

« L'objectif est d'atteindre 100 000 visiteurs d'ici 2030. »

Avec **30 000 visiteurs accueillis en 2019**, **le Domaine de Chaalis** fait partie des sites culturels phare du département. Depuis 2020, il bénéficie d'un plan massif d'investissement qui permet à **Alexis de Kermel**, Administrateur Général, de mettre en œuvre un plan d'actions offensif pour développer et régénérer l'offre, dans le but d'atteindre **100 000 visiteurs d'ici 2030**. Découvrez au travers de cette interview, comment le Domaine de Chaalis compte s'y prendre...

Interview



Alexis de Kermel
Administrateur Général



**DOMAINE
DE CHAALIS**
INSTITUT DE FRANCE

Pour commencer, pourquoi avoir renommé l'Abbaye en « Domaine de Chaalis » ?

Courant de l'été 2020, un positionnement de marque a été opéré avec la refonte de notre charte graphique. Avec les ruines, la chapelle, la roseraie, les 1000 hectares de terres et un château-musée, la multiplicité des thèmes nous a fait privilégier le terme de « Domaine », pour **prendre l'institution dans toutes ses dimensions**. Cela ne révélait pas l'ensemble du site et pouvait même être déceptif.

En quoi consiste le plan d'investissement dont bénéficie le Domaine de Chaalis ?

En 2018, l'Institut de France a souhaité investir sur le Domaine de Chaalis dont il a la responsabilité depuis 1912 (depuis le legs de Nélie-Jacquemart-André).

Pour mettre en musique ce vaste programme de travail, j'ai été nommé en 2020 avec pour objectif de **restaurer l'intégralité du site et lui redonner l'aspect qui doit être le sien** (collection entretenue, des bâtiments accueillants etc.).

Adossé à cela, un **plan de développement** vise à redonner au Domaine de Chaalis la place qui lui revient dans le paysage culturel régional, national par certains aspects et international par d'autres.

Il consiste à **développer la fréquentation, l'image de marque, mettre en œuvre un marketing touristique et culturel actif** pour atteindre une fréquentation autour des **100 000 visiteurs à horizon 2030**.

Pourquoi 100 000 visiteurs comme objectif ? Le Château de Compiègne c'est 90 000 visiteurs environ, le Château de Pierrefonds entre 130 000 et 150 000 visiteurs. Globalement, s'ils atteignent ces fréquentations, il y a une place pour d'autres opérateurs, à mi-chemin entre les deux. Sachant que le point commun entre Chaalis et Compiègne, c'est le contenu culturel, les collections, l'aspect musée et Pierrefonds, c'est le potentiel d'attraction d'un monument, même isolé au milieu de la campagne.

Qui sont vos clients aujourd'hui ?

Nous avons un **visitorat très familial, à la recherche de loisirs, de sorties le week-end et d'activités pendant les vacances scolaires**. Alors que sur cette période des vacances avant il n'y avait pas d'enfants, aujourd'hui il y a un sujet parents/enfants



Stéphane ROUZIOU

Directeur | Soutien aux
projets des collectivités et
des territoires

Tél. : 07 86 18 27 25

vacances et en 2017, et en 2022, aujourd'hui, à l'usage patrimonial, éducatif et un grand sujet grands-parents avec petits-enfants. Chaalis ayant une dimension à taille humaine, c'est un endroit rassurant, au milieu de la nature avec une offre à destination des familles. Cette année, sur les vacances de la Toussaint, nous avons accueilli 6 000 visiteurs contre 300 ou 400 avant le Covid.

Nous cherchons également à **capter les visiteurs qui transitent** sur notre territoire (belges, néerlandais, allemands), dont notamment la clientèle à vélo se déplaçant via la Scandibérique.



Sans oublier la **cible scolaire** pour laquelle Chaalis est naturellement prisée grâce à nos ateliers de parfum, les collections, le calme du lieu et les grands espaces.

Enfin, la **clientèle de groupes loisirs constitués** de type associations, les amateurs d'art et d'histoire, les spécialistes... vient assez spontanément parce qu'il s'agit de la collection Jacquemart-André, qui est très réputée notamment à travers le musée Jacquemart-André à Paris.

Comment Oise Tourisme intervient dans le développement de votre activité ?

Avec Oise Tourisme, nous collaborons sur 2 grands domaines : l'accompagnement en **ingénierie culturelle** et en **marketing, promotion – communication**.

Pour ce qui est de l'accompagnement structurant, tout est parti d'un **audit parcours client** réalisé par l'Agence en 2021. Au regard des résultats, j'ai amendé mon offre et mon parcours de visite.

Ensuite, comme nous avons un projet à la fois de renouvellement et de **création d'équipements nouveaux comme des hébergements touristiques**, je me suis fait accompagner par Isabelle THOMAS qui a fait un travail excellent, qui nous a permis d'y voir beaucoup plus clair sur ce que nous pouvions faire, selon nos ambitions et les standards de l'hébergement touristiques qui m'étaient totalement étrangers.

De fil en aiguille, nous avons continué à progresser en travaillant sur **la question du vélo** avec Véronique MARTY. J'ai intégré récemment **la communauté des Relayeurs** animée par Lucile DEVIN. L'objectif est de **doter Chaalis d'un équipement d'accueil digne de ce nom et d'en faire un point d'étape**.

Enfin, nous espérons pouvoir poursuivre sur d'autres thèmes comme le tourisme et handicap, les sanitaires, la collecte des déchets sur un site touristique...

Côté marketing, promotion – communication, on travaille beaucoup avec Chrystelle FEVRE qui nous aide à **formaliser et positionner nos produits**.

Nous collaborons également au niveau des **relations presse** avec Laëticia DESSAINT. Il n'y a pas 1 mois qui se passe sans que l'on accueille un blogueur ou un journaliste envoyé par Oise Tourisme ! Nous sommes pour cela extrêmement reconnaissants car pour nous qui n'avons pas les moyens d'avoir une agence de relations presse, d'avoir ce flux continu de relais d'opinion c'est très important et c'est ça qui crée une notoriété de fond.

Je me félicite cette collaboration avec Oise Tourisme car le modèle de Chaalis est un modèle qui est nécessairement léger en termes de RH. **Je n'ai pas vocation à internaliser des fonctions support** comme le marketing, l'ingénierie touristique mais plutôt de m'appuyer sur des partenaires comme le PNR Oise-Pays-de-France, les Offices de tourisme et Oise Tourisme. Donc pour moi, ce n'est que le début de l'aventure avec Oise Tourisme. Nous avons des contacts très réguliers (au moins un coup de fil tous les 10 jours avec quelqu'un de l'Agence !) et je pense que nous allons pouvoir encore collaborer sur un grand nombre d'axes !

Pour avancer à Chaalis il faut jouer collectif. On ne peut pas ne pas s'appuyer sur les opérateurs de promotion du territoire pour atteindre nos objectifs. **La réussite de Chaalis sera nécessairement une réussite collective.**

Comment avez-vous déjà réussi à doubler votre fréquentation entre 2019 et 2022 ?

Il faut déjà comprendre que Chaalis a la particularité d'avoir fondé une grande partie de sa notoriété sur les Journées de la Rose avec 10 000 à 15 000 visiteurs accueillis pendant 3 jours au mois de juin, sur 30 000 visiteurs annuels. Du coup, on avait un tiers parfois même la moitié de nos visiteurs qui venait pour un événement de 3 jours !

Nous étions à 30 000 visiteurs en 2019, on finira je pense en 2022 à 45/48 000 visiteurs. L'année prochaine, on passera la barre des 50 000 ! Ensuite, on viendra attaquer les 100 000.

Très clairement, ce qui nous a permis d'atteindre ces résultats c'est **la création d'une offre à destination des familles pendant les vacances et la mise au point d'un plan de communication sur mesure pour Chaalis**. Aujourd'hui, j'ai testé plein de choses, et je sais que globalement c'est le micro-blogging et la promotion sur Facebook et les réseaux sociaux qui poussent mon offre et me permettent de toucher mes cibles. Pour vous donner une idée du budget, nous avons mis en œuvre un plan de communication global pour 2022 à hauteur de **2 500€ par périodes de vacances**.

Comment faites-vous face à la saisonnalité ?

A Chaalis nous sommes ouverts tous les jours du 01/04 au 30/09. On ferme en hiver, en semaine, sauf pour les groupes. On a par conséquent une fréquentation plutôt en haute saison qu'en basse saison.

Néanmoins, **l'expérience des vacances de la Toussaint prouve qu'il y a un potentiel de basse saison. J'ai accueilli plus de visiteurs sur les 15 jours des vacances de la Toussaint qu'au mois de juillet !**

Aussi, **nous allons tenter de conquérir Noël** cette année avec un nouvel événementiel. Il y a un fort enjeu sur cette période.



Après, **on sait aussi que nous aurons un point bas en février 2023**. Tout simplement, on est face au ski ! En général, il y a une semaine sur 2 dédiée au ski. La deuxième semaine de vacances des enfants se passent avec les grands-parents. Si ces derniers habitent l'Oise, on peut avoir des visiteurs mais statistiquement, il y a moins de potentiel.

On vise enfin un point haut en été 2023 avec le spectacle de fauconnerie. Nous avons accueilli 11 000 visiteurs en juillet/août 2022, nous pouvons facilement atteindre 15 000 en 2023.

Quels sont les projets à venir au Domaine de Chaalis ?

Tout d'abord, **Noël se prépare à partir du 10 décembre avec « Le réveillon de Chaalis »** sur le thème de l'art de recevoir à Chaalis. Il y aura à la fois un conte magique, une enquête et la mise en perspective de l'art de recevoir.

En février, nous allons conserver le thème de l'amour autour du **14 février** et une **offre famille autour du carnaval**.

Nous avons également à moyen terme, la volonté de **créer des gîtes** sur le Domaine de Chaalis avec un positionnement « campagne chic ». C'est un projet qui interviendra dans un second temps mais dans lequel nous sommes sûrs à 100% de nous engager.



© Bruno Beucher – Xavier Renoux



Agence de
DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

Cette page est extraite du site www.oisetourisme-pro.com