

# ÊTES-VOUS PRÊTS À *innover maintenant ?*

PAR CATHERINE BONAMY, GÉRANTE DE CBC XII



Catherine Bonamy propose d'accompagner des propriétaires qui souhaitent développer un projet culturel ou économique autour de leur monument.

© Laurence de Terline

Quelle que soit sa taille, un monument offre un potentiel que les propriétaires-gestionnaires peinent à mesurer pleinement car ils manquent souvent de recul. Un regard extérieur peut s'avérer intéressant. Voici l'œil de Catherine Bonamy, gérante de CBC XII, qui met son savoir-faire au service des propriétaires et gestionnaires de sites ouverts au public pour les accompagner dans leur développement.

Quatre questions serviront de point de départ :

- **Que voulez-vous vraiment, et que ne voulez-vous pas ?** Êtes-vous prêts à ouvrir au public toute votre propriété, ou seulement une partie pour conserver une indépendance ? Êtes-vous préparés à assumer les contraintes inhérentes à la présence de visiteurs ? Quelles concessions êtes-vous capables de faire sans renier vos valeurs ? Quel peut être votre investissement personnel et familial ? Quel détachement avez-vous vis-à-vis de votre monument ? Ainsi, vous allez définir le cadre de votre réflexion et le degré de votre implication.
- **Êtes-vous au cœur d'une région touristique ou non ?** Une destination de vacances ou seulement une région de passage ? À proximité de grandes villes ou de grands pôles touristiques, d'un lac, du bord de mer ?
- **Quels sont vos visiteurs actuels ou potentiels ?** Vos clients ? Qui pourriez-vous faire venir en plus ? Quelles sont vos cibles ? À partir du moment où

vous connaîtrez votre futur public, vous allez vous attacher à votre projet en identifiant le potentiel du site.

- **Qu'est-ce qui distingue votre monument dans la région :** une personnalité historique, son histoire, un lieu de mémoire, une architecture, du mobilier, son parc ? Qu'y a-t-il d'unique dans votre monument ?

Si rien n'émerge, demandez-vous alors ce qui pourrait servir d'accroche pour rebondir, quitte à ce que le monument lui-même passe au second plan et serve plutôt d'écrin pour accueillir une animation particulière.

Cette seconde série de questions devrait permettre de dresser un bon état des lieux et de poser le socle du projet en confrontant vos réflexions aux tendances actuelles et aux offres existantes.

- **Un bon projet est celui qui va attirer des visiteurs.** La visite d'un monument doit être une expérience multisensorielle. Qu'est-ce qui va intéresser les visiteurs (et non ce qui vous intéresse vous) ? Cela suppose une bonne connaissance de ses visiteurs, de leurs habitudes de consommation de la culture, de l'hébergement, du tourisme... Un bon projet est aussi celui qui aura une vraie dimension humaine.

À travers de nombreuses animations, le logis d'Equilly (Manche) accueille un public nombreux et diversifié.





L'Hôtel d'Asfeld à Saint-Malo (Ille-et-Vilaine), surnommé la demeure du corsaire, a trouvé son identité.

© Olivier de La Rivière

■ **Un bon projet doit être immédiatement intelligible et lisible.** Les visiteurs doivent comprendre tout de suite quelle est la promesse de visite, l'offre du lieu ; cela évite des déceptions. Une communication concise en résumant votre projet en une phrase permettra de vous positionner

■ **Un bon projet c'est aussi une organisation d'accueil.** Avez-vous un parking ? Des sanitaires adaptés ? Un espace pour installer un accueil-billetterie ?

La réussite de votre projet va enfin dépendre de ces trois derniers facteurs :

- **le porteur du projet** et son implication personnelle,
- **l'investissement** en priorisant vos dépenses pour demander vos financements,
- **la communication** en vous appuyant sur la presse locale et régionale et sur les instances touristiques ; en travaillant en réseau avec d'autres lieux touristiques ou d'hébergement pour de l'encartage, des partenariats, ou en développant des offres de visite complémentaires. L'objectif est de devenir une destination de visite à part entière.

En conclusion, revenez à la première question : que voulez-vous vraiment faire ? Quels moyens humains, matériels et financiers êtes-vous prêts à engager sur votre projet ? Développer le potentiel culturel et touristique d'un monument est finalement une question de relativité et de mesure. ■



Bien connaître son visitariat va permettre d'identifier le potentiel du site.

ant  
ar

de  
est  
un

in  
rien

elle

s,  
sés