

2^{ème} rendez-vous d'Isère Tourisme

Le tourisme culturel et patrimonial, un enjeu pour l'Isère

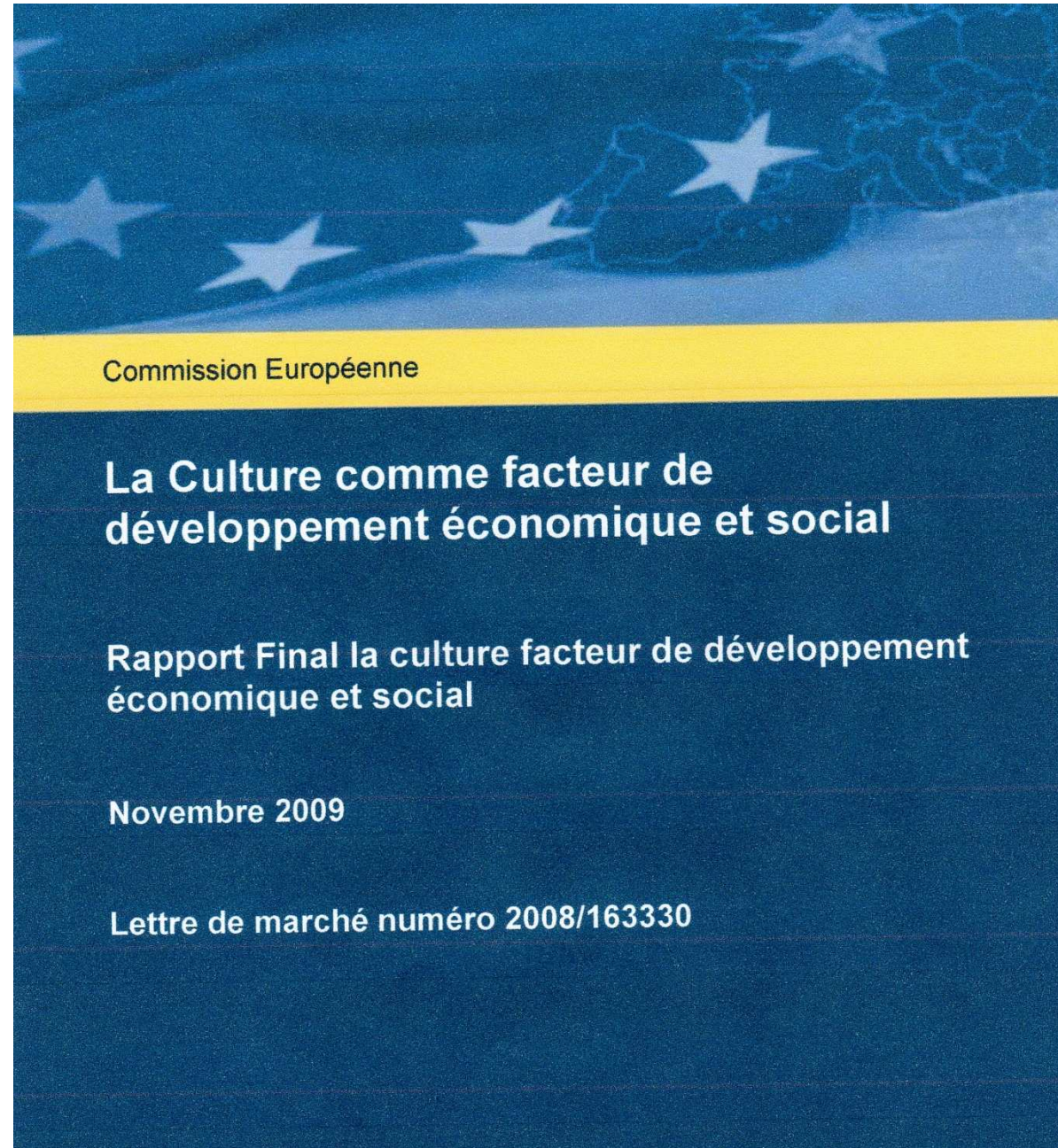
Tourisme, Culture et Patrimoine

**12 décembre 2012
Jean-Paul CIRET**

Un consensus général

La Culture est un facteur de développement
économique et social

**Même
Bruxelles
le dit !**



Commission Européenne

**La Culture comme facteur de
développement économique et social**

**Rapport Final la culture facteur de développement
économique et social**

Novembre 2009

Lettre de marché numéro 2008/163330

**Ce qui vaut pour l'économie et le social en
général,
vaut encore plus pour le tourisme**

**Toutes les enquêtes s'accordent sur un point :
la richesse de l'offre culturelle est un facteur
clé de l'attractivité touristique de la France**

Malgré cela une double insatisfaction

- ❑ Celle des professionnels du tourisme qui considèrent que l'attractivité des établissements culturels peut largement progresser

- ❑ Celle des gestionnaires d'établissements qui constatent qu'ils n'accueillent qu'une part insuffisante des touristes français et étrangers

❑ Un paradoxe : la fréquentation des activités culturelles n'accroît pas la satisfaction des touristes étrangers

❑ Une question : peut-on à la fois satisfaire les visiteurs étrangers et les visiteurs français

❑ Des appels répétés à une meilleure collaboration entre professionnels de la culture et du tourisme

❑ Or une méfiance réciproque continue d'exister entre professionnels du tourisme et professionnels de la culture

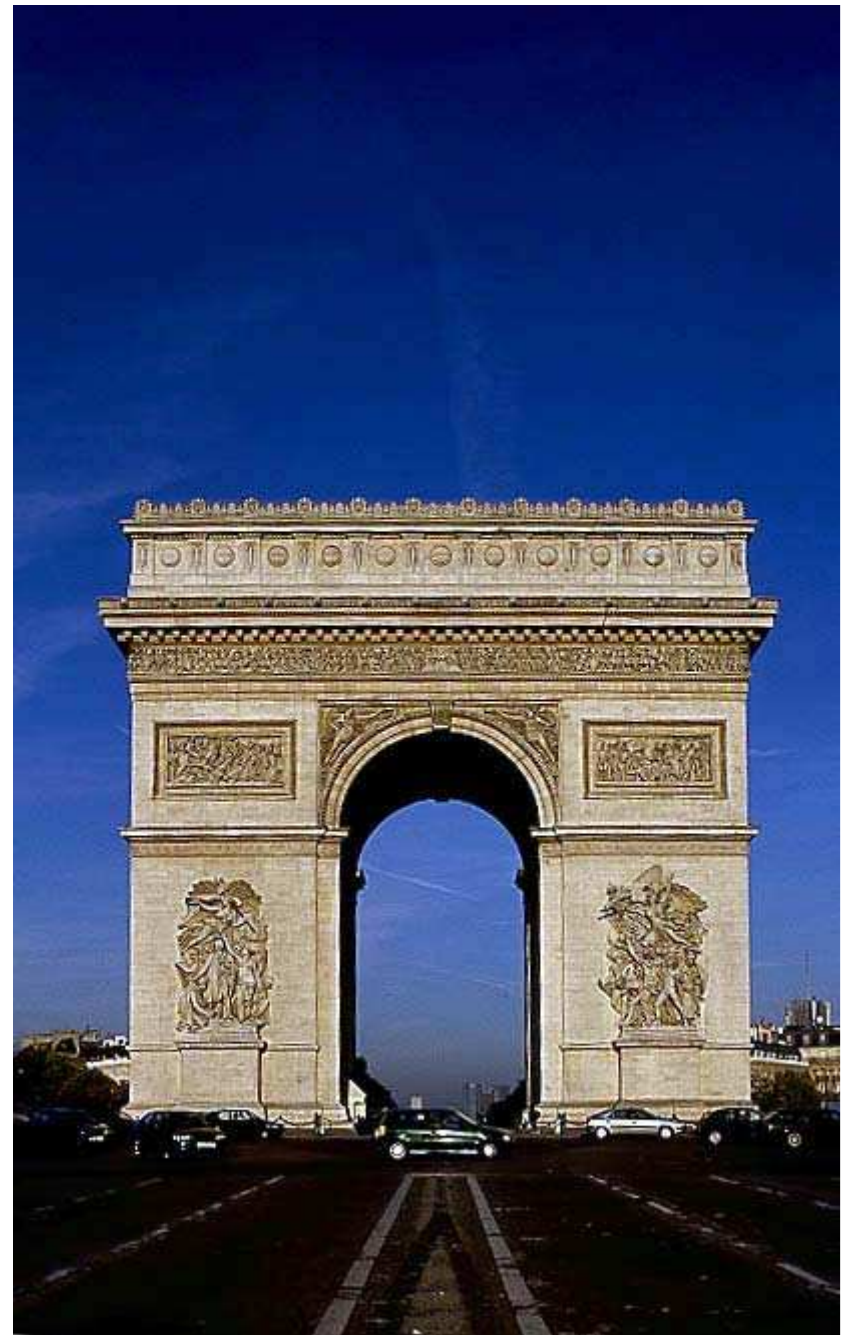
❑ L'expression tourisme culturel un essai de synthèse qui ne règle pas les problèmes

Monuments, musées, châteaux, sites ...

**La diversité des appellations n'est pas
anodine et reflète la complexité de ce
volet de l'offre culturelle**

Quoi de commun entre ?

Arc de Triomphe



Villeneuve-Lembron



Deux monuments nationaux !

Sinon : rien !



Et entre ?

Le Panthéon



Le château de Longpra



Deux monuments classés

Deux monuments ouverts au public



Certains sont plus comparables

Chambord



Chenonceau



Azay-le-Rideau



Château de Villandry



Aulteribe



Château de Septème



**Les différentes dénominations reflètent
des réalités historiques et architecturales différentes**

Monuments :

**normalement pour les architectures
commémoratives**

Colonne de Wimille



Colonne de Juillet



Châteaux :

Généralement du 16^e au 19^e

**Se doivent d'être meublés et
« habités »**

Puyguilhem



Montal



1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12



Maisons-Laffitte



Bouges



Forteresse et châteaux forts :

Entre le château et la ville fortifiée

Parfois en ruine

Carcassonne



Aigues-Mortes



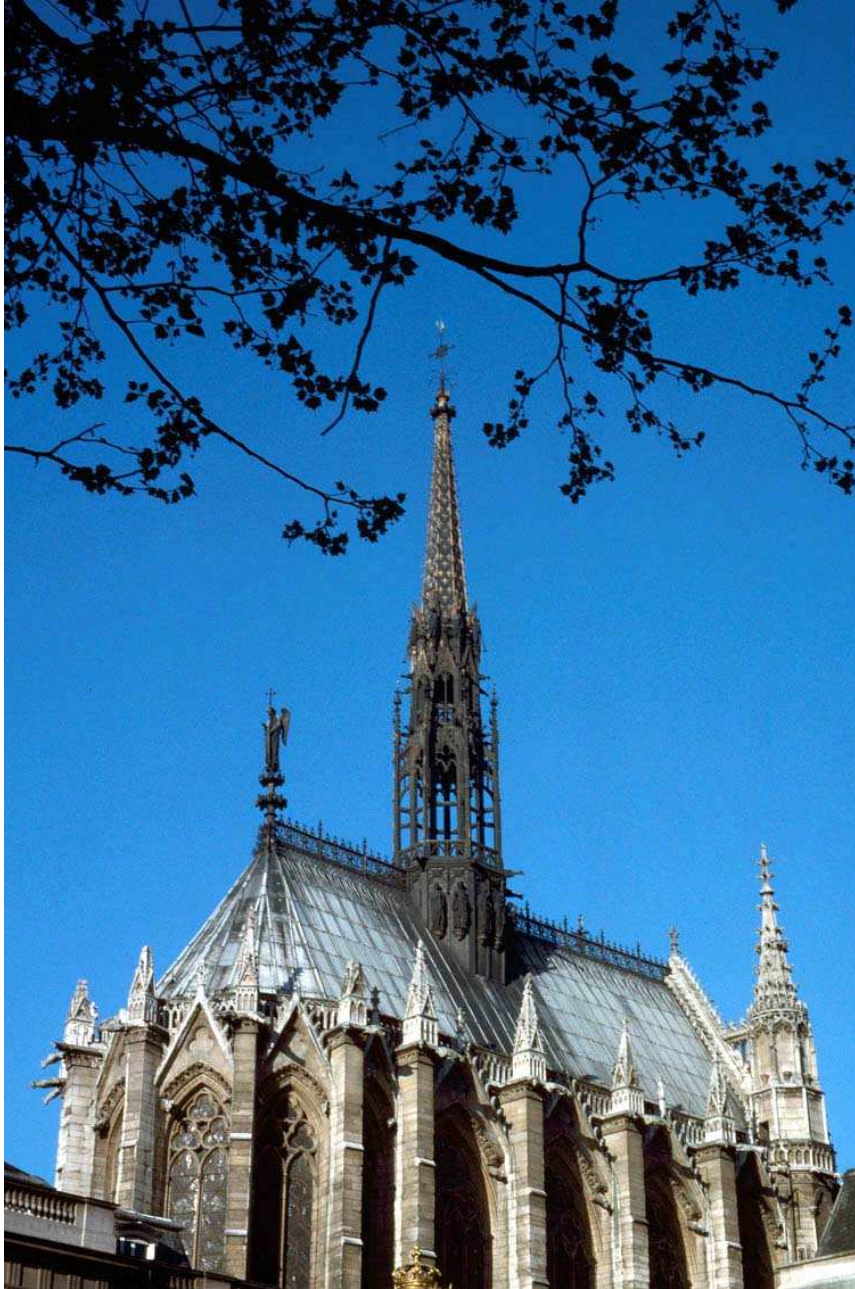
Mont-Dauphin



Monuments religieux :

Affectés au culte ou réutilisés

Parfois en ruine



La Sainte-Chapelle

Notre Dame de Paris



La Sauve-Majeure



Les monuments et sites archéologiques :

Champs de fouilles

Vestiges

Ou monuments préservés



Ensérune

La Turbie



Montmaurin



Temple d'Auguste et de Livie



Enfin les sites préhistoriques

Grottes et grottes ornées

Font de Gaume

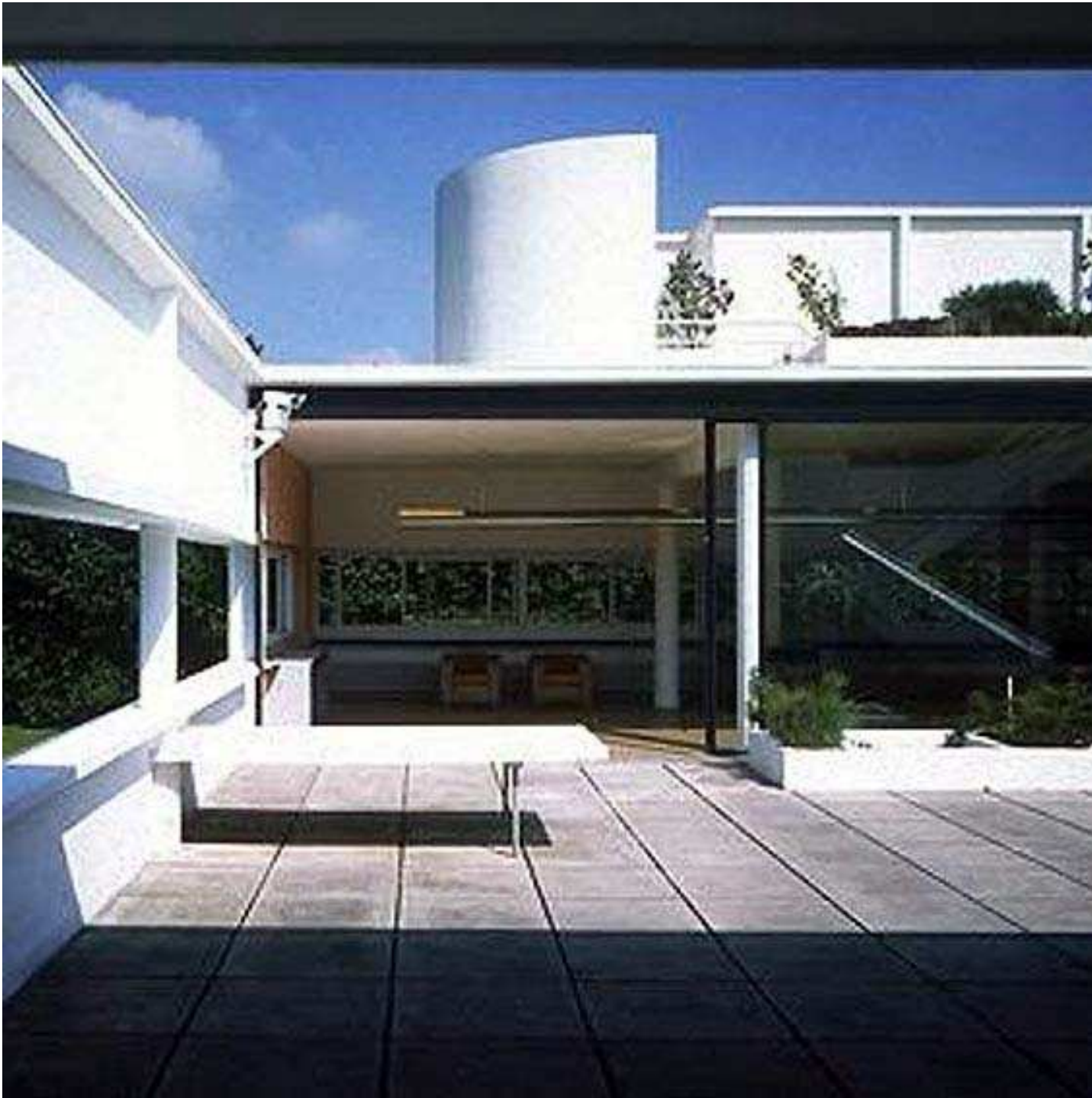


Cap Blanc



Ou d'histoire très récente

Villa Savoye



Villa Cavrois



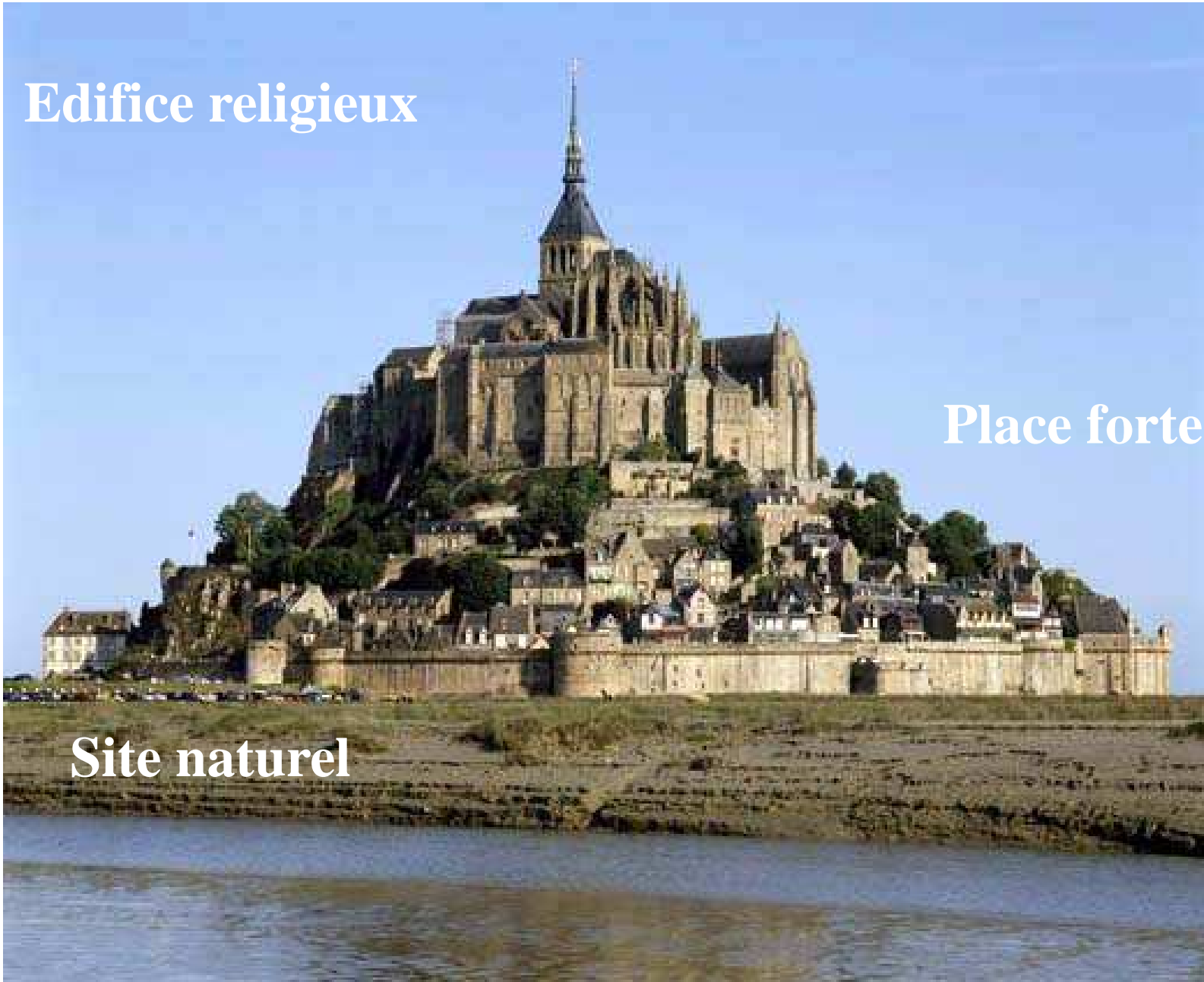
**Mais de nombreux « monuments »
sont difficiles à classer**

Le Mont Saint-Michel

Edifice religieux

Place forte

Site naturel



Cluny

Un édifice
religieux ruiné

Une ville

Une grande école
scientifique



**Pour certains, faut-il les appeler
« musée » ou « monuments » ?**

Temple d'Auguste et de Livie



Un temple
antique

Une église

Un tribunal

Un musée

Nohant





Nohant

La maison-musée d'Hector Berlioz





Complication supplémentaire

Les sous catégories de musées

Musées thématiques

Musées des beaux arts

Eco musées ou musées d'arts et traditions populaires

Sites et musées archéologiques

Question clé

Cette segmentation est-elle une facilité ou une complication pour les visiteurs potentiels ?

**Que sait-on des publics,
de leurs attentes ?**

**Aucune étude ne démontre
l'existence de publics différents
pour les monuments
ou pour les musées**

Ni quantitativement

Ni qualitativement

Le poids du tourisme culturel en 2009 : récapitulatif

Appellation	Sites en 2009	Fréquentation en 2009	Moyenne/site
Sites et musées archéologiques	116	8 345 815	71 947
Châteaux et architectures civiles remarquables	405	35 520 125	87 704
Ecomusées et musées d'art et traditions populaires	232	3 904 881	16 831
Musées des Beaux-Arts	288	31 163 819	108 208
Sites à caractère militaire et lieux de mémoire	161	11 352 086	70 510
Muséums et musées d'histoire naturelle	71	3 418 519	48 148
Edifices et patrimoine religieux	269	45 278 926	168 323
Musées thématiques	475	19 156 540	40 330
TOTAL Culture	2 017	158 140 711	78 404

Atout France



rendezvousenfrance.com

□ Le public se différencie
en fonction de la notoriété et de la
fréquentation

□ Plus le monument est fréquenté,
plus le public de proximité, puis le
public français sont limités

Arc de Triomphe



93% des visiteurs hors
région parisienne

82 % de primo visiteurs

19% de Français

Villandry



60% de Français

20% de régionaux

❑ Constatations identiques pour les musées

❑ Mais la fréquentation des expositions temporaires est essentiellement le fait de visiteurs Français et régionaux

Une fréquentation de plus en plus concentrée

Sur quelques établissements phares

Pour les monuments nationaux

25% sur deux monuments

45% sur quatre monuments

Pour les musées des Beaux Arts

25% sur un seul musée

Sur des zones urbaines

De façon outrancière Paris intra muros

Mais de façon plus générale les grands centres urbains

Sur la période estivale

Rapport de 1 à 13 entre janvier et août
au Mont Saint Michel

Avec une exception parisienne

Rapport de 1 à 3 entre janvier et août
à l'Arc de triomphe ou à la Sainte Chapelle

Indépendamment de leur fréquentation

- Certains établissements sont essentiels pour le territoire
- D'autres vivent en circuit fermé ou presque
- D'autres ont besoin du territoire pour se développer

La recherche du Graal

- Elargir la palette des établissements visités
- Développer la fréquentation de moyenne saison
- Redonner un sens aux établissements hors grands centres urbains
- Faire vivre le lien établissement territoire

Les attentes

**Quelle place
pour la demande culturelle
et notamment la demande patrimoniale ?**

❑ Elle est nécessairement difficile à cerner car la demande est nécessairement multiple

❑ Elle varie bien évidemment d'une région à l'autre

❑ Mais elle ressort de façon constante dans toutes les études

□ Une offre culturelle forte est toujours un atout supplémentaire, même à la montagne

□ Qu'il s'agisse d'une offre d'accompagnement ou d'une offre structurante

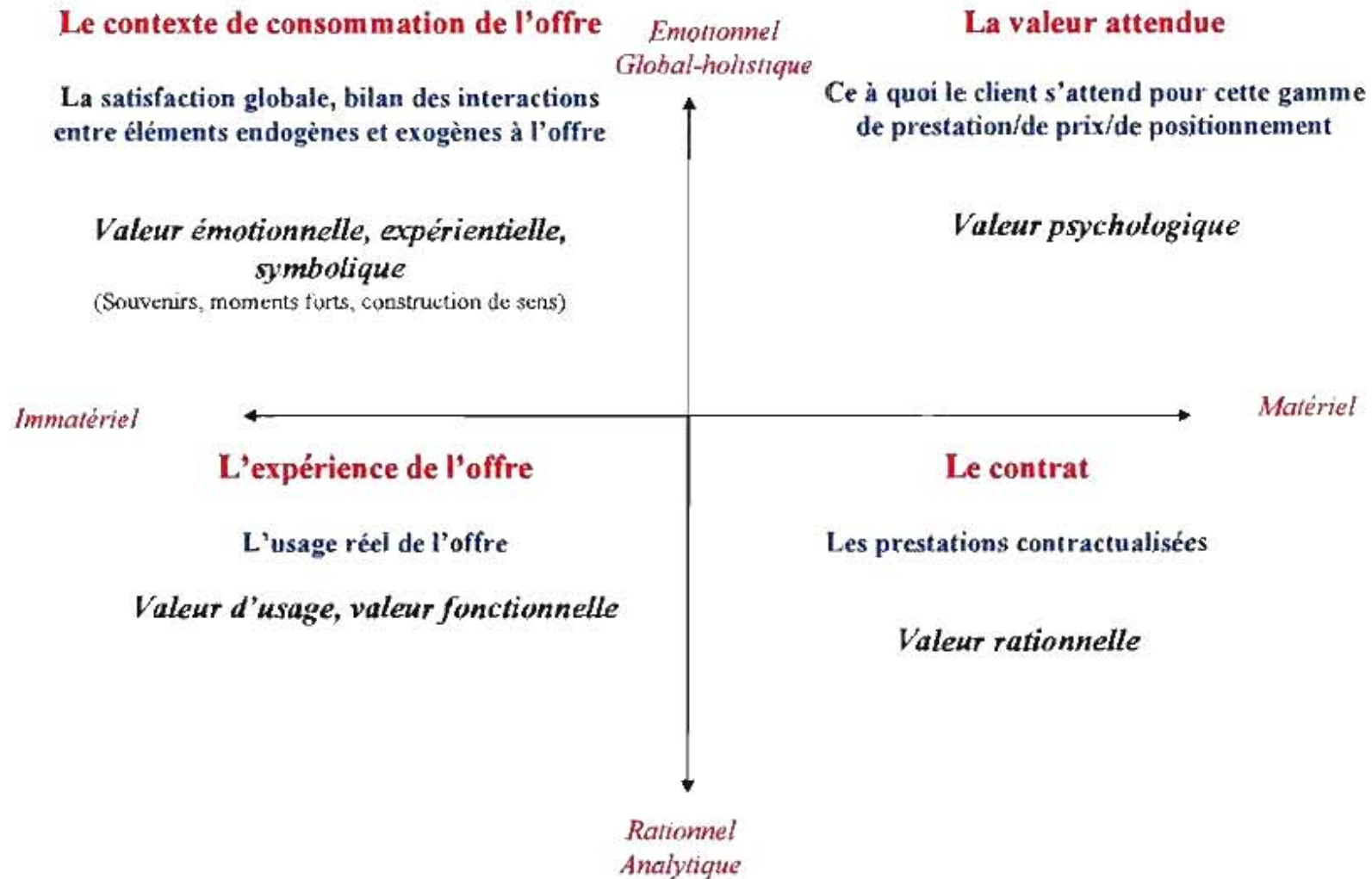
Des études très poussées

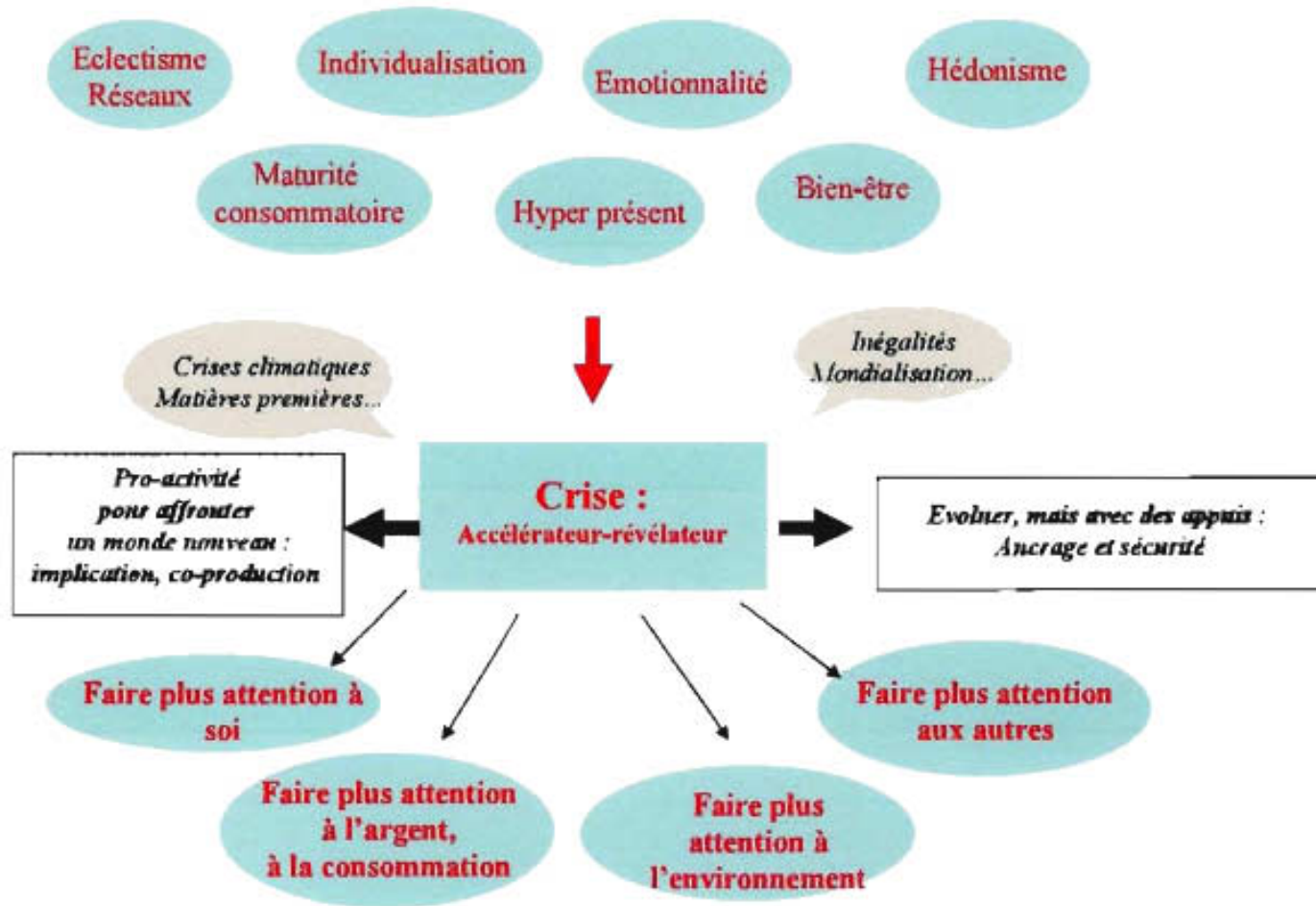
Sur les publics émergents
Sur les européens

Moins sur les Français



La grille d'analyse de la valeur de l'offre touristique





Des dimensions structurantes de la société post-moderne...

... qui se recomposent : une vraie évolution, pas un changement de société

Les résultats sont difficiles à interpréter

- ❑ Surtout pour les questions portant sur les demandes nouvelles
- ❑ Des contradictions fréquentes entre public francophone et public étranger notamment sur les festivals et sur la médiation

Les lignes forces

On peut les constater en creux

- Des séjours de plus en plus fragmentés
- Des séjours de plus en plus improvisés au dernier moment
- Une recherche du meilleur rapport qualité prix

Voici le visiteur « expert »

Mais elles se déclinent aussi en positif

- Se faire plaisir
- Découvrir
- Apprendre
- En prendre plein les yeux

Voici le visiteur hédoniste

Une différence sensible entre visite de musée et visite de monuments

Pour les musées la collection prime le cadre

Pour les monuments une demande plus complexe

Le site

L'architecture

Le parc ou le jardin

Une ambiance

L'histoire et les histoires

Le décor intérieur

Les collections

Des priorités à moduler en fonction du type de monument

- Le château classique se doit d'être habité
- Le château médiéval ou renaissance se doit d'offrir un point haut
- Et aujourd'hui le monument en ruine doit proposer une restitution

Stratégies de développement

Une phrase clé :
la mise en tourisme du
territoire

Un document de
référence élaboré par
Atout France



Des orientations contestées sur le plan culturel

Les phrases qui fâchent

- Cibler les clientèles qui portent de la valeur
Développer les cibles à fort potentiel

- Restaurer le leadership de la France en ciblant les habitants di « Village mondial »

- S'appuyer sur les destinations fortes

Sur le plan du tourisme culturel une déclinaison

La Convention Tourisme Culture

Les idées forces

- Les petits sites peuvent contribuer une alternative à l'engorgement des grands sites
- Favoriser l'innovation et la valorisation par l'implantation d'activités économiques
- Développer le réseau des grands sites de France
- Un outil partagé pour la connaissance des publics
- Promouvoir la politique culture et handicap
- Renforcer le lien tourisme et cinéma
- Valoriser les itinéraires européens

**Que peut-on attendre de l'implantation
d'activités économiques ?**

Un sujet à aborder sans tabou

- La réutilisation d'un bâtiment ancien est souvent la condition nécessaire à sa conservation
- Les réutilisations « culturelles » sont nombreuses mais ne sont pas les plus anciennes
- Mieux vaut sans doute un hôtel ou des logements qu'une prison
- Pour les bâtiments industriels d'autres types d'activités sont possibles

❑ Les contraintes des monuments sont fortes et peu compatibles avec les activités économiques

❑ Lorsqu'il ya marché il n'y a pas nécessairement possibilités, quand il y a possibilité il n'y a pas nécessairement marché

❑ Les intérêts du territoire et de l'établissement culturel ne sont pas nécessairement convergents

❑ Il faut un arbitrage entre accueil du public pour la visite et développement de l'activité économique

Dans certains cas cependant la valorisation économique doit prendre le pas sur la visite du public.



Un projet
dans la
région :
Le château de
Séchilienne ?

<http://www.pierresdhistoire.fr/page10/page27/>

La question des retombées économiques

**Un sujet très étudié
car argument central dans la quête des crédits**

De très nombreuses études d'impacts
qui toutes concluent aux retombées
positives

Une étude méthodologique de 159
pages pour mieux conduire les
études d'impacts



LA MESURE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE D'UN ÉVÉNEMENT TOURISTIQUE

Rapport d'étude

Sous-direction de la Prospective,
des Études Économiques
et de l'Évaluation (P3E)

AVRIL 2012



dgci

direction générale de la concurrence
de l'industrie et des services

De nombreuses publications

Étude nationale des retombées économiques et sociales du patrimoine

Mars 2009

Éditorial

La direction de l'Architecture et du Patrimoine du ministère de la Culture et de la Communication est responsable de la protection, de la conservation et de la transmission aux générations futures du patrimoine de la nation. Elle a pour objectif de « rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible », selon les termes utilisés par André Malraux pour définir les missions du ministère qui vient de fêter son cinquantenaire. La mise en valeur des monuments, leur ouverture à la visite, à l'année, saisonnière, ou ponctuelle pour les « Journées européennes du patrimoine », ont fait naître un véritable engouement du public, récompensant des décennies d'efforts conjugués et patients de l'État, des collectivités territoriales et des propriétaires privés pour la restauration et la mise en valeur des monuments historiques. Mais en dépit de ce succès, le patrimoine reste encore souvent perçu comme une charge et une source de contraintes,

alors que nous sommes convaincus qu'au-delà de sa richesse intrinsèque, il est un atout majeur pour l'attractivité des territoires, l'équilibre économique, l'identité et la cohésion sociale. Il était donc temps de se pencher sur l'impact économique du patrimoine et de tenter une évaluation du « retour sur investissement » des crédits publics consacrés à sa restauration et sa mise en valeur.

L'Agence Régionale du Patrimoine Paca avait en 2005 entrepris cette évaluation au niveau de la région et mis au point la méthodologie d'une telle étude avec l'université d'Aix-Marseille. L'intérêt suscité par ces premiers résultats a conduit la direction de l'Architecture et du Patrimoine à demander à l'Agence d'entreprendre la même étude au niveau national. Menée avec les mêmes principes méthodologiques, l'étude ici synthétisée développe des axes d'analyse plus affinés et plus complets. Elle offre à chaque région un outil de connaissance du patrimoine de son territoire, de sa fréquentation,

des résultats économiques de son exploitation, de son impact sur l'équilibre économique régional. Cette évaluation ne prétend pas à l'exactitude mathématique. Elle a le mérite cependant de donner un instrument d'évaluation aux gestionnaires du patrimoine et de rendre visible l'activité des entreprises qui concourent à sa restauration ou qui bénéficient de son ouverture au public.

La mission fondatrice, incontestable, de conservation et de transmission du patrimoine aux générations futures est une obligation morale et culturelle de l'État et de tous les propriétaires. Mais la légitimité des deniers publics consacrés à cette mission est renforcée par la place, ici mise en évidence, que tient le patrimoine monumental dans l'attractivité et le dynamisme des territoires.

Isabelle Maréchal
Directrice-adjointe de l'Architecture et du Patrimoine
Ministère de la Culture et de la Communication

Pourtant ces arguments ont du mal à convaincre les décideurs budgétaires qui ne considèrent pas les dépenses culturelles comme des investissements mais comme des dépenses tout simplement !

L'image culturelle du territoire

Une ville nouvelle veut se donner une image

L'axe majeur de Cergy Pontoise

<http://www.axe-majeur.net/00-accueilAxeMaj.html>



Le succès de Lille 3000 et de ses déclinaisons annuelles









Il n'y a plus en France de véritables déserts culturels, mais il y a des territoires dont l'image culturelle est plus forte que d'autres

**Le spectacle, l'éphémère
exercent plus d'attractivité
que le patrimonial**

Le patrimonial offre plus de sérieux mais doit travailler son image.

Stratégies de valorisation culturelle

Créer l'événement

**Aujourd'hui une tendance
à privilégier l'événementiel**



Expositions et monuments

Oui mais

Ne pas masquer le monument

Avoir un rapport le plus direct possible avec
l'histoire du monument

Être liée à un anniversaire une commémoration

**L'exposition est essentielle à la vie
d'un musée**

**Elle ne l'est pas à celle d'un
monument**

Les ouvertures nocturnes

Les plus chères ne sont pas forcément les
plus efficaces

Souvent essentielles pour les monuments
à forte fréquentation diurne

L'importance de l'offre permanente

Un site archéologique Glanum





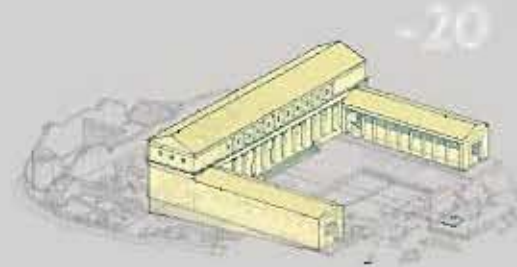
La Basilique, le Forum



Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

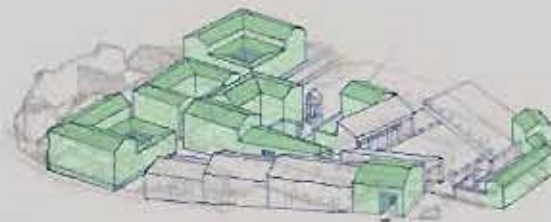
Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.



Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

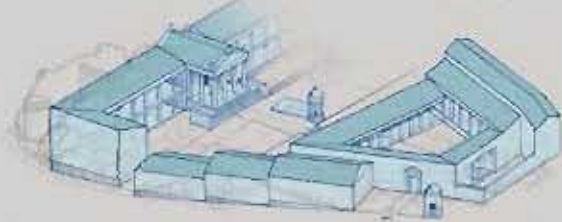
Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.



Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.



Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

Vritable forum couvert, la basilique est un lieu de rencontre et d'échange. Elle était composée d'une nef centrale entourée par une galerie.

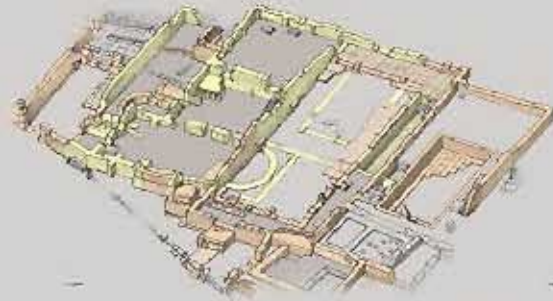


La rue, l'égout

La voie principale traverse la ville du sud au nord et recouvre par de larges dalles (1) les égouts et la canalisation d'eau propre. Les égouts évacuaient les eaux usées et les eaux des pluies, parfois torrentielles, vers l'extérieur de la ville. La canalisation d'eau propre (2), plus petite, court parallèlement à l'égout sur toute sa longueur.

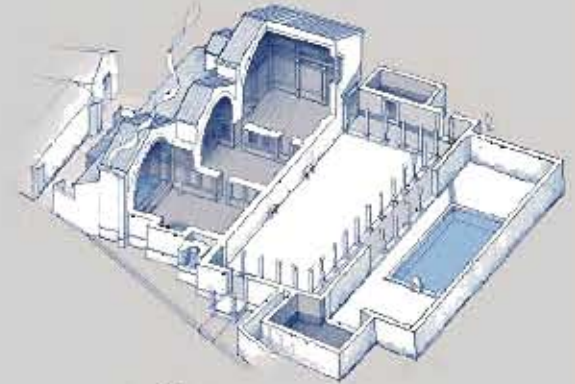
La voie principale traverse la ville du sud au nord et recouvre par de larges dalles (1) les égouts et la canalisation d'eau propre. Les égouts évacuaient les eaux usées et les eaux des pluies, parfois torrentielles, vers l'extérieur de la ville. La canalisation d'eau propre (2), plus petite, court parallèlement à l'égout sur toute sa longueur.

La voie principale traverse la ville du sud au nord et recouvre par de larges dalles (1) les égouts et la canalisation d'eau propre. Les égouts évacuaient les eaux usées et les eaux des pluies, parfois torrentielles, vers l'extérieur de la ville. La canalisation d'eau propre (2), plus petite, court parallèlement à l'égout sur toute sa longueur.

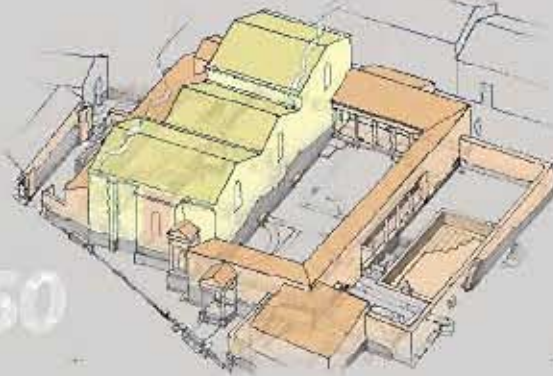


Les thermes

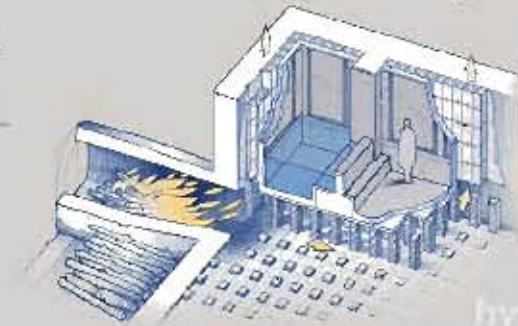
Cet établissement de bains publics est pourvu d'un bassin - natatio (1) avec une fontaine en forme de masque de théâtre, d'un gynécée en plein air - palaestra (2) et de trois salles couvertes : la salle froide - frigidarium (3) la salle tiède - tepidarium (4) et la salle chaude - caldarium (5). Ces dernières pièces étaient chauffées à parir de fournaies dont les fumées circulaient sous les sols, entre les plaques de brique - hypocauste (6) et à l'intérieur des murs - tubuli (7). Ces thermes, construits à partir de 75 av. J.-C., ont été réaménagés à la fin du 1er siècle ap. J.C.



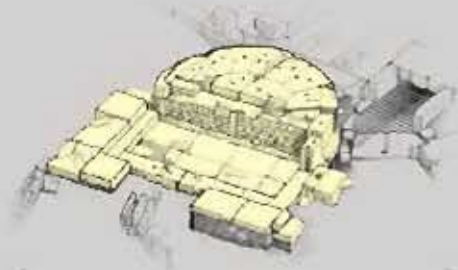
Cet établissement de bains publics est pourvu d'un bassin - natatio (1) avec une fontaine en forme de masque de théâtre, d'un gynécée en plein air - palaestra (2) et de trois salles couvertes : la salle froide - frigidarium (3) la salle tiède - tepidarium (4) et la salle chaude - caldarium (5). Ces dernières pièces étaient chauffées à parir de fournaies dont les fumées circulaient sous les sols, entre les plaques de brique - hypocauste (6) et à l'intérieur des murs - tubuli (7). Ces thermes, construits à partir de 75 av. J.-C., ont été réaménagés à la fin du 1er siècle ap. J.C.



Cet établissement de bains publics est pourvu d'un bassin - natatio (1) avec une fontaine en forme de masque de théâtre, d'un gynécée en plein air - palaestra (2) et de trois salles couvertes : la salle froide - frigidarium (3) la salle tiède - tepidarium (4) et la salle chaude - caldarium (5). Ces dernières pièces étaient chauffées à parir de fournaies dont les fumées circulaient sous les sols, entre les plaques de brique - hypocauste (6) et à l'intérieur des murs - tubuli (7). Ces thermes, construits à partir de 75 av. J.-C., ont été réaménagés à la fin du 1er siècle ap. J.C.



hypocauste

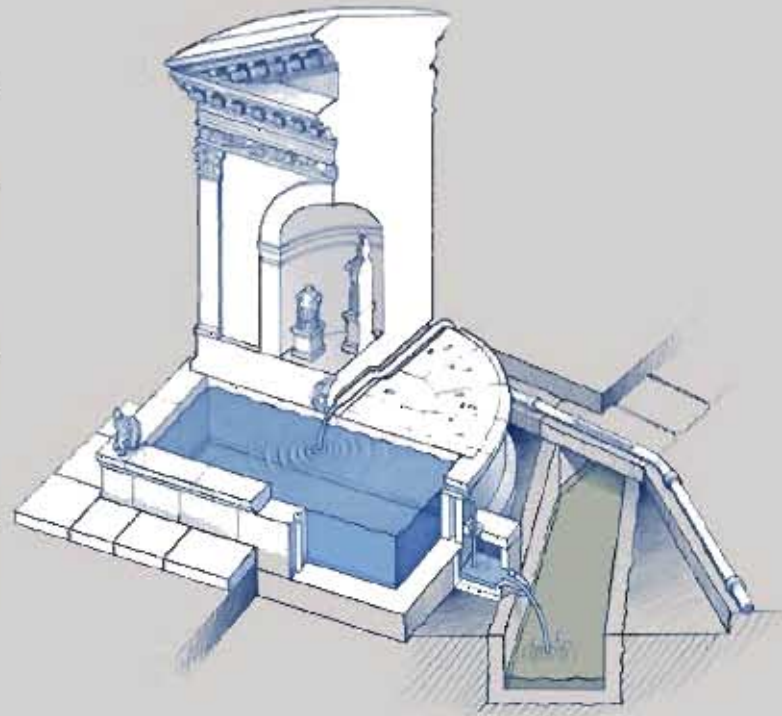


La fontaine triomphale

Surplombant le bassin rectangulaire de la fontaine, une niche aujourd'hui disparue prolongeait des statues de cuirasses romaines érigées en trophées. Cette niche dominait le bassin sur le bord duquel étaient disposées des statues de gaulois capifs : ils étaient présents à genoux, les mains liées derrière le dos et symbolisaient la soumission des populations locales à la Rome triomphante.

Surplombant le bassin rectangulaire de la fontaine, une niche aujourd'hui disparue prolongeait des statues de cuirasses romaines érigées en trophées. Cette niche dominait le bassin sur le bord duquel étaient disposées des statues de gaulois capifs : ils étaient présents à genoux, les mains liées derrière le dos et symbolisaient la soumission des populations locales à la Rome triomphante.

Surplombant le bassin rectangulaire de la fontaine, une niche aujourd'hui disparue prolongeait des statues de cuirasses romaines érigées en trophées. Cette niche dominait le bassin sur le bord duquel étaient disposées des statues de gaulois capifs : ils étaient présents à genoux, les mains liées derrière le dos et symbolisaient la soumission des populations locales à la Rome triomphante.



-20





La source sacrée



Le site de la source sacrée est situé à proximité de la ville de...
Il a été découvert en 1950 par les archéologues...
Les fouilles ont permis de mettre au jour des vestiges...
de l'époque romaine, dont un temple et un forum...
Le site est aujourd'hui classé monument historique...
et est ouvert au public.



Du bon usage du numérique



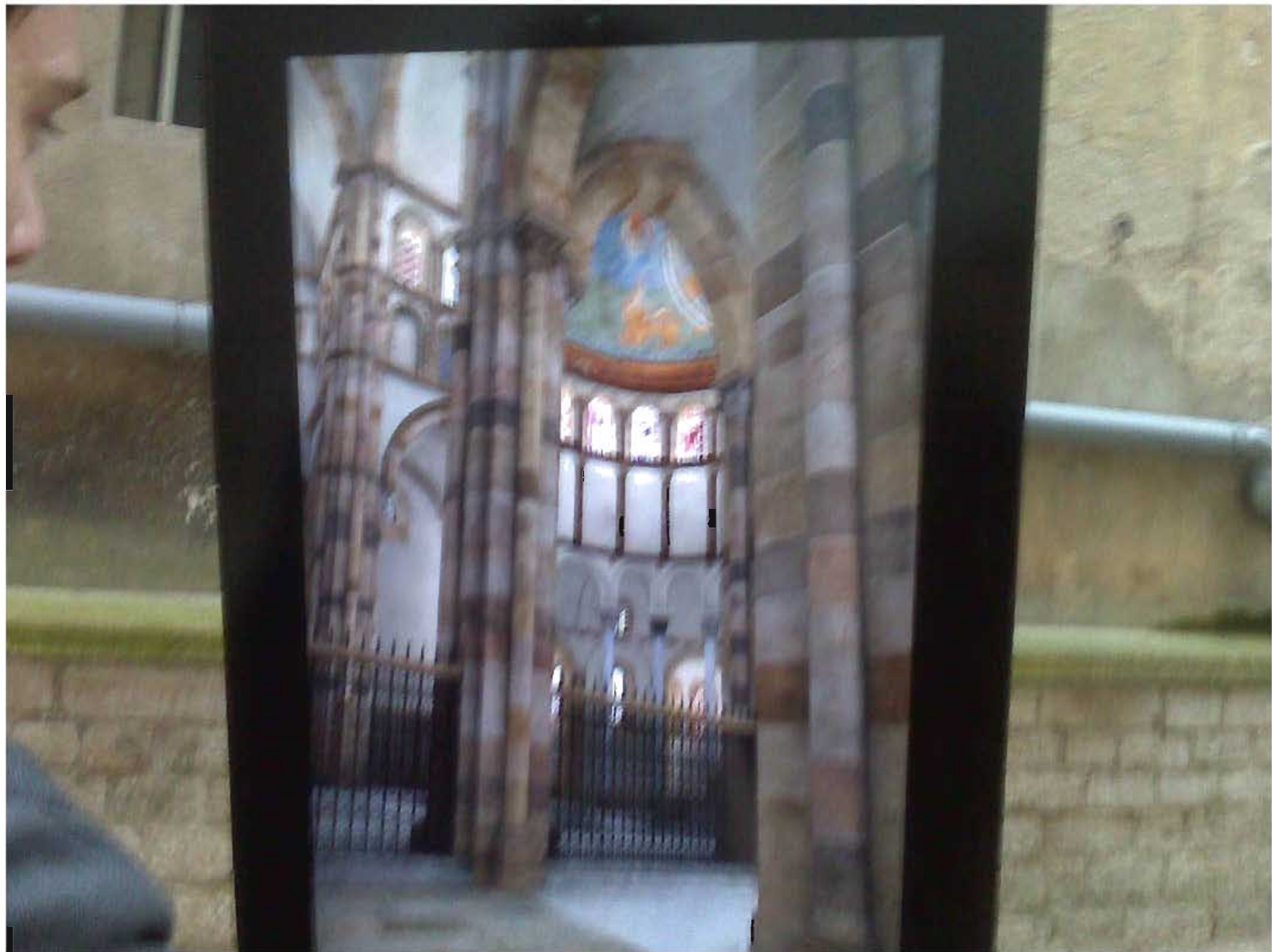
Cluny

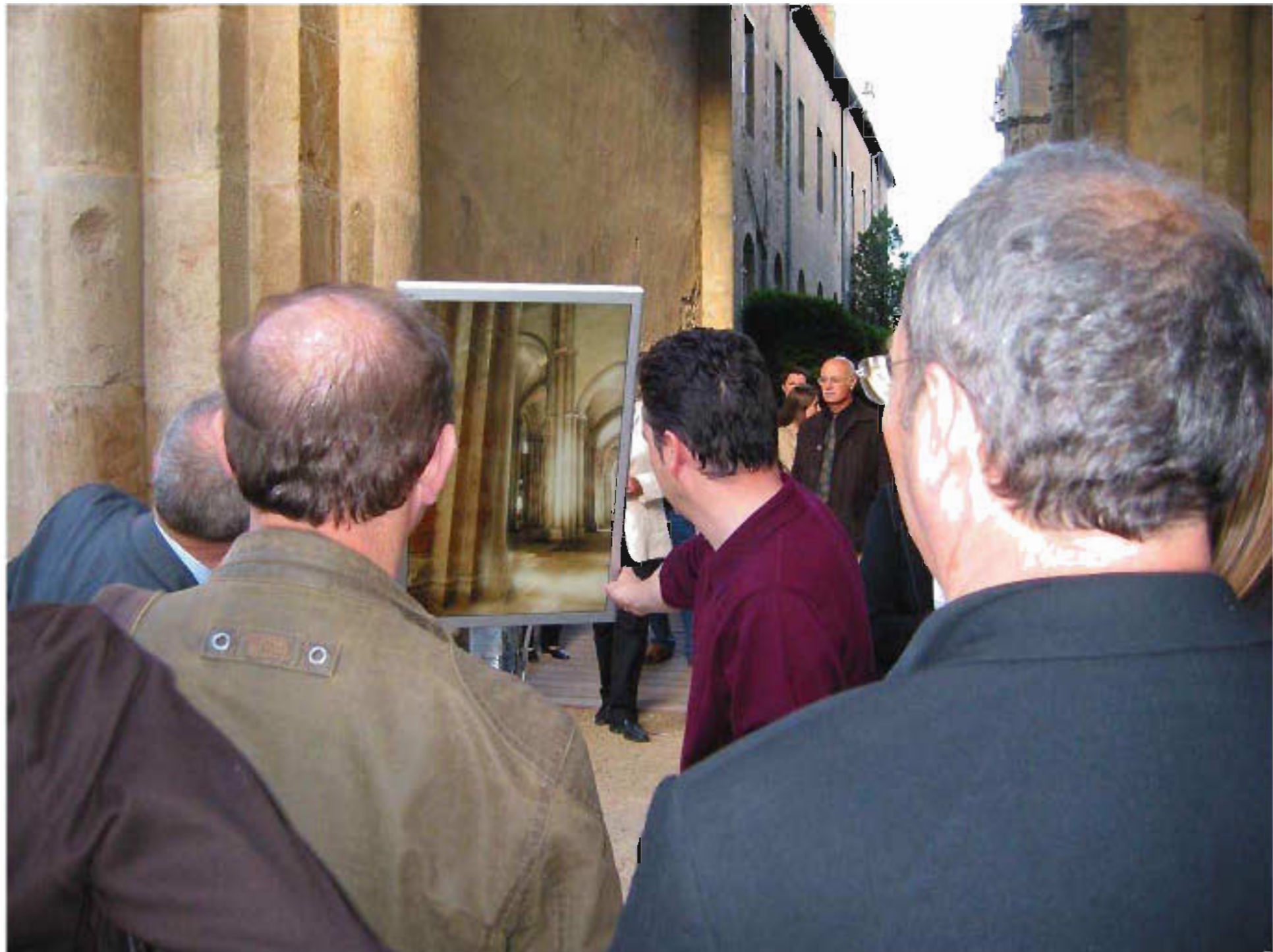


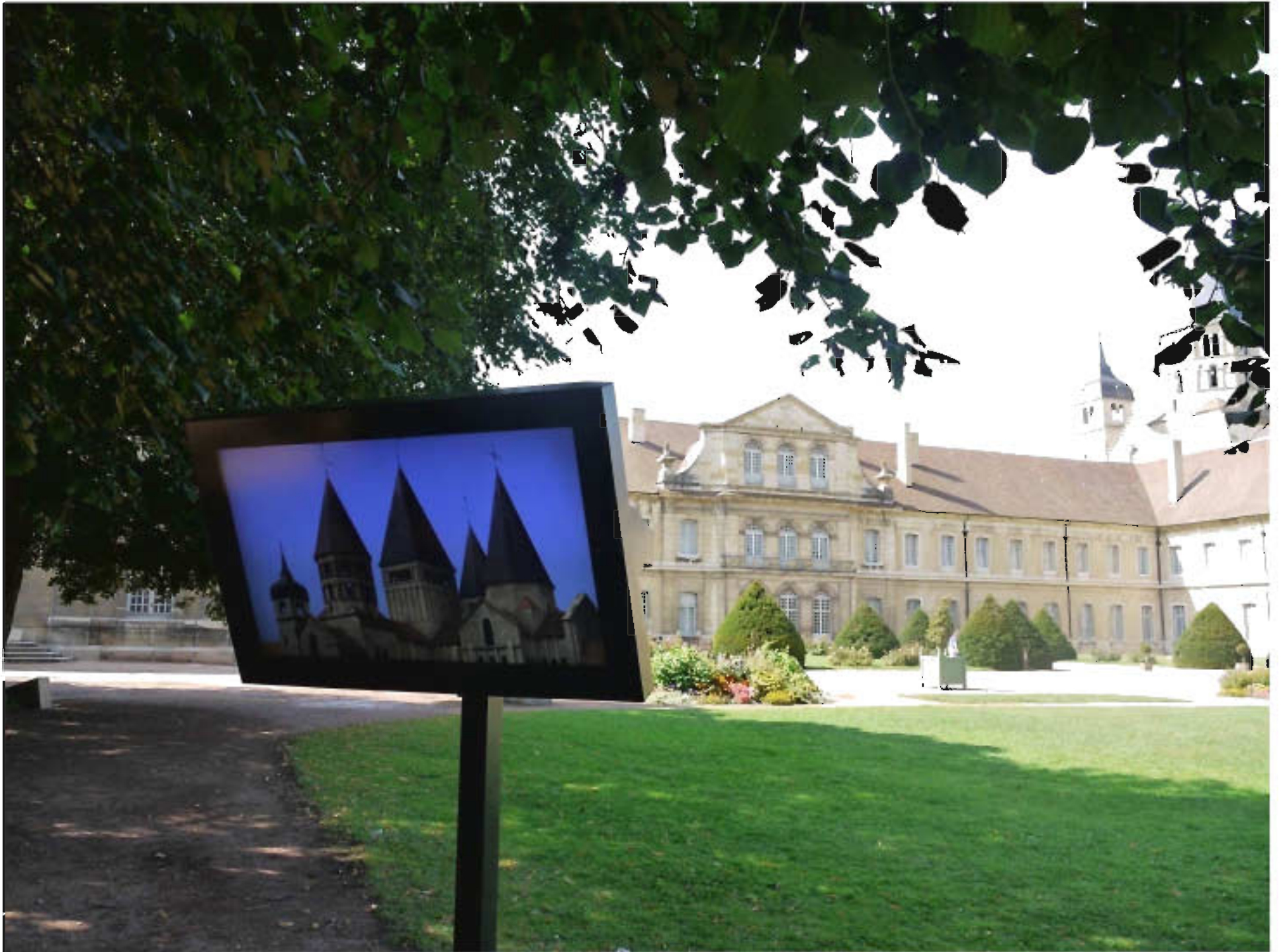














Carcassonne





Lo ha conocido, ¡lo ha afrontado!

Lo has witnessed the course of history

Lo ha conocido todo y todo lo /ha afrontado:

Arc de triomphe



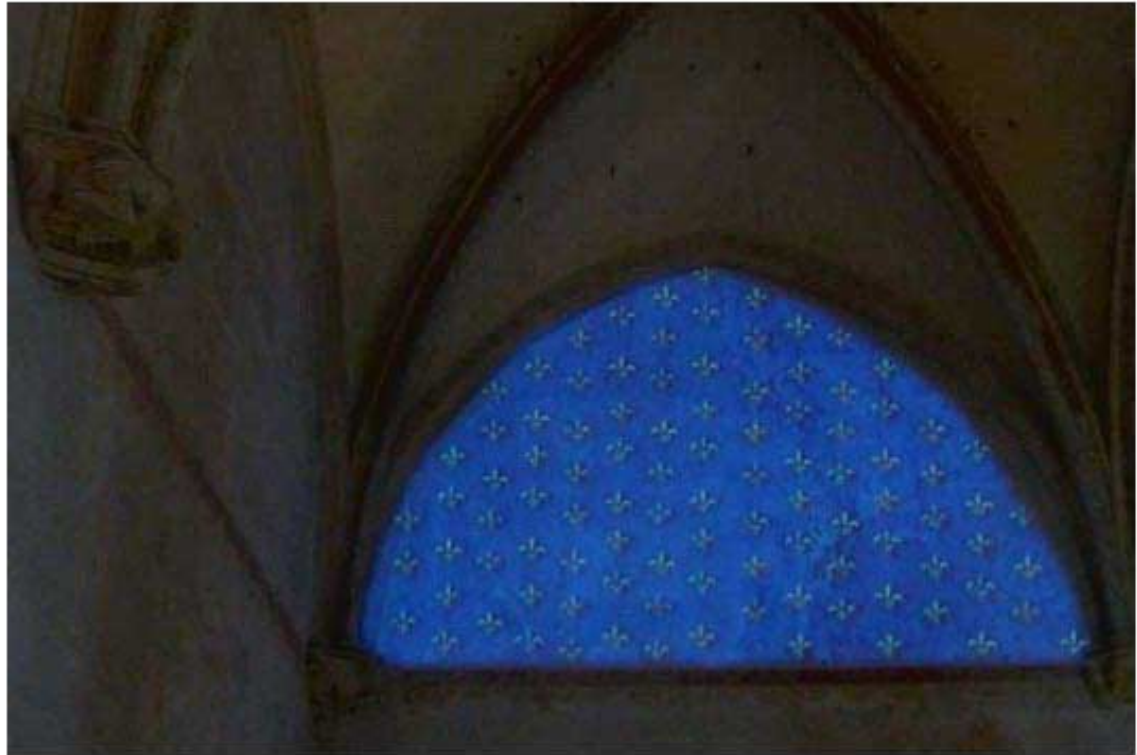




Vincennes















Le réseau pour faire face à la concurrence

Les conditions de succès

**Un ensemble cohérent, géographiquement,
thématiquement, complémentirement.**

Un leader incontesté parce qu'incontestable

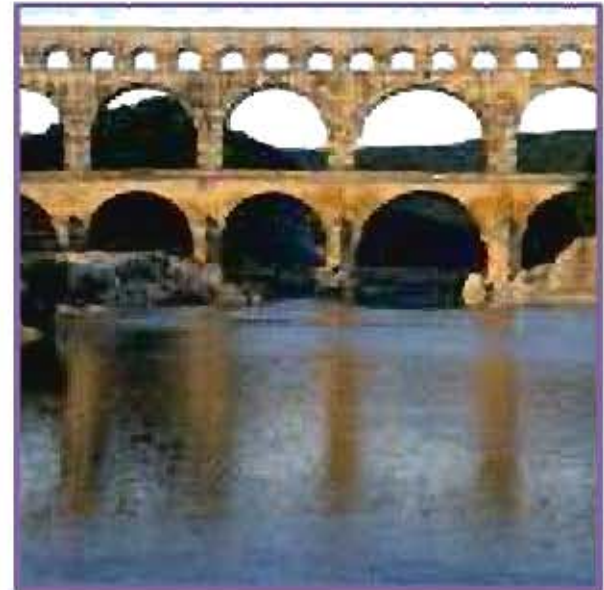
**Une politique d'animations suivies culturellement
et commercialement**

Une politique de communication moderne

**Faire exister le réseau à
travers une commande**

Participer à une opération d'origine externe











Aigues-Mortes

Maurin et La Spesa



Aigues-Mortes

Daniel Firman



Choisir un thème commun de programmation



Monuments et Cinéma

42 monuments
célèbrent le 7^e art
de juin 2010
à février 2011

Projections, expositions et colloques
dans les monuments nationaux
de juin à septembre

Et une grande exposition
"Monuments, stars du 7^e art"
du 29 octobre 2010 au 13 février 2011
à la Conciergerie

www.monuments-nationaux.fr

CENTRE DES
MONUMENTS NATIONAUX



Opérations légères et récurrentes

CENTRE DES MONUMENTS NATIONAUX

Contes & Histoires

du 26 décembre 2007 au 6 janvier 2008

Le Centre des monuments nationaux vous invite à fêter Noël en famille dans ses 11 monuments de Paris et d'Île-de-France : animations, visites et ateliers

À Paris : **Conciergerie**
Sainte-Chapelle
Tours de la cathédrale Notre-Dame
Panthéon

En Île-de-France : **Château de Champs-sur-Marne**
Villa Savoye à Poissy
Château de Maisons à Maisons-Laffitte
Domaine national de Saint-Cloud
Maison des Jardies à Sèvres
Basilique cathédrale de Saint-Denis
Château de Vincennes

Paris MÔMES
LE FAUCON DES BOURGEOIS DE 8 à 12 ans

Paris Île-de-France
Comité Régional de Tourisme
Paris Ile-de-France est le site officiel de l'Inventaire de Paris Île-de-France

metro
metrofrance.com

Chérie FM
11.3

Renseignements :
tél. 01 44 61 21 50
www.monuments-nationaux.fr

CENTRE DES
MONUMENTS NATIONAUX

Jeu de piste
malin
dans
52 monuments
nationaux

œufs, énigmes et chocolat



› DIMANCHE 4 ET LUNDI 5 AVRIL 2010



LISTE DES MONUMENTS PARTICIPANT AU 01 44 61 21 50
DU LUNDI AU VENDREDI
11h-18h • www.monuments-nationaux.fr



Quelle forme doit prendre le réseau ?

Routes et itinéraires

Labels nationaux, régionaux

Un réseau ou des réseaux

Itinéraire romain la voie 16

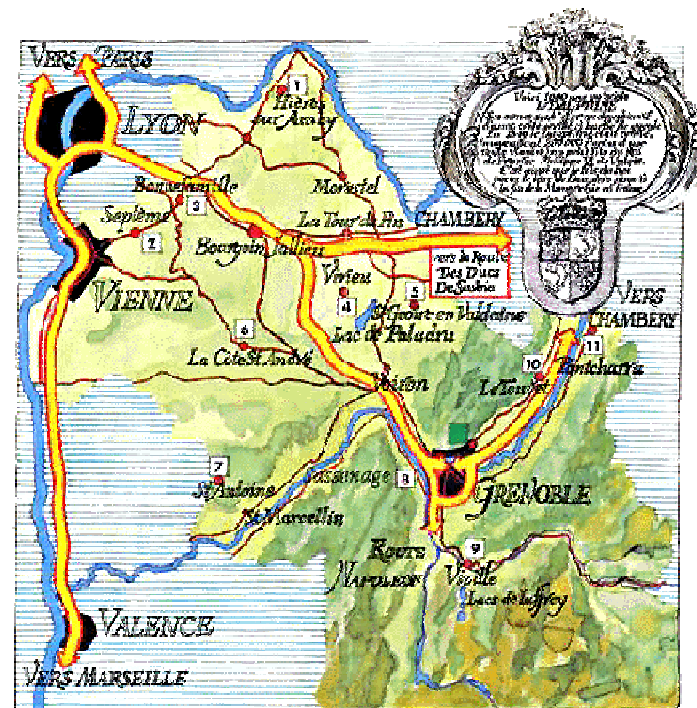
<http://itineraires-romains-en-france.pagesperso-orange.fr/default.htm>

Route des dauphins via Je découvre la France

<http://www.jedecouvrelafrance.com/f-5343.isere-route-historique-dauphins.html>


Route historique des Dauphins

<http://www.chateaux-france.fr/routes/index.php>



Se donner une image commune




←
ACCÈS
ACCES

Horaires
ouvert tous les jours / open daily
du mardi au dimanche / from Tuesday to Sunday
sauf le 1^{er} janvier, 1^{er} mai, 1^{er} juin, 11 novembre, 25 décembre
sauf le 1^{er} janvier, 1^{er} mai, 1^{er} juin et 11 novembre, 25 décembre

J F M A M J J A S O N D

10h-12h30 et 14h-17h30 ■■■
ouvert à tous en semaine / open to all from Monday to Friday
sauf du mardi au dimanche / except Tuesday to Sunday

10h-12h30 et 14h-17h30 ■■■
ouvert en semaine / open on weekdays
sauf le mardi / except Tuesday

10h-12h30 et 14h-18h30 ■■■
ouvert à tous / open to all
sauf le mardi / except Tuesday

tarif adulte 4€ / reduced rate 2,50 €
tarif enfant 2,50 € / reduced rate 1,25 €
gratuit / adult group rate 5,30 €
tarif groupe 20 personnes / minimum 20 personnes

Tarifs

droit d'entrée / tickets

tarif adulte / reduced rate 4,50 €
tarif enfant / reduced rate 2,50 €
gratuit / adult group rate 5,30 €
tarif groupe 20 personnes / minimum 20 personnes

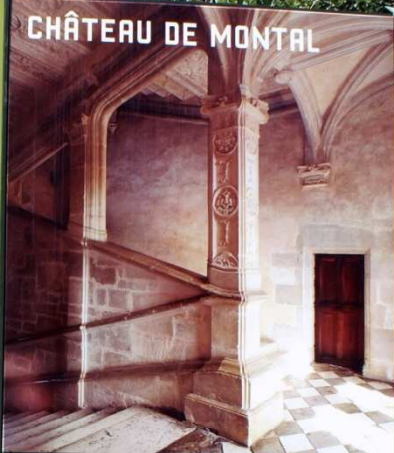
billet jumelé / twinned rate
Château de Montal et du Château-Bastille
plein tarif / adult rate 10 €
tarif réduit / reduced rate 7 €
gratuit / adult group rate 5 €
tarif groupe 20 personnes / minimum 20 personnes

gratuit / free admission
enfants de 18 ans et moins / children of 18 years and below
personnes handicapées en situation de handicap / people with disabilities
moins de 18 ans / children under 18 years
personnes âgées / elderly people
membres du Centre des Monuments Nationaux / members of the Centre des Monuments Nationaux

Pour visiter / to visit

français / français
anglais / english
espagnol / spanish
italien / italian
allemand / german
portugais / portuguese
roumain / romanian
polonais / polish
japonais / japanese
russe / russian
ukrainien / ukrainian
serbe / serbian
bulgare / bulgarian
hongrois / hungarian
slovaque / slovak
slovenne / slovene
croate / croatian
turc / turkish
arménien / armenian
grec / greek
latvienne / latvian
lituanienne / lithuanian
estonienne / estonian
hongroise / hungarian
roumaine / romanian
bulgare / bulgarian
serbe / serbian
bulgare / bulgarian
hongroise / hungarian
slovaque / slovak
slovenne / slovene
croate / croatian
turc / turkish
arménien / armenian
grec / greek
latvienne / latvian
lituanienne / lithuanian
estonienne / estonian

CHÂTEAU DE MONTAL



Le château de Montal

James de Balou, homme de grande culture, édifie entre 1317 et 1334 le château de Montal, témoin captif de l'influence artistique de la Renaissance italienne en Quercy.
James de Balou, a very accomplished man, had the Château de Montal built between 1317 and 1334, a prime example of the influence of the Italian Renaissance in Quercy.
While its architecture retained great features of Gothic, Norman and English styles, the castle's residents offered a refined degree of comfort and privacy. Visitors can discover the one thought inspired by the French nobility from the 16th century onwards. The quality of the preserved frescoes in the lower courtyard inspired by Leonardo da Vinci, the white marble like Château de Montal unique in France.

The Château de Montal

James de Balou, a very accomplished man, had the Château de Montal built between 1317 and 1334, a prime example of the influence of the Italian Renaissance in Quercy.
While its architecture retained great features of Gothic, Norman and English styles, the castle's residents offered a refined degree of comfort and privacy. Visitors can discover the one thought inspired by the French nobility from the 16th century onwards. The quality of the preserved frescoes in the lower courtyard inspired by Leonardo da Vinci, the white marble like Château de Montal unique in France.

El castillo de Montal

James de Balou, un hombre de gran cultura, construye entre 1317 y 1334 el castillo de Montal, ejemplo fundamental de la influencia artística del Renacimiento italiano en Quercy.
El refinamiento de sus residencias de época, gracias al arte italiano, es un ejemplo de comodidad y privacidad. Al visitar las salas, los visitantes podrán descubrir el único pensamiento inspirado por la nobleza francesa a partir del s. XVI. La calidad de los frescos del patio inferior, como el inspirado por Leonardo da Vinci, es el ejemplo de la influencia italiana en el castillo de Montal, único en Francia.

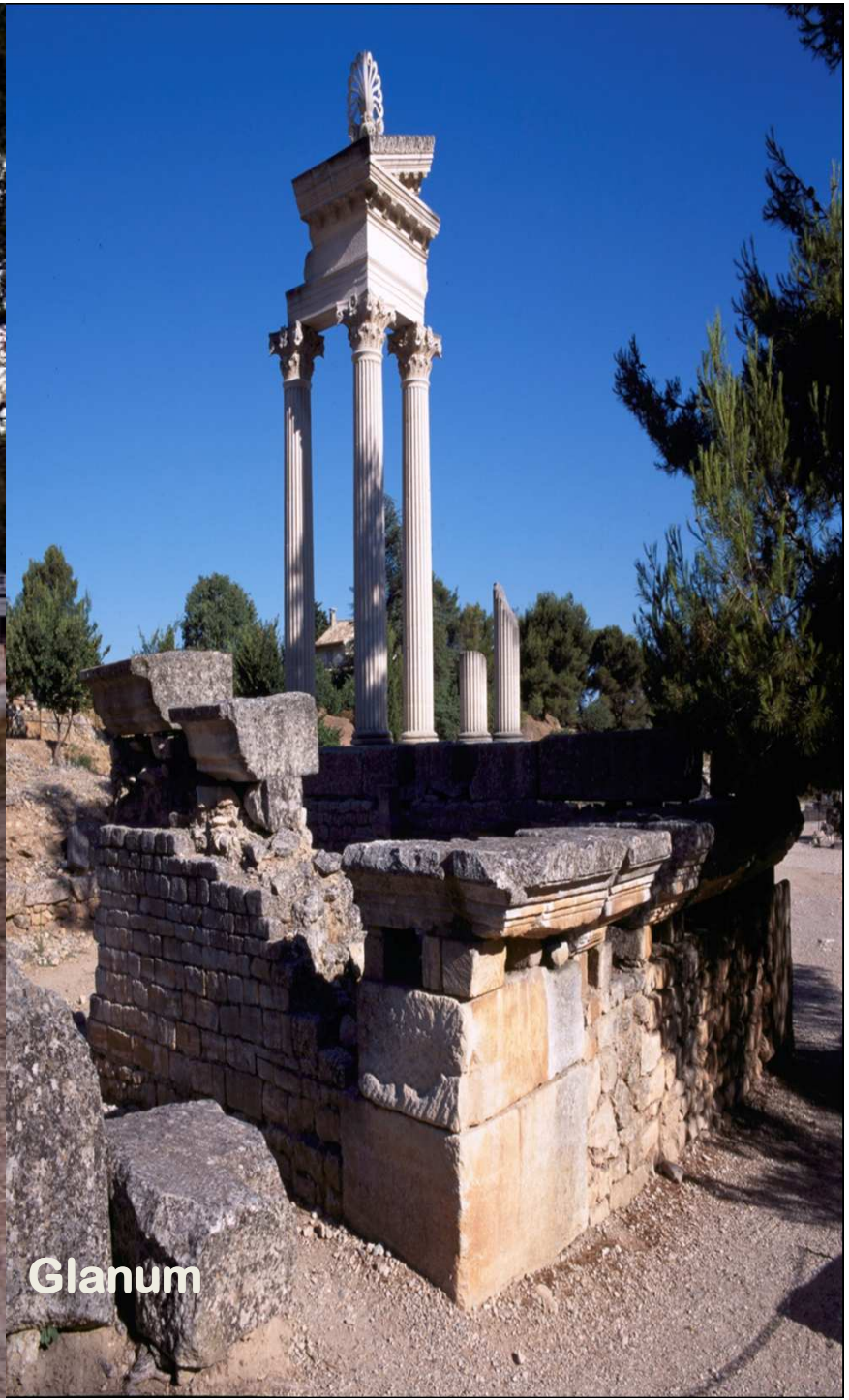
Centre des Monuments Nationaux



Montal



Carrouges



Saint-Vincent-sur-Jard



**La communication passe aujourd'hui
par internet**

Ce qu'il faut savoir des attentes des utilisateurs

L'accès aux sites se fait très majoritairement par les moteurs de recherche

A partir du nom de la région (pas forcément administrative), de la ville ou de l'établissement)

Les motivations essentielles de la visite :
L'achat et les bonnes affaires

Ce que cherchent les visiteurs potentiels

Motivations	Entreprises	Utilisateurs
L'achat	12	2
Le rabais	11	1
Les nouveautés	1	6
Informations générales	2	4
Commentaires sur les produits	5	3
Donner une opinion	3	7
Infos exclusives	4	5
Communauté	9	12
Se sentir connecté	6	10

Office tourisme de Grenoble

<http://www.grenoble-tourisme.com/18-culture-patrimoine-grenoble.htm>

Isère annuaire

<http://www.isere-annuaire.com/chateau/vizille.htm>

Rhône-Alpes Tourisme

<http://fr.rhonealpes-tourisme.com/>

Vizille

<http://www.domaine-vizille.fr/indexPreHome.php>

Isère patrimoine liste des MH

<http://www.isere-patrimoine.fr/1691-carte-des-monuments-historiques.htm>

Rendez vous en France

<http://www.rendezvousenfrance.com/>

France Guide

<http://fr.franceguide.com/Idees-vacances/Patrimoine-culturel/home.html?NodeID=117>

Je découvre la France

<http://www.jedecouvrelafrance.com/>

Site DRAC Ville et pays d'art et d'histoire

<http://www.rhone-alpes.culture.gouv.fr/vpah/>

**Sur Internet mieux vaut
appartenir à plusieurs réseaux**

Les clubs d'Atout France

Club Nature et Découverte

<http://www.atout-france.fr/nature>

Club Patrimoine et Cultures

<http://www.atout-france.fr/thematiques-produits/patrimoine-cultures>

Club Tourisme en ville

<http://www.atout-france.fr/thematiques-produits/tourisme-ville>