



Versailles, le 31 Mars 2012

SAVE

SAUVEGARDE ET ANIMATION DE VERSAILLES ET ENVIRONS
UNION D'ASSOCIATIONS DE VERSAILLES ET DE SES ENVIRONS

Association agréée, le 17 Mars 1979
Président : Claude DUCAROUGE
33 rue Jean de la Bruyère 78000 VERSAILLES
Tél.: 01 39 54 69 14
Courriel : claude.ducarouge@wanadoo.fr

Assemblée Générale du 27 mars 2012

Conférence- débat :

Le Château de Versailles dans l'économie de la ville et de ses environs.

I. Présentation par Claude Ducarouge, président de SAVE, des chiffres clés de l'Etablissement Public du Château de Versailles

L'exposé a commencé par un constat concernant les études urbanistiques de Versailles dont les résultats écrits soit dans le PLU (Plan local d'urbanisme) tout récent soit dans le PSMV (Plan de sauvegarde et de mise en valeur) approuvé l'an passé sont particulièrement inexistantes et sans consistance en ce qui concerne le domaine du château. Comme si le château n'existait pas, n'évoluait pas et n'avait aucune influence sur son environnement. De plus en dialoguant avec les Versaillais il a été constaté d'importantes méconnaissances sur le fonctionnement même de la structure et ses possibles impacts sur la ville et son environnement.

On trouvera en PJ les diapositives qui ont illustré la présentation et donné lieu à des compléments oraux.

- Statut: EPCA (Etablissement public à caractère administratif) regroupant le château, le musée et le domaine de Versailles. Tutelles : ministère de la culture et de la communication, et Ministère en charge du budget.
- Budget 2011 environ 120 M€ dont
 - 85 M€ pour le fonctionnement dont 25 M€ en salaires de fonctionnaires, le reste provenant des ressources propres de l'EPCA³. Les ressources commerciales dépendent de la fréquentation touristique elle-même dépendante de la situation économique. Il y a donc des variations d'une année sur l'autre.

³ Par comparaison le budget 2012 de la ville de Versailles représente 118 M€ en fonctionnement et 25 M€ en investissement

- 34 M€ pour les investissements, assurés par une subvention annuelle de l'Etat (21 M€), et le mécénat 13 M€ plus une partie de l'autofinancement. Le budget d'investissement est fluctuant d'une année sur l'autre car il dépend du résultat d'exploitation mais aussi des opérations de mécénat qui sont de tailles parfois très différentes d'une année sur l'autre. Les actions de mécénat sont par ailleurs le plus souvent affectées (elles sont dites « fléchées » en vocabulaire financier) suivant les accords entre donateurs et château.

- Personnels : 970 agents, 150 permanents en sous-traitance. Plus 70 concessions permanentes regroupant 350 personnes (en ETP). Les concessions rapportent une redevance annuelle d'environ 5,5 M€ en 2011. Ces chiffres sont hors les données de la filiale Château de Versailles Spectacles.
- Au total, l'établissement gère sur 787 ha, 189 000 m² de planchers. Des opérations longues de restructuration déjà engagées depuis cinq ans vont conduire à des changements importants dans les années qui viennent. L'opération des grands communs, qui a plusieurs phases, va libérer des espaces dans le château qui seront ultérieurement ouverts pour de nouvelles présentations aux touristes. La libération de la Grande Ecurie elle aussi occupée par les services administratifs du château, doit permettre d'ici 2020 une extension des capacités d'exposition et un rapprochement des flux touristiques vers la ville. L'accueil des touristes visiteurs dans le château aujourd'hui peu opérationnel devrait d'ici 4 ou 5 ans permettre enfin une orientation des flux dans le château et de ce fait permettre des extensions de durées de présence pour les visites.
- La situation des Mortemets donne lieu à un échange rapide. Cette zone totalement mitée par de multiples installations diverses qui sont des marques d'engagements (concessions avec le château), pour certains très anciens, témoigne d'un besoin de restructuration. Des travaux de déboisement reboisement sont engagés depuis peu mais le plan d'ensemble reste à être rendu public.
- Visiteurs en 2011: 5 279 354 (soit 8% de plus qu'en 2010) dont 75 % en individuels et 25% en groupes. 70% sont des étrangers, 30% sont des français.
Un grand jour d'été ce sont 200 cars, 25 000 visiteurs et 11 000 spectateurs.
Audio guides disponibles en 13 langues,
En 2011, les spectacles et concerts ont rassemblé 1,4 millions de visiteurs.
Les évolutions des 8 années passées ont été présentées qui témoignent de changements notables tant des visiteurs individuels que des visiteurs en groupes.
Le comportement et les exigences des tours opérateurs sont rapidement exposés.
- Très gros effort de communication au niveau mondial (13 mentions journalières en moyenne dans la presse mondiale). Site internet visité par 7,7 millions de visiteurs en 2011 et forte fréquentation sur YouTube. D'autres initiatives sont engagées mettant en œuvre les moyens modernes de communication avec les téléphones portables et les tablettes. Le service de communication du Château est très actif en mettant à profit tous les événements qui se déroulent dans les murs ou dans le domaine.

Une question de l'auditoire porte sur les impôts et revenus générés par le château. Il est répondu que les concessionnaires sont des contribuables comme toute entreprise exerçant une activité commerciale sur un territoire. Par ailleurs le cas de la TVA est expliqué. Le Château est soumis dans ses achats et travaux à cette taxe qu'il ne peut répercuter sur ses prestations. Il est rappelé que par contre la commune pour ses investissements dispose d'une subvention de compensation.

Une autre question de l'auditoire concerne le prix d'entrée pour les visiteurs. Est-il trop élevé ? Il est fait une première remarque sur le cadrage vis-à-vis d'autres lieux analogues dans le monde. Le niveau de prix semble très comparable à celui de Vienne ou de grands musées internationaux.

Par ailleurs il faut bien étudier les diverses solutions d'accès et les abonnements permettent rapidement d'amortir le coût d'entrée.

D'autres aspects de l'activité du château ne peuvent être présentés faute de temps, les missions patrimoniales, les missions de diffusion du savoir, les fonctions de recherche historique sont simplement évoquées. Une courte présentation est faite sur les obligations induites par les très nombreuses visites officielles.

En résumé en 2011 et depuis 2003 la progression des visiteurs payants a été de 55% (70% pour les groupes et 81% pour les spectacles).

En conclusion de cette vision partielle il est rappelé que les évolutions récentes témoignent des effets des initiatives des équipes du château et aussi de l'évolution du tourisme mondial. La ville et son environnement ne peuvent ignorer ce voisin très actif dont les visiteurs, les spectateurs et aussi les promeneurs sont des piétons ou des cyclistes ou des passagers de véhicules qui fréquentent la ville. S'intéresser à l'avenir de la ville doit conduire à s'interroger sur les effets induits par ce puissant voisin à ce jour et dans un proche avenir. Il en résulte des contraintes à traiter mais aussi des opportunités à saisir. Les projets structurants du Château vont ouvrir des besoins nouveaux pour la ville qui va devoir s'y préparer.

Claude Ducarouge présente Alain Bertet qui est président de l'Office du Tourisme de Versailles depuis 2004. Il est aux premières lignes pour observer l'évolution des fréquentations des touristes et visiteurs et de leurs effets induits sur l'environnement économique et social de la cité.

II. Présentation par Alain Bertet, président du CA de l'Office de Tourisme de Versailles et du rôle de l'Office vis-à-vis du château et de la ville.

On trouvera en PJ les diapositives qui ont illustré la présentation et donné lieu à des compléments oraux.

Au-delà de ses missions de service public qui sont l'accueil et l'information des visiteurs mais aussi la promotion des lieux, l'office organise des visites conférences, pour des individuels ou pour des groupes d'affaires et loisirs.

- L'office a le statut d'association loi 1901, il rassemble 250 membres. Son CA est constitué de 3 collèges: 9 représentants de la municipalité, 9 acteurs économiques et 9 personnes qualifiées.
- Sous tutelle de la municipalité, il passe avec elle des conventions d'objectifs, de moyens et de durée (3 ans).
- Budget : 2 800 K€ dont une subvention annuelle de la ville de 615K€
Chiffre d'affaire de l'accueil visiteurs : 1 400 K€ (71000 Passeports et billets Château)
- Personnels: 14 permanents dont 6 à l'accueil plus une trentaine de conférenciers à la vacation.
- Visiteurs physiques ayant fait appel à ses services en 2011 : 320 355
Visiteurs numériques ayant fait appel à ses services en 2011 : 285 957
→Total contacts 624 389 soit 1710 par jour ouvré.

Une brochure annuelle détaillant toutes les propositions de l'Office est remise à tous (Guide du Tourisme 2011-2012). Le prochain va sortir très rapidement.

Débat : l'office de tourisme, le château et la ville.

Il en ressort que l'OT vit essentiellement du château vers lequel sont tournés tous ses efforts. Cependant, il se sert du produit "château" pour vendre des services de Versailles : restaurants, hôtels, camping municipal « huttopia », magasins, musées et circuits touristiques (par exemple itinéraire des droits de l'homme).

Il y a un objectif commun au château et à l'OT: essayer de fidéliser les visiteurs et de les retenir au-delà d'une simple journée. Ces initiatives conduites en liaison avec la municipalité devraient, dans leurs dimension économiques, culturelles et de loisirs, pouvoir concerner plus directement les commerces voire les habitants du voisinage (Versailles et environs).

Plusieurs questions concernent :

L'adéquation des établissements hôteliers au tourisme international (l'hôtellerie versaillaise bénéficie plutôt du tourisme d'affaires en semaine et à des difficultés à se remplir le week-end (tourisme de loisirs). Utilisation du palais des congrès un peu vieillissant dans sa structure.

L'importance du tourisme de proximité, l'Ile de France est un grand pourvoyeur (50% des touristes français). Des initiatives ciblées peuvent être envisagées dans la direction de ce public. Le besoin d'imaginer des dispositions pour tenter de retenir les visiteurs ou spectateurs plus longtemps sur le site est connu. Les acteurs du château s'y emploient depuis des années. Des dispositifs conjoints avec la ville pourraient être imaginés.

Assiste t'-t-on à une croissance des demandes spontanées d'associer des visites en ville à une visite du château, parallèlement au marketing offensif dans ce sens ? R= oui, c'est très net, aussi bien de la part des tours organisés que de celle des individuels. C'est le résultat de l'action de l'OT. Vente de produits touristiques « packagés ».

Que disent les enquêtes de satisfaction ? R= il n'y a pas d'enquêtes de satisfaction mais seulement un livre d'or dans lequel figurent les doléances classiques comme par exemple sur les attentes excessives et le manque de toilettes, auxquelles s'ajoute le regret du mauvais accueil réservé parfois aux étrangers.....

Prochaine étude de fréquentation : Les résultats d'une grande enquête sur les fréquentations dans la ville et les retombées des passages de visiteurs sont attendus pour fin 2012 (cf décision en Conseil Municipal du 25 novembre 2011).

L'évolution des visiteurs. L'office propose depuis peu des visites de « Greeters » avec la contribution de versaillais spécialisés et motivés (voir le site de l'office). Le principe du « Greeter » est de proposer aux visiteurs nationaux et internationaux de rencontrer un habitant pour qu'il leur montre et leur parle de son Versailles, de ses endroits préférés, de son mode de vie, de sa ville dont il est passionné et fier. Chaque Greeter propose une visite sur-mesure, pour faire découvrir les adresses typiques ou atypiques, les trésors cachés, les rendez-vous, les petites habitudes et les grandes histoires de Versailles. Il ne se substitue en aucun cas aux guides professionnels et ne perçoit à ce titre aucun revenu ou pourboire. Que ce soit en famille, entre amis ou en individuel, le Greeter vous reçoit et vous ouvre les portes de la ville de Versailles.

L'évolution de l'hébergement des touristes chez l'habitant : les propositions commencent à venir, de moins de 10 en 2009 on est passé à presque 30 offres en 2011 (label Clévacances).

L'évolution du tourisme international qui devrait doubler entre 2010 et 2020. A noter qu'avec la situation internationale, certains pays de l'Europe (Espagne, Italie, France) sont à l'heure actuelle bien fréquentés et les projections pour 2012 sont favorables.

En conclusion Claude Ducarouge remercie Alain Bertet pour son exposé et pour les échanges dans le débat qui a suivi. Les éléments de la conférence de ce soir alimenteront les travaux de la commission SAVE sur la vision 2020 de Versailles Grand Parc. Cette commission est ouverte à tous.

PJ en annexe :

- 12 diapositives de l'exposé sur le Château.
 - 6 diapositives sur l'Office de Tourisme de Versailles.
-