maintenant donc c'est de pouvoir installer dans certaines chambres la clim. Donc il y a certaines chambres qui ont la clim , ça yest on a commencé à remettre dans les chambres au bord de la piscine. Mais dans le château, alors les pièces du bas c'est pas grave les murs sont très épais mais sur le deuxième étages c'est vrai qu'il peut faire très chaud l'été et donc là c'est d'envisager de pouvoir mettre les clim dans ces chambres là.

Edith Grellety : Et du coup pour cacher l'équipement extérieur, est-ce que vous avez des contraintes ?

Patricia Dubreuil : Donc voilà c'est toujours l'histoire de cette contrainte, donc du coup on utilise l'arrière du bâtiment, l'arrière du château pour installer tout en essayant de cacher

quand même un peu pour installer ces pompes à chaleur et de faire arriver tout ce qu'il faut pour aussi bien l'évacuation de l'eau, que capter l'air.

Edith Grellety : D'accord. Et aussi on ne vous a pas demandé, combien d'étoiles à le château, est-ce qu'il est étoilé ?

Patricia Dubreuil : Pas du tout, c'est pour ça que c'est ce que je vous disais toute à l'heure, le fait d'être étoilé demande de répondre à certaines exigences. Si par exemple on voulait le mettre en 4 étoiles, ça signifie qu'il faudrait un ascenseur, or on ne peut pas mettre d'ascenseur, ou alors si on va pouvoir mettre un ascenseur mais là on gâche complètement l'effet du château. En fait, il y a plein de petites exigences comme ça, c'était à un moment donné pour les 4 étoiles quand il y a quelques années je m'étais occupée de ça, il fallait qu'il y ait un système de téléphone relié au standard dans toutes les chambres. Et ça signifie de passer des câbles de partout encore et non seulement ça détériore, mais c'est compliqué de par l'épaisseur des murs en faite. Donc c'est pour ça qu'on avait pas choisi cette solution là et qu'on avait le choix entre soit passer en " Relais et Château ", soit hébergement de charme ou alors on avait cette formule " Hôtel et Préférence " qui eux référencent leur établissement.

Edith Grellety : D'accord, donc les étoiles c'est aussi une contrainte pour la préservation de l'authenticité et de la patrimonialisation ?

Patricia Dubreuil : Exactement, parce que je sais qu'ils demandaient les frigos, ils demandaient le téléphone, l'ascenseur, il y avait tout un tas de choses qui faisaient qu'on ne pouvait pas. Pareil, les toilettes pour un 4 étoiles, il faut que les toilettes soient bien à part de la salle de bain par exemple. Alors maintenant les contraintes changent un peu pour le nombre d'étoiles, enfaite on s'aperçoit que de plus en plus d'établissements comme l'hôtel " La Grée des Landes à La Gacilly ", il est placé en 4 étoiles maintenant mais ils ont les toilettes dans les salles de bain mais mit avec un tout petit mur qui essaye de séparer avec la porte quand on ouvre la porte pour la salle de bain, elle ferme les toilettes par exemple. Ça change un peu, on s'aperçoit maintenant, que je pense d'ici quelques temps on ne va plus être obligé de demander aux hôteliers de mettre des mini bars dans les chambres, puisque dans les mini bars maintenant on ne met plus du tout d'alcool, on a plus le droit, on ne met que les bouteilles d'eau. Nous on met des bouteilles d'eau en verre pour respecter toujours le côté pas plastique, et hormis l'été, mais si on a les clim ça va, l'eau elle ne va pas chauffer non plus et donc voilà. Donc tout ça je pense que c'est en train d'évoluer aussi d'un point de vu calorifique, parce que d'avoir des frigos dans chaque chambres c'est un point de vue destruction de la planète. Donc je pense que il y a une machine arrière qui est en train de se faire et qui peut être que dans quelques années on se dira « bah oui c'est bon le château peut passer en 4 étoiles par exemple. »

Edith Grellety : Donc ducoup vous n'êtes pas fermés pour avoir des étoiles ?

Patricia Dubreuil : Non pas du tout, exactement.

Edith Grellety : Ça pourrait amener peut être aussi un aspect positif pour les clients ?

Patricia Dubreuil : Ca peut oui être notifié, parce que quand on voit les sites de réservation, les OTA comme Booking par exemple Expedia et tout, c'est vrai que quelquefois c'est marqué " Hôtel machin 4 étoiles ou 5 étoiles ou autres ". C'est en train de changer ça aussi quand même un peu parce que maintenant avec tous les avis que les clients peuvent donner, c'est plus des notes maintenant et les gens se réfèrent plus à des notes qu'au nombre d'étoiles. Et ces étoiles sont différentes d'un pays à l'autre en plus. Vous pouvez vous dire je prends un 4 étoiles dans un pays africain par exemple, le 4 étoiles ne sera pas les mêmes exigences qu'en France d'un 4 étoiles. A la limite à l'étranger il faut plus viser si on veut garder la catégorie presque d'un 3 étoiles, d'un beau 3 étoiles français, il vaut presque mieux aller sur un 5 étoiles à l'étranger. Donc je pense que ces étoiles au fur à mesure vont également peut être ne plus avoir cet intérêt auprès de la clientèle, et ça sera plus les notes comme on disait des avis clients. Et ça ça compte énormément et ça c'est très compliqué à gérer parce que c'est un radar comme j'ai envie de dire pour nous pour nos améliorations bien sûr, mais ça a également un impact qui quelques fois fait que le client est soit un client qui va être toujours à donner des avis négatifs, parce qu'on les retrouve quelquefois dans d'autres trucs et on voit que c'est toujours un avis négatif et il voit jamais le positif, mais ce n'est pas toujours facile à tourner dans le sens ou de dire « oui on a prit en considération votre remarque, mais il y a des choses auxquelles on ne peut vraiment pas répondre en fait. »

Flavie Baudoin : Et je me permets, je reviens sur le type de clientèles, donc vous avez une clientèle internationale et...

Patricia Dubreuil : Oui, dans 80% des cas on va plus être sur une clientèle française quand même.

Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Après on va avoir beaucoup d'Américains, des Néerlandais, des Belges, des Suisses, un petit peu de chinois, mais je pense que c'est justement par l'université, par l'ESTHUA et tout, qui fait qu'il y en a beaucoup et les parents ou même des sociétés maintenant viennent et comme nous en semaine on fait un forfait, ce qu'on appelle statut commercial et donc on a cette clientèle là qui peut venir. Mais c'est principalement 80% des français quand même qui sont ici.

Édith Grellety et Flavie Baudoin : Ok, d'accord.

Flavie Baudoin : Et concernant les français, donc du coup il y a une clientèle d'affaires, il y a des familles ?

Patricia Dubreuil : C'est ça, il y a de tout. En semaine on va être plus sûr de la clientèle d'affaires, hormis les vacances scolaires bien sûr, mais on va être plus sûr de l'affaire avec également des séminaires puisqu'on a des séminaires et on peut héberger pour les séminaires. Et le week end on va être plus avec des couples, des familles et les vacances, on voit l'été, c'est beaucoup de famille parce que les enfants bien souvent peuvent être dans la nature, hormis je fais toujours attention je dis aux parents de faire attention à l'étang quand même parce qu'il n'est pas complètement fermé, mais oui voilà c'est cette clientèle là, c'est un mixte des deux. Et on s'aperçoit que les clients business de la semaine, j'en ai prit certains à prendre des photos et on se dit on va les récupérer pour un weekend famille ou

un week end couple dans quelques temps parce qu'ils le disent, ils disent « je vais revenir avec ma petite famille », ou « je vais revenir avec ma petite femme je vais lui offrir ça. »

Flavie Baudoin : Donc une clientèle fidèle.

Patricia Dubreuil : C'est ça, exactement tout à fait. Mais après c'est toujours le fait de se faire connaître qui n'est pas toujours facile parce que vous posez la question à des Angevins, ils ne connaissent pas systématiquement le Château de l'Epinay. Ils ne savent pas qu'il y a automatiquement un hôtel, restaurant et spa ouvert à la clientèle même s'ils ne dorment pas, ils peuvent venir manger au restaurant, ils peuvent venir au spa. Donc c'est pour ça qu'on fait des événements au château. Ils plaisent bien, parce que c'est vrai que le public aime toujours venir visiter un château et comme notre marché de Noël par exemple cette année ou on avait tout installé dans tout le rez de chaussé; des artisans locaux, et tout qui vendaient leurs produits pour se faire connaître. Et on a eu 500 personnes qui sont venues et ils ont visité le château, le parc donc pour eux c'était quelque chose de magnifique. Et on sait qu'on va refaire cet événement. On a la chasse aux œufs depuis 2 ans, alors l'année dernière il pleuvait donc ça à moins été agréable, mais la première année il faisait très beau et on a eu 900 personnes qui sont venus pour chercher les œufs dans tout le parc. Donc on essaye de faire connaître le château. Alors là il y a un article qui passe dans la presse dimanche dans "*Ouest France*", dans "*Angers Ma Ville*", je sais qu'il y a eu un article il n'y a pas longtemps également. Donc voilà ça commence, mais c'est tout un travail de longue haleine pour se faire connaître parce que pendant très longtemps, même les habitants d'ici nous disaient « ah bah on voyait la grille, on voyait le château mais on pensait que c'était privé. » Donc le château fait toujours l'effet "Woaw", mais l'effet aussi "est-ce qu'on peut y aller ?". Donc c'est vraiment une communication permanente pour dire que c'est ouvert à tout le monde.

Édith Grellety : Du coup est-ce que les locaux peuvent se promener dans le parc ?

Patricia Dubreuil : Oui, alors souvent il y a des gens qui viennent manger au restaurant et puis ils me demandent s'ils peuvent se promener dans le parc, donc je leur réponds que oui ils peuvent aller se promener dans le parc il n'y a aucun souci.

Édith Grellety : D'accord.

Patricia Dubreuil : On fait de temps en temps quelques ouvertures spécifiques comme justement je disais, *les journées du patrimoine*, qui est principalement pour le parc et dans ces cas là Marguerite qui fait son jardin en permaculture peut accueillir les clients, leur faire faire une petite visite on montrant les espèces ou autres qui soit sont cultivé ou soit se trouvent dans le parc. Mais on fait également tout ce qui peut être, parce qu'on est branché bien être, avec notre salon du bien être qui tous les ans à lieu. Donc c'est un salon où on a plein de prestataires qui travaillent pour le château qui sont présents et qui bénévolement se font connaître en donnant, en distribuant leur savoir sur des ateliers collectifs ou individuels. Mais ça peut être aussi dans le côté bien être, c'est à dire qu'on a deux prestataires qui font de la méditation dans la nature, qu'on appelle "le bain de forêt" et donc c'est pareil, les clients extérieurs peuvent s'inscrire et peuvent faire cette immersion de méditation dans notre parc.

Édith Grellety : D'accord, est-ce que vous avez quelque chose à ajouter ?

Patricia Dubreuil : Non, je pense avoir dit pas mal de choses quand même.

Édith Grellety : Oui c'était très complet merci.

Flavie Baudoin : Oui, merci.

Patricia Dubreuil : Bah écoutez j'espère que ça va vous aider en tout cas.

Édith Grellety et Flavie Baudoin : Oui !

Patricia Dubreuil : Donc maintenant ce que je vous propose c'est une petite visite de certaines parties du château ?

Édith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord, très bien.

Re transcription d'une partie de la visite du château :

Patricia Dubreuil : Donc ça je ne vous l'ai pas dit mais c'est un budget énorme de refaire et de garder à l'identique un patrimoine. Ca c'est une grosse problématique. Si je peux rajouter une chose c'est ça, c'est sans cesse.

Édith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Patricia Dubreuil : Vous finissez une chambre, vous savez que 5 ans après il va falloir refaire des choses dedans. Parce que ça s'abîme, parce que c'est utilisé pratiquement tous les jours. Donc oui la réflexion d'un château c'est un budget énorme.

Édith Grellety : Et du coup le château est rentable quand même aujourd'hui ?

Patricia Dubreuil : Alors il est rentable, sur le bilan de l'année 2024, comme j'ai envie de dire, non parce qu'on a pas eu une belle saison, comme on a eu un été assez moche donc ça a été un peu la douche froide car d'habitude septembre c'est un très beau mois et là septembre a été très moche donc on a pas eu tous les clients. Par contre au niveau séminaire, spa on a vraiment super bien fonctionné, les objectifs on les a atteints. Mais oui d'un point de vue charge c'est lourd. Et puis bah les 30 personnes, on a beau se dire des fois « il faut que je diminue, il faut que je diminue », mais bon voilà 26 chambres plus l'écologie 27, ça demande avoir du personnel. Les premières années ce n'est pas vraiment rentable parce qu'on a tellement investi qu'il faut attendre et avoir un certain temps d'amortissement avant que ce soit rentable.

Édith Grellety : D'accord, parce que l'hôtel du coup c'est 2015 ?

Patricia Dubreuil : L'hôtel est passé véritablement en hôtel en 2012 officiellement je crois dans mes souvenirs, avec l'extension après au fur et à mesure des autres chambres. Donc

après il y a 2015 ou il y a le restaurant qui s'est ouvert et où là on avait vraiment un grand package à ce moment-là.

Édith Grellety et Flavie Baudoin : D'accord.

Fin de l'enregistrement.

Annexe 6 : Résumé de l'entretien avec le Château de Pray

Cet entretien s'est déroulé en visioconférence. Nous avons pu interroger Cécile Cariou, directrice et propriétaire du château de Pray depuis 2010.

Nous avons d'abord abordé l'histoire du château. Il date du XVI^e siècle avec des bases du XII^e siècle. Plus tard, au XVII^e siècle des lucarnes vont être percées permettant d'illuminer le château. Il a été transformé en hôtel de 8 chambres dans les années 1950 par Monsieur Farrar. Il proposait une offre plutôt rustique, mais attirait du monde car c'était le premier hôtel-château de la région. Il exploite l'établissement jusqu'en 1989, année de son acquisition par le père de Cécile Cariou. Le nouveau propriétaire entreprend alors de nombreuses modifications pour que l'hôtel devienne plus haut de gamme. Il l'agrandit également : on passe de 8 à 19 chambres.

Nous avons ensuite parlé des critères nécessaires pour qu'un hôtel puisse être classé 4 étoiles. Elle nous a expliqué qu'il suffisait simplement de consulter les critères et de vérifier si l'on y correspondait. Elle a précisé qu'elle ne comprenait pas forcément ce système, car, par exemple, un hôtel 4 étoiles peut répondre à toutes les exigences officielles sans pour autant correspondre aux attentes des clients pour cette catégorie. C'est notamment pour cette raison que la propriétaire n'est pas sûre de rester étoilée : elle estime que cela n'a pas forcément d'intérêt. Elle expliquait que les clients ne se fient pas toujours aux étoiles, mais plutôt aux photos, qui leur permettent de se faire une idée du type d'établissement.

Les propriétaires n'ont pas non plus souhaité s'intégrer à un réseau de type Relais & Châteaux, car ils craignaient que leur établissement ait une image trop guindée. Ils voulaient proposer un lieu à l'ambiance conviviale, quelque chose d'agréable mais non élitiste. Comme aucune chaîne ne correspondait à ce critère, le père de Madame Cariou a créé une nouvelle chaîne, connue aujourd'hui sous le nom de Teritoria. Le château n'est pas non plus classé, car cela pourrait entraîner des complications pour les travaux, ainsi que des coûts plus élevés, selon Madame Cariou. Néanmoins, même sans classement, ils s'efforcent de préserver le château et de conserver ses caractéristiques historiques, en faisant appel à des artisans spécialisés dans ce type de construction (tailleurs de pierre, charpentiers, verriers, artisans d'art...). Les artisans choisis ne sont pas recommandés par les Bâtiments de France, mais sont recommandés ou ont déjà travaillé dans d'autres châteaux.

Nous avons également abordé les difficultés à concilier préservation du patrimoine et attentes des clients. Cécile Cariou nous a expliqué que les goûts des clients évoluaient constamment, ce qui imposait des ajustements concernant l'ameublement. Par exemple, les lits à baldaquin, jugés trop imposants par certains clients, ont été remplacés dans la plupart des chambres par des lits twins. Un choix qu'elle trouve regrettable d'un point de vue esthétique, mais nécessaire pour assurer le confort des visiteurs. Il existe des problématiques concernant le confort des clients pour lesquels elle ne peut rien faire. Elle évoquait par exemple le cas de l'ascenseur. Il est impossible d'en installer un sans dénaturer l'escalier monumental.

Concernant l'ameublement, certains meubles étaient présents dans le château avant l'acquisition par son père, c'est le cas de tableaux et de tapisseries des Gobelins. Pour les meubles qu'ils acquièrent, ils proviennent principalement de ventes aux enchères. C'est cet aménagement ancien, pour Cécile Cariou, qui permet la préservation de l'authenticité de son château. Elle soulève toutefois une problématique liée à cette préservation : il est difficile de maintenir les pièces anciennes en bon état, car certains clients ne sont pas toujours respectueux du mobilier. Ainsi, les chambres sont équipées de meubles moins précieux, tandis que dans les espaces communs, plus surveillés, il est possible d'installer des pièces anciennes tout en encourageant les clients à les respecter. Globalement, la décoration dans le château est assez chargée et toutes nos chambres sont différentes, elles ont toutes un style différent.

Un autre point délicat évoqué concerne le respect des normes environnementales. Cécile Cariou souligne que ces exigences, notamment en matière d'isolation et d'économie d'énergie, sont difficiles à appliquer dans un château ancien, en raison des murs épais et des fenêtres en simple vitrage. Parfois, ces normes entrent même en conflit avec le confort des clients. Elle se retrouve donc souvent prise entre trois impératifs : préserver le patrimoine, respecter l'environnement et assurer le bien-être des hôtes. C'est là qu'elle trouve que les Bâtiments de France ont un intérêt, car ils lui permettraient de passer outre certaines normes plus facilement.

La mise en conformité avec les normes ERP (Établissements Recevant du Public) représente aussi un vrai défi. Le château est équipé de dispositifs essentiels comme des détecteurs, des portes coupe-feu et des issues de secours, mais leur installation est coûteuse, surtout dans un bâtiment ancien. Cécile Cariou souligne que les normes évoluent sans cesse et deviennent de plus en plus strictes. Elle nous donnait l'exemple du désenfumage : il est compliqué de trouver des passages pour installer le dispositif sans altérer la structure. Elle déplore que les normes soient pensées pour des hôtels neufs, sans prendre en compte les contraintes patrimoniales.

Ensuite, nous avons abordé le lien entre les populations locales et ce patrimoine. Plusieurs événements sont proposés, principalement à destination des habitants de la région, et le restaurant est accessible à tous. L'hôtel travaille également beaucoup avec des fournisseurs locaux : il achète des denrées alimentaires locales pour le restaurant, expose régulièrement des artistes locaux dans la salle, collabore avec une potière pour les contenants du petit déjeuner, un forgeron pour les couteaux, la manufacture de Gien pour la vaisselle, ainsi qu'un verrier qui réalise des boules de Noël. Pour les tentures ils vont aussi travailler avec des tapisser locaux pour les couvre lit ou les rideaux. Ils ont un dépôt-vente où sont vendus des produits d'artisans locaux, comme des bougies. De nombreux produits achetés sont fabriqués sur mesure pour le château. Il y a donc une réelle préservation des savoir-faire traditionnels présents dans les châteaux.

Annexe 7 : Retranscription de l'entretien avec le Château de Pray

Avant de débiter la retranscription de l'entretien nous tenons à vous informer que nous avons eu le consentement de Madame Cariou concernant l'enregistrement de cet échange ainsi que l'entretien soit retranscrit et qu'elle soit citée.

Cécile Cariou : Est-ce-que vous pouvez me rappeler sur quoi vous travailler ?

Flavie Baudoin : Oui, nous on travaille sur la thématique de la réutilisation des châteaux en hôtel et notre problématique c'est comment la réutilisation d'un site patrimonial en hôtel peu contribué à sa patrimonialisation tout en préservant son authenticité. Nous, on a quelques questions à vous poser mais il ne faudra pas hésiter si jamais vous voulez nous communiquer des informations qui ne sont pas dans les questions il ne faudra pas hésiter.

Edith Grellety : Déjà, est-ce-que vous pouvez un petit peu vous présenter, votre poste au château ce que vous faites ?

Cécile Cariou : Alors, moi je suis la directrice et la propriétaire du château de Pray. On est 3 actionnaires dans ce château. On a deux sociétés. Une société qui porte les murs est une SCI et une société qui porte l'activité qui est une SARL. On est les mêmes actionnaires dans les deux entités, ça nous facilite la vie. Je suis la seule des 3 actionnaires à travailler réellement au sein du château. Le château est un hôtel de 19 chambres 4 étoiles et un restaurant gastronomique étoilé de 50 couverts.

Flavie Baudoin : D'accord, et vous êtes la directrice depuis combien de temps ?

Cécile Cariou : Alors, mes parents ont acheté le château en 1989 et je suis arrivé à la direction en 2010.

Flavie Baudoin : D'accord, est-ce-que vous pourriez nous parler un petit peu de l'histoire du château avant sa transformation en hôtel ?

Cécile Cariou : Avant la transformation j'ai pas beaucoup de faits historiques. Mais je pourrais vous envoyer l'historique qu'on a sur le château par mail, parce qu'on a quelques éléments. La première pierre du château a été posée au 12^e siècle mais il a été bâti au fil des ans, il est très Renaissance. Ce que je sais c'est que le château, avant, était rattaché à la ferme qui est à côté et appartenait à une famille de fermiers. Il y avait le château et à côté toute l'exploitation de la ferme avec les animaux comme des vaches par exemple. Et lorsque le monsieur est décédé sa femme seule ne pouvait pas s'occuper de tous donc elle a scinder le château et la ferme attenante. Elle a gardé la ferme pour garder son exploitation agricole et elle a vendu le château à un monsieur qui s'appelle monsieur Farrar qui lui à transformer le château dans les années 1950 en hôtel. ça a été le premier château

transformé en hôtel à cette époque là. Lui, il avait 8 chambres dans le château et il a commencé son activité dans les années 1953 jusqu' en 1989 date à laquelle monsieur Farrar a vendu le château à 80 ans à mon père, qui lui était pas du tout dans le métier. Il avait une agence de publicité en région Parisienne. Il est venu dans la région parce qu'il avait rendez- vous avec un imprimeur. Il y avait beaucoup d'imprimeurs dans la région à cette époque, dans les années 1990. Donc il est venu imprimer des choses pour son agence publicitaire. Il a été invité au château par un de ses fournisseurs. Il a discuté avec monsieur Farrar qui souhaitait prendre sa retraite et puis papa a vu tout le potentiel de l'établissement et il s'est dit qu'il pouvait le monter en 4 étoiles et l'agrandir ect. Donc, il l'a acheté avec un de ses amis et ils ont fait tous les travaux qui vont amener l'établissement à être 4 étoiles aujourd'hui. Ils ont fait une salle de séminaire, une piscine et ils ont évidemment fait plus de chambres. Il y en avait 8 à l'époque et aujourd'hui il y en a 19.

Edith Grellety : Donc, on a vu que c'est un hôtel 4 étoiles. C'est votre père qui à transformer l'hôtel en hôtel 4 étoiles? Avant il n'y avait aucun classement avec l'ancien propriétaire?

Cécile Cariou : Non, monsieur Farrar il avait 8 chambres uniquement dans le château. Il y habitait dans toute une partie, c'est pour ça qu'il n'y avait pas le reste des chambres et il faisait une cuisine vraiment très du terroir donc il ne cherchait pas le haut de gamme. Comme ça a été le premier à transformer ce château en hôtel il a eu un succès fou, il y en avait très peu à l'époque. C'est pas du tout le même environnement concurrentiel qu'aujourd'hui. Monsieur Farrar, il avait la queue dans la rue pour aller manger chez lui parce que évidemment on est dans un contexte environnemental très particulier, on est au calme, au vert, au-dessus de la Loire, on a les jardins. On est dans un environnement qui est très riche et reposant. Des choses que cherchent encore les gens aujourd'hui mais qu'il cherchait aussi à l'époque donc monsieur Farrar n'a pas eu besoin du tout de classement pendant les années 1950. J'avoue que je ne sais même pas si les normes hôtelière étaient actives comme aujourd'hui et du coup il a pas cherché du tout à le tirer vers le haut et puis après il avait l'âge qu'il avait quand il l'a acheté et donc, il avait plus la volonté de développer l'activité, il voulait surtout passer la main.

Flavie Baudoin : Et vous, pour que vous obteniez ces 4 étoiles quelles ont été les étapes et les critères pour que vous réussissiez à les obtenir ?

Cécile Cariou : Alors, dans les années 1990 moi je vous avoue que je ne sais pas. J'étais pas du tout dans l'activité et j'étais enfant. Donc je sais pas comment c'était à l'époque en tous cas quand papa est arrivé, c'était un château donc il voulait vraiment en faire quelques choses de haut de gamme parce que c'est le haut de gamme qui va fonctionner, il a fait des travaux, énormément de travaux avec son actionnaire pour coller au norme 4 étoiles de l'époque, que je ne connaissais pas à l'époque et pas non plus aujourd'hui. Donc je ne peux pas trop vous en parler mais le fait est que comme tout propriétaire aujourd'hui d'établissement quand l'objectif c'est d'avoir des étoiles, ou quand l'objectif c'est d'avoir une norme environnementale ou autre, la façon de faire c'est qu'on prend le classement on regarde les différents critères et on fait notre établissement en fonction des critères pour être sûr qu'on va correspondre au critère. c'est comme ça qu'aujourd'hui on fait les normes. C'est d'ailleurs pour ça qu'on a qu'on se bat contre les normes. Parce qu'aujourd'hui avoir un bureau, une chaise, deux oreillers dans chaque chambre, ça ne veut pas forcément

dire qu'on est un 4 étoiles. Parce que le bureau peut être très moche, il peut y avoir aucun cachet dedans. L'oreiller peut être tout aplati et on aura quand même coché la case et comme on aura coché la case on sera un 4 étoiles. Les normes ayant été faites par des groupes hôtelier accord ou autre en générale dans certaines régions. Nous c'est pas le cas on est quand même une région avec beaucoup de beaux établissements mais dans certaines régions on peut avoir un 4 étoiles très décevant mais qui répond à toutes les normes.

Edith Grellety : Et, est-ce-que vous appartenez à un réseau type relais et château ou pas du tout ?

Cécile Cariou : Alors, relais et châteaux non. En fait, on ne voulait pas être relais et château. L'idée c'était de ne pas être trop guindé, parce que relais et châteaux ont une image très tapis rouge et élitiste et nous on avait pas envie de ça. On avait envie d'être dans quelque chose de bon et de beau mais d'accessible et de conviviale on va dire un peu comme à la maison. C'est pour ça aussi qu'on un établissement de seulement 19 chambres on est pas un gros porteur. Donc en fait, il y avait pas à l'époque dans le paysage des chaînes, dans les années 1990, des chaînes qui répondaient à ces critères là. Et comme papa était dans la pub il a décidé de créer une chaîne qui répond à ça qui l'a appelé à l'époque chateau hotel de France qui c'est ensuite transformé en château hôtel indépendant puis les collectionneurs puis aujourd'hui Teritoria, donc voilà c'est une chaîne concurrente de relais et château positionner sur du bon et du beau mais pas de l'élitiste.

Flavie Baudoin : D'accord.

Edith Grellety : Donc c'est votre père qui a créé Teritoria c'est ça ?

Cécile Cariou : Oui, c'est ça.

Edith Grellety : Et est-ce-que le château est classé MH ou non ?

Cécile Cariou : Non, ni listé ni classé.

Edith Grellety : C'était une volonté de votre part, ou un manque de temps ?

Cécile Cariou : C'est une volonté de notre part parce que c'est compliqué de faire des travaux dans un établissement classé, compliqué et cher et donc, on n'est pas rentré là-dedans. On aurait pu être listé, on pourrait d'ailleurs être listé aujourd'hui. Ça nous amènerait moins de contraintes que le classement mais quand même. On peut en fonction des architectes être un peu embêtés, même si on essaye toujours de préserver et de pas détruire, de ne pas abîmer. Parfois vous pouvez vous retrouver dans des situations où c'est un peu compliqué de refaire la peinture des volets parce que on va vous demander cette couleur là.

Flavie Baudoin : Et justement pour cette préservation est ce que vous avez déjà fait appel à des experts en patrimoine et en restauration pour garantir la conservation du site ?

Cécile Cariou : En faite, à chaque fois que vous travailler avec un artisans, par exemple je travaillais avec un tailleurs de pierre pour les murs du château, pour faire le ravalement, ou je travaillais avec un charpentier pour ma toiture ou pour les charpente, a chaque fois on a coeur de faire les choses comme elles étaient faite avant on à plein de choses historique à l'intérieur du château donc de toutes manière pour le château on peut pas s'adresser un n'importe qui. Pour refaire une porte fenêtre on ne va pas appeler " Akena" pour repeindre la porte fenêtre on va forcément passer par un artisans qui sait travailler les vitraux et qui va venir restauré les vitraux. Nous, notre métier il est beaucoup basé là- dessus. Nous si aujourd'hui on à une tenture à faire restauré si on a une tapisserie, un bureau, on va toujours passer par des artisans d'art qui ont la compétence de les restaurer comme il faut. Après on passe pas par les batiment de france pour leurs demander leurs adresses pour avoir forcement des gens qui sont bâtiment de France parce que sinon on va payer parfois 3 fois plus cher pour exactement le même résultat mais en revanche on va travailler avec les gens qui travaille dans les châteaux au alentour pour la restauration des cadres,des toiles,... La, on a restauré un bureau boule on est passé par le seul artisans qui restaure des bureaux boule dans la région. On a à coeur de bien faire.

Flavie Baudoin : Et est-ce que c'est compliqué encore aujourd'hui de trouver ces artisans ?

Cécile Cariou : C'est pas compliqué en tous cas nous dans notre région on a quand même beaucoup de châteaux donc forcément on a beaucoup de gens qui travaillent les tapisseries, les vitraux, les meubles, les ébénistes... Après ce qui est plus compliqué c'est quand on a pas une formation de base la dedans on peut vite se faire rouler dans la farine par des gens pas très honnête qui vont se dire ils ont un château ils sont riche, donc on va leurs faire payer un maximum parfois. Donc ça c'est plus compliqué parce que nous on a pas le recule et on a pas de garde fous comme quand on s'appelle le château d'amboise ou le clos lucé, ou même si on a pas la compétence on va toujours avoir quelques au sein de notre établissement qui va nous dire "non non la je pense que non, tu devrais pas faire ça". Nous on est seul on fait faire plusieurs devis et si ils sont cohérent on choisi un peu au pif. Donc, ce n'est pas compliqué de trouver les artisans mais c'est quand même quelque chose de difficile à faire, on prend des risques si on ne connaît pas l'artisan.

Edith Grellety : D'accord. Et, est-ce-que vous avez rencontré des difficultés pour préserver ce patrimoine tout en l'alliant à un confort moderne, pour le confort des clients. Est-ce que ça été compliqué?

Cécile Cariou : Pas compliqué, après c'est changeant. Si je vous donne un exemple, quand je suis arrivé tout le monde voulait des lits à baldaquins, si les gens venaient chez nous c'était pour avoir des lits à baldaquins. Aujourd'hui, les gens veulent des twins et ils veulent surtout plus de lit à baldaquins parce que dans un lit à baldaquins ils ont l'impression d'être dans une boite leurs pied touche ils veulent plus. Du coup, ça veut dire que tous les lits à baldaquins qu'on avait, petit à petit, d'abord on a enlevé les pieds de lit et puis après quand on est passé au twins comme des lits à baldaquins c'est des 140 et que les twins c'est des 180 on a des tete de lit qui ne sont pas du tout esthétique et au finale on a du enlevé les tete de lit et les pied de lit. Donc c'est un peu dommage quand on avait des jolis lits à pied tournés ou des choses comme ça. C'est dommage de les avoir enlevés mais d'un autre côté notre utilité première est quand même de faire bien dormir les gens, c'est notre base de

travail. On ne peut pas se permettre quand on a 2, 3, 4 remarques sur le même lit de ce dire on le garde parce qu'il est joli. Là ou moi ou je trouve que c'est plus compliqué c'est pas forcément par rapport au clients c'est par rapport à toutes les normes environnementales qu'on peut avoir. Parce que toutes les normes environnementales nous demandent de faire des efforts sur l'isolation, l'énergie, toutes ces choses. Or nous dans un château c'est extrêmement compliqué de faire sauter les vitraux pour avoir du double vitrage, d'isoler des murs qui sont des murs de châteaux, quand on met une isolation devant ça va créer de l'humidité parce que c'est du tuffeau. Il y a des vraies contraintes techniques liées à la pierre liée à au vitraux. Ces toutes ces choses là qui font que c'est extrêmement difficile à mettre en œuvre si on veut répondre aux différents critères environnementaux et en plus souvent les critères environnementaux vont un peu à l'encontre du bien être du clients. Du coup, on se retrouve un peu entre 2 un peu coincé entre "je fais attention à mon patrimoine j'essaye de préserver" mais d'un autre côté je veux aller dans les normes environnemental, il faut protéger notre environnement mais protéger notre environnement ça veut pas dire pour au temps détruire les vitraux pour mettre du double vitrage. A un moment on est vraiment coincé et on a du mal à trouver notre position et personne ne sait nous aider la dessus.

Flavie Baudoin : D'accord, ça ne doit pas être évident. Parce que, vous êtes tiraillé entre la préservation du lieu, le confort des clients et ce côté norme environnemental, ça ne doit pas être évident. Et donc comment répondre au mieux à ces exigences?

Cécile Cariou : Aujourd'hui, il y a plein de choses sur lesquelles je n'ai pas encore acté. Parce que, même les entités quand on les fait venir il ne savent pas nous répondre donc à un moment donné, va se poser la questions de est ce qu'on se fait lister ou si on passe par les bâtiments de France pour être protégé. Parce que il y a un moment où les normes vont tellement loin dans l'absurdité qu'il faudrait presque être classé pour ne pas avoir ces problèmes là mais là c'est une problématique interne qui ne va pas parler au client, c'est pas parce qu'on lui dit qu'on est classé que tout d'un coup il a le droit d'avoir froid dans sa chambre. Donc aujourd'hui je n'ai pas répondu à cette question. Aujourd'hui je fais au mieux pour essayer de répondre à tous les critères auxquels je peux répondre en terme de compostage, d'eau, enfin toutes ces choses qui n'ont pas d'impacte directe sur le patrimoine en construction en elle même et pour tout ce qui est autre pour l'instant j'ai pas décidé.

Edith Grellety : Et concernant les meubles que vous avez dans le château. Est ce que quand votre père a acheté le château il y avait des meubles ou est ce qu'il n'était pas meublé. Est ce que vous avez du le meublé ? vous par exemple les lits à baldaquin c'est des lits anciens ou alors c'était des lits modernes qui reprennent un style ancien ? Je ne sais pas si vous voyez ce que je veux dire ?

Cécile Cariou : Il y a de tout. En fait, le château était meublé quand papa l'a pris mais il était meublé que pour 8 chambres. Il en a fait 19, du coup, il fallait quand même meubler les 11 autres et il était meublé de façon extrêmement rustique sauf quelques pièces. Par exemple, les tapisseries des gobelins qui sont dans les pièces principales elle existait, les tableaux en grande partie existait. Donc après, l'idée de papa et la nôtre parce qu'on a gardé la même lignée. A chaque fois qu'on achète quelque chose on l'achète soit dans des salles des ventes soit dans des ventes aux enchères mais pas dans des trucs modernes. Après il y a certains lits à baldaquins qui ont été fait par des ébénistes qui à l'époque étaient les premiers qu'on a enlevé. On a gardé quelques lits à baldaquins qui sont un lit en cannage, un vrai lit

en cannage d'époque, on a gardé un grand lit à baldaquin parce qu'il est magnifique en bois exotique. On a essayé de garder toutes ces pièces très historiques et on a enlevé les pièces qu'on savait plus moderne ou qui avaient été faites directement par monsieur Farrar.

Edith Grellety : D'accord, et est-ce-que actuellement vous avez le sentiment de préserver l'authenticité du lieu et qu'est qui fait l'authenticité de votre château pour vous?

Cécile Cariou : Parce que, justement on a gardé tout ça on a pas basculé sur un château moderne on a décidé de garder le cap de l'ancien. Donc si vous allez voir le site internet vous verrez bien que c'est pas ce qu'on met en avant on a beaucoup de choses historique dans le château. On a gardé toutes les tomettes au sol, on a fait restaurer les tapisseries des gobelins. On a de très belles pièces qu'on a mis dans les pièces principales pour pas les mettre dans les chambres. Parce qu'il y a ça aussi, il faut réussir à quand on a des très vieilles pièces à garder en bon état. Il y a des gens qui sont respectueux et il y a des gens qui ne voient pas du tout, enfin qui le sont beaucoup moins, et qui vont poser les valises sur un très beau bureau sans problèmes même s'il est marqueter ou autre. Et puis quand il aura retiré la valise il aura enlevé la moitié de la marqueterie. Donc ça aussi il faut réussir à pas non plus rentrer dans des dépenses inconsidéré des chambres en achetant des mobiliers magnifique parce qu'on sait que dans la chambre on a pas la main alors que dans les pièces principales on va pouvoir surveiller notre bureau boule parce qu'il est à côté de nous et qu'on le voit, et que si on voit que les gens commence à mettre des choses dessus on va toutes suite aller les voir en leurs disant "non non bah pardon", et il le comprendront. Dans les chambres, c'est un peu différent on a pas de caméra dans les chambres et c'est bien normal du coup il faut aussi arrivé à jaugé ça et à pas mettre des choses qui vole trop facilement qui sont trop coûteuse. Mais nous, ce qui fait notre spécificité par rapport à tous nos concurrents, par rapport en tous cas ce qu'on fait ressortir c'est qu'on est un château d'époque et il est meublé avec des rideau, des lits à baldaquins, des tapisseries d'époques des tableaux, il est comme ça les gens qui ont envie de modernité de choses très light très blanc comme c'est la mode en ce moment évidemment il ne faut pas qu'il viennent chez nous

Flavie Baudoin : d'accord, et comment dire, je ne sais pas si ma question va être très bien formulée. Est ce que vous pensez que c'est tous les éléments que vous venez de citer qui attire particulièrement votre clientèle ou est ce que c'est les 4 étoiles?

Cécile Cariou : Alors les étoiles chez nous, alors j'ai été déclassé un petit moment parce que je voulais pas me reclasser parce que je trouve que ces normes sont ridicules et ça n'a eu aucun impact sur mon chiffre d'affaires. Donc les 4 étoiles c'est pas forcément utiles, en fait les gens aujourd'hui quand il sélectionne un établissements ils vont sélectionner une zone géographique, donc nous on est un peu segmentant parce que on est pas dans le centre ville d'Amboise. Donc les gens qui n'ont pas de voiture ne vont pas chez nous, on a cette contrainte la ensuite ils vont sélectionner la typologie d'établissement dans lequel ils vont aller, d'abord un prix c'est à dire tu veux mettre combien dans ta chambre est ce que tu veux mettre 90€ ou 200€, la clientèle se segmente comme ça. Et ensuite, quand on est dans les 200€ les clients vont savoir quel qualité ils vont avoir quand ils prennent un 200 € c'est toujours au alentour des 4 étoiles de toutes manières. Et du coup ils vont regarder après est ce que je veux être dans un lieu historique ou alors est ce que j'ai envie de modernité pour aller dans un truc soit de charme, calme ou moderne c'est comme ça qu'ils vont

sélectionner. En vérité, il regarde très peu les étoiles en tous cas dans notre ville, je ne dis pas que c'est le cas partout. En plus on est un parc quasiment à 80% de 4 étoiles donc en fait les gens aujourd'hui quand il sélectionne, ils vont regarder les photos, les photos sont très importantes, on est de toutes manières dans une période où les photos et les films sont primordiales. Donc les gens vont regarder et après soit ça leur plaît soit ça ne leur plaît pas.

Edith Grellety : Et quels types de clientèle vous allez voir dans votre hôtel, des familles, des seniors, des personnes en voyage d'affaires,... ?

Cécile Cariou : Nous on fait pas trop de voyage d'affaire les 4 étoiles on est pas positionner sur des tarifs qui permettent à l'entreprise d'avoir des soirées étapes dans leurs prix on va dire. On a 5 chambres familiales qui sont tout le temps louées, on a pas mal de famille, comme on a une piscine et un grand parc ça permet aux familles de pouvoir un peu se libérer des enfants et occuper les enfants. Après on a beaucoup d'étranger donc en été on a à peu près 70 % d'étranger, donc on plaît beaucoup au américain au canadien, au australien et même au européen en règle générale. Mais beaucoup aux américains quand même parce qu'être dans un château ça leurs parle on va dire. Et après ou en termes d'âge c'est assez variable et puis en plus nous on a une clientèle un peu différente entre l'hôtel et le restaurant mais on va dire qu'on est en moyenne 40 , 70 quelque chose comme ça. En fonction si on a des familles on va être sur un peu plus jeunes et bon quand même le gros de notre clientèle il est entre 40 et 70 ans

Flavie Baudoin : Et, est-ce-que vous avez actuellement des projets de nouvelles rénovations ou d'amélioration, ou ce n'est pas vraiment d'actualité?

Cécile Cariou : Alors, on a fait énormément de travaux. Nous on vient de sortir de deux grosses périodes de travaux où on a réhabilité une salle pour en faire une salle séminaire dans le château et on a refait totalement la piscine et toutes la partie pool house , bar qu'on avait pas auparavant. Donc on vient de faire 140 000 € de travaux. Donc là tout de suite on va pas refaire une salve de travaux mais effectivement après on rénove chaque année en moyenne 3 chambres et salle de bain. Ça c'est ce qu'on fait chaque année et après on a tous les 5, 6 ans des gros projets de développement. Après les pré commerciaux on très souvent une durée de 7 ans. Donc, quand on fait des gros projets comme celui qu'on vient de faire, on se laisse 7 ans pour rembourser le prêt, pour ensuite en reprendre un autre et refaire un projet. Donc par exemple comme projet, on avait refait la totalité de la cuisine et on avait agrandi la salle du restaurant en 2014. Et voyez 7 ans plus tard on a fait la salle séminaire et la rénovation de la piscine en gros tous les 7 ans on fait des gros projets.

Flavie Baudoin : D'accord

Edith Grellety : En ce qui concerne les équipements modernes, donc les piscines, les éléments pour la sécurité, tout ce qui est les conditions pour l'ouverture d'un ERP, les salles de bains, est-ce-que ça n'a pas été compliqué de respecter l'architecture du château, le lieu tout en intégrant ces éléments qui sont du coup très moderne et donc pas du tout authentique. Je ne sais pas ce que vous voyez ce que je veux dire ?

Cécile Cariou : Oui, bien sûr, un ERP les normes ERP elles vous disent que vous devez protéger vos clients donc ça entre guillemet peut importe que vous soyez dans un château

ou ailleurs vous devez avoir une alarme incendie, vous devez avoir des portes coupes feu, des issues de secours. Tout ça évidemment le jour où il faut le mettre en œuvre c'est pas facile et c'est couteux mais bon, on ne peut pas jouer avec la sécurité des gens donc à un moment si l'on reçoit 50 personnes en même temps dans l'hôtel il faut que ça soit protégé. ça ne se discute pas. Après les normes c'est vrai qu'elles changent sans arrêt. Les commissions de sécurité, elles sont de plus en plus exigeantes. Dès qu'ils se passent quelque chose, par exemple les problèmes de botulismes ça y est on a plus le droit de faire de bœufs. Dès qu'ils se passent quelque chose ça a des répercussions. Donc ça durcit les normes à chaque fois. Donc à chaque fois on est obligés d'être encore un peu plus carré, tout ça c'est effectivement pas des dépenses qui vont se rentabiliser. quand on fait des gros projets comme je vous parlais avant on se dit qu'on a un retour sur investissement parce que on va augmenter le nombre de couverts parce que on va avoir une cuisine qui va nous permettre de vendre des consommations à la piscine donc tout ça ça a un retour sur investissement ce qui n'est pas le cas quand on a une dépenses lié à la sécurité. Et puis nous on doit faire un dispositif de désenfumage. Bah tout de suite quand on doit faire le dispositif de désenfumage ça ne va pas nous coûter 1000€ comme dans un hôtel moderne. Comme il faut passer par les murs, qu'il y a pas de passage entre les étages, c'est toujours des trucs pas possible. Et donc à chaque fois qu'on a un truc comme ça à faire c'est un billet de 6000€ à lâcher systématiquement. Donc oui c'est plus compliqué dans notre type d'établissement que si on était un mercure avec du placo partout c'est sûr.

Flavie Baudoin : Oui, la c'est vraiment du sur mesure en fait.

Cécile Cariou : Quand il faut passer du deuxième étage au rez-de chaussé sachant qu'il n'y a pas de passage, qu'il y a un escalier monumental en plein milieu on va pas casser l'escalier donc après il faut trouver des choses pour le faire sans passer par la façade. Par exemple, l'ascenseur c'est un critère qui fait partie des 4 étoiles ou des 5 étoiles bon bah là on a fait venir les architectes des bâtiments de France. Il nous a fait un courrier disant que si on mettait un ascenseur au milieu de notre établissement on cassait l'escalier monumental qui était une des pièces majeures du château et donc qu'on devait pas le faire donc on a le critère qui a sauté jusqu'à quand je ne sais pas. Peut être que dans la prochaine salve de normes l'ascenseur sera un élément rédhibitoire et on pourra pas faire autrement que faire un ascenseur. Aujourd'hui on y coupe mais combien de temps on ne sait pas. C'est un peu ça le problème, les gens qui font les normes ne sont pas dans les bâtiments de France. Ils font des normes pour des hôtels neufs et construisent d'ailleurs tous les hôtels neufs, qui n'ont plus de charme et par contre ils sont aux normes et ils sont à la pointe de la technologie ce qui n'est effectivement pas notre cas. Quand on parle de réseau wifi ou d'internet quand vous avez des murs de 25 centimètres d'épaisseur en pierre naturelle bah forcément le wifi ça passe pas. Donc en tous cas notre modèle aujourd'hui fonctionne, on a une vraie demande de la part de la clientèle. Effectivement quelques-uns qui veulent venir faire du business qui vont venir se connecter toute la journée sur son ordinateur qui veut quelques choses de pratiques, d'accessible de machin de truc, bah il faut pas qu'ils viennent chez nous, nous on est là pour recevoir une clientèle de touristes qui est là pour se détendre profiter des châteaux de la Loire de venir découvrir un patrimoine, d'être au vert de venir bien manger, bien dormir et voilà quoi

Edith Grellety : Et est-ce-que il y a une recherche un peu de la vie de château ? Enfin, c'est un confort lié à la vie de château un peu revivre une vie de châtelain ou c'est juste profiter d'un beau parc et d'un beau lieu.

Cécile Cariou : oui oui tous les américains, pour eux c'est la vie de château. Les français je sais pas trop mais en tous cas, les américains qu'on a c'est très clairement "j'ai la chance d'aller visiter dans la journée et en faite j'ai le droit de dormir le soir dans des trucs que j'ai pas pu toucher l'après midi", donc oui c'est une vraie expérience qui leur plaît beaucoup.

Flavie Baudoin : Et est-ce-que cette clientèle là peut être amenée à devenir fidèle?

Cécile Cariou : alors oui oui, les clients fidèles. On a des clients fidèles. Après durant la haute saison on a beaucoup de touristes. Mais oui on a des gens qui viennent ici se marier chez nous et en générale c'est des français et aussi des étrangers qui viennent régulièrement pour leur anniversaire de mariage même s'ils sont américains ou allemands.

Flavie Baudoin : D'accord.

Cécile Cariou : Donc oui oui on a une clientèle, on a une partie de notre clientèle qui est fidèle tout à fait.

Flavie Baudoin : Est-ce-que vous aviez d'autres informations à nous transmettre ?

Cécile Cariou : Moi non.

Edith Grellety : Est-ce que vous auriez un organigramme des personnes qui travaillent, nous dire un peu les postes des personnes qui travaillent, combien de personnes, quels sont les différents postes qui existent au sein de votre château ?

Cécile Cariou : Alors nous on a un restaurant et un hôtel. Donc on a une équipe dédiée pour les deux. Donc en faite en terme de hiérarchie, je commence par moi, donc moi au dessus qui chapeaute les deux et ensuite on a le chef de cuisine qui va s'occuper de toutes les parties cuisine et restaurant et le directeur d'hébergement qui va s'occuper de tout ce qui est la partie hôtel c'est à dire femme de chambre et réceptionniste. Et après en dessous de ces deux personnes on a tout ce qui est partie hébergement l'équipe de femme de chambre donc on a 3 femmes de chambres qui nettoient les chambres, après l'équipe de réception ou on a 3 réceptionnistes et une commerciale qui s'occupe de développer toutes les parties commerciales du château et puis les réceptionnistes qui accueillent les clients et qui les montent en chambre. Et puis de l'autre côté, au niveau du restaurant on a un maître d'hôtel qui va chapeauter l'équipe de salle. Dans l'équipe de salle on a des chefs de rang, des commis, des apprentis et un sommelier. Et puis ensuite on a le chef de cuisine qui chapeaute son équipe de cuisine. Donc on a des chefs des parties chaud froid, des commis, des apprentis et le plongeur. Voilà à côté on a quelqu'un qui s'occupe de l'entretien général du parc, tout ce qui est jardinier. Au total en basse saison on est 22 et en haute saison jusqu'à 30.

Edith Grellety : D'accord et dernière question, est-ce que le château est ouvert et est-ce que vous faites des événements ou des choses pour les personnes locales, pour essayer de faire vivre un peu ce patrimoine pour les personnes locales ?

Cécile Cariou : On a une clientèle locale. Déjà, quand on est étoilé Michelin on draine une clientèle pour le restaurant qui est une clientèle locale. Une cliente du week-end, une cliente qui vient faire son baptême, son anniversaire de mariage, son anniversaire de papi mami. Donc ça fait vraiment partie de notre clientèle. On a vraiment toute une partie de notre clientèle qui sont des gens de la région ou des commerçants ou des gens qui veulent se faire plaisir chez nous par un bon repas, parce qu'on est un étoilé. Donc ils ne vont pas venir toutes les semaines, mais ils viennent faire un événement. Après nous on fait des événements, environ un événement par mois, par exemple ça va être une soirée brasero sur le mois de juin. Donc ça veut dire c'est une soirée où le restaurant est fermé, c'est un jour de fermeture du restaurant et puis on fait dans les jardins un brasero ouvert à tous le monde où les gens peuvent venir, s'asseoir dans les jardins. C'est moins guindé qu'au restaurant, c'est un peu plus sympa on fait quelque chose de plus rustique on va faire une soirée bière au mois de juin. ça sera une dégustation de bière avec un fournisseur de la région qui va venir faire découvrir ces bières en même temps dans les jardins on fera des jeux d'extérieurs donc de la pétanque, du badminton, des fléchettes, des choses qui si prète bien, donc les gens seront dans les jardins et ils pourront se promener et là on s'adresse plus à une clientèle locale qu'à notre clientèle de tourisme. On peut faire des brunch en basse saison aussi certains dimanche aussi. Donc c'est ce genre de soirée thématique où on va faire un truc pour la chasse par exemple, on fait une thématique par mois en générale. Là, on s'adresse plus à une clientèle locale. Et puis on fait aussi nos menus quand on fait les menus de pâques, de fête de mères fêtes des pères, quand on fait le 24 décembre, le 31 décembre là on va s'adresser plus à du local. Les gens vont venir manger chez nous juste pour se faire plaisir sur des fêtes en fait. Et ils ne vont pas venir forcément dormir, ils ne viennent pas forcément à l'hôtel. Et puis nous ça fait partie de notre ADN de travailler avec des fournisseurs locaux au niveau de la cuisine, on achète nos fruits et légumes, on achète notre viande, on achète tout chez les locaux. avec lesquels on va travailler, avec les AOP, avec les gens qui vont travailler des bons produits qu'on va pas trouver partout et puis à côté de ça on fait aussi des expositions tous les deux mois dans la salle du restaurant avec des artistes locaux qui peignent ou là par exemple en ce moment c'est une exposition de photographie. Sur l'année on a 5 ou 6 personnes qui viennent exposer et puis après on travaille aussi avec tous les artisans du coin, on a une potière à côté de chez nous donc on la fait travailler pour la cuisine pour les contenants du petit déjeuner, donc on va lui acheter des choses pour faire du contenant mais on va aussi lui acheter des choses qu'on va vendre dans une boutique où on a une petite vitrine dans laquelle on vend des choses que on ne fabrique pas nous mais qui viennent des environs.

Edith Grellety : D'accord, donc vous faites vraiment vivre les sociétés locales, les exploitants, les agriculteurs locaux, les artisans, vous avez vraiment participé à l'économie locale. Ça c'est un ressenti que vous avez par exemple en terme je sais pas si vous êtes sur un village, je ne sais pas si vous avez beaucoup de personnes du village qui vont venir travailler.

Cécile Cariou : En fait, nous tout est fait pour mettre en avant le maximum qu'on a de locaux qu'on a, à côté de chez nous donc on a un forgeron on va travailler avec lui pour les couteaux, on a une potière on va travailler avec elle pour la vaisselle, on va faire tout ce qu'on peut pour faire travailler les personnes qui travaillent bien. Ceux qui ont à cœur de travailler l'artisanat, de bien travailler l'artisanat et avec qui on peut avoir un lien donc pour la

cuisine ou pour l'hôtel on essaye toujours de les faire travailler. là on a une personne qui fait des bougies pour nous du coup on a pris des bougies en dépôt vente et on les vend à la boutique, on travaille aussi avec Gien pour la vaisselle dédiés au château de Pray. On a toujours travaillé avec Gien depuis très longtemps pour tout ce qui est vaisselle du petit déjeuner. On a des assiettes dédiées au château que personne ne trouvera ailleurs donc voilà on fait ça. On a aussi un souffleur de verre à côté de chez nous. ils nous ont fait des boules de Noël du château de Pray. Voyez, on essaye toujours de choisir entre plusieurs produits pour prendre le produit qui va être développé par la personne qui travaille à côté de chez nous.

Edith Grellety : D'accord.

Flavie Baudoin : Et du coup, c'est des produits qui sont aussi fait sur mesure pour vous ?

Cécile Cariou : Oui, on en a aussi. les boules de Noël très clairement c'est pour nous. Les assiettes, c'est pour nous. Après le couteau enfin si le forgeron il va nous faire un couteau qu'il va logoter avec le sigle du château de Pray et la potière elle va nous faire ce que nous demande le chef de cuisine donc tout ça ce sont des gens qui travaillent, qui font du sur mesure. Donc oui on peut leur demander plein de choses que pour nous. là, le monsieur qui fait l'exposition de photographie dans la salle du restaurant en ce moment, il a photographié le château. Donc on a une photographie exclusive du château prise un peu différemment. Voilà, quand on va faire des films, qu'on va faire du drone, qu'on va faire des choses comme ça pour les mettre en avant tant que faire se peut de prendre des gens qui travaillent à côté de chez nous. On va pas aller prendre une agence parisienne qui connaît pas du tous les châteaux de la Loire. Qui va venir là alors peut être que ça sera plus pro que le type qui travaille à côté de chez nous mais nous on crée un lien. parce que le photographe on va aussi le prendre à côté de chez nous. On essaye toujours de faire vivre le tissu local. Après quand on peut pas on peut pas.

Edith Grellety : D'accord, donc il y a vraiment une perpétuation des savoirs faire locaux qui était dans tous les cas lié au château et au châtelain, donc c'est un petit peu une perpétuation de l'authenticité du château d'une certaine manière ?

Cécile Cariou : Oui c'est ça, comme on va travailler toutes nos tentures. On va toujours travailler avec du beau tissu. On va pas aller, enfin moi quand je fais des rideaux ou des couvres lit, je vais travailler avec la tapissière qui travaille à côté de chez moi et puis on va aller choisir du tissu de qualité, on ira pas chercher un tissu lambda, on va toujours essayer d'avoir quelques choses de marquer en fait. La déco dans le château elle est toujours encore assez chargée, assez marquée on va pas prendre un velour blanc cassé pour faire tous les rideaux de toutes les chambres. toutes nos chambres sont différentes, elles ont toutes un style différent et elles sont toutes assez marquées.

Flavie Baudoin : D'accord.

Cécile Cariou : Voilà, donc après je vous invite à venir pour voir.

Edith Grellety : Je ne sais pas quand on pourra en terme d'emplois du temps c'est pas forcément évident.

Flavie Baudoin : Oui, parce qu' en fait on est en alternance. Et est-ce que ça serait possible comme vous disiez en début d'entretien, de nous transmettre quelques documents historiques sur l'histoire du château ?

Cécile Cariou : Alors je vais reprendre votre adresse et je vais vous envoyer le petit livret.

Edith Grellety : Merci beaucoup.

Flavie Baudoin : Merci beaucoup du temps que vous nous avez accordé et pour tous ces éléments.

Edith Grellety : Ça va nous être très utile.

Cécile Cariou : Si il vous manque des choses n'hésitez pas.

Flavie Baudoin : Merci beaucoup.

Edith Grellety : Merci beaucoup c'est très gentil.

Cécile Cariou : Merci à vous, bonne journée.

Fin de l'enregistrement.

Annexe 8 : Résumé de l'entretien avec le Château des Vigiers

Cet entretien a été mené le vendredi 16 mai à 17h par téléphone avec la directrice hébergement du château des Vigiers, Madame Polet.

Le château des Vigiers a été bâti au XVI^e siècle sur les ruines d'un château médiéval. Le domaine a eu plusieurs fonctions, il a notamment été un domaine agricole avec une production viticole et de prune. Son histoire en tant qu'hôtel débute en 1990 quand monsieur Peterson acquiert le domaine et décide de le transformer en complexe hôtelier golfique. L'hôtel ouvre en 1993. A l'origine il y avait juste un hôtel et un golf. Au fil des ans les services se sont développés et est aujourd'hui l'établissement est constitué de deux bâtiments d'hébergement: le château avec 20 chambres et le Relais des Vigiers avec 40 chambres, ce qui fait un total de 60 chambres. Les clients peuvent aussi profiter d'un spa, d'un restaurant étoilé au Guide Michelin, d'un bistrot ou d'un parcours de golf.

Le Château n'est pas classé monument historique, car, selon Mme Polet, un tel classement serait trop contraignant pour son exploitation en tant qu'hôtel. Néanmoins, une attention particulière est portée à la préservation de l'esprit du lieu. Par exemple, les ruines de l'ancien château ont été conservées, et l'aménagement intérieur vise à maintenir une atmosphère authentique de château. Pour cela, des meubles anciens sont préservés, et de nouvelles pièces sont réalisées par la Maison Colinet, spécialisée dans la fabrication de mobilier d'aspect ancien et basée dans l'est de la France.

Sur l'ensemble du domaine, certains éléments comme les pruniers et les vignes, sont également conservés afin de garder le caractère historique d'un point de vue du paysage du site. Pour la création du relais des Vigiers qui est un bâtiment récent, ils ont aussi essayé de l'intégrer dans le paysage de la Dordogne en choisissant un style de séchoir à tabac car la Dordogne produisait du tabac. À l'intérieur, de nombreux éléments historiques ont été préservés comme des cheminées, l'escalier principal, ou encore les sols en tomette dans certaines pièces. Pour leurs aménagements, l'hôtel privilégie autant que possible les prestataires locaux. Ils font notamment appel à la Maison Dumas (décorateurs d'intérieur), à des ébénistes et à d'autres artisans français, dans une volonté affirmée de valoriser le savoir-faire local.

L'hôtel est un établissement 4 étoiles indépendant, géré par des actionnaires. Par le passé, il a fait partie de certains groupes, comme *Small Luxury Hotels* ou *Teritoria*. Cependant, selon Mme Polet, l'appartenance à ces groupes représente un coût élevé, et ils ont donc choisi de privilégier l'investissement dans leur propre communication. De plus certains critères bloquent l'intégration à certains groupes, par exemple pour Relais et château il n'intègre pas de domaine golfique. Récemment, l'hôtel a intégré le groupe portugais *Onyria*, spécialisé notamment dans la gestion de domaines golfiques.

Elle nous a aussi expliqué qu'un des grands défis pour la préservation de l'authenticité c'était de convenir aux attentes des clients. En effet les goûts des clients évoluent en permanence, certains souhaitent dormir dans un château authentique mais avec toujours une certaine modernité ce qui peut être un peu paradoxal, un équilibre délicat à atteindre. Il est donc important d'avoir le bon dosage entre modernité et côté ancien. Par exemple, les meubles vont avoir un style ancien avec des couleurs modernes.

Selon Mme Polet, l'enjeu majeur ne réside pas tant dans les innovations techniques que dans la capacité à offrir une véritable expérience aux clients. Elle constate une demande croissante pour des séjours immersifs, proposant des expériences authentiques et unique, qui permettent aux visiteurs de repartir avec de vrais souvenirs. Cela passe par le développement d'offres de bien-être (yoga, réflexologie), la location de vélos, l'organisation de visites locales (fermes, découvertes de produits régionaux), et par la création d'un cadre propice à la déconnexion et à la reconnexion avec la nature.

Il peut parfois être compliqué d'apporter le confort moderne dans le château. Par exemple, pour l'installation de la climatisation il est difficile de faire passer les conduits dans toutes les pièces tout en rendant le tout élégant et efficace. Le chauffage n'est pas non plus toujours efficace. Ces contraintes s'accompagnent également de défis écologiques : les espaces, vastes et parfois peu cloisonnés, rendent difficile une gestion efficace de l'énergie, avec un risque de gaspillage qu'il faut constamment chercher à limiter.

Sandra Polet a également interrogé la notion même d'authenticité lorsque nous lui avons demandé si, selon elle, son château pouvait être qualifié d'authentique. Elle évoque plutôt l'idée de niveaux d'authenticité. Pour elle, l'authenticité se manifeste d'abord par la préservation du lien avec la Dordogne et son histoire : cela se traduit notamment par le choix d'un style architectural inspiré des séchoirs à tabac locaux pour la construction du Relais, ainsi que par le soin apporté aux paysages du domaine. Il y a aussi le fait de mettre en avant l'image de la France et de sa gastronomie. Il y a la préservation du caractère historique du château. Enfin il L'accueil personnalisé et chaleureux du personnel constitue un autre aspect de l'authenticité. Selon Sandra Polet, les Vigiers respectent le patrimoine local, valorisent la nature et les savoir-faire régionaux et l'offre du château peut être qualifiée d'authentique. Elle estime que l'établissement propose des expériences et des produits fidèles à l'identité de son territoire.

La préservation de l'environnement fait également partie des valeurs essentielles de l'établissement. Le domaine s'engage notamment à travers une gestion écologique de son parcours de golf, qui a obtenu un label Argent pour la préservation de la biodiversité. Aucun produit phytosanitaire n'est utilisé, et la gestion de l'eau est entièrement autonome. Le Relais des Vigiers a également été construit selon des normes de haute qualité environnementale, en privilégiant l'utilisation de matériaux naturels tels que le bois, l'ardoise ou le carrelage. L'hôtel a aussi pour projet d'obtenir le label *Clé Verte*.

Le Château des Vigiers n'a pas pour vocation d'accueillir un public autre que les clients de l'hôtel, afin de préserver leur tranquillité. Il peut en effet s'avérer complexe de concilier la présence de visiteurs locaux avec l'expérience de séjour haut de gamme recherchée par les hôtes. Plusieurs projets avaient été envisagés pour ouvrir davantage le domaine à la communauté locale (cinéma en plein air, expositions, etc.), mais ces initiatives ont finalement toujours pour garantir la tranquillité des clients. En revanche, certains services comme le restaurant, le golf et le spa restent accessibles aux personnes extérieures, bien qu'elles ne fréquentent pas nécessairement le site dans une démarche touristique ou patrimoniale.

Annexe 9 : Retranscription de l'entretien avec le Château des Vigiers

Avant de débiter la retranscription de l'entretien nous tenons à vous informer que nous avons eu le consentement de Madame Polet concernant l'enregistrement de cet échange ainsi que l'entretien soit retranscrit et qu'elle soit citée.

Sandra Polet : Sandra Polet, bonjour

Edith Grellety & Flavie Baudoin : Oui bonjour.

Sandra Polet : Oui bonjour mesdemoiselles, comment allez-vous ?

Flavie Baudoin : Très bien, et vous ?

Sandra Polet : Très bien, merci à vous, c'est gentil.

Flavie Baudoin : Merci à vous.

Sandra Polet : De rien, je suis à votre écoute.

Edith Grellety : Très bien. Alors, nous, on a un mémoire sur la réutilisation des châteaux en hôtel et sur la question de l'authenticité. Donc de l'authenticité dans ces châteaux. Et du coup, on a quelques questions à vous poser. Et donc, si jamais vous voulez rebondir sur des choses qui ne sont pas dans la question, il ne faudra pas hésiter.

Sandra Polet : D'accord. Moi, j'avais juste deux, trois petites questions avant qu'on commence. Qu'est-ce qui fait que vous vous êtes attaqué à ce sujet-là ?

Edith Grellety : Alors, on s'intéressait globalement à la réutilisation de manière générale des sites dans d'autres fonctions. Et le cas particulier des châteaux, parce que c'est quelque chose qu'on aime bien, on fait toutes les deux des alternances dans des châteaux.

Sandra Polet : D'accord, vous êtes dans quel château actuellement ?

Edith Grellety : Alors moi, à Puymartin, en Dordogne.

Sandra Polet : Ah oui, oui, tout à fait, je vois.

Flavie Baudoin : Et moi dans le château de Chaumont-sur-Loire.

Sandra Polet : Chaumont-sur-Loire, ok.

Flavie Baudoin : Oui, dans la région Centre-Val de Loire.

Sandra Polet : Alors Puymartin, il n'est pas utilisé en hôtellerie si ?

Edith Grellety : Puymartin, pas du tout. Il y a eu des chambres d'hôtes à une époque, mais plus maintenant. Là, il y a un projet de gîte, mais pas d'hôtellerie. Après, on a trouvé nos alternances après qu'on ait fait le sujet de mémoire donc, je n'ai pas forcément trouvé dans un hôtel qui est transformé en château.

Sandra Polet : Très bien. Je trouve que c'est un très bon sujet, je trouve ça intéressant.

Edith Grellety & Flavie Baudoin : Merci.

Sandra Polet : Alors je vous écoute pour vos questions.

Edith Grellety : Alors déjà, est-ce que vous pouvez nous expliquer quel est votre poste ? Comment vous êtes arrivée dans ce château ? Un peu votre parcours ?

Sandra Polet : Alors moi j'ai fait un BTS hôtellerie-restauration que j'ai obtenu en 97 et ensuite, donc juste après mes études, j'ai fait quelques saisons, enfin, juste une saison dans différents établissements avant d'arriver au Vigiers. Je suis très vite arrivée au Vigier, parce que j'ai été embauché en 98, au Vigier. Et en fait, je cherchais, voilà un endroit assez haut de gamme pour aller dans la continuité de mon BTS et il se trouve que c'était un établissement haut de gamme qui venait de se créer et qui était pas loin de là où j'habitais à l'époque. Et donc je suis arrivée là-bas à 21 ans et j'ai monté les échelons petit à petit. Donc ce qui m'intéressait, moi, c'était l'hôtel à l'hôtellerie pure, la réception. Et je suis arrivée réceptionniste tournante, c'est-à-dire que je faisais 3 jours en service de jour et 2 jours en service de nuit pour remplacer le night auditor. Donc j'ai fait ça pendant 2 ans, et après, j'ai pris le poste de première de réception, puis de chef de réception, puis est arrivé un moment où on a dû... augmenter la capacité de notre hôtellerie. Donc on était à l'époque à 47 chambres et on a créé un nouveau bâtiment qui s'appelle le Relais des Vigiers, qui est comme un deuxième hôtel en fait, où on a ajouté 40 chambres. Et à ce moment-là, on a décidé de séparer le service réservation de la réception et j'ai pris en charge le service réservation. Donc ça a duré, on va dire, une petite dizaine d'années. Et ensuite, j'ai pris la gérance de toute la partie hôtellerie, en fait, donc des deux hôtels. Donc ça correspond à la gestion de la réception, des étages, de la partie réservation. Et voilà. Donc il faut savoir qu'au Château des Vigiers, il n'y a pas que de l'hôtellerie, en fait. On a donc deux hôtels, vous avez dû, j'imagine, regarder un petit peu le site Internet.

Edith Grellety & Flavie Baudoin : Oui.

Sandra Polet : Voilà, donc on a deux hôtels, Château et Relais. Donc on a un total de 65 chambres aujourd'hui. On s'est séparé du bâtiment, des dépendances qui appartiennent à des propriétaires indépendants. On a donc deux restaurations, un bistrot et un restaurant avec une étoile au Guide Michelin que l'on renouvelle en fait depuis 2016. Et on a un golf 27 trous, ce qui entoure toute la partie hôtellerie, et un spa avec la marque *Sothys*. Donc chaque point de vente a en fait son propre directeur et donc moi je suis en charge de toute la partie hôtellerie.

Edith Grellety : D'accord.

Sandra Polet : On pourrait se dire qu'elle doit s'ennuyer depuis 25 ans dans son château, mais en fait non parce que déjà l'hôtellerie est un métier qui est en constant mouvement, ça bouge énormément, c'est vivant l'hôtellerie et c'est constamment un challenge à relever. Tous les ans, il faut aller voir la concurrence, voir les nouveautés en hôtellerie, les nouvelles attentes des clients, puisque les clients ont des attentes complètement différentes. Ça évolue énormément. Donc, il faut être à l'affût de tout ça pour ne pas rester en queue de train. Il faut toujours essayer d'être devant la concurrence, innovateur, et aller chercher, être vraiment à l'affût de toutes les informations qui vont nous permettre d'être innovateur dans notre secteur. Le Château des Vigiers a toujours été vraiment bien dans ce domaine, c'est-à-dire qu'on est toujours à l'affût de ces choses-là, de tout ce qui est innovation. Alors pas innovation technique, je dirais, mais innovation un petit peu dans les attentes des clients. Là, par exemple, on était vraiment très focus sur la partie golf jusqu'à il y a une dizaine d'années. On s'est ouvert, on a refait notre spa et on a vraiment ouvert toute la partie bien-être et développé la partie bien-être. Et là, depuis deux ans, on travaille toute la partie activité autre que le golf et le bien-être. Aujourd'hui, on a toute une belle liste, je ne sais pas si vous avez pu le voir sur notre site internet, mais on a toute une belle liste d'activités qui ne sont ni golfiques ni vraiment spasotistes, où on va proposer tout ce qui est vélo électrique avec des circuits, on va proposer de la réflexologie avec un prestataire externe qui vient au château et qui propose de faire les soins de réflexologie, soit dans les salons du château, en extérieur ou dans la chambre des clients. On va avoir des propositions de yoga. On propose d'aller visiter une ferme de cochons pas loin de chez nous, avec dégustation de vin, de fromage, de produits à base de cochons, plein de choses comme ça, où on a fait un appel d'offres de prestataires sur des prestataires locaux et qui représentent bien la région de la Dordogne, comme l'huile de noix, la truffe, le cochon du Périgord, le vin, puisque nous, on est dans la partie viticole de la Dordogne. Donc voilà, on est allé faire un appel d'offres, on est allé chercher des prestataires qui viennent travailler avec nous et on propose des activités à faire chez nous ou autour de chez nous, autre que le golf et le bien-être. Et l'idée, en fait, c'est que le client vive des expériences. Le mot expérience est très important aujourd'hui. Il y a des expériences sur notre domaine. Donc il y a l'expérience château, bien sûr et l'expérience très nature, puisqu'on est vraiment au milieu de la nature, et ce qui ressort chez nous de la part des clients, c'est tout ce côté vraiment déconnexion, où quand vous êtes chez nous, vous oubliez presque votre téléphone ou votre ordinateur, et vous êtes vraiment re connectés à la nature, et vous vivez des expériences qui sont extrêmement déstressantes, relaxantes, et qui permettent de se ressourcer. C'est vraiment des mots importants chez nous.

Flavie Baudoin : D'accord. Et toutes ces choses-là, toutes ces innovations, ça fait à peu près combien de temps que vous avez mis ça en place ? Depuis combien de temps le château a été réaménagé pour ... ?

Sandra Polet : Alors, à la base, le château, c'est un château du XVI^e siècle, qui est construit d'ailleurs sur un site où il existait avant un château médiéval. Donc, on a des ruines, en fait, sur le domaine qui concerne cet ancien château. Donc, le château des Vigiers tel qu'il est a été construit vraiment sur les ruines de cet ancien château. Et donc, lui, il date du XVI^e siècle. Ça a été construit par un juge royal qui s'appelait Jean Vigier. Et au fil des années, il est passé de main en main. Et avant que M. Lars Pettersson, qui était le fondateur du château des Vigiers en tant que domaine golfique, ne fasse l'acquisition du château, c'était

un domaine agricole où il y avait donc toute la partie prunier pour le pruneau d'agen, donc production de prunes, production viticole, puisqu'on a des vignes sur le domaine, on en a gagné un petit peu, et production agricole. Donc nous, on a gardé toute la partie prunier sur le golfe, en fait, vous avez plein de pruniers sur le golfe, qui est un reliquat, en fait, de ce qu'il y avait avant, et on a gardé des vignes. Donc on produit du vin, en fait, sur notre domaine aussi. Et donc M. Pettersson est arrivé et a créé en fait le golf 18 trous et il a réaménagé le château en hôtel. Donc au début il n'y avait que le château et 18 trous de golf. Et après, petit à petit, on a rajouté les dépendances, puis l'ancien chais de vinification a été réaménagé en un bistrot, plus bistrot, plus partie spa et salle de séminaire. Et après, quelques années plus tard, en 2008-2009, le relais des vigiers a été créé. Donc il a été créé de façon à bien s'insérer dans le domaine, donc avec un aspect tout en bois, et qui a l'aspect d'un séchoir à tabac, qui est relatif à l'histoire de la Dordogne, puisqu'en Dordogne et en Lot-et-Garonne, on était jusqu'à il n'y a pas longtemps producteurs de tabac. Donc il fallait un produit qui s'insère dans la nature, qui soit en relation avec l'histoire de la Dordogne aussi, et donc ils ont choisi le thème du séchoir à tabac, construit en HQE, ça veut dire haute qualité environnementale, donc avec l'utilisation de produits très naturels et en conformité avec les normes de qualité environnementale. Donc des choix précis dans le bois, les carrelages qu'on a mis, donc c'est de la... pas de la tuile, mais de la...

Edith Grellety : De la tomette ?

Sandra Polet : Non, de l'ardoise, pardon. Pour les sols, on a mis de l'ardoise au sol. On a mis des panneaux solaires sur le toit des séchoirs à tabac, des bâtiments, pour la production d'eau chaude. Enfin, voilà, il y a tout un suivi bien précis dans le choix des matériaux qui a été fait pour répondre à ces normes de haute qualité environnementale.

Edith Grellety : Et donc, vous avez essayé un petit peu de préserver un peu le patrimoine local, dans le sens où les vignes, vous en avez quand même gardé, les pruniers, vous avez quand même essayé de garder le lien du coup...

Sandra Polet : Exactement, avec l'histoire du château tout à fait, donc les vignes, les pruniers pour le golf, l'aspect séchoir à tabac pour l'histoire de la Dordogne, le château en lui-même, on a quand même refait, il a été refait pas mal à l'identique de ce qui était fait donc on a des bâtiments très très beaux à l'intérieur, on a gardé des escaliers qui étaient inexistants, enfin non, il y a beaucoup de choses qui ont été gardées, les cheminées, les choses comme ça, il est vraiment authentique en fait, à l'intérieur et on n'est pas dans une décoration moderne au niveau des chambres. On garde cet aspect un peu romantique du château. Ça, c'est important. On essaye de mettre des innovations un petit peu technologiques pour que le client soit quand même satisfait et qu'il puisse utiliser ses ordinateurs, ses téléphones et tout ce qu'il faut pour recharger, les prises avec des prises USB partout dans les chambres, des salles de bain un peu plus modernes, quand même. Mais on a quand même gardé l'esprit château dans la décoration des chambres et dans la décoration des salons. Voilà, il faut que le client, quand il vient dans le château, retrouve cette ambiance château, en fait. Ça, on y tient. On y tient beaucoup. Donc vous avez de la tomette au sol, qui était déjà là quand ils ont rénové le château. Il y a plein de choses qui ont été conservées, oui.

Edith Grellety : D'accord.

Sandra Polet : Après on n'est pas inscrit au Monument de France. C'était important pour nous de ne pas l'être, parce que sinon vous êtes trop dans des cadres trop compliqués pour pouvoir faire de l'hôtellerie, en fait. Dans des cadres de normes qui sont trop compliqués. Donc ça, non on ne l'est pas. Mais on a fait attention quand même à garder un certain esprit, faire en sorte que ça reste vraiment bien château. Les ruines ont été gardées sur le domaine où vous avez vraiment toutes les ruines qui sont là. On a gardé l'ancienne enceinte, vous avez des anciens murs qui sont présents sur le domaine, qui est l'ancienne enceinte du château médiéval en fait. Donc il y a vraiment des choses qui ont été gardées.

Flavie Baudoin : Donc vous n'êtes pas classé Monument Historique ?

Sandra Polet : Non, c'est ce que je vous disais. On est pas classé MH justement parce que c'est trop normatif. ça vous oblige à respecter trop de règles qui ne serait pas compatible avec une utilisation en hôtellerie.

Flavie Baudoin : D'accord

Edith Grellety : Et, est-ce-que vous avez des exemples de meubles ? Est-ce-que les meubles ce sont des meubles anciens, que vous achetez d'occasion ou vous faites appel à des ébénistes qui vont refaire des meubles avec un style ancien?

Sandra Polet : Alors les deux, on a un petit peu partout dans le château des meubles qui sont très très ancien, qui ont été chiné par la femme de monsieur Peterson au moment où ils ont créé le château en hôtel. Maintenant dans les chambres qu'on refait aujourd'hui on fait appel à une société qui s'appelle Collinet qui est spécialisée dans la fabrication de meubles anciens, d'aspect ancien c'est notamment eux qui travaillent avec l'Elysée ou le château de Versailles. Il travaille avec de très grandes sociétés et de très grands représentants français. C'est une société française qui est dans l'est de la France. On fait appel à eux pour créer des meubles qui ont un aspect ancien, ils sont très doués pour ça, ils font de très belles pièces. On fait un mixte des deux, vous voyez dimanche dernier je suis allé au marché et il y avait un antiquaire avec un ensemble de deux fauteuils dans un aspect fauteuil un peu d'aspect médiéval avec une petite table avec du marbre assortie, donc là c'est un projet de l'acheter pour pouvoir le mettre dans les chambres. On refait les assises, les tissus et on garde la structure. On a notamment dans le couloir de l'accueil du château un magnifique canapé d'aspect médiéval dont l'assise et les tissus ont été entièrement refaits mais la structure du canapé en elle-même a été conservée.

Flavie Baudoin : D'accord et quand vous dites que ça a été refait du coup c'est vraiment du sur mesure ?

Sandra Polet : oui exactement, tout à fait, on fait appel à des artisans locaux. Moi je travaille avec par exemple, quand je refait les chambres, je travaille avec une décoratrice qui est à une vingtaine de minutes de chez nous. On travaille avec cette maison, la maison Dumas depuis le début de la création du château des Vigier et c'est eux qui nous accompagnent dans le choix des tissus et des matériaux et dans les couleurs les choses comme ça.

Flavie Baudoin : D'accord, et juste par rapport, pour rester sur la partie aménagement en fait, pour les aménagement un peu plus moderne est ce que vous êtes aussi sur du sur mesure pour vous adapter aux attentes plus moderne des clients ?

Sandra Polet : Quand on travail avec la maison Collinet, la maison Collinet c'est du sur mesure à chaque fois, donc nous on choisit les pièce les fauteuil, les chaises, les bureau, les tables, on choisit ça, mais après on les adapte a nos attentes à nous dans le choix des tissus. Par exemple, je vais choisir avec madame Dumas les tissus, les couleurs et on va les envoyer à la maison Collinet qui eux vont les mettre sur les fauteuils canapé qu'on aura choisi.

Edith Grellety : J'avais une question concernant les artisans. Est-ce-que vous faites appel à des experts du patrimoine, vous n'êtes pas classé, mais est-ce-que vous faites quand même appel a des personne spécialisé ou des artisans locaux mais qui s'y connaisse quand même?

Sandra Polet : on va dire qu'on chine aussi nos artisans locaux. C'est à dire que par exemple le chef a fait refaire son mobilier au niveau du restau étoilé, il a fait appel à un ébéniste local et qui lui a refait toutes les tables avec des essences arbres qu'on va retrouver en Dordogne par exemple. Mais on choisit nos partenaires pas en faisant appel à des professionnels du patrimoine mais par nous même en s'assurant que c'est des prestataires locaux. Et on a cette même politique de choix de partenaires locaux autant pour la décoration que pour la restauration alimentaire, le choix de notre marque au spa, sothys c'est fabriqué à Brive a à peine deux heures de chez nous. C'est pareil, c'est une politique de travailler avec des prestataires français locaux.

Edith Grellety : D'accord

Flavie Baudoin : Et au niveau de l'aménagement des installations que vous faites. Est ce que vous avez pu rencontrer des difficultés pour allié le confort moderne tout en préservant l'authenticité, l'ancien ?

Edith Grellety : Le patrimoine.

Sandra Polet : Oui oui, tout à fait, parce que vous êtes obligé, c'est plus par rapport au client. Parce que vous avez des clients qui veulent un château authentique mais dans la chambre quand même une certaine modernité. Donc il faut trouver le bon dosage entre garder une décoration ancienne mais qui va avoir un petit peu un aspect moderne par les couleurs ou le choix des tissus ou l'aménagement de la salle de bain. Dans la salle de bain, on peut quand même avoir une certaine modernité qui va venir apporter un peu plus de modernité à la chambre en elle-même. Par exemple, le choix de ce que vous allez mettre dans le mini bar, l'éclairage, la modernité va s'apporter par ce genre de choses. Ou par les aspects un peu technologique que vous allez amené dans la chambre je dirais mais c'est plus par rapport à la décoration ou parfois les clients sont un peu contradictoires dans ce qui veulent, ils veulent être au château mais avec une décoration un peu contemporaine. Donc ça va se faire par le choix des tissus, éclairage, salle de bain... des choses comme ça.

Edith Grellety : D'accord, donc une des problématique c'est de s'adapter au client, c'est le client avant tout ce qui est plutôt normal en soit.

Sandra Polet : Oui parce qu'on s'adresse a eu finalement

Edith Grellety : Donc, est-ce-que vous arrivez à correspondre à ces attentes qui ne sont pas forcément les attentes du château authentique ?

Sandra Polet : Non parce que parce que un client qui vient de séjourner dans un château il a pas les mêmes attentes qu'un client qui va visiter un château historique. Le client qui va aller a puymartin il va être très content de retrouver un lit des années 1700 comme il était en 1700 mais dormir dedans ca va pas être possible pour lui, parce que pour dormir il veut le confort de 2025, donc avec un lit bien moelleux, des drap et des oreiller qualitatif... Donc il y a cette chose qu'on doit garder en tant qu' hôtelier, on peut pas garder l'authenticité jusqu'au bout avec chambre comme elle était en 1700 vous voyez.

Flavie Baudoin : D'accord.

Edith Grellety : Et donc c'est pas compliqué, par rapport, aux salles de bain, au chauffage, à la clim...

Sandra Polet : Si, on a des problèmes techniques. Par exemple, quand on a construit le relais tout était très simple parce qu'on était déjà sur une construction et tout était fait de manière assez simple. Dans le château dès que vous voulez changer quelques choses, par exemple, on a refait la clim entièrement d'une partie du château, il y a deux ans, tout est compliqué en faite, parce qu'il faut passer par les combles, parce que il y a des murs très épais, parce que il y a des choses auquel, la structure en elle même du château vous pouvez pas y toucher. Il faut trouver subterfuge pour que ça reste élégant, mais techniquement faisable aussi, il y a des chambres ou la position du bloc de clim était très compliqué pour que ça reste caché et élégant pour le client mais pour que techniquement ça envoie la fraîcheur ou la chaleur de façon correcte, pour que ça soit efficace. Il y a une certaine chambre ou on s'est un peu creuser la tête. Il y a aussi des choses compliqué a la réception, la clim est presque impossible a installer dans le hall d'accueil du client parce que nous n'avons pas de porte qui viennent fermé la partie réception et le premier étage, parce qu'on a le hall d'accueil qui communique avec tous l'escalier qui monte sur deux étages. Donc, mettre une clim à cet endroit là c'est insensé de façon écologique et économique parce que on va pas rafraîchir 2 étages d'un coup et techniquement c'est infaisable et écologiquement parlant c'est pas possible. Donc, il y a plein de choses qui font que dans un château c'est pas évident de mettre de la modernité aussi. Même le chauffage on est confronté l'hiver pour le chauffage c'est compliqué aussi. On a réussi à mettre un chauffage au sol au rez-de chaussé mais quand on chauffe on chauffe en même temps deux étages donc c'est un gouffre financier. On a jamais très chaud l'hiver dans le château, on est bien mais on n'a pas très chaud.

Edith Grellety : D'accord.

Sandra Polet : Tout ce qui est chauffage et clim c'est assez compliqué a gérer, quand on veut gérer l'écologie et l'économie.

Flavie Baudoin : D'accord.

Edith Grellety : Et, est-ce-que tous ces éléments modernes vous arrivez à les cacher ? Par exemple, pour les normes erp que ça soit pas trop visible ?

Sandra Polet : Non, parce qu' au niveau des erp vous avez des obligations de visibilité par exemple les extincteurs vous êtes obligé de les avoir visible pour la sécurité des clients. Après, oui on arrive quand même a trouvé subterfuge pour avoir des choses élégantes, la seuls choses sur lequel on bloque, par exemple, je souhaiterais vivement installé un chemin d'escalier sur notre escalier qui monte en colimaçon sur 3 étages (Rez de chaussée, premier, deuxième). Je me retrouve devant un problème de sécurité, on me le refuse parce qu'au niveau des normes pmr ça passe pas. Donc la on est en train d'essayer de voir comment on peut faire un compromis pour installer ça c'est ces petites choses comme ça qui sont compliquées entre les normes de sécurité, la décoration, il y a certaines choses qui sont pas compatible.

Flavie Baudoin : D'accord et au niveau du type de clientèle que vous recevez, est ce que c'est assez varié ? vous avez plutôt une clientèle professionnelle, familiale ... ?

Sandra Polet : Au niveau de clientèle familiale non, parce qu'on n'est pas un endroit qui est très fait pour les familles. On a pas pour les enfants tout petit d'activités qui permettent d'occuper les tout petit on est pas adapté pour eux. Par contre à partir de 7-8 ans on a des choses qui peuvent être intéressantes, des initiation au golf, des choses comme ça. Après, on a des chambres qui sont adaptées aux familles dans le château et dans le relais des vigiers. Autour du château il y a des activité pour les familles, nous dans le domaine c'est pas la première clientèle on va d'abord avoir une clientèle de loisir qui vient pour le golf, la restauration, la gastronomie le bien être et pour les activité culturel que le périgord propose autour de nous. Et après, on va avoir une clientèle de groupe séminaire, on a augmenté la capacité hôtelière en 2008 2009 pour répondre au grosse demande groupe et séminaire sur lequel on était en refus, jusqu'à qu'on fasse le relais. Aujourd'hui, d'avoir fait le relais ça nous permet d'accepter des demandes de 120 personnes.

Edith Grellety : D'accord, dans l'ensemble pour vous qu'est ce que c'est l'authenticité et est ce que vous avez le sentiment de préserver l'authenticité ou est ce qu'il y a des freins avec les aménagement moderne avec le golf, les piscine,... est ce que pour vous ça peut être compatible avec une préservation de l'authenticité ou non ?

Sandra Polet : ça dépend ce que vous appelez authenticité. L'authenticité sur quel niveau en fait. Vous avez l'authenticité sur le fait qu'on essaye de préserver tout ce qui est en lien avec la Dordogne et l'histoire de la Dordogne, ça on peut parler d'authenticité. Au niveau de la gastronomie française, on représente l'image de la France pour les étrangers qui viennent chez nous. Ca peut être l'authenticité par rapport au côté historique du château, le fait qu'il y ait de la vieille pierre, le fait qu'on soit sur un relais qui soit construit avec des produits naturels, du bois, l'apparence du séchoir à tabac en relation avec l'histoire de la Dordogne. L'authenticité se retrouve a plusieurs niveau, du personnel du château qui va donner un accueil avec beaucoup d'authenticité dans le sens ou on est proche de nos clients, beaucoup dans l'accueil, pas amicale, mais dans la bienveillance. Tout ça pour moi ça

s'appelle de l'authenticité, vous allez trouver chez nous des gens vrai et naturel ça c'est l'authenticité. Vous allez trouver un paysage authentique qui est dans le respect du paysage de la Dordogne. Il faut savoir aussi que même si on a un golf, golf ne rime pas avec anti ecologie, notre golf est en autonomie sur l'arrosage. On a un très grand lac qui a été créé justement devant le château pour être en autonomie sur l'arrosage du golf. On a ressus un label argent pour la préservation de la biodiversité sur la nature, dans tous ce qui est les petites têtes que vous allez retrouver, les différentes plantes que vous allez retrouver sur notre golf. Il faut savoir qu'on utilise, on utilise plus de produits phytosanitaires. On est sur une gestion écologique du golf, et vous avez énormément de golf en France qui sont sur cette optique là maintenant. Aujourd'hui, on peut plus dire que les golfs sont des produits polluants en France. Tout ça fait partie de l'authenticité en France, alors je ne sais pas de la quel vous voulez parler spécifiquement.

Edith Grellety : C'est très global.

Sandra Polet : Je pense qu'on peut dire que le château des Vigiers est un produit authentique ou on essaye de préserver le côté local et vie locale et le côté authentique du château tel qu'il était et de préserver ça. La beauté de la nature, le choix des produits authentiques de la dordogne on est authentique par rapport à notre région par rapport à la France par rapport à l'image que les étrangers attendent de nous au niveau de la France donc ça oui on est authentique oui.

Edith Grellety : Oui, c'est vraiment votre sentiment que vous partagez une expérience authentique sur l'histoire de la Dordogne, globalement ?

Sandra Polet : C'est ça tout à fait, c'est important.

Edith Grellety : Vous voulez vraiment faire vivre une expérience dans le domaine donc une expérience très à la française ?

Sandra Polet : C'est ça, complètement.

Flavie Baudoin : C'est ce que vos clients recherchent en venant vous voir ?

Sandra Polet : C'est ça, oui ils ne s'attendent pas à trouver un accueil standard ou un produit standard comme il vont le retrouver dans les resorts colchique en Espagne, Portugal, au Maroc ou tout se ressemble. Nous ce qu'il veulent chez nous c'est trouver une expérience différente. Il aime le fait que toutes nos chambres soit décorées différemment, qu'ils ont un accueil personnalisé, il faut savoir que nous quand le client il appelle pour réserver on peut rester jusqu'à une demi heure, 20 min pour arriver à déterminer ce qu'il veut exactement et répondre au mieux à ces attentes, on va lui réserver sa table au bistrot son golf son spa pour quand il arrive tout soit bien cadré et il n'a plus qu'à profiter de son moment, son expérience chez nous.

Flavie Baudoin : D'accord.

Edith Grellety : Et, est ce que vous trouvez qu'il y a une augmentation de la demande pour ce genre de séjour spécifiquement ? Est ce que vous sentez que ces clients

peuvent se lasser d'offres classiques et qu'ils ont de plus en plus besoin d'offres immersives ?

Sandra Polet : Complètement, c'est pour ça qu'on a mis en place depuis, ça fait à peu près deux ans qu'on parle beaucoup d'expérience de d'authenticité, de séjour vraiment unique où le client va ramener des souvenirs, que le client repart avec des souvenirs et créer des souvenirs, des moments d'émotions chez nous et il va repartir après. Le client va être plus attentif à ce qu'il va ressentir chez nous, aux émotions qu'il va avoir, aux souvenirs qu'il va créer, plus qu'à savoir si on les a toutes dernières technologies dans les chambres avec je sais pas une télé qui sort du miroir ou ce genre de choses technologiques, dernier cri. Nous on est pas dans le bling bling, on est vraiment dans le côté émotions souvenir, expérience.

Edith Grellety : D'accord.

Sandra Polet : Après l'expérience qu'il vont vivre c'est celle d'un château, un endroit naturel, de reconnection à la nature de choses comme ça.

Flavie Baudoin : Et pour vous faire connaître vous utilisez quels moyens pour justement vous faire connaître et proposer cette expérience ?

Sandra Polet : On utilise beaucoup de biais différents, le premier biais de visibilité ça va être le web, interne avec notre site qui est refait très régulièrement à peu près tous les 2-3 ans, on a notre propre web marketing qui refait très régulièrement le site, là il a été refait dernièrement. Et ensuite on va avoir les réseaux sociaux on travaille beaucoup avec Facebook, Instagram, TikTok, on va avoir après tous un réseau de contrat avec des agences de voyages que ça soit des agences de voyage uniquement en ligne qu'on va appeler les OTA ou des agences plus traditionnelles, donc on a des contrats avec eux que ça soit des agences françaises ou étrangères, on a tous un réseau à ce niveau et après on va aussi avoir un complicité dans les magazines spécialisés golfiques ou des magazines plus généraux, le sud ouest le figaro les choses comme ça et après on a toute notre base de données à nous, notre fichier clients à nous qu'on a créé depuis 30 ans depuis que les Vigiers existe, on a maintenant travaillé et ça c'est très important dans la façon dont on prend les résas, la façon dont on accueille les clients systématiquement num de tel adresse postale mail sont demandées pour pouvoir nourrir et générer le fichier client, ça c'est une des bases chez nous, l'importance de récolter les infos, mail téléphone dans tous les points de ventes, au golf, au spa au restau, au bistrot on demande systématiquement mail et adresse.

Flavie Baudoin : D'accord et ça vous permet aussi de fidéliser votre clientèle? Parce que la clientèle qui vient chez vous peut être amenée à revenir régulièrement ?

Sandra Polet : Complètement, on a régulièrement des clients, là encore hier, des clients qui étaient là en cours de séjour et qui sont venus réserver une semaine pour le mois de juillet et ils étaient déjà venus au mois de mars. On a une grande clientèle d'habités et c'est important et on utilise aussi des sites que tout le monde connaît comme booking et Expedia pour lesquels on paye une commission mais qui nous permettent d'attirer de nouveaux clients. Et nous notre job après c'est de fidéliser cette clientèle et de faire en sorte que la prochaine réservation soit faite sur notre site en direct avec nous. Pour arriver à ça on donne à nos clients au moment de leur départ, un coupon qui leur permet d'avoir une réduction sur leur

prochain séjour et qui nous permet de les capter en leur disant que le coupon est valable uniquement si il passe avec nous. Et on a aussi mis en place des système qui nous permettent d'apparaître sur google toujours moins cher que nos concurrents ota sur lequel on est vendu aujourd'hui. On a la possibilité grâce à une dernière lois européenne qui a été créée pour contrer booking et Expédia justement on a le droit aujourd'hui de plus être en parité avec booking et expedia et on a le droit de vendre moins cher sur notre site. On est toujours moins cher sur notre site et on a un système technologique qui nous permet de toujours être moins cher que booking et expedia.

Flavie Baudoin : D'accord.

Sandra Polet : Donc on a une veille et tous les matins notre marketing vérifie qu'on est toujours bien en dessous de booking et expedia et si jamais c'est pas le cas on fait ce qui faut pour rectifier ça.

Edith Grellety : Au delà de faire connaître le château à la clientèle touristique est ce que vous essayé de faire venir au château la communauté local peut être en organisant des évènement, ce genre de choses ?

Sandra Polet : C'est compliqué pour nous d'ouvrir le château, je pense au JEP ou au chose comme ça c'est compliqué pour nous d'accueillir une clientèle qui viendrait uniquement pour visiter le château alors qu'on a des clients d'hôtel qui sont actuellement présents. C'est assez compliqué de mixer les deux types de clientèle, on a pendant très longtemps organisé des expositions d'œuvres d'art dans on appelait ça le musée au château et on avait un artiste qui était exposé et ces expos était ouverte au public. Mais c'est toujours un peu compliqué de mixer les 2 types de clientèles, on a arrêté ça la on un locale qui expose ses sculptures dans nos jardins, mais c'est pas forcément communiqué à l'extérieur. On faisait pendant un temps aussi le cinéma en plein air, la c'est pareil, ca amène une clientèle qui est pas forcément celle qui est compatible avec notre clientèle d'hôtel ou de restaurant ou de golf, c'est compliqué.

Edith Grellety : Le restaurant par exemple est-il, est que pour les personnes qui sont pas à l'hôtel, il est accessible?

Sandra Polet: Non le restaurant, le golf et le spa sont ouverts au client locaux, on a une belle clientèle locale d'ailleurs. Mais ce sont des clients qui viennent qui on le qui sont compatible avec l'esprit du domaine et qui connaissent, qui viennent pour le restaurant étoilé ou pour le golf, c'est pas des gens qui arriverait juste pour venir visiter vous voyez ce que je veux dire.

Flavie Baudoin : C'est des habitués ?

Sandra Polet : Oui voila, donc c'est parfois compliqué de mixer différents types de clientèle.

Flavie Baudoin : D'accord.

Edith Grellety : Et aussi, autre question je passe un petit peu du coq à l'âne, mais du coup le château avant de devenir un hôtel, c'était quoi un peu son histoire est ce que

la transformation en hôtel c'est ce qui la vraiment sauvé, est ce que c'était un patrimoine en péril ou pas du tout ?

Sandra Polet : Je dirais que oui car dernièrement c'était un domaine agricole et vous savez un petit peu comment est aujourd'hui l'agriculture française, c'est compliqué et entretenir un domaine, un château il était quand même dans un mauvais état quand il a été récupéré. Et je pense que les propriétaires ont été bien contents de cette proposition de monsieur Peterson qui du coup a pu restaurer et redonner une belle vie à ce château. Il était en très mauvais état quand il a été récupéré, on a des photos du château à l'époque, c'est très compliqué d'entretenir un château comme celui-ci quand vous êtes agriculteur. Ce n'est pas facile, je sais qu'il est passé de main en main, qu'il a eu plusieurs vies, sa dernière vie avant d'être un domaine hôtelier, c'était l'agriculture.

Edith Grellety : Est ce que vous avez d'autres projets de rénovation, des projets d'agrandissement, ou de développement touristique ?

Sandra Polet : De développement touristique non, par contre on est toujours en constante rénovation. Par exemple, dans le château en lui-même on a pour projet de refaire certaines chambres, pas mal de salles de bain, des choses comme ça. Le château est en constante rénovation. La par exemple on est entrain de changer au fur et à mesure toutes les menuiserie, les fenêtres, autant vous dire qu'il y en a beaucoup et que ça coute tres cher et on remplace le bois par de l'aluminium, mais avec une apparence qui garde l'apparence des fenêtres en bois, donc ça ne dénature pas l'apparence du château mais ça lui donne de la valeur par rapport au déperdition énergétique. Et on a aussi pour projet d'aller vers un label vert pour le château et le relais avec le label clef verte, green key, donc ça c'est pareil, c'est dans les projets, on a déjà le label argent pour le golf en biodiversité, et l'idée c'est d'arriver à passer l'hôtellerie en label aussi label vert.

Flavie Baudoin : Et vous l'objectif c'est de le passer pour quand, vous avez une idée à peu près ?

Sandra Polet : la si on entame les démarches sa demande 2 ans. En fait pour acquérir le label. Entre les contrôles, il y a un audit qui est fait, après il y a des travaux d'aménagement à faire et ensuite il y a une deuxième audit pour voir si les travaux qui ont été fait conviennent au attentes et ensuite il y a labellisation, il faut compter 2 ans, donc je pense 2027 - 2028 on devrait y être.

Edith Grellety : D'accord, et on a vu que vous étiez classé 4 étoiles, est ce que vous faites aussi partie d'un groupe d'une chaîne type relais et château ou pas du tout ou vous êtes vraiment très indépendant ?

Sandra Polet : On est indépendant, on faisait partie du groupe small luxury hotel pour notre visibilité à l'international qu'on a arrêté, on a aussi fait partie de Teritoria quelques années mais on a arrêté aussi et la aujourd'hui depuis à peu près 6 ans on est complètement indépendant. On est adhérent à atout france qui est la société de gestion de tous ce qui est hotellerie en france et c'est eu qui nous décerne les étoiles, qui gère la gestion des étoiles, on a fait le choix de rester sur du 4 étoiles et de pas passer sur du 5 étoiles alors qu'on pourrait le faire pour des choix de politique tarifaire pour ne pas fermer la porte a des gros

groupes qui viendrait en séminaire chez nous mais qui ne vont pas pour des raisons de déontologie passer sur du 5 étoiles. Et après on vient de rentrer dans un groupe qui s'appelle onoria qui est un groupe portugais qui a pris une part de nos actions. Il faut savoir que le château des vigiers n'est pas gérée par des propriétaires mais par des actionnaires donc le premier actionnaire est une famille anglaise et on a des actionnaires, une partie de l'actionnariat qui est scandinave encore, parce que *Peterson* qui était le fondateur du château des vigiers est décédé en 2005 2004 et là on a une partie de l'actionnariat qui a été racheté par des propriétaires portugais et qui ont intégré le château dans le groupe onoria qui est un groupe où il y a des domaines golfiques comme le nôtre et plein d'autres choses.

Edith Grellety : Et pour vous faire partie d'un groupe c'est vraiment une valeur ajoutée pour se faire connaître ?

Sandra Polet : ça dépend du groupe, il faut savoir que ça a quand même un coup qui est quand même très important. Adhérer à un groupe comme relais et château, là vous avez une belle visibilité le coup que ça génère nous on a fait le choix de l'investir dans notre propre com et de ce donner des outils qui nous permettent d'avoir notre propre com.

Flavie Baudoin: Et est ce que c'est pour ces raisons là que vous avez le choix de ne plus faire partie du groupe Teritoria ?

Sandra Polet : oui oui tout à fait, parce qu'on s'est rendu compte que territoire ne nous apportait pas plus que ce qu'on faisait déjà. Mais que par contre on payait beaucoup donc l'argent qu'on dépense dans Teritoria on a préféré le dépenser dans nos actions à nous. Et c'est aussi la raison pour laquelle on ne va pas dans des groupes. Après relais et château il faut savoir que ce qui les bloque aussi dans l'intégration d'un domaine comme le nôtre c'est la partie golfique et le fait que on accueille des groupes, des séminaires, ça il n'aiment pas trop il y a plusieurs raisons qui font qu'on est pas relais et château. Il y a notre propre volonté et aussi des critères de leur côté que nous on est pas près à abandonner quoi. Je ne sais pas comment répondre à votre question.

Flavie Baudoin: C'est très intéressant, merci

Edith Grellety : Donc nous on a pas forcément d'autres questions mais si vous avez des choses que vous voulez rajouter il ne faut pas hésiter.

Sandra Polet : Non non je pense qu'on a bien fait le tour sur le fait d'être un château hotel, je pense qu'on a bien fait le tour.

Flavie Baudoin : J'ai juste une petite question, est-ce que c'est possible de vous citer dans notre mémoire ou vous préférez rester anonyme ?

Sandra Polet : Non non vous pouvez sans soucis.

Flavie Baudoin : Très bien merci.

Sandra Polet : Avec plaisir, et j'espère que ça pourra vous aider.

Flavie Baudoin et Edith Grellety : Oui, merci beaucoup, au revoir.

Sandra Polet : Au revoir.

Fin de l'enregistrement.

Annexe 10 : Résumé de l'entretien avec le Château de Noirieux

Cet entretien a été réalisé le vendredi 7 mars à 14h au Château de Noirieux avec le directeur d'exploitation, Monsieur Gaudinière. Nous avons pu réaliser un entretien d'une durée de 40 minutes, suivi d'une visite du château et des extérieurs.

Monsieur Gaudinière nous a présenté son parcours professionnel ainsi que son poste au sein du château de Noirieux. En tant que directeur, il est chargé de la gestion et de la coordination de l'ensemble des activités quotidiennes de l'établissement. Son rôle consiste à veiller à ce que les effectifs soient suffisants et à ce qu'ils soient correctement formés, ainsi qu'à veiller en amont de la rentabilité de l'établissement.

Le projet hôtelier du château de Noirieux remonte à 1989. L'ouverture officielle a eu lieu en 1991 par les propriétaires de l'époque, la famille *Côme* qui ont dirigé l'établissement jusqu'en 2017. Le propriétaire était chargé du restaurant, auquel ils ont obtenu 1 étoile au guide Michelin. Son épouse assurait quant à elle la partie hébergement.

Le château était considéré comme un haut lieu de rencontre pour les notables d'Anjou, en raison de la réputation de sa table gastronomique située dans la nature. Il était recherché par beaucoup en raison du peu d'offres au nord d'Angers et ce positionnement est toujours d'actualité car c'est toujours le seul restaurant gastronomique au nord d'Angers.

Après le départ de la famille *Côme*, le château a connu une succession de directions et de propriétaires. Cette instabilité a entraîné un certain délaissement, chaque propriétaire engageait des rénovations selon ses propres goûts et moyens. Il en a résulté un manque d'uniformité au niveau du choix des couleurs et des matériaux utilisés.

Aucune différence n'est faite entre le château et le manoir, c'est un ensemble qui constitue le château de Noirieux. La différenciation entre les deux bâtiments repose uniquement sur la localisation et la commercialisation, ayant conduit à la création de catégories distinctes dans l'offre d'hébergement.

Autrefois le terme « manoir » pouvait être perçu de façon péjorative, considéré comme moins « bien » qu'au château. Aujourd'hui, toutes les chambres ont le même niveau de service, d'équipement et de décoration.

Le château a été édifié entre le 15^{ème} et le 17^{ème}. Cependant, il y a très peu de documents par rapport à son histoire. Cela s'explique par le fait que la famille *Dubois* a été propriétaire du château pendant une longue période et que par la suite le château a été repris par un propriétaire qui a été moins attentif à la conservation des documents, tels que les archives. De ce fait, de nombreux éléments tels que les blasons ou les armoiries familiales, ont été perdus.

Le château n'est pas classé au titre des Monuments Historiques, ce qui n'est pas perçu comme contraignant, car cela permet de réaliser des travaux sans restrictions particulières. Une autre raison pour laquelle le château n'est pas classé, est liée à sa reprise récente par Monsieur Gaudinière, il y a seulement un an.

Dans les chambres il y a une volonté de préserver l'authenticité et d'allier le moderne à l'ancien. Monsieur Gaudinière est conscient de la nécessité de s'adapter aux attentes

actuelles des clients, les chambres sont ainsi optimisées avec un certain niveau de confort qui n'est pas forcément dans l'esprit château, toutefois il y a cette volonté de varier en modernisant certains éléments tout en conservant.

Ils n'ont pas rencontré de difficultés pour allier confort moderne tout en préservant l'authenticité car ils ont travaillé avec un partenaire dont le portefeuille d'activité est très diversifié. De ce fait, tous les aménagements ont été réalisés sur mesure.

La principale difficulté aurait pu être d'ordre financier, mais un investisseur disposant de ressources suffisantes a pu mener à bien ce projet.

La mise en place d'éléments modernes n'a pas été complexe, car cela s'inscrit dans le cœur de métier initial du propriétaire, qui possède une importante activité dans le secteur du bâtiment.

Les deux contraintes potentielles auraient donc été financières et la recherche de bons artisans. Cependant, le fait que le château de Noireux ne soit pas classé a constitué un avantage, puisqu'il n'a pas été nécessaire de faire appel à des corps de métiers spécialisés, ce qui a simplifié les travaux.

Le château de Noireux possède 4 étoiles. Il est membre de Relais et château depuis 1995, faisant partie des premiers établissements à intégrer ce réseau. Toutefois, aujourd'hui ils ne perçoivent plus d'intérêt à poursuivre cette affiliation.

Ils s'inscrivent dans une démarche très locale, car cela leur tient particulièrement à cœur et s'inscrit également dans une volonté plus large de préservation du patrimoine. Les légumes préparés par le chef cuisinier proviennent de leur propre potager, tandis que le reste des produits est acheté auprès de producteurs et maraîchers situés dans un rayon géographique relativement proche. Pour Monsieur Gaudinière, il est important de faire vivre l'économie locale avant de chercher des approvisionnements plus éloignés.

Ils ont cette volonté de perpétuer la vie de château, en proposant un service complet aux clients : bagagerie, voiturier, serveurs, etc. Pour préserver cet esprit, un choix a été fait de ne pas installer de téléphones dans les chambres, permettant ainsi une véritable déconnexion. Les clients peuvent également s'occuper des animaux présents sur le domaine et profiter des jardins. L'esprit du château est conservé à travers plusieurs éléments authentiques : une cheminée toujours allumée, des miroirs anciens, des tapisseries, ainsi que divers petits objets et œuvres d'art.

Monsieur Gaudinière explique que la vision des clients de la « vie de château » inclut désormais des équipements contemporains tels qu'une piscine, un terrain de tennis, ou encore des balades à vélo. Selon lui, le châtelain d'aujourd'hui n'est plus celui qu'on imagine à cheval dans son village, mais une figure moderne, attachée au confort, sans pour autant renier l'authenticité du lieu.

L'hôtel dispose de 19 chambres avec sept catégories de chambres. Toutes disposent des mêmes équipements modernes, tout en conservant l'esprit du château. Le mobilier n'est pas ancien, mais contemporain, avec des clins d'œil à l'histoire, comme les boutons de tiroirs en laiton moulé de la marque Rémy Garnier ou encore des revêtements en pierre, qui viennent subtilement rappeler le style traditionnel.

Les clients de l'hôtel ne recherchent pas spécifiquement la « vie de château » en allant au château de Noirieux, mais plutôt une expérience rurale, calme et dépayssante, souvent associée à la campagne et à la gastronomie. L'affiliation à Relais & Châteaux reste également un gage de qualité pour certains, attirés avant tout par l'expérience culinaire et le cadre plus que par le caractère patrimonial du lieu.

Le château de Noirieux est bien intégré dans son environnement local. L'établissement n'est pas seulement un hôtel, mais aussi un restaurant et un bar ouverts à tous, même sans y séjourner. Le maire soutient activement le projet, et les habitants sont fiers du château. Le château est aussi un acteur économique important, accueillant de nombreux apprentis des écoles de la région (beaucoup d'apprentis à la CCI d'Angers ou d'autres écoles à Cholet, etc.) Il y a une réelle volonté d'ouvrir les portes aux habitants : des événements comme une chasse aux œufs sont organisés et le parc est en accès libre.

La valorisation du château de Noirieux ne passe pas par une patrimonialisation matérielle, mais plutôt par une expérience immatérielle. Il s'agit surtout de faire vivre le lieu à travers son environnement rural, son parc et l'atmosphère du lieu. À l'intérieur, le décor reste moderne et épuré, avec quelques clins d'œil aux matériaux anciens, mais sans volonté affirmée de restituer un patrimoine historique. Il reconnaît avoir du mal à se positionner clairement dans une démarche patrimoniale à destination de sa clientèle.

Annexe 11 : Retranscription de l'entretien avec le Château de Noirieux

Avant de débiter la retranscription de l'entretien nous tenons à vous informer que nous avons eu le consentement de Monsieur Gaudinière concernant l'enregistrement de cet échange ainsi que l'entretien soit retranscrit et qu'il soit cité.

Edith Grellety : Dans un premier temps, est-ce que vous pouvez vous présenter, nous dire ce que vous faites ici comme poste ?

Paul Gaudinière : Je m'appelle Paul Gaudinière, j'ai 33 ans, je suis directeur d'exploitation pour le château de Noirieux depuis 1 an. J'ai évolué dans une carrière hôtelière depuis une licence où j'étais ou j'étais commerciale pour deux hôtels. Je vendais en B to B pour deux hôtels. Je me suis ensuite spécialisé dans la conciergerie. Je suis partie à l'étranger pendant 2 ans au Maldives. Je suis passé de stagiaire, à majordome à responsable du service de majordome à 21 ans, c'était une belle expérience très formatrice. J'ai continué à Paris dans un hôtel 5 étoiles, le George V qui était très formateur, j'ai appris les standards de l'hôtellerie dans une grande marque à l'époque c'était Starwood qui a été racheté par Marriott ou là c'est vraiment des processus à l'américaine sur qui fait quoi à quel moment, très cadrés, très procéduriers. Combinant les deux (Maldives et Paris) et ça donne une expérience de luxe cadrée et assez agréable. Suite à quoi je suis partie à la Baule, je travaillais à l'Hermitage, un hôtel de 200 chambres. Avec le Covid j'ai quitté l'hôtellerie, je suis partie en résidence de service pour personnes âgées. J'étais directeur adjoint. Pendant 2 ans j'ai fait vivre une résidence de 200 appartements. On accueillait des seniors de manière permanente. Le château de Noirieux était en travaux, il cherchait un directeur, j'ai eu l'opportunité de faire ce que j'aime, travailler dans un cadre assez intéressant dans la région de l'Anjou. Ici mon travail c'est vraiment de faire tourner les opérations, de faire en sorte qu'on ait les employés nécessaires qu'ils soient formés au standard qu'on attend d'eux et que les clients attendent d'eux et de chercher un maximum de rentabilité pour l'établissement et pérenniser et de développer le mieux possible.

Flavie Baudoin : D'accord, et donc on a vu qu'il y avait une offre d'hébergement au niveau du château et aussi du manoir. Est-ce que vous pouvez nous parler de ces lieux avant leurs transformations ?

Paul Gaudinière : Alors c'est exploité en temps qu'hôtel depuis très longtemps.

Flavie Baudoin : Depuis très longtemps, ça remonte à quand, si vous savez ?

Paul Gaudinière : Ça remonte à 1989 le projet hôtelier, 91 l'ouverture et on a eu la famille Côme qui l'a occupé en exploitation de 91 jusqu'à 2017. C'était une seule famille. Monsieur était en cuisine, Madame était en hébergement et ils ont fait rayonner le château sur la zone d'Angers. Ils ont eu jusqu'à une étoile au guide Michelin. C'était vraiment le haut lieu de rencontre de tous les notables d'Anjou puisque c'était une belle table dans la nature, recherchée par beaucoup. Il y avait peu d'offres en plus et c'est toujours le cas au nord d'Angers, on est le seul restaurant gastronomique. Si on va du côté de Tiercé, il doit y avoir

deux restaurants en plus et après il faut remonter au nord d'Angers jusqu'à la Flèche si on veut chercher une table un peu gastronomique. Donc on est vraiment isolé. Après les Côme, il y a eu une succession et de directions et de propriétaires, ce qui a fait que le château était un peu, pas abandonné, mais chaque propriétaire ou direction a fait des rénovations, de la décoration avec ses propres moyens, qui n'étaient pas toujours les mêmes, et avec leur goût, donc on était à avoir un château qui était vraiment un patchwork, de couleurs, de matériaux, il n'y avait aucune uniformité. Et surtout il y avait cet effet, justement vous parliez du manoir et du château. Alors pour nous on ne distingue pas, le château de Noirieux c'est le manoir et le château, il n'y a pas de différence, c'est juste pour la localisation et pour la commercialisation, j'ai fait des catégories distinctes de champs. Mais avant il y avait vraiment un côté dénigrant quand vous étiez au manoir, ce n'était pas aussi bien que quand vous étiez dans le château. Aujourd'hui, toutes les chambres ont le même niveau de service, d'équipement, de décoration, que vous soyez au manoir ou au château, la différence va être sur, ça par exemple, une hauteur sous le plafond, là on a 4m50, au manoir on va avoir des hauteurs standard autour de 3m. On n'a pas cette sensation de château de grandeur, de grandes fenêtres, de lustres, etc.

Edith Grellety : Et du coup, le château, il date de quand ?

Paul Gaudinière : C'est une très bonne question. Entre le 15ème et le 17ème, il y a très peu de documents aujourd'hui par rapport à ça. Je sais qu'il y a eu la famille Dubois qui a été propriétaire pendant longtemps. Malheureusement, entre-temps, il y a eu un propriétaire chinois qui n'a pas fait forcément attention aux archives. Il y a beaucoup de documents qui ont disparu, tout ce qui est blason, tout ce qui est armoiries de famille, etc. Il y a une recherche à faire, je pense, du côté des archives départementales, mais je n'ai pas eu le temps sur l'année de m'en occuper. Mais j'ai une supposition, c'est qu'il n'y a pas de château à Briolet. Enfin, le château à Briolet existe sur la carte, mais c'est une ruine. Là, c'est un château avec une chapelle, avec un espace dépendances, il y avait un chenil. Sur des plans, j'ai retrouvé un grand potager, donc j'imagine que c'était le château de Briolet qui a été déplacé ici. C'est qu'une supposition, mais ça pourrait faire sens.

Edith Grellety : Et, est-ce que le château est classé monument historique ou non ?

Paul Gaudinière : Non.

Edith Grellety et Flavie Baudoin : Est-ce que c'est un choix de votre part ?

Paul Gaudinière : J'ai repris la direction il y a un an, c'est pour ça. Je sais que l'hôtel de la chapelle est classé au bâtiment de France, mais c'est tout. Il n'y a pas de restriction pour les travaux, on a pu faire ce qu'on souhaitait, c'était pas du tout une contrainte.

Edith Grellety : Et du coup, on parle un peu de notre sujet, c'est autour de la patrimonialisation, de l'authenticité. Est-ce que c'est vraiment une recherche pour vous, dans les chambres, d'avoir cette recherche d'authenticité ? Ou pas trop ? Ou est-ce qu'il y a vraiment cet esprit château qui est perpétué ? Ou alors un esprit plus moderne ?

Paul Gaudinière : Il y avait un peu des deux. C'est-à-dire qu'il faut s'adapter à la demande des clients. Aujourd'hui, quand vous allez dans un hôtel, que vous payez un certain prix, vous aimez avoir un certain niveau de confort. Tout ce qui est literie, moquette, rangement. Par exemple, le propriétaire qui voyage beaucoup fait un reproche sur les chambres d'hôtel où on n'a jamais la place de mettre sa valise, elle est souvent posée sur un porte-bagages au milieu de la chambre, elle gêne. Donc là, on a fait le choix d'avoir des grands dressings avec de quoi ranger les valises. Chaque chambre est vraiment optimisée pour que le voyageur se sente à la maison, pas avec une valise ouverte au pied du lit parce qu'il n'y a pas de place dans la chambre. Donc il y a cet esprit de confort qui en effet n'est pas forcément dans l'esprit de château. Même dans le mobilier, vous voyez, on a essayé de varier, on a modernisé, on a gardé une vieille tapisserie qui date de 1500 et en face on a mis un fauteuil assez moderne. On a gardé le sol d'origine. On a mis une table qu'on a fait tailler dans la pierre directement en Iran, qu'on a fait venir déjà moulé. Donc on mélange nouveautés et anciens, on a gardé les cheminées, on a remis en service une cheminée dans le Grand Salon qui fonctionne tout l'hiver. Donc oui, il y a cet objectif de garder le patrimoine puisqu'il y a aussi une volonté personnelle de la part du propriétaire, d'avoir cette idée de transmission. Il vient de Cholet, il a un vrai goût de cœur pour le lieu, il a des enfants et comme il dit, c'est aussi pouvoir proposer un cadre dans la nature, avec des animaux, avec un potager, avec un beau ou une belle bâtisse. Malgré tout, il faut aussi vivre dans son temps et avoir un minimum de confort; la clim, le chauffage, la télévision, internet, etc. Donc on est vraiment sur un entre-deux. Même dans les chambres, vous retrouvez des lustres, par exemple comme ceux-ci, qui sont neufs, mais qui ont été faits selon l'inspiration des anciens. On a envoyé, nous, les anciens à un artisan verrier, on lui a dit gardons l'esprit château, on voulait quelque chose avec des pampilles, avec un peu de verre soufflé, enfin quelque chose d'assez joli, mais c'est du neuf. On est vraiment sur un équilibre entre deux puisqu'il ne faut pas dénaturer le lieu, malgré tout il y a une attente de la part de la clientèle.

Flavie Baudoin : Et justement, est-ce que vous avez rencontré des difficultés pour allier confort moderne tout en préservant cette authenticité ?

Paul Gaudinière : Aucune. En fait, j'ai la chance de travailler avec quelqu'un qui s'est beaucoup diversifié dans son portefeuille d'entreprise. Il a des usines, il a de la logistique, il a des designers, des graphistes, des architectes. Donc en fait, on a tout internalisé. C'est vrai qu'en termes de ressources humaines, on n'est pas parti sur des choses qui s'achètent, on a tout fait faire sur mesure. Comme je disais, l'exemple de cette table, c'est unique. C'est qu'on a trouvé une carrière en Iran où la pierre nous plaisait. Ils ont taillé ça dans la pierre, ils l'ont mise dans un camion, elle est arrivée ici. Donc le meuble à l'accueil que vous voyez également, c'est dans la même carrière. Ça a été fait en un seul bloc. On l'a taillé, on l'a amené. Donc non zéro difficulté. La difficulté, elle peut être financière, mais disons qu'il y a un investisseur derrière qui a suffisamment de ressources pour avoir mené à bien ce projet.

Edith Grellety : Mais du coup c'est pas trop compliqué dans un château aussi ancien de mettre en place les éléments modernes ?

Paul Gaudinière : Non, puisque encore une fois c'est lié aussi au cœur de métier de base du propriétaire qui a une grande branche de son activité, c'est le bâtiment. Donc on a les ressources humaines, pour faire de la rénovation et quand on mobilise les bonnes personnes, les bons techniciens, on peut travailler sans dégrader et à l'image de mettre des

prises électriques dans des murs qui paraissent impraticables, nous on peut le faire. En fait c'est que des deux contraintes qu'il peut y avoir pour des personnes qui se lanceraient dans ce genre de projet. La première elle est clairement financière et la deuxième c'est de trouver les bons artisans. La chance qu'on a ici, c'est qu'on n'est pas classé, donc on n'a pas besoin de faire appel au compagnon du devoir, que ce soit tailleur de pierre, etc. On a pu faire avec des corps de métier non spécialisés, mais ce n'était pas une contrainte ici.

Edith Grellety : Et du coup vous avez 4 étoiles, et du coup c'est avec Relais Château c'est ça ?

Paul Gaudinière : Pour l'instant le mariage est fini. Ça a été parmi les premiers membres de Relais Château, le château de Noireux a adhéré à Relais Château je crois en 95, donc on était parmi les premiers membres au catalogue, maintenant le mariage a été bien consommé et sur différents aspects il n'y a plus d'intérêt à continuer.

Edith Grellety : Est-ce que vous pouvez développer un peu là dessus ?

Paul Gaudinière : C'est très politique.

Edith Grellety : D'accord.

Paul Gaudinière : Mais oui je peux, c'est que Relais et Château, après je ne sais pas comment vous allez le retranscrire, je n'ai pas envie qu'on soit fâchés non plus, mais c'est qu'aujourd'hui Relais et Château, c'est une association et ils ont tendance à l'oublier puisqu'ils se sont structurés en entreprise. Ils cherchent à intégrer les hôtels et aujourd'hui, ils ont oublié le cœur de leur métier c'est des indépendants qui rejoignent une marque selon un cahier des charges, sauf qu'ils cherchent à faire de l'ingérence sur les produits qu'on doit proposer, des logos à outrance, c'est-à-dire qu'il faut qu'on en ait sur les menus, il faut qu'on en ait sur le site. En fait, la présence de Relais et Château pour moi devient gênante à partir du moment où on ne nous donne plus la main libre sur du consommable, par exemple de Nespresso. Quand on est Relais et Château, il faut avoir du Nespresso. On a une brûlerie à 10 km de chez nous qui fait un café excellent en commerce équitable, avec une recherche de 25 grammes de différents cafés. On peut créer notre café avec eux, mais non, il faut qu'on soit Nespresso. Donc ça n'a aucun sens pour moi. C'est pareil sur le champagne, sur le vin. On reste quand même un château en région de la Loire. On nous demande de vendre du Bordeaux systématiquement, de vendre telle ou telle champagne. Il en faut à la carte, mais dans ma philosophie, dans la philosophie, je pense d'un client qui vient faire un tour des châteaux, je prends un anglais, il va rester une nuit ou deux chez nous, il va ensuite dans un autre château, il va ensuite dans un autre château et il fait un peu sa route des vins. Comme la France, c'est un grand vignoble, c'est pour ça que je trouve ça dommage d'aller mettre en avant des produits qui ne nous intéressent pas dans la mesure où Relais et Château est devenu une centrale d'achat et qu'ils veulent aussi avoir ce pouvoir auprès des négociations et des fournisseurs de dire, « attendez, nous on représente 600, 700 hôtels, si on signe ensemble, voilà le volume d'affaires qu'on peut vous apporter. » Ils ont un peu oublié la démarche de l'hôtelier indépendant, je trouve.

Flavie Baudoin : Oui, vous préférez favoriser les... comment dire...

Paul Gaudinière : Nous, on a une démarche très locale.

Flavie Baudoin : Voilà.

Paul Gaudinière : On a créé pendant les travaux un potager qui existait, comme je disais, sur les plans historiques du château. Il avait été supprimé, je ne sais pas par qui. J'ai retrouvé des plans de 1927 où on voyait bien le potager. Il avait été supprimé, donc nous on a deux jardiniers qui nous ont fait un potager à la française. On a cette culture du jardin à l'assiette. Donc le chef dit aux jardiniers voilà pour le mois prochain ou pour dans deux mois j'aimerais avoir ça à la carte. Le jardinier fait en sorte qu'on les fasse pousser sur place et on les sert au restaurant. Tout ce qu'on ne peut pas fournir dans notre potager, on se fournit à trois kilomètres d'ici. On a un maraîcher qui nous fait nos fruits et légumes. Le boeuf vient de 5 kilomètres, le poisson qu'on sert, on n'a presque pas de poisson de mer, sauf menu spécial, pendant les fêtes on a fait un peu d'oursin. J'ai eu un salon du mariage où on a fait de la dorade, mais c'est extrêmement rare. Sinon, on sert du sandre, par exemple, ou du brochet, qui est pêché dans la Loire. Donc on a notre pêcheur. La truffe qu'on sert, elle vient de Brissac. Les soins pour les massages, ils sont à 1 km, c'est un herboriste qui a développé toute une gamme d'huiles et de produits qui sont à 1 kilomètre dans le village à côté. Donc en fait, on a cette démarche très poussée dans le local parce que c'est important, ça va aussi dans la lignée de la préservation du patrimoine. Quand on a un château, il s'inscrit dans la ville, c'est que pour Briole, le château de Noireux, c'est un peu un étendard. Nous, on doit aussi faire travailler tous les commerces qui sont autour parce que c'est notre responsabilité en tant qu'entrepreneurs, je pense, de faire vivre une économie locale avant d'aller chercher plus loin. Pour le vin c'est pareil, je suis peut-être très chauvin, mais je ne comprends pas qu'on fasse importer des vins de l'autre bout du monde, même si c'est des produits qui sont excellents. Il y a un super savoir-faire où il faut vraiment avoir cette démarche spécialisée dans la cave un peu exotique, mais dans un restaurant où on sert de la cuisine française, il y a suffisamment à proposer, on a une carte, nous de 620 français. Voilà, ça s'inscrit dans une logique complète, je pense. Je ne dis pas que ceux qui ne le font pas font mal, mais sur notre échelle de château ou de tourisme, c'est important de garder du local.

Edith Grellety : Ok, et est-ce que vous essayez de faire un peu perpétuer une vie de château en fait pour les clients du coup ? Qu'est-ce que vous mettez en place du coup pour faire un peu cette vie de château ? Ou est-ce que du coup c'est une volonté ici ou pas trop en fait ? De perpétuer un peu cette vie de château ?

Paul Gaudinière : Qu'est-ce que vous appelez la vie de château ?

Edith Grellety : La vie de château, c'est un peu l'idée du coup de campagne rurale, de faire un peu le coin du feu, de faire un peu des choses, faire vite Chatelain pour les clients. Est-ce qu'il y a cette idée ?

Paul Gaudinière : Il y a cette idée dans le sens où, comme tout hôtel, on s'occupe de tout. Vous arrivez, on va garer votre voiture, on monte vos bagages. Vous avez toujours

quelqu'un qui vous voit ou qui vous entend pour vous servir un café, une petite boisson. J'ai fait le choix de ne pas mettre de téléphone dans les chambres aussi pour avoir cet esprit de déconnexion complète, pour éviter, comme on a dans beaucoup d'hôtels, je ne sais pas si vous l'avez déjà vécu, mais il est 12h05, vous n'êtes toujours pas parti de la chambre, vous avez la réception qui vous appelle de manière très courtoise en vous demandant si vous avez besoin d'aide pour vos bagages. Donc ça, il n'y a pas ici, il n'y a pas de téléphone dans les chambres. On a un autre service qui fonctionne très bien, c'est sous forme de conciergerie avec un numéro WhatsApp où les gens, ils nous contactent quand ils en ont envie. On a adopté des animaux pour pousser un peu le côté campagne. Donc on a des chèvres, des moutons, des ânes, un poney, qui sont accessibles aussi par les clients. Ils peuvent aller se balader dans la prairie et passer du temps avec les animaux, les enfants aiment beaucoup.

Cet esprit ouvert quand vous regardez par la fenêtre ou quand vous êtes sur les Belvédères, vous ne voyez rien en construit, en fait, il n'y a pas de bâtiment construit en vis-à-vis. Il n'y a que de la nature. Donc oui, vous avez cet esprit château, comme vous dites, avec la cheminée qui est allumée toute la journée, des petits modules qu'on a gardés. Je voulais conserver les miroirs, par exemple, que je trouvais magnifiques, qui eux datent je pense du début du château. On a conservé la tapisserie, quelques petits objets ou œuvres d'art pour garder l'esprit château. Sur les prises électriques, on a choisi un artisan français qui nous les a gravées à la main. Elles sont toutes travaillées de façon sympa. Les lustres, c'est l'esprit château, les grandes fenêtres avec des volets en bois, alors là, on n'en a pas sur celle-là, mais sur les autres, je vous montrerai, On a des grands volets en bois, comme on faisait à l'époque, des volets intérieurs. Donc oui, il y a l'esprit château qui est conservé, c'est certain et la vie de château.

Edith Grellety : La vie de château,oui. Et du coup, les équipements modernes ne vont pas trop contrecarrer, du coup, par exemple, je ne sais pas s'il y a une piscine ici ou ce genre de choses ?

Paul Gaudinière : Il y a une piscine, mais je connais beaucoup de châteaux qui ont des piscines, donc la vie de château c'est aussi ça quand on est moderne. Le châtelain a évolué, le châtelain fait du tennis, il a sa piscine, il a peut-être un bout de vigne, il met des vélos, il fait des tours en vélo dans la propriété. Il ne faut plus imaginer le châtelain qui va à cheval dans le village. Non, le châtelain moderne, il a aussi tout le confort mais en préservant l'extérieur. C'est ce côté waouh quand on arrive à l'extérieur d'un bâtiment. Ce n'est pas une maison traditionnelle, on voit des choses qu'on ne voit nulle part ailleurs. Chaque fenêtre, il faut savoir qu'elles sont uniques dans le sens où je ne peux pas dire que je prends les mesures de celle-là pour toutes les renouveler, ce n'est pas possible. Elles ont toutes une taille différente. C'est compliqué à gérer quand j'ai des réparations à faire ou même pour installer les rideaux qu'on a mis, ça a été très compliqué d'avoir les bonnes tailles parce que j'en ai pas une identique. On n'a pas des murs droits, même pour choisir les catégories de chambres, on n'a que 19 chambres et on a 7 catégories de chambres. Parce qu'on ne peut pas dire comme dans un hôtel de ville, ça c'est une chambre standard, ça c'est une chambre de luxe, ça c'est une chambre premium, peu importe. Il a fallu composer pour que le client s'y retrouve aussi avec le château justement. C'est là où on préserve ce côté château puisque les vues sont différentes, les agencements sont différents, mais par contre les équipements sont les mêmes dans toutes les chambres.

Edith Grellety : Et donc c'est des meubles, du coup en général dans la chambre c'est des meubles plutôt modernes, du coup ce ne sont pas des meubles anciens. Du coup c'est des meubles qui vont quand même essayer d'imiter l'ancien ?

Paul Gaudinière : Non, ils vont avoir un clin d'œil à l'ancien, ça va être sur les boutons de tiroir par exemple qu'on a choisis. C'est des boutons Rémy Garnier, vous pourrez aller voir si vous voulez l'inspiration sur internet. Rémy Garnier c'est, imaginez un bouton en laiton avec des moulures, avec une bonne prise en main, ça on a fait des clins d'œil à ça. Les revêtements de meubles modernes, on a mis de la pierre par-dessus pour contrebalancer moderne, ancien. Donc si on retrouve toujours de l'ancien, imitation ancien ou technique de mobilier ancien sur du meuble récent. Mais non, il n'y a pas eu une volonté de rester dans l'ancien, au contraire. C'est à rajouter ce qu'on voit en gardant le beau bâtiment.

Flavie Baudoin : Et quel type de clientèle vous accueillez principalement ?

Paul Gaudinière : Ça va dépendre de la période. Sur l'été, ça va être beaucoup de britanniques et belges. Ça représente peut-être les anglais 60% de la clientèle, les belges 20%, 10% d'allemands et le reste tout venant, y compris français dedans. En basse saison, par contre, ça va être une clientèle française essentiellement. C'est lié, je pense, à la géographie. On fonctionne très bien le week-end, beaucoup de Parisiens. Pour nous, par exemple, si on fait une étude de concurrence, ce qui va m'intéresser, c'est pas les hôtels d'Angers, je vais prendre tous les châteaux à trois heures de Paris, que ce soit direction Lyon, direction Bourgogne ou par chez nous et eux sont mes concurrents parce que justement il y a cette recherche d'évasion souvent d'une grande ville Paris, Nantes ce sont des clients qui viennent assez souvent pour un côté rural, aller chercher cette petite bulle d'air à la campagne dans un endroit sympa et souvent avec une belle table c'est lié. Dans un château on veut bien manger, on s'imagine voilà le coq comme on avait avant, qui cuisine des plats de château.

Flavie Baudoin : Et est-ce que justement ces clients sont à la recherche, comme Edith le disait, de cette vie de château ? Est-ce qu'on vous en fait part ?

Paul Gaudinière : Ce n'est pas tant la vie de château qui est recherchée, je pense que c'est le côté rural. Il y a le côté rassurant de Relais & Châteaux, c'est certain. Aujourd'hui, comme on est encore rattaché à eux jusqu'en juin, il y en a qui viennent ici parce que Relais Château reste un gage de qualité, c'est indéniable. Ils accordent une grande importance à la table qu'on propose. C'est un tout Relais & Châteaux, ce n'est pas que de l'hôtel, sachant qu'il y a des Relais & Châteaux qui ne sont pas des hôtels. On prend par exemple *Taliban Taiban*, c'est un restaurant, ils n'ont pas d'hôtel mais c'est un Relais & Châteaux. Relais & Châteaux c'est vraiment où on passe un moment gastronomique, une expérience un peu hors du commun dans un cadre sympa. Donc la recherche elle est plus en effet sur le côté rural, campagne, déconnexion que sur la recherche château. On pourrait avoir un bâtiment plus moderne, je pensais à l'image de Loire & Sens qui est au sud d'Angers, mais on touche les mêmes clients. Loire & Sens et nous, je sais qu'il y a des clients qui font les deux établissements, alors qu'on ne propose pas la même chose, mais c'est à la campagne.

Edith Grellety : Oui, du coup, ça va être quoi les critères pour Relais & Châteaux, pour être classé 4 étoiles ? Ça va être quoi, par exemple, les critères qu'il faut... ?

Paul Gaudinière : C'est pas Relais & Châteaux qui classe les étoiles, c'est Atout France. En fait, Atout France c'est le système de notation des hôtels, de rien à Palace, maintenant. Mais ça peut être trompeur dans le sens où c'est un cahier des charges où on a un barème. Chaque élément nous rapporte un nombre de points et pour être 4 étoiles, par exemple, il nous faut 138 points. Pour être 5 étoiles, il nous en faut 173. Il y a des points obligatoires et des points optionnels. Si on n'a pas tous les points obligatoires, on peut le compenser par 3 points optionnels. Un point obligatoire vaut 3 points optionnels sur le calcul. C'est là où c'est pas forcément le meilleur indicateur puisque vous avez des 3 étoiles qui sont bien mieux en termes de service et d'équipement que certains 4 étoiles. Certains 4 étoiles qui sont mieux que des 5, c'est juste une question d'équipement. Par exemple, je n'ai pas de concierge donc ça ne me rapporte pas les points sur l'onglet concierge. Je n'ai pas d'ascenseur donc je perds des points sur le fait de ne pas avoir d'ascenseur. Je n'ai que deux baignoires dans tout l'hôtel donc ça ne correspond pas au pourcentage de chambres qui doit être équipé d'une baignoire pour gagner les points suffisants. Il y a tout un tas de critères comme ça qui font qu'on est 4, 5, 3 étoiles.

Edith Grellety : Est-ce que ça n'a pas posé trop de problèmes le classement de pas pouvoir mettre d'ascenseur, l'accès PMR ce genre de choses ?

Paul Gaudinière : L'accès PMR, j'ai.

Edith Grellety : Ok, donc il y a quand même des chambres au rez-de-chaussée ?

Paul Gaudinière : J'ai 4 chambres au rez-de-chaussée, j'en ai une qui est entièrement aménagée PMR. Et ça, c'est pas tant une obligation parce qu'il y a aussi la contrainte de bâtiment, parfois qui fait que... mais c'est important d'avoir des chambres accessibles à tous et on a ce qu'il faut. On a des rampes, on est équipé, même pour aller du restaurant au parking, on est équipé PMR.

Flavie Baudoin : Et au niveau de l'installation de ces équipements justement pour les chambres PMR, ça n'a pas été compliqué d'installer sans... ?

Paul Gaudinière : Encore une fois j'ai la chance de travailler avec des gens qui ne voient pas les contraintes en faite, c'est que dans trop d'entreprises aujourd'hui, il y a ce blocage parce que d'habitude on ne fait pas ça ou on fait ça parce qu'on fait comme ça d'habitude. J'ai ma philosophie moi que déjà on ne travaille pas par habitude, on casse un peu les codes et le propriétaire c'est pareil. Avant de dire que ce n'est pas possible, on essaye. Et si ce n'est pas possible, on se rapproche au mieux de ce qu'on attend. Mais trop de gens aujourd'hui se bloquent en se disant qu'est-ce que ça va donner ? On a cette philosophie d'avancer et on voit après. Et c'est pour ça, comme je vous disais, je ne sais pas ce que je peux vous apporter beaucoup sur votre recherche, je vais être plus le côté contradictoire parce que vous voyez des difficultés là où moi je n'en vois pas forcément.

Edith Grellety : Après en soi c'est intéressant aussi d'avoir plusieurs points de vue sur les restaurations de château et du coup le fait d'adapter en ERP pour vous ça peut poser problème et pour d'autres ça peut poser problème donc c'est intéressant d'avoir des points de vue.

Paul Gaudinière : Mais encore une fois le problème il peut être aussi purement financier, c'est faire un changement d'ouverture de porte c'est du travail, on doit renforcer les murs, il suffit que celui-ci soit porteur, celui où il y a la porte et c'est pas du tout le même coût que si c'est un simple placo. On a travaillé avec un architecte en interne et un cabinet extérieur aussi pour repenser un peu l'agencement des chambres. La chance qu'on a eu peut-être, c'est qu'on n'a pas eu besoin de faire de commission de sécurité pour la réouverture parce que ce n'était pas un changement de destination d'entreprise, c'était déjà un hôtel. Donc on a juste eu besoin d'une visite de contrôle par les pompiers, mais on est complètement adapté aujourd'hui. Il faut avancer dans tous les cas. C'est pareil pour le service, il y a des choses qu'on fait, on essaye ce n'est pas parce qu'on ne le faisait pas avant qu'on ne peut pas le faire aujourd'hui.

Flavie Baudoin : Et est-ce que vous avez des projets de nouvelles rénovations, d'améliorations ?

Paul Gaudinière : Beaucoup. En fait, on a mille idées à la minute. Il y a un potentiel énorme sur ce genre de propriété. On a la chance d'être dans 9 hectares de parc, on est seul, pas de vis-à-vis comme je disais. Je ne sais pas si vous avez vu en vous garant, je suis en train de faire construire une orangerie pour accueillir des groupes jusqu'à 184 personnes exactement assises. On refait un parking aussi en même temps qui est en cours de construction. Ça va être pour la partie accueil de groupe et qui dit groupe dit besoin en hébergement. Aujourd'hui j'ai 19 chambres mais j'ai une partie du manoir qui est non exploitée ou qui était une ancienne salle de séminaire mais qui est constructible et aménageable. J'aimerais faire 10 chambres en plus. J'ai la maison que j'utilise pour loger une partie du personnel ou j'aimerais la réaménager en villa privative pour me faire trois logements en plus. On a l'ancien chenil que j'aimerais réhabiliter en espace bien-être. J'ai déjà tous les plans, j'ai déjà tous les sujets, mais encore une fois, ça va dans cette optique de créer un havre de paix à la campagne aussi pour des clients qui recherchent cette déconnexion, et c'est vrai qu'en hiver à Briollay, on a des clients qui viennent pour l'expérience gastronomique, mais on a personne personne qui vient pour se détendre comme on pourrait trouver au Castel Marie-Louise, par exemple, à La Baule, où ils sont rattachés au Spa du Royal, qui peuvent avoir cet espace bien-être intégré. Nous, on doit pouvoir le proposer. On a un chenil qui est constructible, où on peut faire quelque chose d'assez intéressant.

Edith Grellety : Donc du coup il y a des idées de nouveaux projets, un spa du coup ? Il y a d'autres idées de projets à part ... ?

Paul Gaudinière : L'orangerie, le spa, des chambres en plus, une salle de sport peut-être toute vitrée dans la prairie, des tiny house, ça se fait de plus en plus pour proposer une solution d'hébergement encore plus inclusive, enfin immersive je veux dire, en campagne. Vous vous mettez au milieu de la prairie avec un petit chemin pour y accéder au milieu des animaux, une maison comme Heidi dans la prairie. Il y a le développement du potager, là je suis en train de faire un espace aménagé avec une fontaine, on a un labyrinthe végétal, on peut habiller cette partie-là et après on verra où ça nous mène.

Edith Grellety : Du coup, par exemple, faire des tiny house, etc dans le parc, ça ne poserait pas de problème au niveau de la vue pour le château ? parce que du coup

vous avez dit que c'est une vue avec rien de construit. Le fait de construire une tiny house, est-ce que ça poserait un problème au niveau de la vue ?

Paul Gaudinière : Non, parce qu'en fait, on a une pente. Dans tous les cas, vous aurez toujours cette vue dégagée. On a aussi un bout de forêt côté potager et de l'autre côté, on a des zones où on peut créer une expérience immersive de campagne.

Edith Grellety : Ok, donc ça s'est quand même tenté du coup de garder le château quand même un peu dans la nature, un peu seul au monde quoi ?

Paul Gaudinière : Tout à fait.

Edith Grellety : Est-ce que vous avez quand même à répondre aux exigences des clients globalement ?

Paul Gaudinière : Oui. Ce qui peut poser problème aujourd'hui, mais je demande beaucoup de transparence aux réceptionnistes, c'est qu'au moment de la prise de réservation, on rappelle bien que, par exemple, si vous choisissez une chambre classique, vous êtes au deuxième étage sans ascenseur. Bien le rappeler, à part cette contrainte, je dirais, d'accessibilité, parce qu'on est une clientèle qui est vieillissante et qu'il faut réussir à moderniser. Mais en soi, je n'ai pas de...Non, les gens qui viennent dans le château à la campagne, connaissent ce côté rustique, connaissent parfois le côté bruyant parce qu'on a des ânes et ils le savent et c'est la campagne. On vient chercher cette expérience de bruit de clochers, de poules, de nature en fait. Je pense qu'on est à la hauteur de la promesse et qu'il n'y a pas de décalage entre l'attendu et le réalisé. Au contraire, on a même souvent une bonne surprise quand on rajoute ce niveau de confort qu'il n'y avait pas avant. On garde le patrimoine, on garde l'image extérieure, on a des petits clins d'œil qu'on retrouve à l'ancien, mais en gardant le confort. On a une belle table et c'était important pour moi d'avoir une cuisine française, même si le chef est italien, donc on a une cuisine française avec un clin d'œil, un petit côté peps de la Méditerranée. Mais en soi, non, pour les attentes clients, on y est.

Edith Grellety : Donc aussi une préservation culturelle liée à la cuisine ?

Paul Gaudinière : Oui clairement.

Edith Grellety : Il y a des clins d'œil avec le château par rapport à la cuisine, fin du coup par rapport à la région ?

Paul Gaudinière : Bah, Région, comme je vous le disais, tout ce qui est produit, c'est 80% de produits locaux. Dans la cuisine, on a un chef qui a été formé par Joël Robuchon en personne. Il travaillait pas juste dans un restaurant Joël Robuchon, c'était son second pendant 13 ans. Donc, on est sur une cuisine française mais avec ce côté créatif qui est recherché aujourd'hui par les clients. Quand vous allez au restaurant, vous voulez quelque chose qui est à la fois beau, bon, instagramable. Voilà, qui est une expérience hors du commun. Vous ne cherchez pas forcément des plats que vous seriez capables de faire chez vous. Même si le chef aime partager, il garde cette tradition aussi du chef de proximité qui sort en salle pendant le repas. Il va voir les clients, il leur demande comment s'est passé le

repas. Ça, c'est une culture très Relais & Châteaux par contre, qu'on a conservée et qu'on conservera. Relais & Châteaux accorde énormément d'importance à la signature et à la présence au visage du chef en salle. Donc là, on le garde vraiment inscrit dans la tradition. C'est important, je pense, comme à la maison. C'est-à-dire que les gens qui travaillent ici font partie de l'expérience client. On n'est pas dans un hôtel d'un personnel, donc ça rejoint peut-être ce que vous recherchiez comme question tout à l'heure, le côté esprit château. Vous croisez les employés comme vous pourriez croiser des domestiques finalement, qui font partie de la vie, qui entretiennent, qui font vivre le château au quotidien.

Flavie Baudoin : Et combien de personnes travaillent ici justement ?

Paul Gaudinière : J'ai 16 ETP pour le moment, et en été je passe à 30-35.

Edith Grellety : Et c'est quoi du coup les différents postes qu'il va y avoir ?

Paul Gaudinière : Comme dans tout hôtel, on a le même organigramme. Donc on a la direction, après plusieurs services, donc partie réception, donc j'ai des réceptions, premier de réception. J'ai une gouvernante, femme de chambre. Après j'ai un directeur de restaurant, maître d'hôtel, serveur, sommelier. Après j'ai un chef de cuisine, sous-chef, enfin tous les métiers de la cuisine, commis, chef de parti, etc. Ensuite j'ai un responsable espace vert, plus un autre jardinier qui fait toute la partie jardinier. J'ai un voiturier bagagiste. Et c'est à peu près tout dans les métiers présentés ici. Puisque derrière, encore une fois, j'ai la chance moi, d'être directeur opérationnel dans une entreprise où il y a, enfin dans un groupe où il y a beaucoup d'entreprises. Et ça va que le propriétaire a bien organisé les choses pour que j'ai des services supports en interne qui sont ressources humaines, comptabilité, services achats, formations, etc. Tout ça est internalisé d'une certaine manière, marketing, communication, sous une autre entité, mais ça reste la même entreprise. C'est la force qu'on a en fait, c'est que c'est un groupe de 200 entreprises environ lié par le même propriétaire qui travaille d'arrache-pied, qui n'est pas un propriétaire investisseur, c'est un propriétaire travaillant, je ne sais pas comment il fait d'ailleurs, pour suivre tout ça, mais c'est vrai qu'il est très impliqué dans tous ses projets et il donne les ressources qu'il faut pour qu'on y arrive.

Edith Grellety : Et est-ce que le château est un peu intégré dans son environnement, dans le sens où est-ce que les publications locales connaissent le château ? Est-ce qu'il y a des événements pour permettre au public local, aux gens de Briollay, de venir voir le château, d'explorer dans le parc, ce genre de choses ?

Paul Gaudinière : Alors le château, il faut savoir, comme tout hôtel, et c'est ce que beaucoup de gens oublient, c'est que c'est aussi un restaurant, c'est aussi un bar. On n'a pas besoin d'être client qui dort dans l'hôtel pour accéder au service. Vous pouvez être voisin et venir ici tous les midis si vous en avez envie. Le maire est bien impliqué, il aime beaucoup l'endroit. On est le premier employeur de la ville, juste après la boulangerie. C'est vrai que du coup on rayonne pas mal grâce au maire qui est attaché au lieu. Les Briollaytains sont fiers aussi et quand on a annoncé les travaux, tout le voisinage est content puisque mine de rien ça fait augmenter le prix du foncier. Tous les voisins, quand on dit qu'il y a un château neuf à côté, l'immobilier a grimpé en flèche. Maintenant on est plutôt bien accueilli. C'est un investisseur

Choletais du département qui a racheté un emblème local, est-ce que ça aurait été accueilli de la même manière si on avait eu un Américain, un Arabe, comme ils investissent beaucoup dans le patrimoine français. L'image de MBS qui a acheté le château de Louvcienne, ça avait fait beaucoup de bruit parce que patrimoine français, racheté par un fonds d'investissement du Moyen-Orient. Nous on a cette chance en effet de s'intégrer au local. On prend beaucoup d'apprentis à la CCI d'Angers ou d'autres écoles à Cholet, etc. Donc on est intégrés dans la vie économique, sociale. Je vais organiser une chasse aux œufs pour Pâques pour les enfants. Enfin il y a vraiment cette volonté de porte ouverte. Vous pouvez venir vous balader dans le parc si vous voulez juste voir les animaux. Il y a une volonté de porte ouverte donc on est plutôt bien inscrits dans le local.

Edith Grellety : Donc ça permet quand même de faire vivre le patrimoine, du coup pour les populations locales d'une certaine manière ?

Paul Gaudinière : Oui après c'est vrai que là où j'ai du mal à vous aider sur votre mémoire, c'est que... alors ça va peut-être vous aider d'une certaine manière, c'est que moi je le vois pas du tout comme un... je l'inscris pas comme un patrimoine dans le sens où il est connu et reconnu depuis plus de 30 ans parce que c'est un hôtel. Des châteaux, en Anjou, il y en a plein, qui sont soit des châteaux de famille que personne ne connaît, soit des ruines parce que pas entretenues, et en effet moi je le vois vraiment comme un centre de profit financier ou que comme du patrimoine. Quand je vais au bureau, j'ai la chance de travailler dans un beau bureau, mais il manque ce côté histoire. Il n'y a pas eu une famille royale qui est reconnue, qui est inscrite ici. Donc ce n'est pas un lieu que les gens vont chercher à visiter. On n'a pas une collection de statues, de vieux tableaux comme peut avoir l'abbaye de Fontevraud ou là, ils le font vivre différemment parce qu'ils ont eu la chance d'avoir un mécène qui a fait don d'une collection personnelle. Mais c'est vrai que ça ne s'inscrit pas dans la même démarche. Nous, c'est vraiment avant tout un hôtel-restaurant qui a été développé en tant que tel et donc c'est vrai que j'ai du mal à vous guider sur votre mémoire par rapport à ça parce que même sur les journées du patrimoine, on peut s'ouvrir mais qu'est-ce que je ferais voir finalement ? parce que j'ai des chambres qui sont rénovées, j'ai pas d'anciens à montrer aujourd'hui.

Edith Grellety : Donc du coup il n'y a pas vraiment de volonté de patrimonialiser le lieu du coup d'un point de vue matériel mais après c'est plus de l'immatériel ?

Paul Gaudinière : C'est plus de l'immatériel en effet, c'est plus faire vivre parce que, ça a l'appellation château, parce que vous avez ce parc, parce que vous avez ce côté rural mais pas sur le côté contenu. Quand vous ouvrez la porte, vous l'avez vu, c'est quand même assez lisse, c'est très blanc, c'est très moderne même si on essaie de faire avec des matériaux qui étaient utilisés plus dans des constructions anciennes, un meuble en pierre comme on a à l'accueil, vous en avez peu. Mais oui c'est vrai que j'ai du mal à m'inscrire moi dans ce côté patrimoine aujourd'hui ou du moins, je trouve pas comment je pourrais l'amener auprès des clients.

Edith Grellety : Et aussi, moi je me demande en regardant du coup sur le site le château, c'est vrai qu'il ressemble beaucoup à un manoir, une grande demeure, mais du coup comment il a obtenu cette appellation château ? Est-ce que c'est quelque

chose du coup qu'il a appelé château depuis longtemps ? Ou est-ce que c'est son hôtel qui lui a pris cette appellation château ?

Paul Gaudinière : C'est une bonne question.

Edith Grellety : C'est aussi un peu cette question...

Paul Gaudinière : Joker, je sais pas.

Edith Grellety : C'est pas du coup propriétaire actuel ? Enfin c'est...

Paul Gaudinière : Ah non, le château de Noirieux est connu en tant que château de Noirieux au moins depuis 1927, comme je vous l'ai dit, j'avais retrouvé des plans et je vais vous donner un dossier que j'ai fait avec un peu d'histoire du château, ça pourra peut-être vous aider, pour vous guider, mais j'ai très peu d'informations.

Edith Grellety : Parce qu'il n'y a pas trop de recherches qui ont été faites aussi, donc ça c'est...

Paul Gaudinière : Ce n'est pas mon métier, le but c'est de vraiment faire tourner ce lieu. Je suis arrivé il y a un an, comme je disais, il fallait refaire une équipe pour faire tourner le château, le refaire vivre, parce qu'il y avait eu cet effet de « c'était mieux avant » qui s'était installé au niveau commerce depuis le départ des Cômes. Depuis 2017, il y a une grosse perte on ne rayonnait plus, il n'y avait plus cet attrait au château de Noirieux, il y avait des fermetures plus ou moins aléatoire, le château était ouvert de avril à novembre peut-être, quelques week-ends par-ci par-là, mais même le client ne s'y retrouvait plus, il appelait, il ne savait pas si c'était ouvert, si c'était fermé, donc en fait on a perdu une grande part de clientèle avec ça, donc aujourd'hui ma priorité en effet a été à refaire vivre le château, à redonner un peu d'intérêt, mais encore une fois pas sur le côté patrimoine, plus sur le côté restaurant et autres.

Edith Grellety : Parce que du coup, la modernisation, ça a fait qu'il y a plus d'attrait, du coup, par le fait de moderniser les chambres ? Parce qu'il y a plus d'attraits que si ça avait été quelque chose de plus ancien ?

Paul Gaudinière : Pas tant plus d'attrait, mais plus de fidélisation. C'est-à-dire que l'attrait, il est toujours existant sur des lieux comme le nôtre au moins une fois. C'est-à-dire que vous allez dans une région, vous voulez un logement à la campagne, vous vous dites tiens, je vais essayer lui parce qu'il existe. Par contre, est-ce que vous revenez ? C'est la question, c'est comment se passe votre séjour. Pour faire revenir les gens, il fallait moderniser, il fallait avoir cette clim, ce chauffage, des lits confortables parce que sinon on fait que des clients de passage une fois. Aujourd'hui on a réussi à avoir une clientèle où j'ai certains clients qui viennent trois fois par mois parce que c'est des commerciaux, qu'ils ont un panier pour dépenser en chambre d'hôtel et en restaurant et que habituellement ils vont au Mercure sans les nommer ou d'autres hôtels de centre ville qui sont très bien mais qui n'ont pas ce côté calme peut-être qui peut être recherché par un client. Donc les commerciaux comme ça ont trouvé un équilibre avec notre château, je pense. Et ils ne seraient pas revenu si on n'avait pas modernisé comme on l'a fait.

Edith Grellety : OK. Donc c'est beaucoup de...du coup, vous avez dit des seniors, des personnes en voyage d'affaires ?

Paul Gaudinière : Oui seniors, voyage d'affaires. On attire beaucoup sur les mariages parce qu'il y a toujours ce côté recherché pour un mariage de lieu un peu d'exception. Donc on attire sur les mariages, d'où la volonté de faire cette orangerie, puisqu'on pourra accueillir des plus grands mariages. Tout ce qui est séminaire, voyage d'affaires, découverte culinaire. Il y a beaucoup qui viennent, on propose une escapade gourmande, on inclut la nuit, le petit déjeuner, le repas, etc. Donc il y a beaucoup cette recherche culinaire aussi, c'est un axe fort. Chaque profil est très différent.

Edith Grellety : D'accord.

Paul Gaudinière : Il y a des recherches de déconnexions totale, il y a des curieux, il y a des gourmands, il y a de tout. Le but c'est de toucher un maximum, d'où ces rénovations importantes qui devaient être réalisées.

Edith Grellety : D'accord, moi je n'ai plus de questions.

Flavie Baudoin : Moi non plus. On voulait savoir, est-ce qu'on pourrait faire un tour des lieux si c'est possible ?

Paul Gaudinière : On a 10 minutes.

Flavie Baudoin : D'accord merci.

Fin de l'enregistrement.