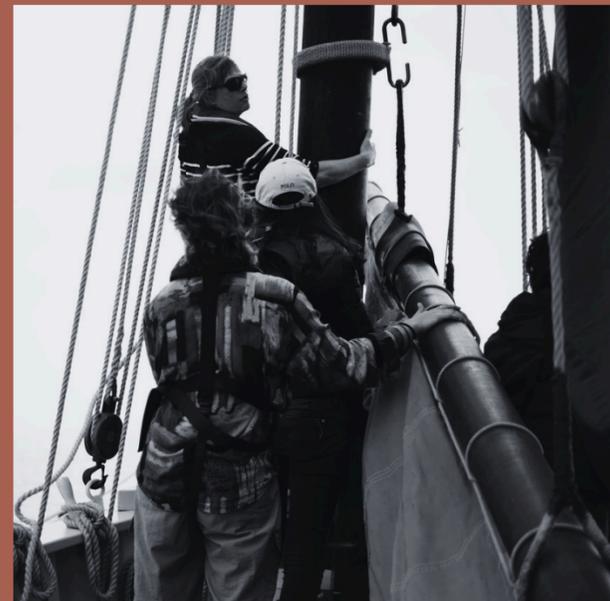


SYNTHÈSE BATEAUX DU PATRIMOINE

Les associations au service de la
valorisation du patrimoine maritime



JE ME PRÉSENTE



Anaïs Gaudin

Étudiante en licence professionnelle « Développement de projets de territoires, Patrimoines et Marketing territorial », je me suis engagée en septembre 2024 au sein de l'association Le Grand Léjon, dédiée à la navigation traditionnelle au port du Légué. Souhaitant approfondir mon engagement, j'ai réalisé un stage de trois mois au sein de l'association, durant lequel j'ai choisi de m'interroger sur la notion de la relève dans les associations du patrimoine maritime. Ce travail m'a permis de mettre en lumière le rôle essentiel de ces structures dans la valorisation et la préservation du patrimoine maritime.

REMERCIEMENTS



Je souhaite exprimer ma gratitude à toutes les associations et tous les acteurs du patrimoine maritime qui ont rendu possible cette enquête. Je remercie également chaleureusement tous les membres de l'association Le Grand Léjon pour leur soutien et leurs précieux conseils, ainsi que son président, Marc Fiolin, mon tuteur de stage.

REMARQUES



Le contenu de cette enquête est une synthèse des informations recueillies. Les constats présentés généralisent la problématique, ce qui signifie qu'ils ne concernent pas nécessairement toutes les associations interrogées. Les sources restent anonymes pour garantir la confidentialité des données personnelles. Si certains propos vous semblent inappropriés, n'hésitez pas à m'en faire part pour que je puisse les rectifier. Cette étude sera partagée pour l'ensemble des acteurs du patrimoine maritime.

INTRODUCTION

La dynamique des années 1980 et 1990 a permis de réunir des habitants motivés et déterminés à restaurer ou construire des répliques de gréements traditionnels ou bateau du patrimoine ainsi qu'à organiser des évènements maritimes. Sous le statut associatif, un tissu social s'est créé et a évolué au fur et à mesure. Les bénévoles ont su entreprendre des initiatives importantes et assurer une gestion rigoureuse pour faire perdurer ces associations durant plusieurs années. Cependant, avec le temps, la moyenne d'âge des membres augmente et le renouvellement des générations devient un défi pour la plupart des associations. Les structures font face à une problématique de relève et donc de transmission des savoir-faire pour entretenir et faire naviguer les bateaux. Ces difficultés menacent non seulement la pérennité des associations, mais aussi celle des bateaux eux-mêmes. Une grande question se pose alors : comment ouvrir les associations aux nouveaux adhérents, en particulier aux nouvelles générations ? Quelles sont les motivations et les freins qui influencent leurs engagements ?

L'ENQUÊTE

- Une première enquête a été réalisée auprès de plusieurs associations de gréements traditionnels, dans le but de recueillir des témoignages sur leurs modes de fonctionnement (statut NUC ou fonctionnement purement associatif).
- Une deuxième enquête a ciblé diverses institutions publiques et culturelles afin de dresser un état des lieux du patrimoine maritime, de son image et de son évolution.
- Une troisième enquête s'est intéressée à la perception des habitants de Saint-Brieuc concernant les associations de bateau du patrimoine, en explorant leurs motivations, leurs attentes ainsi que les freins éventuels à leur engagement au sein des associations.
- Enfin, les pistes et solutions proposées par différentes associations, en Bretagne comme ailleurs, ont été analysées pour envisager des réponses concrètes à la question du renouvellement.

L'ENQUÊTE

Comment ?

- 3 mois d'enquête
- Environ 40 témoins
- Des interviews par téléphone ou en physique d'une à deux heures
- Une diversité de profils : associations tailles variées, sociologue, région Bretagne, Fondation du Patrimoine Maritime et Fluvial, Commission Régionale du patrimoine et de l'architecture, Conseil départemental, habitants de la ville de Saint-Brieuc...



SYNTHÈSE

3 GRANDS DOMAINES

Au fil de l'enquête, de nombreuses données ont permis de dégager trois grands domaines caractérisant à la fois les freins et les motivations du public à rejoindre une association de bateau du patrimoine. En effet, la volonté d'intégrer une telle association repose en grande partie sur l'image qu'elle renvoie. Le public peut être freiné par certaines croyances limitantes, mais également motivé par un imaginaire positif. L'image projetée par l'association joue donc un rôle central. Nous allons ainsi examiner les trois domaines suivants : l'image d'un bateau du patrimoine, l'image d'une association et l'image de la navigation.

L'IMAGE DES BATEAUX DU PATRIMOINE



Quelle perception le public a-t-il
des bateaux du patrimoine maritime ?

L'IMAGE DES BATEAUX DU PATRIMOINE

L'analyse des comportements et discours recueillis met en évidence que la perception du public vis-à-vis des bateaux du patrimoine repose avant tout sur un imaginaire collectif fortement influencé par la culture populaire. Les vieux gréement sont par exemple souvent associés dans l'esprit des visiteurs, à des représentations romancées : bateaux de pirates, grandes traversées, récits d'aventures. Cet imaginaire construit dépasse la réalité historique et technique de ces navires, mais il constitue un levier d'attractivité majeur. Lors des fêtes maritimes, ce sont les grands voiliers, spectaculaires et visuellement impressionnants, qui suscitent le plus d'engouement pour les visiteurs. Leur présence alimente cette vision idéalisée de la mer et de la navigation traditionnelle. Le public est ainsi davantage attiré par l'esthétique, la dimension spectaculaire et l'ambiance générale que par une volonté de compréhension du patrimoine maritime en tant que tel. De manière générale, l'ambiance folklorique, les chants marins, les costumes, les animations festives occupent une place centrale dans l'expérience recherchée.

L'IMAGE DES BATEAUX DU PATRIMOINE

En dépit de l'intérêt porté aux bateaux du patrimoine, la majorité des visiteurs adopte une posture de spectateur plutôt que d'acteur. Leur expérience se limite souvent à une admiration esthétique ou festive lors des événements maritimes, sans réelle conscience de l'existence des associations qui entretiennent, restaurent et font naviguer ces bateaux. Cette méconnaissance freine l'implication directe du public dans la préservation du patrimoine maritime. Par ailleurs, la terminologie même de « vieux gréements » renforce une représentation vieillissante. L'imaginaire associé évoque des navires lents, en bois, à l'opposé des voiliers modernes ou de compétition. Cette image, bien qu'authentique, peut contribuer à entretenir une forme de distance générationnelle : les bénévoles actifs sont majoritairement des retraités, ce qui renforce l'idée d'un patrimoine « d'un autre temps » peu accessible ou attractif pour les plus jeunes.

POUR Y RÉPONDRE

Pour pallier l'image vieillissante associée aux bateaux du patrimoine de nombreuses associations ont lancé des initiatives visant à intégrer les jeunes générations. Même si leur engagement est souvent ponctuel, leur passage au sein des structures apporte un regard neuf, une énergie différente et contribue à une dynamique intergénérationnelle essentielle à la vitalité du milieu associatif. La présence sur les réseaux sociaux joue un rôle central dans cette stratégie de renouvellement. En diffusant des contenus courts et visuels, tels que des *reels* sur Instagram mettant en avant de jeunes bénévoles, les associations modernisent leur image et rendent plus accessible leur univers. Certaines initiatives vont plus loin en proposant des événements spécifiquement pensés pour la jeunesse. C'est le cas de la Tall Ships Races, une course de vieux gréements réservée aux jeunes de 15 à 25 ans qui favorise la transmission du patrimoine maritime.

L'IMAGE DES ASSOCIATIONS



Quelle perception le public a-t-il
des associations du patrimoine maritime ?

L'IMAGE DES ASSOCIATIONS

L'engagement dans une association repose sur des motivations qui dépassent largement l'objet patrimonial ou maritime. Pour de nombreux bénévoles, l'association représente avant tout un espace de sociabilité. Le cadre associatif permet également de défendre une cause et se sentir utile. Toutefois, plusieurs freins limitent encore l'engagement, en particulier chez les publics plus jeunes ou actifs. Le manque de temps, les emplois du temps chargés et la crainte de devoir assumer des responsabilités freinent l'implication durable. À cela s'ajoute la crainte d'être seul, de ne pas être intégré à un groupe déjà constitué ou de ne pas se sentir légitime dans un univers parfois très technique ou intergénérationnel.

POUR Y RÉPONDRE

Face aux freins identifiés, certaines associations mettent en place des dispositifs concrets pour favoriser l'engagement et l'intégration des nouveaux membres. La convivialité est l'un des leviers les plus mobilisés, notamment à travers l'organisation de repas collectifs lors des chantiers d'entretien hivernaux, ou encore d'apéros et repas de bienvenue. Certaines associations ont également mis en place un dispositif de parrainage, dans lequel un membre expérimenté accompagne les nouveaux arrivants. Cette démarche d'accueil personnalisé, souvent assurée par des responsables dédiés, contribue à limiter le sentiment d'isolement et à faciliter l'intégration dans le collectif. En parallèle, les associations travaillent sur leur communication interne, en veillant à inviter, relancer, et valoriser la participation, tout en restant à l'écoute des disponibilités et des envies de chacun. Enfin, sur le plan externe, de nombreuses associations réajustent leur image publique pour mettre en avant des valeurs contemporaines : écologie, inclusion et l'accessibilité sociale.

L'IMAGE DE LA NAVIGATION



Quelle perception le public a-t-il
du monde la navigation ?

L'IMAGE DE LA NAVIGATION

Le monde de la navigation évoque dans l'imaginaire collectif des expériences de voyage et d'exploration. Le public associe cette pratique à des émotions fortes, au sentiment de liberté, de bien-être, mais aussi à la découverte d'une pratique sportive. Monter à bord est souvent perçu comme une aventure, un moment de déconnexion et d'apprentissage unique, notamment sur les bateaux traditionnels. Cependant, cette image positive est nuancée par plusieurs freins. Le monde maritime est parfois perçu comme élitiste, marqué par un jargon technique et une culture spécialisée qui peut intimider les novices. Certains ressentent une peur de ne pas savoir faire, de mal faire ou d'être jugés, ce qui limite leur envie de s'impliquer. À cela s'ajoute une appréhension du milieu marin, ainsi qu'une représentation masculine dominante dans ces environnements, pouvant dissuader certains publics, notamment les femmes ou les plus jeunes, de s'y projeter.

POUR Y RÉPONDRE

Pour répondre aux enjeux de représentation et d'accessibilité, de nombreuses associations œuvrant dans le domaine de la navigation traditionnelle s'engagent activement à déconstruire les stéréotypes qui y sont encore associés. Cela se traduit notamment par une volonté affirmée de féminiser les équipages et les instances décisionnelles, en valorisant la place des femmes à bord, qu'elles soient bénévoles, cheffes de bord ou techniciennes. Parallèlement, la communication sur les réseaux sociaux joue un rôle stratégique dans cette transformation. En diffusant des contenus authentiques et inclusifs, tels que des portraits de femmes navigantes, des témoignages de novices ou encore des instants de convivialité partagés à bord. Ces structures modernisent leur image et rendent le milieu maritime plus ouvert, humain et diversifié. Elles inscrivent le patrimoine maritime dans une dynamique contemporaine, plus égalitaire et inclusive, en phase avec les enjeux sociétaux actuels.

CONCLUSION

Ce qu'on peut retenir

- Il existe encore des personnes véritablement passionnées, prêtes à s'investir bénévolement pour faire vivre le patrimoine maritime.
- Beaucoup ignorent que derrière les vieux gréements se trouvent des associations actives, ouvertes à toutes et tous, et accessibles au grand public.
- Les jeunes générations représentent un réel potentiel : elles ont besoin de vivre des expériences concrètes, collectives et enrichissantes pour s'impliquer durablement.



PROJET



Lors des fêtes maritimes de Saint-Malo, organisées en juin dernier par l'association Les Old Gaffers, une discussion a émergé à l'issue de la présentation de ces recherches : celle de la création d'une carte interactive recensant l'ensemble des associations de bateaux du patrimoine en France. En fonction des moyens disponibles et de la faisabilité du projet, les associations présentes se sont donné rendez-vous lors de la prochaine édition des fêtes maritimes de Saint-Malo pour poursuivre les échanges autour des problématiques soulevées.