

DE L'INFLUENCE D'UNE POLITIQUE TARIFAIRE SUR LE DEVELOPPEMENT D'UN SITE

Paolo Toeschi

*Directeur Général de l'Etablissement Public du Pont du Gard
laure-valerian@pontdugard.fr*

En 2009, le Conseil d'administration de l'Etablissement Public du Pont du Gard, a demandé au nouveau Directeur Général de procéder à une évaluation des politiques sectorielles du Site et à un audit organisationnel. Ces analyses ont conduit à des réformes structurelles importantes parmi lesquelles la politique tarifaire.

UNE POLITIQUE TARIFAIRE MORCELÉE

Jusqu'en 2009, la politique tarifaire du site du Pont du Gard, était morcelée, coûteuse, pour le public familial (40% des visiteurs du site), contraignante pour l'organisation du Site. Le Pont du Gard, Patrimoine Mondial de l'Humanité, Grand Site de France était réduit dans l'opinion publique à un prix de « parking » 5 €.

Tous les autres espaces du site étaient payants (Cinéma, Ludothèque, Musée, expositions temporaires...) et de fait, délaissés par le public.

Le Site du Pont du Gard : un service public

Une offre exceptionnelle :

Un aqueduc Patrimoine mondial

Un espace classé Grand Site de France

Une offre globalisée, forfaitisée, pour un service public de qualité

Un tarif juste, équilibré, équitable :

- 15€ la journée (forfait)/véhicule (5 personnes famille/amis)

- 20 € le forfait annuel/véhicule (5 personnes famille/amis) et réduction de 20% sur la programmation culturelle du Site.

- Gratuité le soir après 20h (hors manifestations culturelles)

● LES RÉSULTATS DE CETTE RÉFORME

- Appliquée dès le 1er janvier 2010, la nouvelle politique tarifaire s'est traduite en fin d'exercice par les résultats suivants :

- le nombre de visiteurs sur le Site a battu des records de fréquentation :

- 1 300 000 visiteurs

- 670 000 visiteurs en été (juin, juillet août, septembre) ;

- le chiffre d'affaire entrée site a progressé de 95% ;
- le chiffre d'affaire des boutiques a augmenté de 14% ;
- le chiffre d'affaire de la restauration a évolué de plus de 45% ;
- le chiffre d'affaire consolidé du site a augmenté de 45% ;
- les cartes d'abonnement du site sont passées de 2 000 à 8500 fin 2010 ;
- l'autofinancement du site a progressé de 15% passant de 50 à 65% ;
- le Public familial a progressé ainsi que le public jeune (18/45 ans) de plus de 11% ;
- le temps de présence sur le Site a augmenté de près de 1 heure passant de 2 à 3heures.
- UN SITE AU SERVICE DU TERRITOIRE
- Outre le soutien aux acteurs culturels du territoire, l'action permanente du site tout au long de l'année permet suivant les analyses des retombées économiques, de remarquer que le site :
 - consolide plus de 1 550 emplois aujourd'hui dans l'hôtellerie, la restauration, campings, gîtes... ;
 - génère plus de 84 M€ de retombées économiques dans le Gard, 140M€ de retombées économiques dans la région Languedoc-Roussillon.

ICOMOS France envisage de poursuivre la recherche en étudiant, en liaison avec l'Association des Biens français du Patrimoine mondial, les retombées économiques et sociales de l'inscription au Patrimoine mondial.