

Les châteaux d'Écouen et d'Auvers-sur-Oise, deux sites patrimoniaux en quête de touristes

Le château d'Auvers-sur-Oise



Château d'Auvers-sur-Oise © P.poschadel

Inscrit à l'inventaire supplémentaire des monuments historiques depuis 1997, le domaine d'Auvers-sur-Oise, propriété du Département du Val-d'Oise, s'étend sur huit hectares au cœur de la ville.

Le château d'Auvers accueille un centre d'interprétation dédié à l'impressionnisme. Près de 75 000 visiteurs le visitent chaque année.

Le département du Val d'Oise, propriétaire des lieux, a décidé de lui donner un coup de jeune à l'occasion du renouvellement de sa délégation de service public (DSP). Au terme d'un appel d'offres, le projet de la Société d'économie mixte (SEM) du château d'Auvers - titulaire de la précédente DSP - a été retenu.

Baptisé « Immersions impressionnistes : naissance et descendance », le projet remplace le parcours intitulé « le voyage au temps des impressionnistes » dont l'objectif était de présenter le contexte sociétal dans lequel ce courant artistique majeur a émergé. Inauguré en 1994, le château avait alors ouvert ses portes avec ce projet, novateur à l'époque car sans tableau, avec des œuvres projetées et des commentaires avec casque, dans un territoire fortement marqué par des lieux de mémoire (tombes, églises...). Objet de nombreuses critiques (« Disney de l'impressionnisme »), le site s'est

adapté au fil du temps, a gagné des visiteurs locaux et étrangers (environ 20% des visites), notamment en travaillant, malgré des aléas liés au contexte national (vigipirate, attentats), avec les clientèles américaines, chinoises et japonaises.

L'objectif était de partir du château et de faire aller les gens vers Giverny et la Normandie, Auvers-sur-Oise étant sur la route entre Paris et la Normandie, le long de la Seine.

« ON SAIT QU'AUJOURD'HUI LE VISITEUR VEUT VIVRE DES EXPÉRIENCES, MARCHER DANS LES PAS DE VAN GOGH, RESSENTIR LA DIMENSION ARTISTIQUE QUI S'EN DÉGAGE, VIVRE LE LIEU (CONSERVATION DES PAYSAGES PEINTS) »

MARIE-CÉCILE TOMASINA, DIRECTRICE DU CHÂTEAU D'AUVERS-SUR-OISE

D'où le développement d'une stratégie en terme d'action commerciale pour faire vivre le site et structurer l'offre (et pas seulement le château, qui ne suffit pas) : visite du château, déjeuner, puis visite d'Auvers-sur-Oise, l'important étant d'être toujours en lien avec le territoire. L'équipe du château a noué

des liens avec Giverny, 4 roues sous un parapluie (qui propose des promenades en 2 CV), les calèches de Versailles, les ânes en Vexin, l'office de tourisme d'Auvers pour les visites guidées... Atout France et le CRT aident dans la connaissance des différents marchés, des besoins de la clientèle, des tendances du moment, y compris pour la clientèle étrangère. Le château est attaché à rester en relation avec les autres acteurs du territoire et du département. Il y a un gros réservoir d'entreprises dans le territoire et l'équipe essaie de faire en sorte qu'ils organisent des événements, séminaires dans le château. Elle essaie autant que possible de garder le client dans le territoire ; s'il n'y a pas de place dans le restaurant du château, elle contacte un restaurateur d'Auvers. Mais la communication des restaurants locaux sur l'offre du château est jugée insuffisante. Il faudrait davantage prendre en compte les pratiques au niveau des territoires, en mettant par exemple en place des « cartes touristiques ». La ville anime un groupe culture qui se réunit pour mettre au point le programme de la saison suivante, une communication et un dossier de presse communs. Les marges de progrès sont grandes pour ne plus se voir comme concurrents mais comme complémentaires.

Devenir une destination de tourisme culturel

Le château s'inscrit aujourd'hui dans une démarche de développement du tourisme culturel : l'objectif est de faire connaître le site et de le faire vivre.

Dans les prochaines années, l'existence du contrat de destination impressionniste est un axe stratégique de développement. Il pourrait contribuer à améliorer l'accessibilité et l'offre hôtelière. L'accessibilité reste en effet un enjeu fort. Malgré la proximité de Paris CDG, l'aéroport n'est pas accessible en transport en commun, il faut compter 80 € en taxi. Depuis Paris, un train direct opère uniquement le weekend en haute saison. Sinon il faut faire un changement. Ces contraintes d'accès freinent le développement du site.

L'offre d'hébergement est également trop faible. Auvers propose essentiellement des chambres d'hôtes. Le développement du tourisme passe par l'accessibilité. Pour l'hôtellerie, elle ne se développera que si le site est accessible et s'il y a une assurance de rentabilité.

Une autre difficulté persiste : la forte saisonnalité, car en dehors de la haute saison, tous les autres sites de la ville sont fermés de novembre à mars. Le château souhaiterait que l'office de tourisme et l'intercommunalité arrivent à convaincre les autres sites de l'intérêt d'harmoniser les horaires, les calendriers, les tarifs. Or les sites ont des logiques juridiques différentes. Le CRT est très présent aux côtés du château mais il ne peut pas contraindre le musée de l'absinthe ou la chambre de Van Gogh (qui sont privés), le musée Daubigny (municipal)... Le conseil départemental verse une subvention, notamment pour les ateliers à destination du jeune

public. Ils ont des amplitudes d'ouverture importantes. Il aide aussi chaque année sur le parcours de visite.

Environ 29 personnes travaillent à temps plein pour le château, le restaurant, la boutique, il n'y a pas de prestataire extérieur. L'entretien du parc est assuré par le département.

« LA PROXIMITÉ DE PARIS EST UN VRAI FREIN AU DÉVELOPPEMENT À CAUSE DE L'IMPORTANCE DE SON OFFRE. À L'ÉCHELLE LOCALE IL FAUT TROUVER DE L'HARMONIE ET COMPRENDRE LA NÉCESSITÉ DE TRAVAILLER MAIN DANS LA MAIN. À UNE ÉCHELLE PLUS LARGE, LE PROBLÈME C'EST LE TRANSPORT. »

MARIE-CÉCILE TOMASINA, DIRECTRICE DU CHÂTEAU D'AUVERS-SUR-OISE

Par ailleurs, la question du renouvellement de l'offre et de la communication s'est posée depuis quelques années.

« LE MÉMORIAL DE CAEN, LE FUTUROSCOPE, VULCANIA, NAUSICAA... TOUS CEUX QUI ONT RENOUVELÉ LEUR OFFRE S'EN SONT SORTIS. IL FAUT RENOUVELER L'OFFRE ET COMMUNIQUER DESSUS. ET RENDRE LES LIEUX ACCESSIBLES. »

Après neuf mois de travaux, le château a rouvert au public début octobre 2017, le renouvellement des collections et l'évolution des contenus devraient permettre de maintenir la fréquentation et de développer la notoriété du site. Le nouveau projet propose des classements par thématiques et la mise en relation avec d'autres courants artistiques. Un portail Internet interagira in situ. Les espaces extérieurs seront davantage mis en correspondance avec les œuvres.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Pour en savoir plus : www.chateau-auvers.fr

Le château d'Écouen – musée de la Renaissance



Château d'Écouen / crédit photo : château d'Écouen / musee-renaissance.fr

Le château d'Écouen est situé à vingt kilomètres au nord de Paris, dans le Val-d'Oise. Au sein des 104 hectares de la forêt d'Écouen, ce château à l'architecture en grande partie préservée est entouré d'un domaine clos de 19 hectares. Écouen est le seul château de la Renaissance non remanié (en raison de la présence du pensionnat de la Légion d'honneur entre 1800 et 1967). Cela le distingue des châteaux de la Loire. Il abrite aujourd'hui les collections du musée national de la Renaissance. Le musée est ouvert depuis 40 ans. Le château-musée et le domaine emploient 60 personnes.

À la fois château et musée d'arts décoratifs, le site est original dans sa proposition et peut s'avérer déroutant pour les visiteurs, qui s'attendent à voir un château meublé ou de la peinture italienne de la renaissance. Le château d'Écouen accueille en moyenne 60 000 visiteurs par an, avec un pic à 85 000 visiteurs en 2008 suite à l'expérimentation de gratuité (l'entrée plein tarif 5 €). Le site souhaiterait augmenter le nombre de visiteurs car ce plafond de fréquentation le gêne dans son développement, la barre symbolique des 100 000 visiteurs restant un enjeu pour être référencé par les opérateurs de voyage. L'accueil des Parisiens, des *repeaters*, sont autant d'axes de développement possibles. Mais la concurrence est rude car ces publics sont davantage

intéressés par les expositions temporaires, plus fréquemment organisées à Paris, et moins intéressés par les collections permanentes. Et il reste difficile pour le château d'Écouen d'organiser plus d'une exposition dans l'année faute de moyens. Souvent l'événementiel permet de mieux se faire connaître par la communication qui y est attachée. De fait, la saturation croissante des grands sites parisiens comme le Louvre et Orsay, notamment pour l'accueil des groupes, est une opportunité à moyen terme pour des sites comme Écouen. Enfin les nombreux visiteurs du parc n'osent pas toujours s'aventurer dans le château.

Pourtant la desserte en transports en commun fonctionne relativement bien (Transilien toutes les 15 minutes, puis 3 minutes de bus RATP jusqu'au château ou 20 min à pied par la forêt) et la signalisation piétons s'est améliorée même si des progrès restent à faire.

Au niveau des publics scolaires, les professeurs privilégient le Louvre, alors qu'il y a à proximité de grandes villes (Sarcelles, Villiers le Bel) qui pourraient profiter à Écouen. Un partenariat avec le Louvre pourrait être envisagé sous la forme d'un package au corps enseignant : voir la peinture au Louvre et l'architecture à Écouen. Mais cette collaboration est difficile à organiser, le Louvre étant fortement sollicité.

Le château, comme de nombreux sites franciliens, reste assez peu connu. Il y a une nécessité de s'allier avec les autres lieux culturels et touristiques à proximité : créer des billets communs pour les individuels et les groupes, des packages pour les tour-opérateurs et compléter l'offre culturelle et de services avec les sites alentour (hôtels à Chantilly, restaurants...).

« AU NIVEAU FRANCILIEN, LE POTENTIEL EST LÀ, MAIS LES SYSTÈMES SONT EXCLUSIFS LES UNS DES AUTRES. IL MANQUE UNE VOLONTÉ DE LE METTRE EN ACTION »

THIERRY CRÉPIN-LEBLOND, DIRECTEUR DU CHÂTEAU D'ÉCOUEN

Le sujet est complexe car tous les lieux sont dépendants de leur tutelle et de leur gestion, ce qui rend le travail en commun compliqué. Ainsi il y a une grande diversité de statuts entre établissement public national (Louvre), EPCC (château de la Roche-Guyon), RMN (château d'Écouen), centre des monuments nationaux (Saint-Denis), fondation (Royaumont), société mixte ou évolutif (Auvers-sur-Oise, très subventionné)... Le CRT, les comités départementaux du tourisme (CDT) sont des interlocuteurs clés pour fédérer et articuler ces lieux, aller voir collectivement les voyageurs et éviter une concurrence inutile.

Des enseignements communs Écouen / Auvers-sur-Oise

- Le travail et les collaborations entre les communes concernées, les lieux culturels et touristiques présents ne sont pas toujours évidents. L'enjeu de co-construction d'une destination doit être relevé. L'absence de projet commun, de matériaux communs (cartes / pass touristiques, d'harmonisation de l'offre et de sa communication freinent le développement de ces sites, qui peinent à atteindre le seuil des 100 000 visiteurs. Il manque les structures d'accompagnement.
- La question des différences de structures juridiques entre lieux culturels freine les partenariats, les mises en commun entre acteurs locaux : billets couplés, horaires d'ouvertures (restaurants, musées...).
- **La question du manque de moyens humains et financiers**, qui freine le développement de l'événementiel, facteur clé en grande couronne pour son attractivité ; et ne permet pas d'être à la hauteur en termes de prestations.

« CERTAINS SITES DONNENT LE "LA" EN TERMES DE PRESTATIONS : QUAND LE PARC ASTÉRIX FOURNIT UN ACCÈS À DES MICRO-ONDES POUR RÉCHAUFFER LES REPAS DES ENFANTS OU DISNEY INVITE LES ENFANTS À NOËL, LE TOURISTE ATTEND LA MÊME CHOSE AILLEURS. IDEM POUR LES HABITUDES LIÉES AUX PASS SAISONNIERS OU ANNUELS QUI IMPLIQUENT DES COUPE-FILES SYSTÉMATIQUES. LE VISITEUR NE CHERCHE PAS À COMPRENDRE. OR AUVERS N'A PAS LES MÊMES MOYENS, C'EST DIFFICILE À GÉRER. »

MARIE-CÉCILE TOMASINA, DIRECTRICE DU CHÂTEAU D'AUVERS-SUR-OISE

- **Les difficultés d'accessibilité sont prégnantes**, que ce soit en voiture : pas de panneaux sur la francilienne ; ou en transports en commun : horaires du week-end contraignants ; connexions compliquées pour les touristes non franciliens ; problèmes de signalisations.
- **Infrastructures et services** : restaurant en concession sur le site pas toujours en adéquation avec attentes des visiteurs du lieu. Manque de restaurants dans la commune pour accueillir les touristes, les seniors, les familles, les groupes, pas assez d'offre hôtelière.¹⁰⁵

¹⁰⁵ Pour en savoir plus : <http://musee-rennaissance.fr/>