

In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

dangles architectes

CETRAC
Ingénierie



agence nationale
de la cohésion
des territoires



Ville de
Salins les Bains



Phase 2 – Construction du projet

Accompagnement ANCT autour du devenir du site de la Grande Saline

ANCT - Ville de Salins-les-Bains

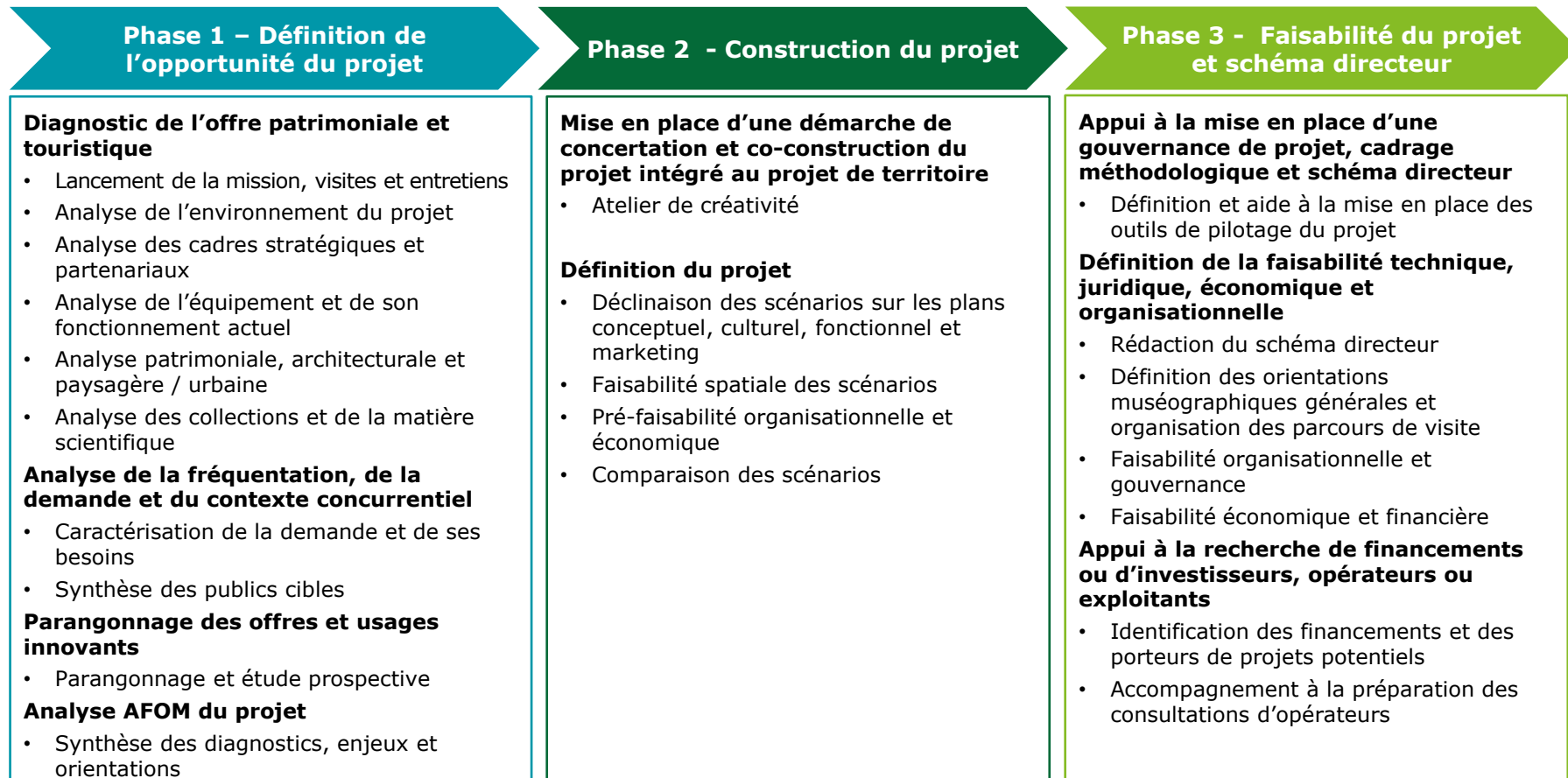
Juillet 2023

Sommaire

Préambule	p.3
Le positionnement du projet	p.4
Le positionnement et les activités	p.8
L'approche muséographique	p.19
Le scénario de préfaisabilité	p.27
Présentation fonctionnelle	p.28
Préfaisabilité architecturale du site	p.34
Préfaisabilité économique et organisationnelle	p.43
Première approche du coût d'investissement	p.54

Une méthodologie en trois phases itératives

pour aboutir à un projet pertinent, partagé et réaliste



Réunions et livrables

 Lancement

Concertation et co-construction

 Entretiens


 COPIL

 Rapport diagnostic et enjeux


 Ateliers de créativité


 COPIL

 Rapport scénarios


 Entretiens

 Réunions de travail techniques


 COPIL

 Rapport final

Le positionnement du projet

Rappel des objectifs du projet

Garantir la conservation de la Grande Saline, en tant que monument historique et élément exceptionnel du patrimoine mondial reconnu par l'UNESCO

Valoriser le site grâce à la réalisation et/ou à la création d'activités

Développer le site de la Grande Saline pour conserver / renforcer encore son attractivité

Optimiser la gestion de l'équipement pour assurer sa pérennité

Favoriser les retombées économiques locales

Contribuer à l'attractivité résidentielle du territoire

Rappel des enjeux

Enjeux sanitaires

- Sauvegarder et restaurer le magasin des sels
- Améliorer l'étanchéité de la galerie souterraine

Enjeux de renforcement de la fréquentation

- Développer la fréquentation de façon différenciée pour garantir le confort de visite et la préservation du site
- Faire évoluer l'offre de visite pour la rendre plus attractive
- Diversifier les publics en ciblant ceux qui sont aujourd'hui absents

Enjeux fonctionnels et d'aménagement

- Renforcer la lisibilité du site dans l'espace urbain en mettant en œuvre les orientations du classement UNESCO et du plan-guide
- Développer des fonctions essentielles au bon fonctionnement d'un équipement à forte fréquentation

Enjeux économiques

- Trouver un modèle économique permettant d'assurer le développement du site mais également sa pérennité

Enjeux muséographiques et de contenus

- Remettre à jour le PSC
- Renforcer la lisibilité du processus productif
- Développer la thématique « sel » au-delà du processus productif
- Développer la thématique territoriale
- Articuler l'histoire de la saline et l'histoire de la ville
- Envisager une ouverture des propositions (alimentation, gastronomie, gestion des ressources, design, création...)

Enjeux de valorisation patrimoniale et touristique élargie

- Valoriser le patrimoine culturel et naturel salinois
- Allonger la durée de présence sur le territoire pour favoriser les retombées économiques

L'orientation retenue

À l'issue de la phase de diagnostic, les 3 orientations de positionnement esquissées ont fait l'objet d'une présentation et d'un choix de la maîtrise d'ouvrage afin de préciser les composantes à approfondir dans la phase de déclinaison du scénario.

L'orientation n°2 a été retenue, avec des précisions sur les points suivants :

- Mutualisation de l'accueil du site et de l'information touristique au sein de la Grande Saline, avec un unique organisme pour assurer ces missions
- La salle polyvalente devra être à vocation culturelle
- Les thématiques liées à la valorisation patrimoniale élargie du territoire pourront s'inscrire au sein du parcours de visite de la Grande Saline
- Approfondir la réflexion sur la visite mixte du site pour déterminer ce qui relève de la visite libre et de la visite guidée

Le positionnement et les activités

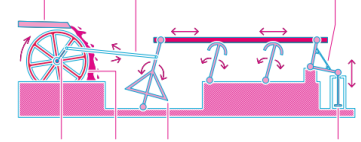
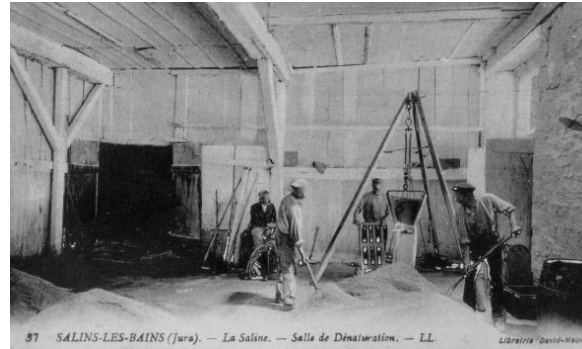
L'ADN

Les thèmes

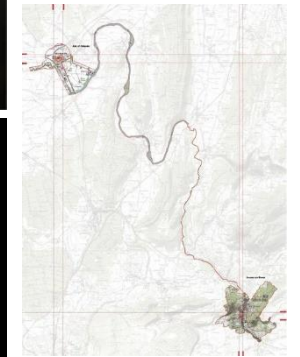
Patrimoine bâti



Patrimoine technique



Phénomène naturel



L'ADN L'esprit

Pédagogique



Spectaculaire



Animé



Le positionnement

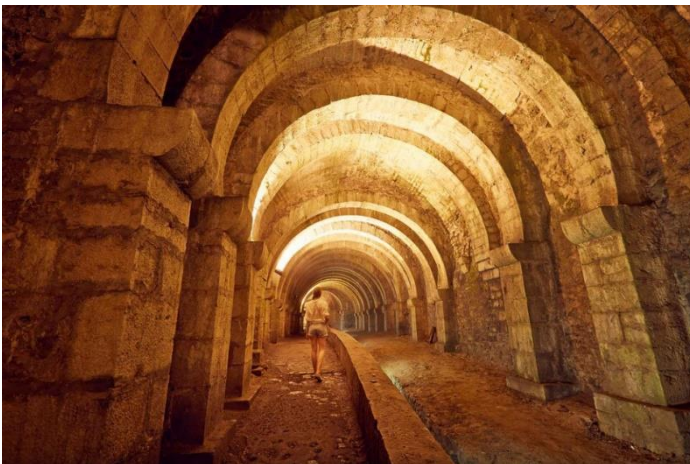
La Grande Saline, site de patrimonial et industriel spectaculaire, porte d'entrée du territoire

Une expérience de visite qui révèle les différentes facettes d'un site saunier d'exception

Une expérience de visite hors du commun pour découvrir un phénomène naturel et un savoir-faire exceptionnel, au cœur d'un site Unesco

Une approche didactique et expérientielle qui invite à la contemplation

Une porte d'entrée de la découverte du territoire



Principes de fonctionnement

La Grande Saline, site Unesco incontournable du Jura

L'ambition

- Renouer avec l'esprit du classement Unesco et accroître le rayonnement touristique et culturel de la Grande Saline
 - Un site ambassadeur du tourisme et du patrimoine du territoire, qui joue le rôle de porte d'entrée pour diffuser les flux sur le territoire
 - Une montée en puissance de l'équipement avec l'augmentation de l'offre à destination du public et le redéploiement des fonctions indispensables à un site de cette taille
 - Un positionnement culturel élargi qui aborde plusieurs thématiques déclinées à partir du sel et du patrimoine industriel en valorisant le caractère spectaculaire et hors du commun : les savoir-faire techniques (fabrication du sel), le phénomène naturel, le monument patrimonial et particulièrement la grande galerie
- très forte saisonnalité du site avec la mise en place d'une billetterie libre service
- Un renforcement de l'offre de visite avec l'agrandissement du parcours de visite dans le magasin des sels, la création d'espaces d'exposition-interprétation permanente et d'exposition temporaires
 - Une mise en visite libre du site pour alléger les besoins de guidage, rendue possible par le renforcement des dispositifs de médiation tout au long du parcours de visite, mais une découverte de la galerie souterraine qui reste uniquement en visite guidée
 - Une ouverture nocturne en haute saison pour augmenter le temps de présence sur le territoire et augmenter le ticket moyen visiteur grâce à une proposition artistique originale
 - Une poursuite des activités de programmation culturelle événementielle

Positionnement fonctionnel

- Un pôle accueil et services important, mutualisé pour la Grande Saline et l'Office de tourisme, porte d'entrée du site et du territoire
- Une organisation de l'accueil différenciée pour gérer la

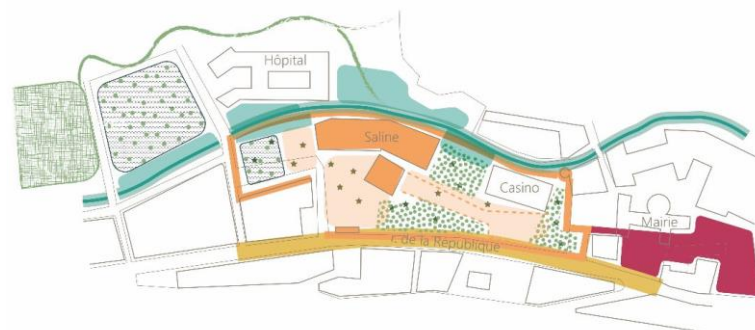
Les principales composantes du projet

Les abords du site

La Grande Saline au sein de Salins

- Un site en cœur de ville, **ouvert sur l'espace public** requalifié en espace de rencontres et co-animateur de ce dernier
- Réaliser les aménagements urbains prescrits par le plan de gestion Unesco et les autres études urbaines liées à la revitalisation du centre-bourg pour rendre la Grande Saline lisible, visible et faire en sorte qu'elle dispose d'un environnement valorisant
- Redonner à la place des Salines dans sa globalité une fonction claire et donc une lisibilité en lui conférant un positionnement à la fois culturel et de cœur vivant de la ville : une place vivante et animée pour se rencontrer, pour s'émerveiller, pour découvrir
- L'animation de la place des Salines, qu'elle soit culturelle et/ou festive, sera assurée par la ville de Salins-les-Bains

N.B. : L'esplanade événementielle située devant la Grande Saline aura vocation à être animée par la ville. La Grande Saline pourrait assumer un rôle d'opérateur culturel de la ville et organiser des manifestations, ponctuelles ou régulières, mais dans ce cas un projet culturel spécifique est à écrire. Cette mission et les budgets afférents ne sont donc pas intégrés dans le présent programme de fonctionnement



Les principales composantes du projet

Les offres proposées aux visiteurs

L'offre permanente

Visite libre du site
Visite guidée de la galerie souterraine

**Visite guidée de l'ensemble
du site**

**Accueil des publics
scolaires : visite guidée et
atelier pédagogique**

L'offre temporaire

Exposition temporaire

Atelier pédagogique pour les enfants

Prolongement de visite événementiel
Video-mapping

**Programme d'animations, de
médiation et de petits événements**

Les principales composantes du projet

La visite du site – offre permanente

Visite libre du site Visite guidée de la galerie souterraine

Une visite libre du site, qui correspond au cœur de l'offre du site, intégrant :

- L'exposition permanente, composée espaces d'interprétation présentant une partie des collections techniques de la Saline
- Le parcours de visite dans les bâtiments de pompage et de production, y compris le magasin des sels rénové
- L'exposition temporaire, renouvelée tous les deux ans, qui permet de présenter des pièces de la collection muséale, d'élargir les approches thématiques et d'envisager des partenariats avec la Saline Royale (co-production d'expositions)

Modalités de visite de la galerie souterraine

- Compte-tenu des contraintes réglementaires, la galerie souterraine est accessible uniquement en visite guidée (incluse dans le billet d'entrée)
- Des départs de visite guidées calibrés selon la saison pour que tous les visiteurs puissent y accéder
- Des groupes de 50 personnes pour une durée de visite d'environ 20 minutes

Accueil des publics scolaires : visite guidée et atelier pédagogique

Une découverte du site encadrée par des médiateurs.rices sur la journée, qui comprend une visite guidée du site d'1h30 et un atelier d'1h30 en demi-groupes

Un panel de thématiques de visite et d'atelier adapté aux notions pédagogiques des programmes scolaires et aux niveaux académiques

Visite guidée de l'ensemble du site

Des visites guidées proposées aux publics individuels et groupes avec une tarification spécifique en plus du billet d'entrée, d'une durée de 2 h pour découvrir l'ensemble du site (galerie souterraine comprise)

Sur réservation pour les groupes constitués (environ 50 personnes)

Avec des créneaux horaires fixes adaptés à la fréquentation du site pour les publics individuels (groupes d'environ 30 personnes)

Les principales composantes du projet

L'offre temporaire

Atelier pédagogique pour les enfants

- Des ateliers pédagogiques proposés aux publics individuels enfants afin d'approfondir certaines thématiques de la visite de façon ludique et créative
- Des séances d'atelier d'1h30 le mercredi et le samedi pendant les vacances scolaires



Exposition temporaire renouvelée tous les 2 ans

- Une exposition temporaire d'envergure moyenne dont la programmation est en lien avec les thématiques de la Grande Saline mais en adoptant des approches variées (histoire, art, sciences...), renouvelée tous les deux ans pour valoriser les collections de la Grande Saline, voire organiser des expositions conjointes avec la Saline royale



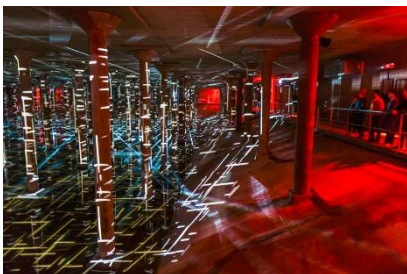
Les activités

Offre temporaire

Prolongement de visite événementiel Video-mapping

En haute saison, une ouverture en début de soirée de la salle des poêles pour prolonger la visite par une séance de videomapping artistique projeté sur toutes les surfaces de la salle

Une prestation proposée en supplément du billet d'entrée, qui n'a pas vocation à générer d'attractivité propre, mais plutôt à faire augmenter le prix du ticket d'entrée lors des périodes de fréquentation maximale du site



Programme d'animations, de médiation et de petits événements

Un programme d'animation conçu comme une diversification des activités, dans le prolongement des thématiques abordées dans le site :

- De petits événements gratuits : conférences, vernissage d'exposition temporaire...
- Des événements nationaux : journées du patrimoine, nuit des musées, semaine du goût
- Des événements de type spectacle vivant de petite forme qui se déroulent dans la salle polyvalente

Un programme d'animation qui se principalement sur les ailes de saison (avril -juin et septembre-octobre), pour renforcer l'attractivité résidentielle et touristique sur cette période



Focus sur la stratégie marketing commune

Principes et facteurs clés de succès

Principe : Organiser un partenariat avec des sites ayant des intérêts semblables pour s'accorder sur les paramètres du marketing mix et accroître la notoriété globale

Passer d'une notoriété accaparée par le site dont la communication est la plus présente à une notoriété globale qui permet à chaque site d'exister et de se différencier des autres → **Communiquer ensemble c'est affirmer sa différence**

Avantages :

- Mutualisation des moyens financiers dédiés à la communication et à la promotion
- Effet masse : accroissement de la visibilité d'une offre plus étoffée
- Renvois de clientèles entre les sites
- Clarification de l'offre
- Allongement de la durée de séjour

Les étapes d'élaboration d'une stratégie marketing

- Déterminer le positionnement et les cibles de chaque site
- Décliner la stratégie de commercialisation : le marketing mix (produit, prix, communication, distribution)

Facteurs clés de succès :

- Valoriser les points communs qui justifient le rapprochement entre les sites (dans le cas présent, capitaliser sur la notoriété du label Unesco et la thématique des salines)
- Souligner la particularité de chaque site et ses offres
- Réaliser un ciblage fin des clientèles pour pouvoir les orienter sur les différentes offres selon leurs attentes

Les bons exemples

- Le marketing territorial : vendre les offres d'un territoire
- Le marketing commun de réseaux de sites
- Les routes touristiques thématiques

Focus sur la stratégie marketing commune

Exemples

Le marketing commun des châteaux de la Loire

Créée en 2008, l'Association des Châteaux de la Loire – Vallée des Rois regroupe 103 sites patrimoniaux situés le long de la Vallée de la Loire de Gien à Nantes (11 départements et 2 régions). Parmi eux, les Châteaux de la Loire mais aussi des forteresses médiévales, domaines royaux, monuments religieux, musées, parcs, jardins..., accueillant au total 10 millions de visiteurs par an.

Son but est de soutenir et valoriser ce patrimoine unique du Val de Loire, héritage des rois de France auprès du public en regroupant l'offre touristique et culturelle, pour en faire une destination à part entière.

Elle a instauré un esprit de solidarité entre les petits et grands sites patrimoniaux, en proposant :

- Des propositions d'itinéraires clés en main intégrant différents sites,
 - Un site internet offrant la possibilité de construire son circuit touristique au cœur du Val de Loire (carte interactive avec des filtres par type de site/département) ou de se tenir au courant de l'actualité des sites (articles, agenda rassemblant les événements de chacun d'entre eux),
 - Une page facebook commune
- Une mise en avant des spécificités de chaque site (« les personnalités ») en termes d'activités, événements et architecture pour se distinguer tout en capitalisant sur la notoriété commune des châteaux de la Loire, issue de l'effet masse et de l'homogénéité thématique de l'offre

Outre les actions menées par l'Association, les Châteaux de la Loire sont amenés à se regrouper par le biais de :

- Campagnes de communication communes (exemple de la campagne à destination des parisiens menée par les domaines de Blois, Chambord, Cheverny et Chaumont-sur-Loire en 2011),
- Vente de pass de visites communs (exemple des Pass Châteaux, avec plus de 20 formules différentes, vendus par l'Office de Tourisme Blois Chambord),
- Partage de grandes itinérances (exemple de la Loire à Vélo ou du GR3) ou de petites boucles

Les mille personnalités des châteaux de la Loire

“ Chacun raconte une histoire singulière : la rencontre mythique entre Jeanne d'Arc et le Dauphin de France à Chinon, le génie universel de Léonard de Vinci au Clos Lucé, le talent du célèbre jardinier Dom Paccello au domaine royal de Château Gaillard, l'épique mariage d'un Windsor au domaine de Candé, les amours de Rodin et Camille Claudel au château de l'Islette, l'épopée de Fouques Nerra à la forteresse de Montbazou... Vous n'avez que l'embaras du choix !



E1 CHAMBORD 41250 CHÂTEAU DE CHAMBORD CHATEAU OF CHAMBORD Chambord, œuvre d'art unique, emblème de la Renaissance, inspirée par Léonard de Vinci et classée au patrimoine mondial de l'UNESCO. À ne pas manquer : les nouvelles salles jeune public, l'escalier à double révolution, les appartements meublés, la vue depuis les terrasses, les jardins à la Française et le vaste parc de 5 440 hectares... Chambord, unique Artwork, emblematic of the French Renaissance, inspired by Leonardo da Vinci and registered as a UNESCO World Heritage Site. Not to be missed: the new children's rooms, the double helix staircase, panoramic view from the terraces, the furnished apartments, the French gardens and the vast 5,440 hectare park... +33 (0)2 54 50 40 00 - info@chambord.org - www.chambord.org Modes de visite : Livre, guide, audioguidée, avec support multimedia interactif/Types of visit: Free, guided, audioguided, interactive multimedia support Langues de visite/Visit in:	02/01 -> 31/12 s/forceps 29/11 8.25/12	A partir de/ from: 14,50 €	A partir de/ from: 13,00 € + de 20 pers., visite libre avec notice. Visite guidée/ Guided visit: +160€ (30 pers. max)
E2 CHAUMONT-SUR-LOIRE 41150 DOMAINE DE CHAUMONT-SUR-LOIRE DOMAIN OF CHAUMONT-SUR-LOIRE Offrant une des plus belles vues sur le fleuve royal, le Domaine qui s'étend sur 32 ha réunit le château (Demeure princière), ses écuries, son parc ainsi que le Festival International des Jardins. Centre d'Arts et de nature, le Domaine invite artistes et photographes de renom à exposer. Offering one of the most beautiful views of the royal river, the park extends over 32 hectares and brings together the château, its stables and its grounds, as well as the International Garden Festival. A renowned centre of arts and nature, the park invites renowned artists to exhibit their works. +33 (0)2 54 20 99 24 - contact@domaine-chaumont.fr - www.domaine-chaumont.fr Modes de visite : livre, guide, audioguidée, avec support multimedia interactif/Types of visit: Free, guided, audioguided, interactive multimedia support Langues de visite/Visit in:	02/01 -> 31/12 s/forceps 25/12	A partir de/ from: 14,00 €	A partir de/ from: 11,20 € Château et/ou jardins (visite libre) Suppl. Visite guidée/ Guided visit: 105,00 €
Événements/Events: Noël au château, festival de Chambord, exposition d'art contemporain ou patrimoniale/Christmas in the château, Chambord festival, contemporary art exhibition Activités/Activities: dégustation au château, balade en barque ou voiturette électrique, spectacle chevaux et rapaces, visite de la réserve en 4x4 ou en car, sortie brame, visite des jardins potagers, rallye nature, pêche/tasting at the château, electric small cars or electric punt trip, horse and raptor show, visit the reserve by 4x4 or by bus, be the witness of the love of Deer, visit of the vegetable gardens, fishing	Événements/Events: Noël au château "Décor d'hiver", Festival International des Jardins, centre d'Art et de Nature, les jardins de lumières, les botaniques/Christmas in the château "Winter decorations", International Garden Festival, Art and Nature centre, illuminated gardens and the botanicals		

Focus sur la stratégie marketing commune

Exemples

La route historique des abbayes de Normandie

La France compte de nombreuses routes touristiques à thème, dont l'objectif est de créer un système de relations entre des patrimoines de même nature, afin de concevoir un produit capable de dynamiser l'économie touristique d'un territoire. La route touristique permet de canaliser les fréquentations, d'allonger les durées de séjour, d'organiser l'accueil touristique, de valoriser un type de patrimoine, de mieux répartir les retombées économiques et de mobiliser les acteurs touristiques.

Créée en 2002, l'association Abbayes de Normandie – routes historique regroupe 47 abbayes et 15 sites associés environnants pour promouvoir ces sites et renforcer le réseau.

Une valorisation et une présentation des sites identiques, quelle que soit leur taille, dans le Guide de découverte et sur le site internet dédié

Une offre globale relayée par les partenaires institutionnels territoriaux (CRT, CDT)



<p>1 ABBATIALE DE LA SAINTE-TRINITÉ, FÉCAMP Une abbatale grandiose ayant marqué l'histoire de la Normandie. Nombreuses œuvres d'art. ● Visite à coupler avec le Palais Bénédicte et sa fameuse liqueur !</p> 	<p>6 ABBAYE DU VALASSE Abbaye cistercienne qui conserve deux salles du XII^e et des bâtiments du XVII^e. L'abbaye accueille des groupes pour des visites, séminaires, salons et de nombreuses animations toute l'année. ● Un charmant salon de thé où l'on peut déguster des spécialités normandes.</p> 	<p>11 CHARTREUSE ET CHAPELLE SAINT-JULIEN, PETIT-QUEVILLY Construite au XII^e siècle, la chapelle Saint-Julien mêle art roman et art gothique. À quelques pas, le jardin du cloître évoque l'ancien monastère chartreux situé au cœur de Petit-Quevilly. ● Unique ensemble de peintures murales du XI^e !</p> 	<p>21 PRIEURÉ DE SAINTE-GAUBERGE Au cœur du Perche, il conserve un bel ensemble de bâtiments XII^e/XVIII^e, dont l'abbatiale. ● Le lieu abrite désormais l'Écomusée du Perche rendant témoignage de la vie Paysanne locale. Nombreuses activités et animations toute l'année.</p> 
<p>2 ABBAYE NOTRE-DAME DU PRÉ, VALMONT Abbatiale renaissance. Une communauté de Bénédictines fait revivre l'abbaye depuis 1984. ● Très bel ensemble sculpté de Germain Pilon et beaux vitraux. Participation aux offices des saurs possible.</p> 	<p>7 ABBAYE SAINT-WANDRILLE Fondée au VIII^e siècle, une des plus anciennes abbayes de Normandie. Une communauté de moines y vit selon la règle de Saint-Benoit. ● Offices en chant Grégorien. Boutique, brasserie (fabrication de la bière sur place à l'abbaye).</p> 	<p>12 ABBAYE DE BONPORT Fondée en 1189 par Richard Cœur de Lion qui, selon la légende, échappa à la noyade à cet endroit. Abbaye cistercienne ou subsistent entre autres la salle capitulaire et un beau réfectoire voûté. ● Un charmant parc arboré situé en bord de l'Eure !</p> 	<p>22 ABBAYE DE LA TRAPPE Elle devient célèbre grâce à l'abbé de Rancé qui réformait la règle de vie en vigueur. L'abbaye a été reconstruite au XIX^e. ● Importante boutique de produits monastiques. Possibilité d'assister aux offices des frères.</p> 
<p>3 ABBAYE DE GRAVILLE Abbaye romane entourée d'un domaine arboré avec jardins en terrasse, située au Havre, sur les hauteurs de la ville. Elle abrite, entre autre, une importante collection de sculptures religieuses. ● Collection originale de 200 maquettes de maisons normandes et du monde.</p> 	<p>8 ABBAYE DE JUMIÈGES « La plus belle ruine de France » selon Victor Hugo, l'abbaye de Jumièges est un monument majeur de la Normandie, au cœur d'un grand parc arboré. ● Visite « Jumièges 3D » réalité augmentée avec un iPad en location à l'accueil.</p> 	<p>13 ABBAYE DE FONTAINE-GUÉRARD Blotie juste à côté de la rivière de l'Andelle, elle abrite un magnifique dortoir charpenté, une salle capitulaire aux fines colonnes etc... ● Une très belle abbaye médiévale située à 20 m de Rouen. Nombreuses expositions et animations.</p> 	<p>23 ABBAYE D'ARDENNE Fondée au XII^e siècle, chargée d'histoire et longuement restaurée, l'abbaye d'Ardenne accueille l'ensemble des activités de l'IMEC (Institut Mémoires de l'édition contemporaine). ● Expositions et rencontres sont organisées tout au long de l'année.</p> 
<p>4 ABBAYE DE MONTVILLIERS Son parcours audio-guidé unique en Normandie vous entraîne dans l'histoire du lieu et vous invite à découvrir la richesse des abbayes normandes. ● À découvrir également à Montvilliers le curieux «Aître de Brisegrain et les typiques « hallettes » !</p> 	<p>9 ABBAYE SAINT-GEORGES DE BOSCHERVILLE Une belle abbatale romane normande au cœur de la vallée de la Seine. Complétée d'une salle capitulaire richement ornée. ● Son magnifique jardin ! Jardins d'herbes médicinales, arbres fruitiers, potager etc...</p> 	<p>14 ABBAYE SAINT-MARTIN, SIGY EN BRAY Abbatiale du XIII^e siècle, avec un chœur gothique primitif avec une abside à 7 pans. A voir : une statue rare du Christ assis. ● Situé dans le charmant Pays de Bray, un terrain plein de délices gastronomiques et paysagers.</p> 	<p>24 ABBAYE AUX HOMMES Elle fut fondée par Guillaume le Conquérant ! Une des plus importantes abbayes de Normandie tant sur le plan historique qu'architectural ! ● Nombreuses visites guidées aux thématiques variées toute l'année.</p> 
<p>5 ABBAYE NOTRE-DAME DE GRESTAIN Abbaye située non loin de Honfleur ou est enterrée Arlette la mère de Guillaume le Conquérant. ● La très belle « salle des Hôtes » du XIII^e et Festival de théâtre avec l'abbaye pour décor en été.</p> 	<p>10 ABBATIALE SAINT-OUEN, ROUEN Majestueuse abbatiale gothique de 137 m de long ! Abrite un ensemble unique de vitraux. ● Visite des parties hautes (Charpente, clocher et extérieurs) parfois possible sur rdv.</p> 	<p>15 ABBAYE SAINT-MARTIN D'AUCHY Du passé prestigieux de l'abbaye subsiste une élégante tour ronde (XVI^e) et un long bâtiment conventuel (XVII^e). ● Une visite assurée par le propriétaire.</p> 	<p>25 ABBAYE AUX DAMES Chef d'œuvre de l'art roman normand ! Elle abrite le tombeau de Mathilde, reine d'Angleterre, duchesse de Normandie et épouse de Guillaume le Conquérant. ● Siège du Conseil Régional de Normandie. Conserve une remarquable crypte du XI^e siècle où subsiste une forêt de colonnes...</p> 

Approche muséographique

Le parcours d'interprétation et de présentation des collections

Principes de conception et d'organisation

Les principes d'organisation

Le projet met en œuvre un parcours de visite et d'interprétation de la saline en veillant à élargir la thématique à l'histoire et au patrimoine urbain en général – en s'attachant notamment à montrer comment la production du sel les a accompagnés, soutenus et orientés.

Le parcours permanent d'interprétation devra donc être à même de mobiliser une partie des collections du musée, dans des espaces dotés des performances climatiques adaptées.

L'espace d'exposition temporaire déployé dans la maison du Pardessus sera l'outil complémentaire par lequel la valorisation des collections du musée sera poursuivie.

La trame de l'organisation thématique

L'esquisse de faisabilité repose sur un parcours organisé en 10 séquences inscrites dans les espaces du bâtiment d'exploitation :

a – Cour de la Saline

Localisation : cour de la saline

Thématique : Présentation générale de la visite, présentation d'instruments de grande dimension etc.

Médiation : Plan-maquette de repérage, situant les galeries, présentation du parcours

b – L'eau salée souterraine

Localisation : RDC du magasin des sels, 2^e travée nord

Thématique : Présentation de la ressource de Salins : des eaux souterraines salines. Présentation des moyens d'extraction, valorisation de la grande cuve en sous-sol.

Eventuellement : Mise en valeur de la cuve à saumure ; mise en valeur de la « poêle à sel moderne », modèle réduit du processus développé dans l'ensemble du bâtiment

Médiation : Mise en lumière de la cuve, maquettes-schémas de machines (pompe, balancier, chaîne à godets), objets, manipes, échantillons d'eau, mesure de salinité etc.

c – La matière sel

Localisation : RDC du magasin des sels, 1^{ère} travée nord

Thématique : nature chimique du sel, sources naturelles de sel, usages du sel, modes de conditionnement et de diffusion du sel etc.

Médiation : Echantillons de matière, cartes et vues des exploitations, ressources régionales ; mesures, moules, emballages, supports de publicité etc.

Le parcours d'interprétation et de présentation des collections

Principes de conception et d'organisation

d – Le grand magasin à sel

Localisation : Balcon d'étage et passerelle de traversée du magasin

Thématique : l'organisation fonctionnelle de la saline et ses évolutions dans le temps

Médiation : Carte-maquette situant les vestiges actuels dans l'ensemble, présentant les fonctions et l'évolution du bâti qui va être parcouru. Exploration de l'iconographie ancienne de la saline : cartes, plans et vues projetées ou facsimilé ; frise chronologique ;

e – Le bâtiment des poêles

Localisation : entrée de l'étage du bâtiment des poêles

Thématique : présentation de la structure du bâtiment : coupe, parcours de l'air chaud et des fumées, condensation etc.

Médiation : maquette-coupe, schéma, jeu de simulation

f – Les gestes du saunier

Localisation : Autour de la poêle conservée

Thématique : mise en valeur et en scène du travail des hommes, des outils et des gestes liés au fonctionnement de la poêle.

Médiation : Reconstitutions, mise en lumière et en sol de l'environnement de la poêle

g – De Salins à Arc-et-Senans

Localisation : Grande paroi du bâtiment côté rivière

Thématique : la relation de Salins avec Arc-et-Senans : les problèmes de ressources, le saumoduc, les techniques de l'évaporation, le projet de Ledoux, le contexte politique et fiscal

Médiation : grande frise textes / schémas / images / objets peu fragiles, déployée le long de la paroi

h – Mémoire de saunier

Localisation : travée nord libre du bâtiment

Thématique : une civilisation du sel : pratiques, sociabilité, luttes, mémoires etc.

Médiation : salle audio-vidéo sur le modèle de l'existant, modernisée : projection plus enveloppante, multi-écrans, son spatialisé, confort des visiteurs etc.

i/j – Salins ville du sel

Localisation : étage de projet 2009 (2 salles)

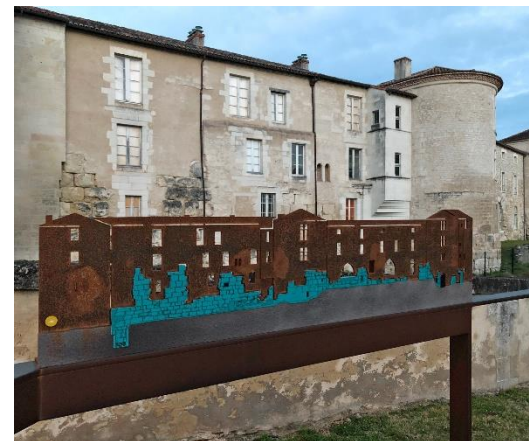
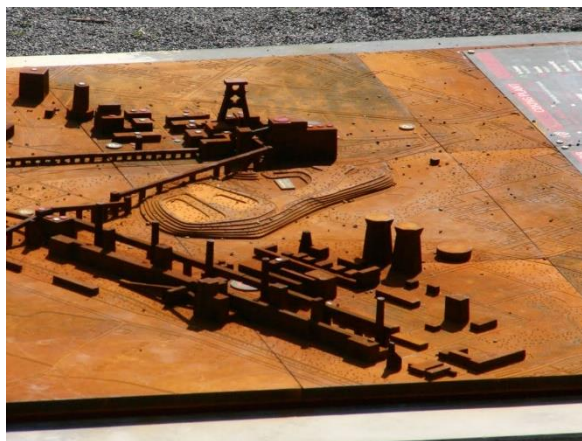
Thématique : histoire et patrimoine de Salins, marquée par la tradition d'extraction du sel, invitation à la découverte du patrimoine de la ville

Médiation : collections du musée, cartels ou vignettes audiovisuelles suivant thématiques (forme de la ville, industries, personnalités, artistes etc.).

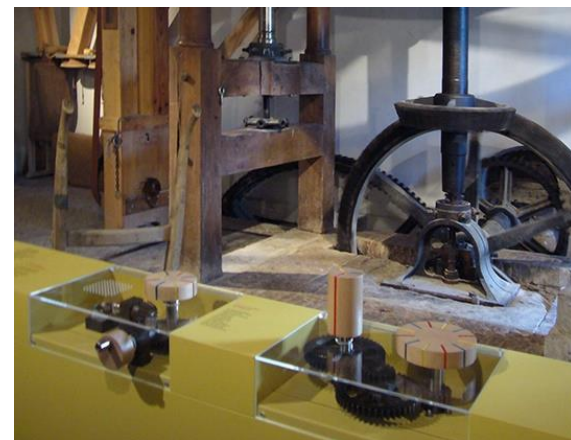
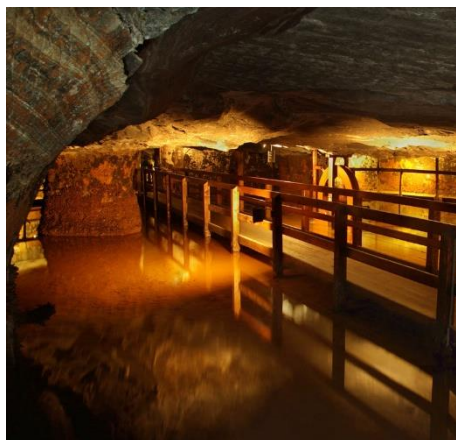
Le parcours d'interprétation et de présentation des collections

Références pour la médiation

a – Cour de la Saline



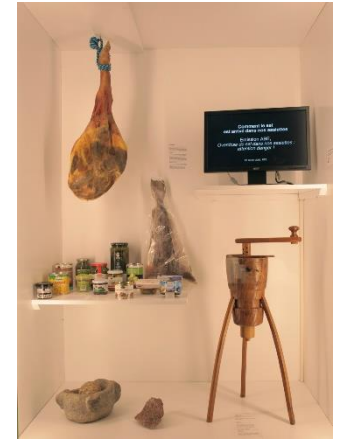
b – L'eau salée souterraine



Le parcours d'interprétation et de présentation des collections

Références pour la médiation

c – la matière sel



d – le grand magasin à sel / e – Le bâtiment des poêles



Le parcours d'interprétation et de présentation des collections

Références pour la médiation

f – les gestes du saunier



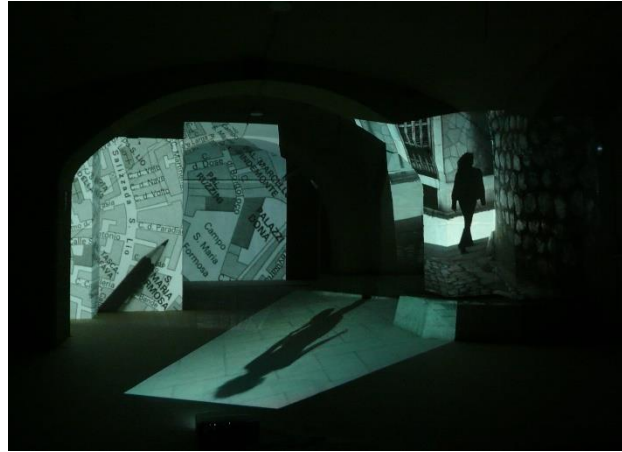
g – De Salins à Arc-et-Senans



Le parcours d'interprétation et de présentation des collections

Références pour la médiation

h – Mémoire de saunier



i/j – Salins ville du sel



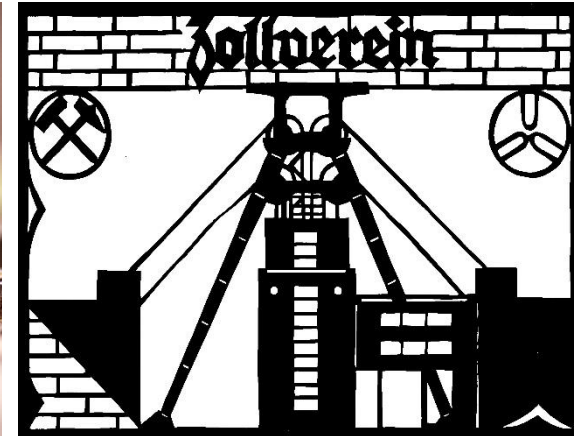
Le parcours des galeries souterraines

Moyens d'enrichissement de la visite guidée de la galerie souterraine

Images et silhouettes projetées, hologrammes, jeux de lumières



Jeux d'ombre des machines, maquettes, schémas



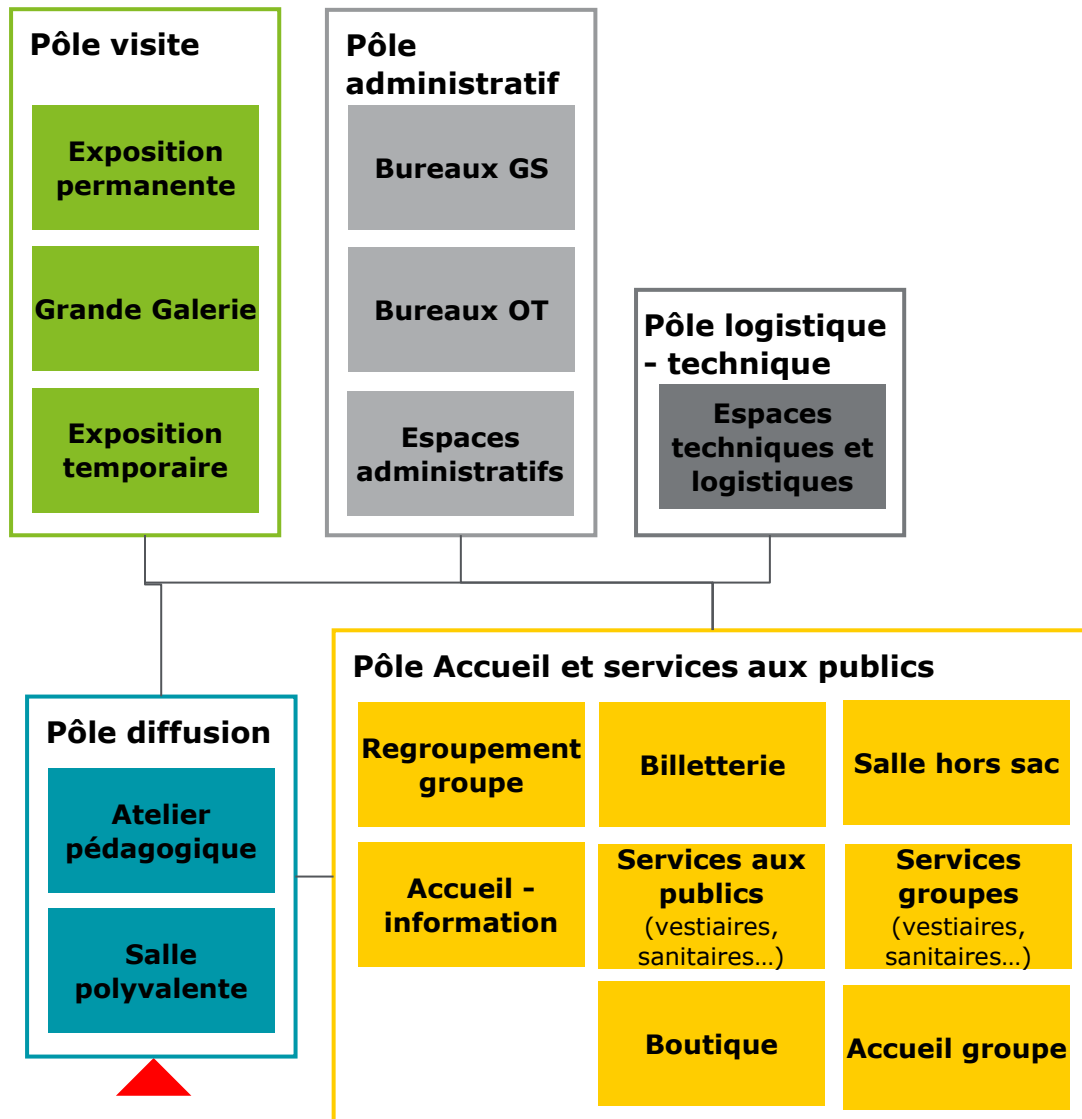
Le scénario

Présentation fonctionnelle

L'organigramme fonctionnel

Un redéploiement des fonctions pour correspondre aux standards d'un site de cette envergure

Tableau de surfaces		SU m ²
A	ACCUEIL ET SERVICES AU PUBLIC	330
	Hall d'accueil / information billetterie	130
	Boutique et logistique associée	70
	Services au publics (vestiaire, sanitaires...)	60
	Logistique accueil - billetterie	25
	Accueil et services groupe	45
C	DIFFUSION ET RESSOURCES	430
	Atelier pédagogique	50
	Logistique associée	10
	Salle polyvalente	300
	Logistique associée	70
D	POLE EXPOSITION	1685
	Exposition permanente	375
	Parcours scénographié - ambiance non régulée	1150
	Grande Galerie	PM
	Exposition temporaire	150
	Logistique montage	10
G	ADMINISTRATION ET GESTION	200
	Bureaux Grande Saline	80
	Bureaux OT	40
	Salle de réunion	40
	Salle de pause	30
	Logistique administrative	10
H	LOGISTIQUE GENERALE ET TECHNIQUE	PM
TOTAL		2645



Le pôle accueil et services aux publics

Un pôle accueil qui correspond aux attentes des visiteurs d'un site Unesco et au niveau de fréquentation attendu

Un accueil mutualisé pour le site de visite Grande Saline et l'office de tourisme de Salins-les-Bains, où les visiteurs peuvent se renseigner sur l'offre touristique du territoire, acheter leurs billets, se reposer...

Des espaces pensés pour faciliter la gestion des flux individuels et groupes tout au long de l'année, avec des **accueils et services aux publics distincts**

Un **comptoir d'accueil commun** pour la billetterie, la boutique et l'information touristique

Une gestion différenciée de l'accueil entre la haute saison et le reste de l'année, avec la mise en place d'une **billetterie libre-service**

Une **boutique-librairie** thématisée commune, redéployée pour disposer d'un espace de vente cohérent avec la fréquentation du site, permettant d'élargir les gammes de produits présentés et ainsi d'accroître les ressources propres du site : une sélection variée d'objets souvenirs en lien avec le territoire (y compris des productions locales valorisant savoir-faire et terroir) et d'ouvrages thématiques adaptés au grand public comme à des profils plus experts, ainsi qu'une offre spécifique pour le jeune public - Une boutique ouverte sur les horaires du site

Pôle Accueil et services aux publics

Regroupement
groupe

Billetterie

Accueil groupe

Accueil -
information

Services aux
publics
(vestiaires,
sanitaires...)

Services
groupes
(vestiaires,
sanitaires...)

Boutique

Salle hors sac



Le pôle visite

Un **parcours de visite libre** dans l'ensemble du site pour découvrir les bâtiments de production, qui intègre des espaces d'exposition permanente en ambiance contrôlée permettant de présenter des pièces de la collection de la Grande Saline

Une découverte de la **Grande Galerie en visite guidée** uniquement, avec des départs en nombre suffisant pour permettre à tous les visiteurs d'y accéder, avec une gestion des flux prise en charge par le guide

Un **espace d'exposition temporaire** augmenté, qui permet de renouveler la programmation du site

Pôle visite

Exposition permanente

Grande Galerie

Exposition temporaire



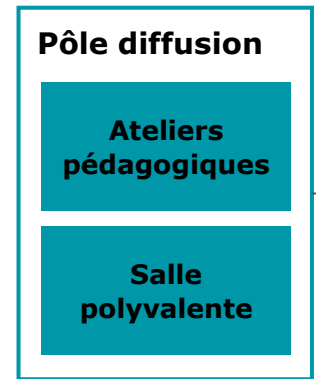
Le pôle diffusion

Deux **ateliers pédagogiques** utilisables toute l'année pour réaliser les ateliers pédagogiques avec les groupes scolaires et les individuels enfants, permettant d'accueillir un demi-groupe classe, avec possibilité de les décloisonner pour pouvoir accueillir un groupe classe complet

Une **salle polyvalente à vocation culturelle** permettant d'organiser des conférences, projections, spectacles de petite forme...

Une jauge d'environ 100 personnes assises et 200 personnes debout, avec des espaces de backoffices attenants (loges, stockage de matériel)

Un accès autonome permettant d'utiliser la salle en dehors des horaires d'ouverture de la Grande Saline



Le pôle administratif

Un pôle administratif commun aux équipes de la Grande Saline et de l'office de tourisme, redéployé pour correspondre aux exigences réglementaires

Des bureaux organisés pour chaque équipe afin de favoriser l'échange d'information et la collaboration

Des espaces administratifs partagés : salles de réunion décroissables, salle de pause, espaces de stockage, sanitaires...

Pôle administratif

Bureaux GS

Bureaux OT

Espaces administratifs



Focus sur le projet de poêle à sel

Une réflexion en cours

L'équipe de la Grande Saline a entamé une réflexion sur la création d'une poêle à sel moderne à des fins de démonstrations des gestes d'un saunier et d'organisation d'ateliers de tirage de sel pour les visiteurs.

La production de sel étant une activité encadrée réglementairement parlant en France, des discussions sont en cours avec les services de l'Etat pour définir le cadre d'intervention pour Salins-les-Bains : si la concession de production semble être un dispositif trop lourd face à l'estimation de la quantité produite, en revanche le statut d'expérimentation pourrait être envisagé.

À ce stade du projet et dans l'attente de la réponse officielle des services de l'Etat, la réflexion de création de la poêle à sel moderne n'a pas encore permis d'aboutir à la définition des contraintes de mise en œuvre (contraintes réglementaires, sécurité, surface nécessaire, modalités de fonctionnement, coût d'investissement...).

Cette composante n'a pas été intégrée au présent projet, hormis sous forme d'un pré-positionnement spatial dans le parcours de visite. Elle pourra faire l'objet d'un développement indépendant ultérieur sur le site, selon la capacité du site à recevoir cette fonction.

Les mines de sel de Bex (Suisse) ayant réalisé un projet similaire, il serait opportun de se rapprocher des équipes de conception et d'exploitation afin de préciser la faisabilité du projet à la Grande Saline.

De même, Dieuze dispose également d'une poêle à sel à des fins de démonstrations.



Pré faisabilité architecturale du site

La maison du Pardessus

Enjeux et principes de réaffectation

Les conditions de réaffectation

Les caractéristiques principales de la maison du Pardessus à considérer pour la réaffectation sont :

- Son implantation sur les galeries souterraines :
- Son plan « massé », offrant des surfaces importantes mais peu d'éclairage naturel ;
- La présence d'un escalier unique desservant seulement le RDC et le R+1 ;
- La présence d'un comble peu éclairé, non desservi et doté d'un plancher bas sans surcharges admissibles.

L'affectation du R+1 de la maison à un programme public impliquera la création d'un escalier supplémentaire et d'un ascenseur.

L'affectation du R+2 nécessitera la création de deux escaliers supplémentaires et d'un ascenseur.

L'affectation publique des combles engagera dans tous les cas des travaux importants de structure pour renforcer le plancher neuf mais impropre à tout usage.

La relation aux galeries souterraines

Aujourd'hui, l'accès aux galeries souterraines s'effectue exclusivement en visite guidée et par des escaliers extérieurs aux différents bâtiments.

Pour que cette situation évolue, il faudrait pouvoir :

- modifier l'escalier du Puits d'Amont pour le faire aboutir dans la maison du Pardessus ;

- créer un ascenseur entre la galerie et la maison du Pardessus
- Et traiter les questions subséquentes : parcours PMR en sous-sol, gestion du radon etc.

Nous ne disposons pas des données suffisantes pour aborder cet aspect du projet, même au stade de la faisabilité sommaire.

Les options de projet

Les quatre options développées mettent en évidence l'incidence de l'usage public des étages sur les contraintes de sécurité, en fonction de la nature des usages : type Y (musée) ou type L (salle polyvalente).

Pour les options les plus ambitieuses (1 et 2), l'importance des infrastructures de desserte à créer induit à proposer de les réaliser en partie en extérieur pour épargner l'espace utile à l'intérieur.

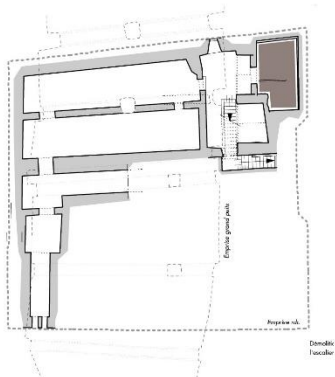
Pour les options modérées (3 et 4), les liaisons verticales à créer sont moins nombreuses et peuvent être réalisées en intérieur.

C'est le programme de salle polyvalente qui leste particulièrement le bilan en termes de dégagements de sécurité. Dans les options 3 et 4, cette composante du programme n'est pas traitée.

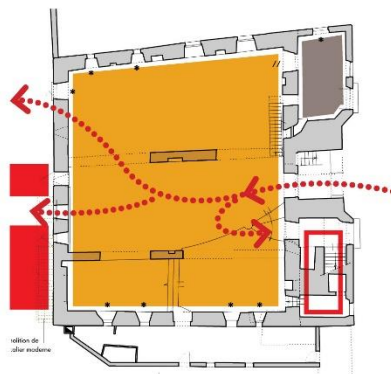
En fonction des différentes options, le programme administratif peut être réalisé intégralement dans la maison du Pardessus (option 3) ou reporté en partie ou en totalité sur la maison du Portier.

La maison du Pardessus

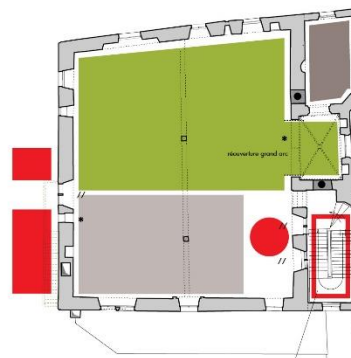
Enjeux et principes de réaffectation



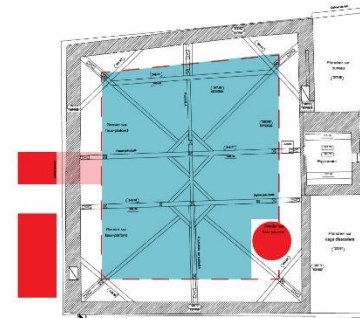
SOUS-SOL
ca 35 m² plancher
Locaux techniques



RDC
ca 320+25m² plancher
Accueil-Boutique 320 m²
Type M - 300 p.
3 dégagts / 6UP



R+1
ca 335+40m² plancher
Exposition 150m²+Admin.100m²
Type Y - 30 p. + personnel - 15 p.
2 dégagts / 4 UP



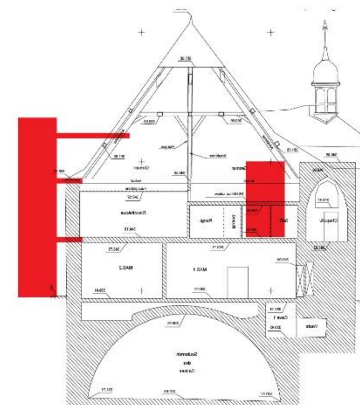
Combles
ca 225m² plancher
Salle polyvalente
Type L - 200 p.
2 dégagts / 3UP

OPTION 1 - HAUTE

Viabilisation en ERP des 3 niveaux avec salle polyvalente dans les combles et exposition temporaire à R+1.

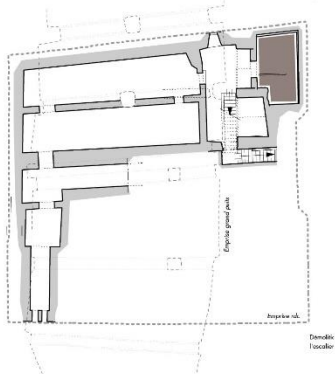
Création d'un ensemble escalier-ascenseur extérieur ; création d'un escalier intérieur entre l'étage et le niveau des combles.

- +++ : Volume intéressant de la salle polyvalente
Bonne liaison entre expo temporaire et accueil.
Capacité exploitable pour l'administration
- : Admissibilité du pylône ext. ?
Salle polyvalente limitée à 200 m² max.
Administration partagée entre maison du Pardessus et du Portier

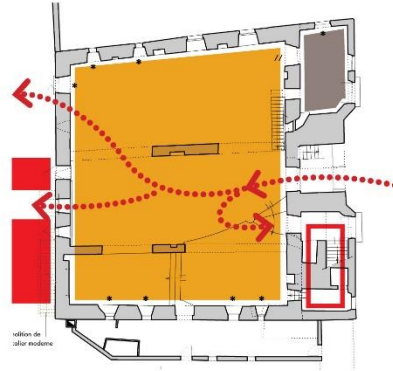


La maison du Pardessus

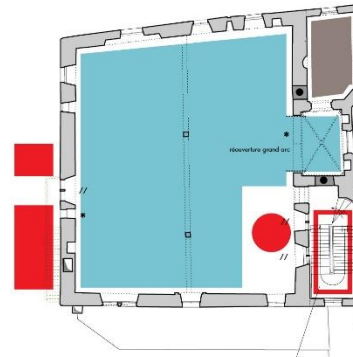
Enjeux et principes de réaffectation



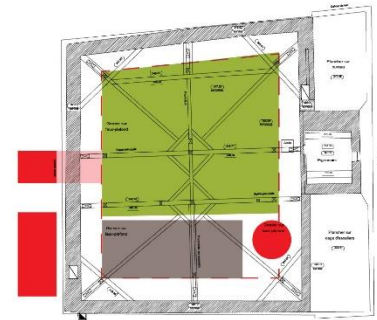
SOUS-SOL
ca 35 m² plancher
Locaux techniques



RDC
ca 320+25m² plancher
Accueil-Boutique 320 m²
Type M - 300 p.
3 dégagts / 6UP



R+1
ca 335+40m² plancher
Salle polyvalente 270 m²
Type L - 270 p
2 dégagts / 4 UP

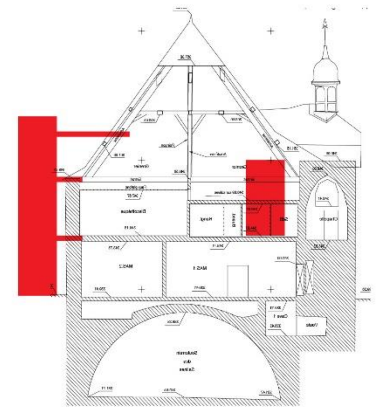


Combles
ca 225m² plancher
Exposition 150 m²
Type Y - 30 p.
2 dégagts / 1 UP+accessoire

OPTION 2 - MÉDIANE

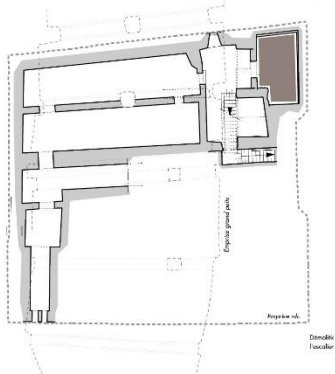
Viabilisation en ERP des 3 niveaux avec salle d'exposition temporaire dans les combles et salle polyvalente à R+1.
Création d'un ensemble escalier-ascenseur extérieur ; création d'un escalier intérieur entre l'étage et le niveau des combles.

- +++ : Surface accrue de la salle polyvalente mais effectif à limiter
Locaux techniques plus conséquents
- : Admissibilité du pylône ext. ?
Exposition temporaire éloignée de l'accueil
Pas de pôle administratif sur place
La maison du Portier abrite tout le pôle administratif

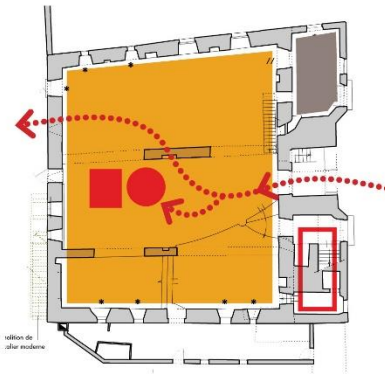


La maison du Pardessus

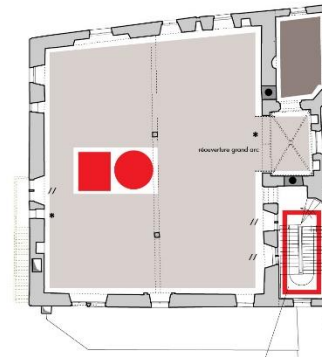
Enjeux et principes de réaffectation



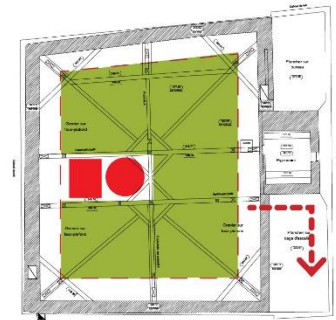
SOUS-SOL
ca 35 m² plancher
Locaux techniques



RDC
ca 320+25m² plancher
Accueil-Boutique 300 m²
Type M - 300 p.
2 dégagts / 4UP



R+1
ca 335+40m² plancher
Administration ca 250 m²
Non ERP - ca 15 p
2 dégagts / 2 UP



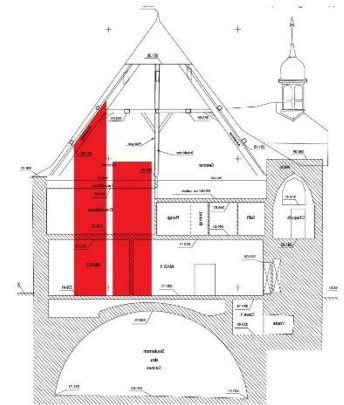
Combles
ca 225m² plancher
Exposition 200 m²
Type Y - 40 p.
2 dégagts / 1 UP+accessoire

OPTION 3 - MODÉRÉE

Viabilisation des 3 niveaux avec salle d'exposition temporaire dans les combles et administration à R+1.

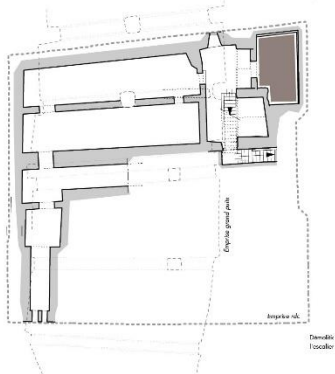
Création d'un ensemble escalier-ascenseur intérieur ; création d'un dégagement accessoire entre l'étage et le niveau des combles.

- +++ : Intervention modérément impactante pour le monument
- Répartition optimisée des effectifs
- Administration regroupée sur place
- Salle d'exposition temporaire plus vaste
- La maison du Portier est libre de toute affectation
- : Pas de salle polyvalente
- Implantation ascenseur sur voûte à valider

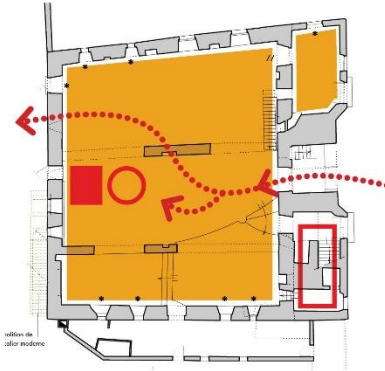


La maison du Pardessus

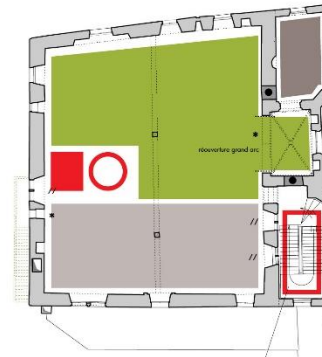
Enjeux et principes de réaffectation



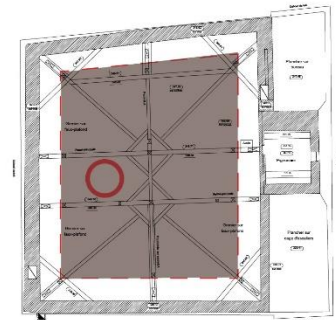
SOUS-SOL
ca 35 m² plancher
Locaux techniques



RDC
ca 320+25m² plancher
Accueil-Boutique 300 m²
Type M - 300 p.
2 dégagts / 4UP



R+1
ca 335+40m² plancher
Exposition 150m²+Admin.100m²
Type Y - 30 p. + personnel - 15 p.
2 dégagts / 2UP+accessoire

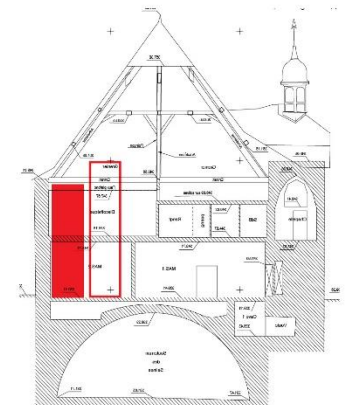


Combles
ca 225m² plancher
Technique 200 m²
Non ERP
1 dégagt

OPTION 4 - BASSE

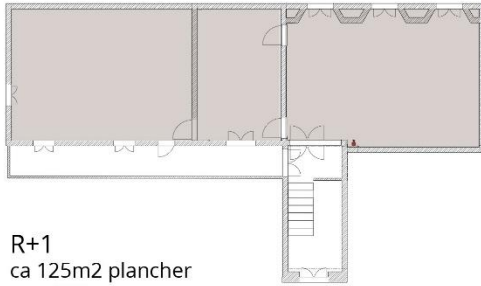
Viabilisation des 2 niveaux avec salle d'exposition temporaire et administration à R+1.
Création d'un ensemble escalier-ascenseur intérieur ; création d'un dégagement accessoire entre l'étage et le RDC, assurant la desserte des combles.

- +++ : Intervention modérément impactante pour le monument
Intervention minimale sur le plancher des combles
- - - : Pas de salle polyvalente
Administration divisée entre maisons du Pardessus et du Portier

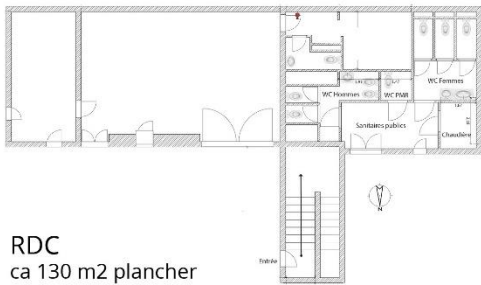


La maison du Portier

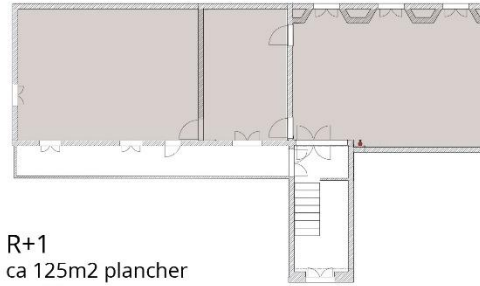
Enjeux et principes de réaffectation



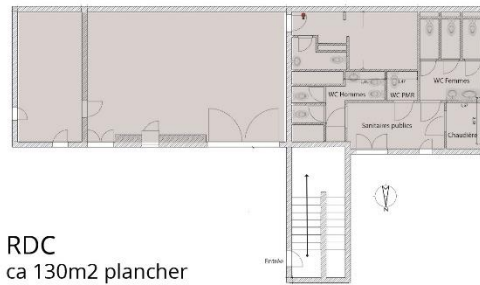
R+1
ca 125m2 plancher
non ERP



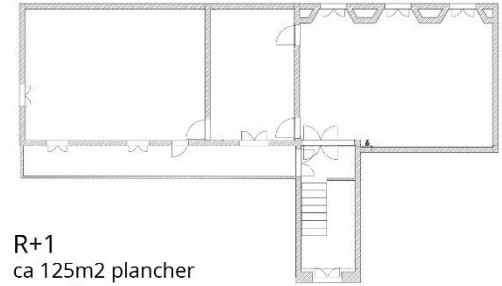
RDC
ca 130 m2 plancher
non affecté



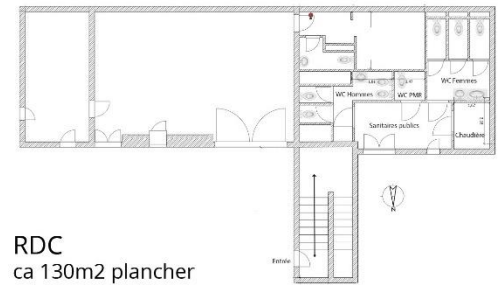
R+1
ca 125m2 plancher
on ERP



RDC
ca 130m2 plancher
on ERP



R+1
ca 125m2 plancher
non affecté



RDC
ca 130m2 plancher
non affecté

MAISON DU PORTIER - OPTIONS 1 et 4

Administration au niveau R+1
ca 125m2 de plancher
Pas de classement ERP en étage
Affectation du RDC à déterminer (en tenant compte des contraintes de voisinage de deux établissements différents)

MAISON DU PORTIER - OPTION 2

Administration sur les 2 niveaux
ca 255m2 de plancher
Pas de classement ERP

PM - MAISON DU PORTIER - OPTION 3

Pas d'affectation de la maison dans le cadre du projet.
Maison disponible pour une autre affectation

Les bâtiments d'exploitation

Enjeux et principes de réaffectation

Les conditions de réaffectation

Le scénario proposé pour la restauration et le redéploiement de la visite dans l'ensemble des bâtiments d'exploitation repose sur les principes suivants :

- Traitement des priorités sanitaires identifiées ;
- Préservation de la qualité architecturale du projet de 2009 ;
- Déploiement d'un parcours cohérent, exploitable en visite libre, valorisant largement l'ensemble patrimonial ;
- Création d'espaces capables d'assurer la présentation d'une partie des collections du musée dans des conditions de conservation acceptables.

Les conditions générales d'accès des publics

Les publics courants accèdent au bâtiment d'exploitation à travers l'accueil implanté dans la maison du Pardessus.

La cour entre les deux bâtiments est close et réservée aux visiteurs du monument. Elle reste à ciel ouvert mais les circulations entre les bâtiments peuvent être protégées par un auvent. L'accès à la galerie des alandiers des poêles devra pouvoir s'effectuer depuis la cour close.

L'accès actuel sera réservé aux groupes utilisant l'atelier du pôle animation, déployé dans l'actuelle salle d'introduction à la visite. L'accueil actuel servira

d'accueil-groupe déporté et vestiaire.

La salle de l'appentis sud disposera également d'un accès indépendant. Elle constituera une capacité-relai pour les fonctions d'animation et de diffusion.

Le parcours de visite

Le parcours commence au RDC du magasin des sels dont deux travées sont rendues accessibles.

- La première est un espace d'introduction dans lequel la « poêle à sel » moderne pourrait être mise en scène.
- La seconde est traitée sur le principe de « boîte dans la boîte » pour permettre une régulation thermique et la présentation des collections. Elle intègre un escalier pour l'accès à l'étage (l'ascenseur existant permet l'accès PMR).

A l'étage la visite se déploie en boucle à partir de la passerelle à créer dans la charpente du magasin des sels, puis à travers la salle des poêles scénographiée, et enfin à travers les deux espaces de l'étage du projet 2009, qui complètent le parcours avec une présentation des collections du musée.

Le retour vers la cour s'effectue par l'escalier en pignon nord, sans interférer avec le parcours « aller ».

Les bâtiments d'exploitation

Enjeux et principes de réaffectation

- Atelier pédagogique : 67 m²
Accueil groupes et vestiaires : 45 m²
- Espaces muséaux permanents en ambiance régulée : 375 m²
dont « boîte » à créer au RDC du magasin à sels : 100 m²
- Espaces à scénographe en ambiance non régulée :
RDC du magasin à sel : 150 m²
R+1 du magasin à sel : 100 m²+passerelle
R+1 bâtiment des poêles : 900 m²

La cour entre maison du Pardessus et magasin à sels est dotée de coursives couvertes pour abriter les liaisons (longueur ca 35m)

NB : la faisabilité est représentée avec l'option 3 pour la maison du Pardessus mais elle fonctionne avec toutes les autres.

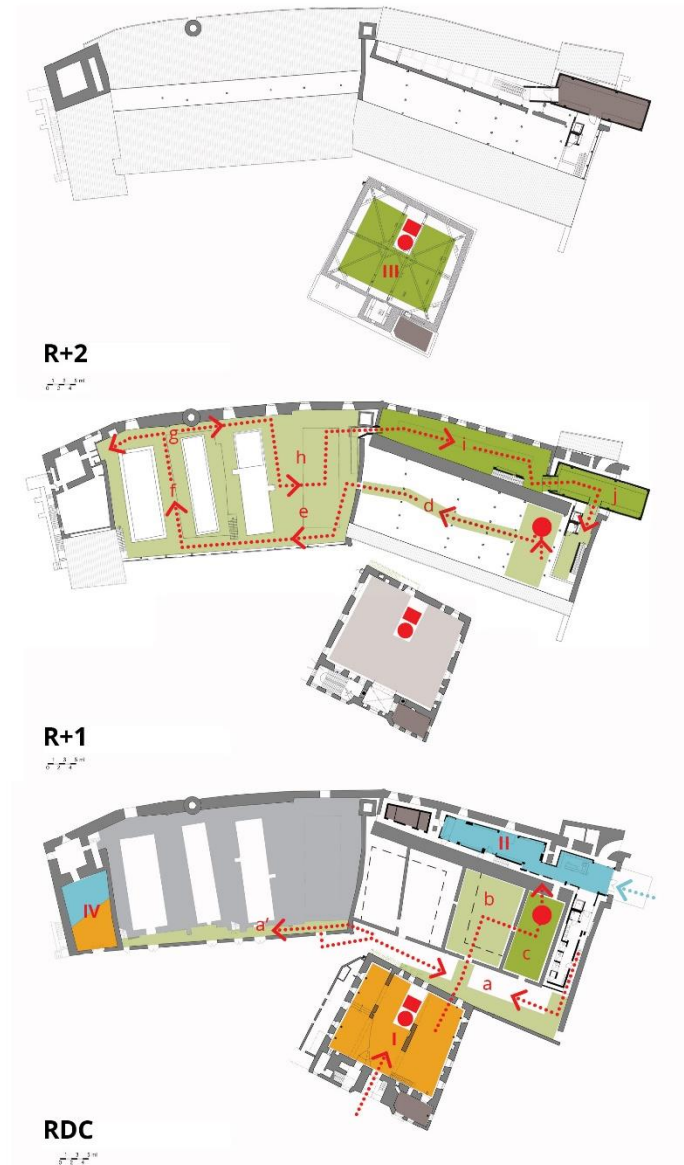
Fonctionnalités publiques

- I - Accueil-librairie
- II - Atelier pédagogique
- III - Exposition temporaire
- IV - Salle hors-sac, relais animation

Thématique du parcours

- a - Cour de la saline
- b - L'eau salée souterraine
- c - La matière sel et sa diffusion
- d - Le grand magasin
- e - Le bâtiment des poêles
- f - Les gestes du saunier
- g - De Salins à Arc-et-Senans
- h - Mémoire de sauniers
- i j - Salins ville du sel

- Pôle Accueil-Services au public
- Pôle Diffusion et Ressources
- Pôle Visite / Exposition (ambiance contrôlée / non contrôlée)
- Pôle Administration
- Pôle Logistique et Technique
- Escalier à créer
- Ascenseur à créer



Pré faisabilité économique et organisationnelle

Projection de la fréquentation

Modèles analogiques

L'analyse d'équipements équivalents dite de « produits »

Cette technique analyse les paramètres qui caractérisent l'équipement de référence (attractivité, environnement, accessibilité, dimensionnement, offres et services...) et son marché (population résidentes, flux touristiques). Le futur centre européen de la représentation des conflits est ensuite confronté à cette analyse par comparaison, ce qui permet de dégager une fréquentation induite.

Cette analyse a porté sur les structures suivantes :

- *L'Aventure Michelin – Clermont-Ferrand*
- *L'Ecomusée Textile de Wesserling – Husseren-Wesserling*
- *Les Mines de Sel de Bex – Bex (Suisse)*

**De cette analyse
découle un objectif de
fréquentation d'environ
85 000 visiteurs
annuels (en année de
croisière)**

L'analyse de sites de visites du territoire à 1h dite de « marché »

Cette technique propose la même analyse mais en portant davantage sur la comparaison plus approfondie des caractéristiques de l'offre de ces sites vis-à-vis du futur centre européen.

Cette analyse a porté sur les structures suivantes :

- *La Saline royale d'Arc-et-Senans – Arc-et-Senans*
- *La Maison du Comté Poligny – Poligny*
- *Le Musée Courbet – Ornans*

**De cette analyse
découle une
fréquentation d'environ
93 000 visiteurs
annuels (en année de
croisière)**

Projection de la fréquentation

Modèle analytique

L'analyse selon la méthode analytique

Cette technique propose une analyse par application de taux de pénétration aux segments de clientèle identifiés dans la zone de chalandise définie lors de l'étude de marché.

Les segments de clientèle définis sont :

- Les résidents habitant à 30 min et à 1h du site
- Les groupes scolaires à 30 min et à 1h du site
- Les excursionnistes et les touristes à 30 min, 1h et 2h du site

	Résidents		Scolaires (-18 ans)		Touristes / Vacanciers		
	Zone primaire	Zone secondaire	zone primaire	zone secondaire	Zone primaire	Zone secondaire	Zone tertiaire
1. taux de marché potentiel	60%	35%	90%	50%	90%	60%	20%
2. taux d'information	90%	60%	90%	70%	75%	50%	25%
3. taux d'intérêt du site	70%	50%	80%	60%	50%	40%	25%
4. taux d'accessibilité	80%	50%	60%	35%	50%	20%	10%
5. taux de pénétration (1 x 2 x 3 x 4)	30,2%	5,3%	38,9%	7,4%	16,9%	2,4%	0,1%
6. Population de base	68 848	562 633	3 800	143 027	505 600	3 894 400	12 794 696
7. Marché potentiel	20 820	29 538	1 477	10 512	85 320	93 466	15 993
8. Taux de captation annuel	15%	10%	30%	25%	55%	35%	10%
Fréquentation estimée	3 123	2 954	443	2 628	46 926	32 713	1 599

6 077

3 071

81 238

Fréquentation totale estimée

90 386

part de chaque segment

7%

3%

90%

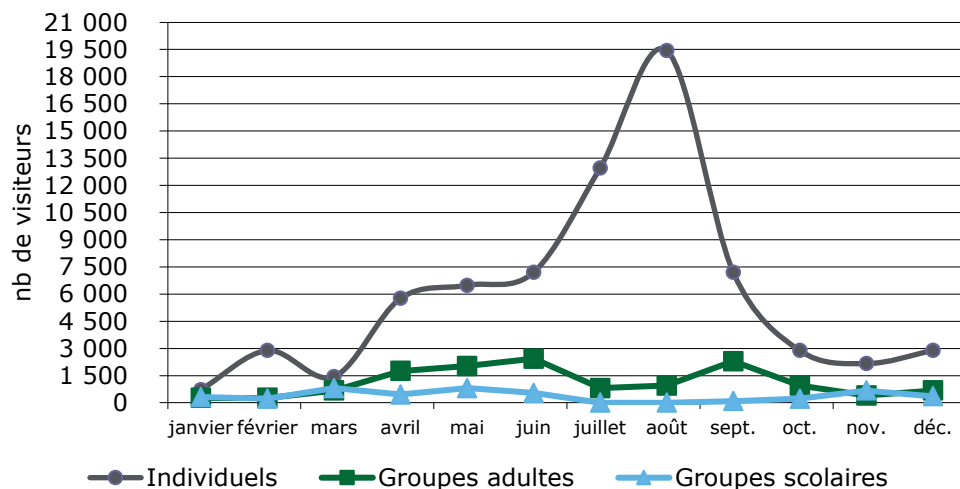
Projection de la fréquentation

Au regard des analyses analogiques et analytiques, l'objectif de fréquentation retenu est de :

90 000 visiteurs pour l'ensemble des activités de la Grande Saline

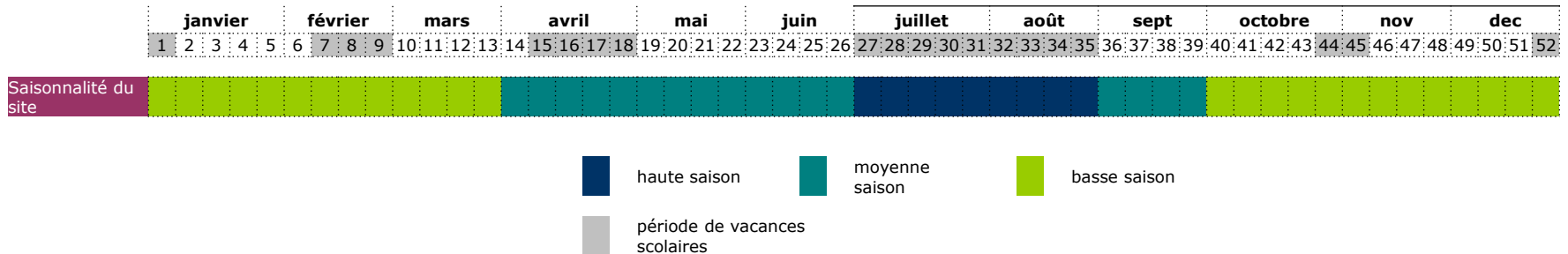
segments de clientèle	hypothèse répartition	objectif par segments
individuels adultes	70%	63 000
individuels enfants	10%	9 000
groupes scolaires	5%	4 500
groupes adultes	15%	13 500
total	100%	90 000

**Répartition mensuelle de l'objectif de fréquentation
Tous publics**



- Une fréquentation très largement liée aux touristes et aux excursionnistes, soumise à une saisonnalité très marquée, avec un pic en période estivale et une fréquentation en progression sur les ailes de saison.
- Des publics individuels qui représentent 80% de la fréquentation, avec une prédominance des publics adultes du fait de la spécificité du sujet et de la typologie des clientèles touristiques présentes sur la zone.
- Des groupes adultes portés par la part importante de séniors résidents dans la zone de chalandise et par un public d'excursionnistes, susceptibles de faire le déplacement pour visiter une offre d'envergure.
- La fréquentation scolaire suit le rythme de l'année scolaire, avec des pics de fréquentation en mars, mai, et novembre et une absence de ce type de public durant les vacances. À noter, ce type de public étant peu nombreux dans la zone de chalandise et fortement sollicité par les autres équipements de visite situés à proximité, il paraît peu probable de pouvoir développer fortement ce segment.

Ouverture



	conditions d'ouverture	dates
Configuration basse saison	mardi - dimanche 10h - 12h 14h - 17h	janvier - mars octobre - décembre
Configuration moyenne saison	Tous les jours 10h - 18h	avril-juin septembre
Configuration haute saison	Tous les jours 9h - 20h	juillet-août

- Une ouverture toute l'année, dans la continuité de l'ouverture actuelle
- Une saisonnalité organisée en 3 périodes, qui correspondent à des niveaux d'activité différenciés, adaptés à la fréquentation prévisionnelle du site :
 - Une basse saison de janvier à mars et d'octobre à décembre, avec une ouverture 6 jours sur 7 (fermeture hebdomadaire le lundi), avec une pause méridienne de 2h - 4 visites guidées de la galerie/j
 - Une moyenne saison d'avril à juin et en septembre, qui correspond aux ailes de saison touristique, avec une ouverture 7 j/j et en journée continue de 10h à 18h - 4 visites guidées de la galerie/j
 - Une haute saison en juillet et août, période de forte fréquentation touristique, avec une ouverture 7j/7 et une extension des horaires en journée continue de 9h à 20h - 10 visites guidées de la galerie / j

La politique tarifaire

Billetterie	en € TTC
Entrée plein tarif (TP)	11,00 €
Entrée tarif réduit (TR)	8,00 €
Entrée Groupe	8,00 €

Animations individuels / groupes	en € TTC (en + du billet d'entrée)
Visite guidée Individuels	4,00 €
Visite guidée Groupe	4,00 €
Atelier Individuels	5,00 €
Évènementiel TP	10,00 €
Évènementiel TR	8,00 €
Videomapping	5,00 €

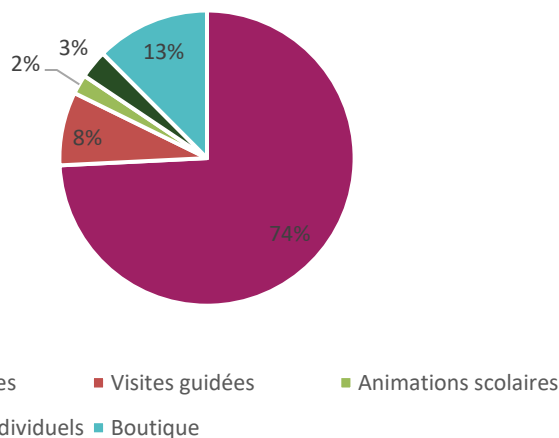
Scolaires	en € TTC (billet compris)
Visite + Atelier	5,00 € / élève

- Une revalorisation des tarifs des billets d'entrée de 22% pour le plein tarif et une homogénéisation des tarifs réduits pour s'aligner avec les sites de visites environnants et comparables (TP à 14 € et TR à 10,5€ à la Saline Royale, 11€/7€ à l'Aventure Michelin) Des entrées qui comprennent l'accès au site, l'accès à l'exposition temporaire et la visite guidée de la galerie souterraine
- Une politique de tarif réduit étendue, qui s'adresse aux principales catégories de publics empêchés : jeunes de 7 à 18 ans, étudiants de moins de 26 ans, personnes en situation de handicap, demandeurs d'emplois, bénéficiaires des minimas sociaux, partenaires (ambassadeurs CRT et CDT, pass Juramusée...)
- Une politique partenariale de billets couplés avec la Saline royale qui donne accès au tarif réduit
- Une politique de gratuité qui s'applique aux enfants de moins de 6 ans, en conformité avec les pratiques des sites environnants et aux professionnels du secteur (ICOM, Juramusées, Presse, Guides conférenciers...)
- Des prestations complémentaires tarifées en plus du billet d'entrée :
 - visite guidée de l'ensemble du site
 - ateliers pédagogiques pour enfants
 - Vidéomapping en soirée en haute saison
- Un tarif pour les publics scolaires à 5 €/ élève, intégrant une visite guidée du site et un atelier pédagogique
- Des tarifs spécifiques pour les événements organisés par la Grande Saline, avec un tarif réduit proposé dans les mêmes conditions que pour le billet d'entrée

Approche budgétaire

Les recettes

Recettes en année de croisière

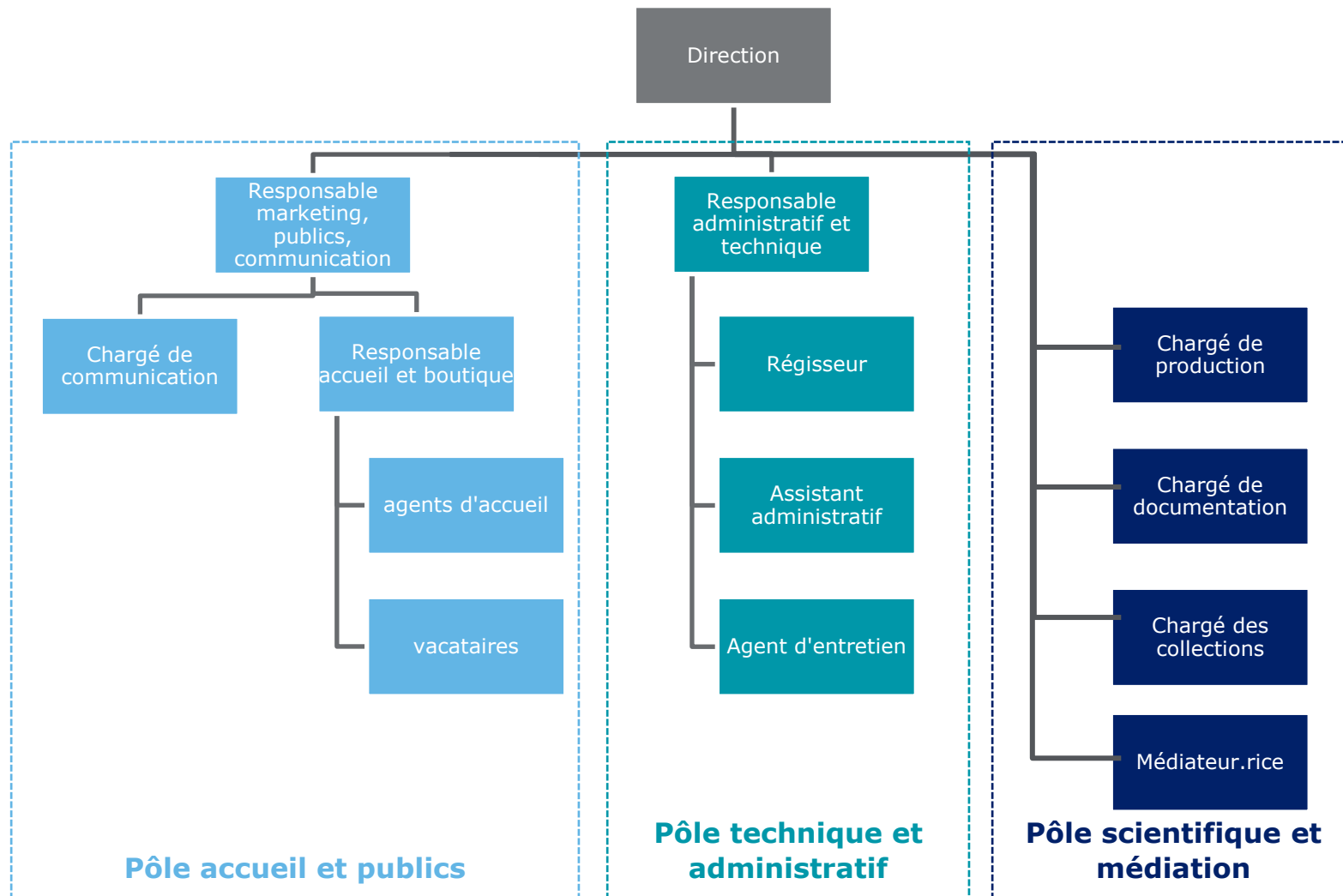


- Des recettes de billetterie qui représentent plus de 80% des ressources propres, particulièrement portées par les entrées simples.
- Des produits complémentaires qui permettent de faire progresser les ressources propres
- Des recettes liées à l'accueil de scolaires relativement limitées du fait de la politique tarifaire accessible et de la faible part que représentent ces publics dans le visitorat.
- La boutique, grâce à un redéploiement conséquent, représente près de 13% des recettes, avec un panier moyen visiteur en progression (1,70€ / visiteur contre 1,22€ en 2022). On capitalise ainsi sur les bonnes performances en la matière réalisées aujourd'hui avec un outil pourtant peu adapté

en année croisière	CA en € TTC	% CA	Evol / 2022
Visites	864 810 €	81%	+97%
<i>Entrées simples</i>	780 210 €	73%	
<i>Visites guidées</i>	84 600 €	8%	
Animations scolaires	22 500 €	2%	+83%
Animations individuels	32 880 €	3%	
Boutique	131 100 €	13%	+67%
Total général	1 051 290 €	100%	+95%

Approche budgétaire

Organigramme



Approche budgétaire

La masse salariale

SALARIES	nb de postes	ETP par fonction
Direction	1	1,00
Pôle Accueil et publics		
Responsable marketing, publics, communication	1	1,00
Chargé.e de communication et partenariats	1	1,00
Responsable accueil et boutique	1	1,00
Agent d'accueil	1	1,00
Accueil saisonnier	5	1,75
Pôle administratif et technique		
Responsable administratif et technique	1	1,00
Assistant administratif	1	1,00
Agent d'entretien	1	1,00
Régisseur	1	1,00
Pôle scientifique		
Chargé.e de recherche et documentation	1	0,75
Chargé.e des collections	1	0,75
Chargé.e de production	1	0,75
Médiateur.rice	3	2,25
<i>Médiation assurée par les autres salariés</i>	3	0,75
total	23	16
Masse salariale	599 000 €	

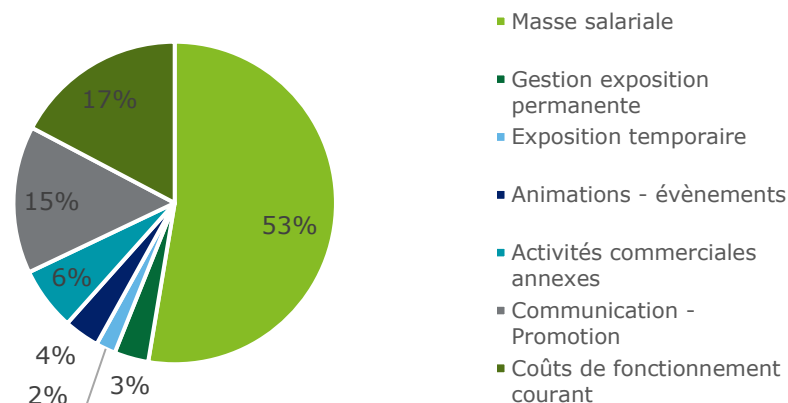
Les principes d'organisation

- Un allègement de la charge de guidage qui pesait sur la quasi-totalité de l'équipe de la Grande Saline au profit du développement d'autres missions mais le maintien du principe de polyvalence entre guidage et missions scientifiques : les chargés de recherche, collection et production consacrent 0,25 ETP chacun aux missions de guidage.
- Une structuration de l'équipe en 3 pôles principaux, avec la création de postes d'encadrement :
 - scientifique et médiation (rattaché directement à la direction)
 - accueil et publics
 - technique et administratif
- Un besoin de 14,25 ETP permanents contre 7 actuellement, une augmentation justifiée par l'évolution du projet : augmentation de l'ambition des activités de programmation temporaire (exposition temporaire, événements), augmentation du volume de médiation enfant (ateliers enfants, visites scolaires...), augmentation des performances commerciales de la boutique qui nécessitent davantage de temps...
- Un dimensionnement des besoins en accueil qui n'intègre pas les besoins en information touristique de l'office de tourisme. Des **mutualisations de postes seraient possibles** en basse saison, les conseillers en séjour de l'office de tourisme pouvant assurer des missions de commercialisation des billets de la Grande Saline. En revanche, la réalisation des missions de conseil en séjour par les agents d'accueil de la Grande Saline nécessiterait une formation spécifique du personnel.
- Un besoin de 14,25 ETP permanents et d'un renfort saisonnier équivalent à 1,25 ETP pour l'accueil, qui correspond à une augmentation de 54% de la masse salariale par rapport à 2022.

Approche budgétaire

Les dépenses

Dépenses en année de croisière



DEPENSES	En € TTC	Evol / 2022
Masse salariale	599 000 €	+ 54%
Gestion exposition permanente	39 000 €	
Animations - Evènements	63 000 €	+1210%
Exposition temporaire	22 500 €	
Animations - évènements	40 500 €	
Activités commerciales annexes	72 000€	+55%
Communication - Promotion	170 500 €	+144%
Coûts de fonctionnement courant	198 000 €	+158%

Total général 1 137 600 € +107%

- Une progression générale des dépenses de 109% par rapport à 2022, liée au développement des activités du site
- La masse salariale, premier poste de dépenses, en progression de 54% qui atteint 16 ETP permanents et saisonniers
- Un renforcement de l'offre d'animation et d'évènements qui implique une augmentation des coûts de production par rapport à l'activité actuelle du site, mais dont le niveau reste très maîtrisé
- Un renforcement du budget de communication, qui correspond à 15% des dépenses
- Les coûts de fonctionnement courant, qui correspondent aux coûts d'énergie et fluides, à l'entretien courant - maintenance des bâtiment, aux frais de fonctionnement et autres frais administratifs progressent mécaniquement du fait de l'augmentation des surfaces contrôlées climatiquement et des hausses de prix de l'énergie

Approche budgétaire

Le coût brut de fonctionnement

RECETTES

1 051 290 €

DEPENSES

1 137 600 €

Coût brut de fonctionnement

-86 310 €

+/-10%

Recette par visiteur 12 €

Taux d'autofinancement 92%

- Un projet d'équipement au rayonnement accru, avec un modèle économique solide et pérenne basé sur :
 - Le développement de l'activité cœur de visite et des produits annexes, une optimisation des paramètres tarifaires et de gestion et un développement de la boutique, pour un équipement plus pérenne
 - La maîtrise des dépenses de fonctionnement, propre aux sites patrimoniaux dotés d'espaces non contrôlés climatiquement et le principe de financement d'activités culturelles rentables
- Un coût brut de fonctionnement estimé à environ 86K€ par an en année de croisière
- Un taux d'autofinancement particulièrement performant qui permet d'envisager de maintenir le petit équilibre, moyennant quelques ajustements à la marge

- Un modèle économique de monument touristique performant, permis par les bonnes performances commerciales mais aussi les moyens humains qui restent mesurés (malgré leur augmentation), un budget de programmation culturelle contraint et un chauffage limité du site de part sa configuration même.
- Des investissements qui seront nécessaires à la fois pour l'entretien et le renouvellement de l'attractivité, compte-tenu d'un modèle fondé sur l'attractivité du parcours permanent, et qui ne pourront être couverts par l'exploitation.

Première approche de l'investissement

Première approche de l'investissement

Estimation prévisionnelle						Estimation PPI travaux + études
		Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	
Coût travaux HT projet						
Réhabilitation Grande Saline	Magasin des sels	400 000 €	400 000 €	400 000 €	400 000 €	575 000 €
	Bâtiment d'évaporation	900 000 €	900 000 €	900 000 €	900 000 €	985 600 €
	Tour du Reculoz et apprentis	220 000 €	220 000 €	220 000 €	220 000 €	220 640 €
Aménagements Grande Saline	Aménagement, lots techniques, muséographie	2 700 000 €	2 700 000 €	2 700 000 €	2 700 000 €	819 000 €
Travaux extérieurs, circulation couverte de liaison		100 000 €	100 000 €	100 000 €	100 000 €	
Maison du Pardessus		2 120 000 €	2 020 000 €	1 920 000 €	1 600 000 €	3 700 000 €
Maison du Portier		90 000 €	180 000 €	- €	90 000 €	
TOTAL COUTS HT TRAVAUX		6 530 000 €	6 520 000 €	6 240 000 €	6 010 000 €	
TOTAL ETUDES		1 345 000 €	1 343 000 €	1 282 000 €	1 240 000 €	
TOTAL OPERATION HT		7 875 000 €	7 863 000 €	7 522 000 €	7 250 000 €	6 300 240 €
TOTAL OPERATION TTC		9 450 000 €	9 435 600 €	9 026 400 €	8 700 000 €	
Galerie souterraine*						7 033 975 €*
Place des salines et parvis Maison du Pardessus						1 080 000 €
TOTAL OPERATION TTC AVEC GALERIE ET PLACE		19 186 770 €	19 172 370 €	18 763 170 €	18 436 770 €	

Des ajustements par rapport à l'estimation du PPI liés à des évolutions du périmètre d'intervention

- Reprise et actualisation du chiffrage suite au diagnostic Cairn (2016) pour le magasin des sels, le bâtiment d'évaporation et la tour du Reculoz et son apprentis
- Une augmentation du niveau d'intervention pour l'aménagement de la Grande Saline : nouvel accueil, boîte dans le magasin des sels, passerelle, intervention muséographique plus étendue
- Réduction des interventions prévues dans la maison du Pardessus (notamment la modification du niveau des planchers)
- Intervention dans la maison du portier

Première approche de l'investissement

***Les interventions prévues dans la galerie souterraine**

Le présent projet n'intègre pas d'intervention dans la galerie souterraine. Un renfort de muséographie pourrait être envisagé à court terme pour un montant travaux de 150 000€ HT.

Le périmètre des travaux indiqué au PPI dans les lignes « Restauration du Puits à Grey » et « Déblaiement Est du puits à Grey » n'est pas précisé. Il conviendrait éventuellement d'envisager dans un 1^{er} temps de régler les problématiques suivantes :

- Analyse de l'origine des infiltrations, suivie des travaux adéquats
- Rendre accessible PMR la galerie avec escalier de secours et ascenseur
- Ventiler la zone pour limiter l'exposition au radon du public et du personnel
- Traiter l'humidité résiduelle par de la ventilation régulée en T° et en H°
- Identifier les meilleures solutions pour désenfumer la galerie

In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

dangles architectes

