

Mise en valeur des sites culturels et touristique, les conditions de la réussite.

Une mise en valeur réussie est le résultat d'un **bon projet**, lequel ne dépend pas seulement de son intérêt, mais aussi de sa capacité à conquérir le public. Il met en avant un événement, un lieu ou encore des collections exceptionnelles ; il est le reflet réel de l'identité et de la force du site.

Un bon projet suppose assurément de bien connaître sa clientèle.

La réussite est amplifiée par la présence de **services de qualité** : une boutique, un salon de thé, un parking à proximité de l'entrée, des amplitudes d'ouverture, un personnel formé et parlant plusieurs langues...

Ces services répondent aux normes de sécurité d'un Etablissement Recevant du Public et accueillent les personnes en situation de handicap.

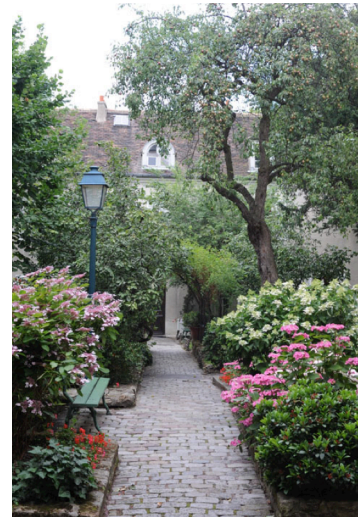
Enfin, la réussite reste au rendez-vous grâce au **renouvellement de l'offre** qui permet de soutenir l'attractivité et donc la fréquentation : animations estivales, expositions temporaires, manifestations événementielles...

Pourquoi faire appel à un consultant extérieur ?

Il est important d'avoir **une réflexion globale** avant de lancer un projet. Est-il bien défini ? Quels moyens se donne t-on ? Quel calendrier ? Quel coût, quel retour sur investissement ? ...

Il faut **optimiser** et pour cela le choix et le dimensionnement des moyens et des outils à mettre en œuvre sont déterminants ; les moyens humains, la nature des investissements sont autant de points à étudier en détail.

La création ou la modification d'un circuit de visite nécessite la prise en compte **de données concrètes pour le confort et la sécurité du public** : sens de circulation, surfaces, conditions d'évacuation, sorties de secours, dimensionnement des vidéos et autres outils de visite, ...



Il faut des **services de qualité, adaptés** à la fréquentation : localisation et agencement d'une billetterie boutique, d'un espace de restauration, de toilettes, du lieu de stationnement.

Il faut **connaître son public**. L'analyse du livre d'or et les questionnaires de satisfaction sont de bons outils. Il faut aussi **connaître son environnement** touristique pour bien adapter son offre.

Faire appel à un consultant, c'est se doter d'un regard extérieur, d'une expérience pour un accompagnement «sur mesure».

Catherine Bonamy, de la gestion au conseil ...



Catherine Bonamy a travaillé plusieurs années pour la société Culturespaces comme responsable du service Accueil Travaux Aménagements. Maître d'ouvrage, elle y conduit de nombreux chantiers : signalétique, labyrinthe géant, billetterie boutique, espace de projection...

Quatre ans plus tard, elle rejoint l'agence Harmatan, spécialisée en scénographie et muséographie, et devient maître d'œuvre d'expositions temporaires et permanentes dans des sites historiques ou dans des espaces événementiels. Elle réalise de nombreuses études de faisabilité et de programmation.

En 2009, Catherine Bonamy est directrice du développement de la société Kléber Rossillon qui signe en 2011 les contrats de gestion du Train du Vivarais, du Musée de Montmartre et de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet !

Fin 2011, nouvelle activité avec la direction du musée de Montmartre et la préparation, avec l'équipe de maîtrise d'œuvre, du dossier de permis de construire pour la réhabilitation des 1200 m² de l'hôtel Demarne. Ce sont aussi les premiers aménagements des jardins.

Décembre 2012, forte de cette large expérience, Catherine Bonamy devient consultante, décidée à mettre son savoir-faire au service des sites culturels et touristiques pour les accompagner dans leur développement et leur mise en valeur.