



**Domaine national
de Chambord**



Rapport d'activités 2015



Sommaire

04 Édito

06 Chiffres clés



08

08 1. L'accueil du public

- 1.1 Bilan de la fréquentation en 2015
- 1.2 Obtention de la marque « Qualité Tourisme »
- 1.3 L'accueil des visiteurs
- 1.4 Les actions éducatives
- 1.5 L'accueil du public dans la réserve de la chasse et de faune sauvage

18 2. La programmation culturelle et les activités proposées au public

- 2.1 La programmation culturelle
- 2.2 Les activités de loisirs



18



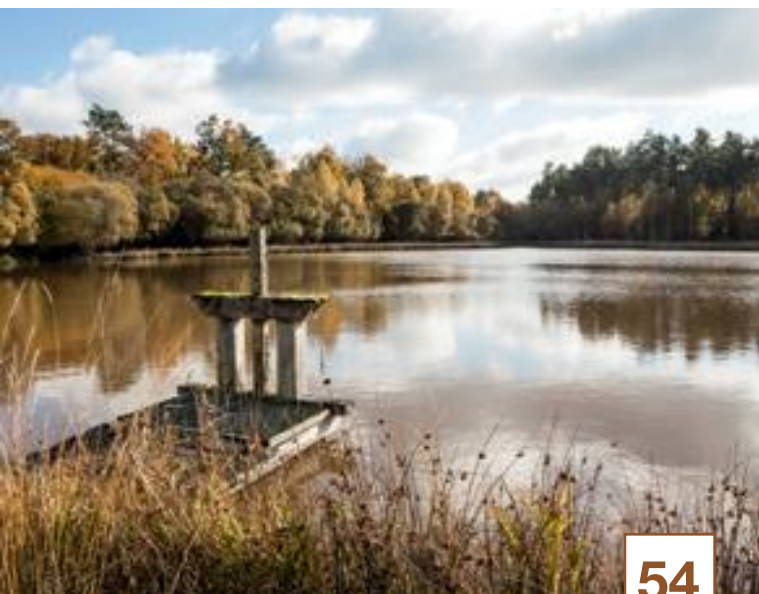
26

26 3. Le développement et le rayonnement

- 3.1 Le développement touristique
- 3.2 Chambord à l'international
- 3.3 L'offre commerciale
- 3.4 Le mécénat
- 3.5 Les événements
- 3.6 La communication

42 4. L'entretien, la restauration et la conservation du patrimoine

- 4.1 Les restaurations du château
- 4.2 Les travaux aux abords du château
- 4.3 Les travaux sur l'ensemble du domaine
- 4.4 La vigne de François I^{er}
- 4.5 Enrichissement, mise en valeur et présentation des collections



54

54 5. Refondation de la réserve nationale de chasse et de faune sauvage

- 5.1 La gestion cynégétique
- 5.2 Les activités scientifiques à Chambord
- 5.3 La gestion forestière
- 5.4 La sauvegarde de la biodiversité
- 5.5 Les produits issus de la chasse et de la forêt



42



62

62 6. L'établissement public et sa gestion

- 6.1 L'organisation statutaire et administrative
- 6.2 La gestion administrative et financière
- 6.3 La gestion des ressources humaines
- 6.4 Les moyens informatiques

83 7. Annexes

- 7.1 Organigramme
- 7.2 Les instances statutaires

83



La consolidation touristique, dans le deuil national et dans une vigilance accrue

Notre pays a déjoué de nombreuses tentatives d'attentats en 2015 et subi, malgré tout, six attentats qui ont fait 148 morts. Cette suite tragique a fait de 2015 une année difficile pour l'accueil de visiteurs internationaux. Les conséquences dans le secteur du tourisme s'en ressentent encore au premier semestre 2016.

Pourtant, et heureusement, la vie continue et la France fait des efforts considérables pour sa promotion à l'étranger. Notre pays a ainsi battu son propre record de fréquentation en 2015, avec 84,5 millions de visiteurs internationaux (hors DOM-TOM). La France continue d'être la première destination mondiale en nombre de visiteurs. L'effet des attentats est néanmoins perceptible. D'après l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), la progression de la fréquentation internationale a été de 0,9 % en France en 2015 pour 4 % à l'échelle mondiale (1,18 milliard de visiteurs internationaux) et 5 % pour l'Europe, qui reste, de loin, la région du monde la plus visitée (609 millions de touristes internationaux). En novembre/décembre 2015, la fréquentation touristique a baissé de 15 % à Paris.

Plusieurs institutions patrimoniales en région parisienne ont terminé l'année en diminution de leur fréquentation, pour certaines pour la première fois depuis une ou deux décennies.

À Chambord, le nombre de visiteurs (internationaux et nationaux) a augmenté de 1,84 % en 2015 à 783 350 entrées dans le château. Le nombre de visiteurs nationaux progresse nettement (+13 000 personnes), celui des visiteurs internationaux faiblement (+1 000 personnes). Le taux de visiteurs étrangers passe de 45 % à 44 % en 2015. La forte augmentation des Chinois, des Américains, des Espagnols et des Néerlandais (+11 000) a plus que compensé la baisse des visiteurs des autres pays, notamment des Japonais, Russes, Allemands et Brésiliens.

La fréquentation touristique représentant près de 90 % de nos recettes propres qui, elles-mêmes, en 2015, couvraient 86,5 % de notre budget de fonctionnement, examinons la davantage :

Il est difficile de déterminer les causes de l'augmentation du visitorat français qui se consolide d'année en année : déport de fréquentation depuis Paris à cause des attentats, baisse du prix du pétrole et du coût des transports en voiture, météo favorable en été ou bien notoriété accrue de Chambord ? On peut penser qu'un travail méthodique de démarchage commercial commence à donner des résultats ainsi que la présence très forte de Chambord dans les médias, en particulier dans les télévisions nationales au second semestre (deux sujets Des Racines et des Ailes sur FRANCE 3 le 7 octobre - Reportages sur TF1 « Un automne à Chambord » en novembre - « Chambord, le château, le roi et l'architecte » sur ARTE en décembre). Ce sont autant de documentaires, du scientifique au grand public, destinés à repasser périodiquement, qui nous assurent un capital médiatique aux effets positifs durables.

Nous avons accru le nombre de visiteurs traités sans que les statistiques n'en rendent compte jusqu'ici, en intégrant en régie ou en coproduction et en élargissant la gamme des prestations offertes (voitures électriques) des activités de loisir qui représentent à elles seules 110 668 personnes et s'ajoutent aux visiteurs du monument. Ainsi, sans décompter les promeneurs et les personnes qui se contentent d'un arrêt photo à Chambord, notre établissement public accueille aujourd'hui 894 018 visiteurs. C'est le périmètre qu'il convient de prendre en compte désormais dans la présentation du nombre de visiteurs, comme approuvé par le conseil d'administration du printemps 2016. Ce calcul correspond à la stricte réalité humaine, économique et touristique et rend mieux compte du travail effectué par nos équipes.

L'objectif d'un million de visiteurs dans le château en 2020 est réaliste, il reste atteignable. Si on le calcule par rapport au périmètre traditionnel de 783 350 touristes en 2015, il représente une progression de 27,4 %. Si on inclut nos activités installées aux abords immédiats soit 894 018 visiteurs, il représente une progression de 11,12 %. Monsieur Jean-Marc Ayrault, Ministre des Affaires étrangères et du développement international, a rappelé fin 2015 que notre objectif national est d'accueillir 100 millions de visiteurs étrangers d'ici 2020, contre 84,5 millions aujourd'hui, soit une progression de 18,3 %. L'Organisation mondiale du tourisme indique que le nombre de visiteurs internationaux devrait continuer de progresser de 4 % en 2016 et atteindre 1,4 milliard de touristes internationaux en 2020 contre 1,18 en 2015 soit +18,6 %. Notre objectif, selon le périmètre retenu, conformément à l'objectif national, consiste au minimum à conserver notre part de marché mais, plus volontairement, à battre le marché.

La fréquentation touristique est certes une clef pour atteindre notre pleine autonomie financière en fonctionnement en 2020 (89 % prévus en 2016). Chaque nouveau visiteur apporte en moyenne 15 euros de chiffre d'affaires et nous coûte environ de 5 à 7 euros. Ainsi, 150 000 à 200 000 visiteurs supplémentaires sont suffisants pour couvrir nos besoins de fonctionnement en régime de croisière, même s'ils engendrent des coûts de structure supplémentaires (augmentation des effectifs, entretien du monument et des abords, usure des équipements). Mais notre sécurité financière proviendra également de la gestion de marque, de la valorisation des produits de Chambord (bois, cuir, miel) et de notre patrimoine.

La plantation des vignes de Chambord en juin 2015 est un fait marquant à cet égard, tout autant un atout supplémentaire dans notre stratégie touristique, car il nous manquait le vin pour nous inscrire dans la démarche touristique du Val de Loire, que dans la création de recettes indépendantes de la fréquentation proprement dite. L'accueil réservé par la presse et par les mécènes (d'ores et déjà 350 pieds adoptés en six mois) est une belle promesse d'avenir.

Chambord n'a ménagé aucun effort pour mettre toutes les chances de son côté et accueillir davantage de visiteurs, dans de meilleures conditions tout en veillant à la préservation du site, dans une démarche qui s'inspire de plus en plus du tourisme durable et de l'éco-responsabilité. C'est ainsi qu'ont été engagés, dans les temps, les chantiers d'accueil du public dépendant de l'établissement (parcs de stationnement, halle d'accueil, place Saint-Louis, grande promenade) pour une livraison au 21 juin 2016. D'autres équipements ont été accueillis en 2015 comme la Maison des vins sur la place du village. Enfin, le doublement des tribunes (500 places désormais) dans les Écuries du Maréchal de Saxe, permet de présenter au public dans de meilleures conditions le nouveau spectacle, cette année agrémenté de la présence d'une vingtaine de rapaces.

La desserte numérique de Chambord et l'accès aux hautes technologies ont également fait l'objet d'une priorité stratégique pour accéder à de nouveaux publics mais aussi utiliser le visiteur comme notre meilleur ambassadeur à travers le monde (sur les réseaux sociaux, une photo est diffusée en moyenne à 70 personnes). Chambord est le premier château de la Loire à donner accès au Wifi. Sur la proposition du conseil départemental de Loir-et-Cher, aidé par la Région Centre Val de Loire, nous avons accueilli ensemble en juin 2015 un événement consacré à l'expérience numérique, «L'Échappée volée», en partenariat avec TEDxParis. Nous nous sommes dotés d'un ∞ ebmestre et d'un second informaticien. Enfin, Chambord a ouvert au printemps 2015 un nouveau mode de visite, en réalité augmentée, à 360 degrés, permettant la restitution de certains décors intérieurs de 1539, emporté sur tablette numérique, l'HistoPad, créé par une start-up française. Cette offre, qui va encore être enrichie, nous situe désormais en pointe, à une échelle mondiale, dans le recours aux technologies numériques appliquées au tourisme patrimonial.

La diplomatie culturelle et touristique, selon ses canaux traditionnels, a complété ce dispositif pour faire de 2015 une année de relance internationale:

☒ Avec la Chine, nous avons ajouté à notre jumelage conclu en octobre 2014 avec l'Ancien Palais d'Été (Yuangningyuan), une convention de jumelage signé avec l'actuel Palais d'Été (Yiheyuan) le 19 septembre 2015, à Chambord, à l'occasion d'une exposition-dossier. Chambord est le seul lieu dans le monde bénéficiant d'un jumelage avec les Palais d'Été. Versailles est parallèlement jumelé avec la Cité interdite.

☒ En Inde, à l'initiative de notre Ambassadeur, Monsieur François Richier, nous avons signé, le 9 avril 2015, une convention de partenariat avec la Fondation du Maharana d'Udaipur, le Prince Mehar, pour jumeler Chambord et le City Palace, l'un des monuments les plus connus en Inde.

☒ En Italie, dont l'influence fut si forte sur Chambord, nous avons passé une convention de jumelage avec la résidence de chasse des Rois du Piémont, la Venaria Reale, à Turin, le 20 septembre 2015.

Ces trois initiatives ont ceci de commun de faciliter beaucoup la présentation de Chambord à l'étranger en faisant mutuellement bénéficier les partenaires de leur notoriété. Un Chinois ou un Indien situent plus vite Chambord par équivalence avec le Palais d'Été ou les



Jean d'Haussonville

Directeur général du domaine national de Chambord



Guillaume Garot

Président du conseil d'administration

Palais d'Udaipur. Ces conventions font l'objet d'une mise en ∞ uvre effective (échanges d'expositions-dossiers, réseaux numériques, échanges d'expérience). Elles doivent nous permettre d'aller plus vite et plus qualitativement dans la conquête de nouveaux publics en Europe et surtout en Asie.

Notre objectif n'est pas la fréquentation pour la fréquentation, mais un nombre suffisamment important de visiteurs pour garantir l'entretien du domaine et la rémunération des agents en toute sécurité en période de maîtrise des dépenses publiques, pour établir de plain-pied la notoriété de Chambord et ainsi mieux assurer la défense de son nom et de son image, et pour contribuer enfin, de façon civique et solidaire, au développement des territoires dans lesquels nous nous inscrivons.

Devenir «Grand site de France», dans une démarche concertée avec les collectivités locales qui nous entourent et nous accompagnent, résumerait bien notre philosophie et donnerait, dans la candidature à un label administré par le ministre en charge de l'environnement, un sens général à notre évolution.

Chiffres clés

L'exécution budgétaire

15,207 M€

Frais de
fonctionnement

2,841 M€

Investissement
dont **1,183 M€** autofinancés

11,899 M€

Chiffre d'affaires

84,5 %

Taux d'indépendance
financière calculé sur la base
des ressources propres

La fréquentation

993 350

billets délivrés dont
783 350 pour la visite du château
(1,84 % d'augmentation de
fréquentation par rapport à 2014)

110 000

Personnes ont acheté
une activité de loisir

1,5 million

Nombre de visiteurs sur le site

50 000

Élèves accueillis dans le cadre scolaire

Le personnel

132

Personnes permanentes

20

Emplois aidés

L'activité commerciale

2 044 144,34 €

Vente boutique contre
1 826 301,25 € net en 2014

La communication

7 561

Abonnés Facebook au 31 décembre 2015
soit une augmentation de **50 %** du nombre
d'abonnés en un an

2 105 745 €

Bilan de la revue de presse
nationale de mai à décembre 2015

La forêt

10 924 m³

De bois vendus

327 368,94 € HT

De recette obtenue par la
commercialisation du bois

Le patrimoine

203

Meubles, objets d'art et
souvenirs historiques sont
venus enrichir les collections
du domaine en 2015

2,5 M€

De travaux de restauration
sur le château

20

Interventions d'entretien
« *Monument historique* »
sur le château

L'activité culturelle

2 400

Personnes ont assisté aux
deux représentations du
Bourgeois gentilhomme

30 %

Augmentation de la
fréquentation du festival de
Chambord par rapport à 2014



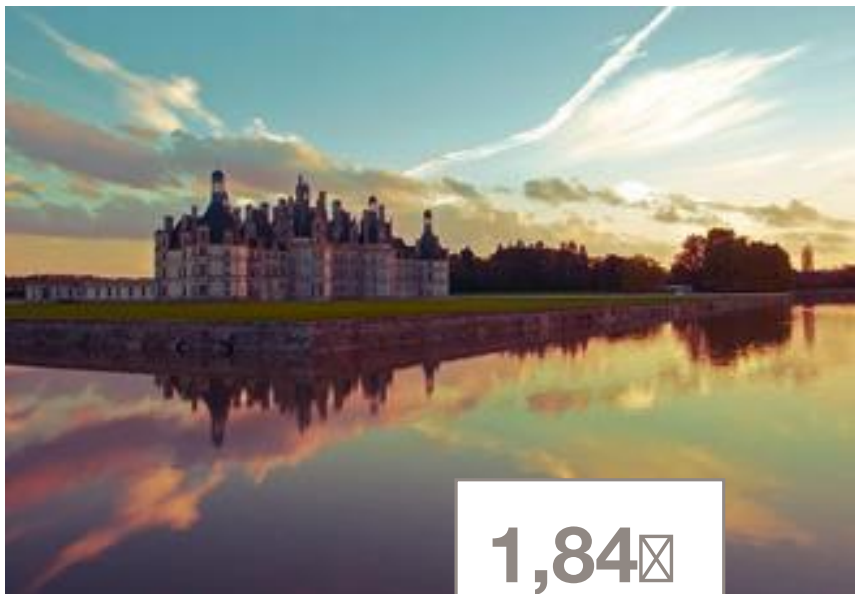


1

L'accueil du public

Le domaine national de Chambord a réalisé en 2015 un nouveau record de fréquentation avec 993 350 billets délivrés, dont 783 350 entrées dans le château, et 1,5 million de visiteurs sur l'ensemble du domaine. Au total, Chambord enregistre une hausse de 1,84 % par rapport à l'année 2014 et obtient donc des résultats des résultats satisfaisants, permettant de dépasser le record de fréquentation de l'année 2011.

Ce bilan encourageant invite à regarder l'avenir avec confiance pour la fréquentation du monument : le recours plus large au numérique et aux nouvelles technologies, l'accroissement du tourisme international, la réhabilitation des abords du château et la poursuite de la rénovation du bâtiment sont autant de conditions favorables au développement de Chambord.



1,84%

Hausse de la fréquentation du château de Chambord

1.1 Bilan de la fréquentation en 2015

QUELQUES CHIFFRES

Durant l'année 2015, le domaine national de Chambord a comptabilisé un total de 993 350 billets délivrés, dont 783 350 entrées dans le château, soit une hausse de 14 130 entrées (château seul) par rapport à l'année 2014 (+ 1,84 % de fréquentation). La progression est de 132 025 entrées dans le château depuis la création de l'établissement public en 2005 et la fréquentation du château est aujourd'hui durablement installée au-dessus des 750 000 entrées. Comme les années précédentes, ce chiffre de fréquentation n'inclut pas les personnes qui ont visité le parc de Chambord ou acheté un billet d'entrée pour une activité de loisir (spectacle équestre, balade en calèche, location de bateau, vélo, voiturette électrique). Il faut donc ajouter 110 000 personnes qui ont fait l'acquisition d'une offre dédiée dans le panel des activités proposées sur le site. La fréquentation du domaine dans son ensemble est estimée à 1,5 million de visiteurs.

Après un premier semestre 2015 négatif au terme duquel un retard de fréquentation de 4,1 % par rapport au 1^{er} semestre 2014 a été enregistré, une seconde partie d'année très positive avec des mois records en octobre (+ 11,72 %) et en décembre (+ 45,73 %), a permis de rattraper les chiffres du début d'année. L'année 2015 fut complexe dans le domaine du tourisme et notamment le tourisme international, à la suite des attentats perpétrés en France en janvier et novembre 2015. Les touristes ont préféré le tourisme en région aux visites de la capitale, ce qui peut partiellement expliquer les records de fréquentation enregistrés à la fin de l'année 2015. La progression prend son origine dans les catégo-

ries tarifaires individuelles avec une augmentation de 25 860 entrées pour les « plein tarif », « tarif réduit », « jumelés plein tarif » et « gratuits ». C'est de nouveau la clientèle familiale qui tire la fréquentation vers le haut. Le cumul des individuels passe de 73 % en 2014 à 75 % en 2015 alors que, dans le même temps, la clientèle groupe passe de 27 % à 25 %. Les entrées « groupes » sont encore orientées à la baisse avec pour les scolaires une diminution de 1 479 entrées (- 2,86 %) et pour les professionnels du tourisme une baisse de 10 248 entrées (- 6,52 %). Ces résultats s'expliquent par la baisse de la clientèle « groupe » étrangère liée à un contexte géopolitique difficile, et par la clientèle française individuelle.

Au niveau de la répartition mensuelle de l'année 2015 en comparaison à celle de 2014, le printemps de mars à juin enregistre une perte de 2 %, alors que les mois de juillet et août augmentent de 1 %. L'automne, des mois de septembre à novembre, gagne 1 % grâce au mois d'octobre qui est intégré à la haute saison. En ce qui concerne les parcs de stationnement, le nombre de véhicules entrés dans les parkings augmente considérablement avec une hausse de 7,11 %. Ce chiffre est en décalage avec l'augmentation de fréquentation du monument et démontre qu'un nombre important de visiteurs vient à Chambord pour profiter du cadre extérieur et des activités de loisir qui se sont fortement développées et diversifiées dans les dernières années. Ce sont les véhicules légers qui génèrent l'augmentation du trafic avec une augmentation de 5,83 % sur le P0 et de 9,43 % sur le P2, alors que les bus et les stop-photos baissent respectivement de 13,55 % et de 28,46 %.

Principales variations de la clientèle étrangère entre 2015 et 2014

PAYS	2014	2015	2015-2014	⌘
Allemagne	28 573	27 113	-1 460	-5,11 ⌘
Usa	28 610	30 820	2 210	+ 7,72 ⌘
Espagne	27 521	28 933	1 412	+ 5,13 ⌘
Italie	25 464	25 422	-42	-0,16 ⌘
Chine	22 916	29 904	6 988	+ 30,49 ⌘
Japon	16 670	10 966	-5 704	-34,22 ⌘
Belgique	17 788	17 626	-162	-0,91 ⌘
Grande Bretagne	16 630	16 383	-247	-1,49 ⌘
Pays Bas	13 299	13 780	481	+ 3,62 ⌘
Russie	12 499	7 685	-4 814	-38,52 ⌘
Pologne	8 296	8 295	-1	-0,01 ⌘
Brésil	9 722	8 513	-1 209	-12,44 ⌘
Australie	7 157	6 904	-253	-3,54 ⌘
Taïwan	7 800	7 730	-70	-0,90 ⌘

Répartition de la clientèle française par département

DÉPARTEMENT	2014	2015	2015-2014	⌘
75	26 685	28 939	2 254	+ 0,89 ⌘
41	25 260	28 001	2 741	+ 10,85 ⌘
45	19 790	20 222	432	+ 2,18 ⌘
92	15 193	14 984	-209	-1,38 ⌘
78	14 268	14 708	440	+ 3,08 ⌘
37	11 198	11 130	-68	-0,61 ⌘
59	9 313	9 385	72	+ 0,77 ⌘
91	9 026	9 297	271	+ 3,00 ⌘
94	8 328	8 037	-291	-3,49 ⌘
77	7 995	8 846	851	+ 10,64 ⌘
69	7 928	8 428	500	+ 6,31 ⌘
44	8 531	8 676	145	+ 1,70 ⌘

Pourcentage des visiteurs par continent

CONTINENT	2012	2013	2014	2015
Afrique	0,24 ⌘	0,32 ⌘	0,17 ⌘	0,17 ⌘
Amérique	7,98 ⌘	8,27 ⌘	7,83 ⌘	8,08 ⌘
Asie	8,55 ⌘	8,97 ⌘	8,53 ⌘	8,53 ⌘
Europe	81,91 ⌘	81,18 ⌘	82,26 ⌘	82,09 ⌘
Océanie	1,33 ⌘	1,26 ⌘	1,21 ⌘	1,13 ⌘

ORIGINE DES VISITEURS

L'étude de l'origine géographique des visiteurs confirme les constatations faites précédemment. La clientèle étrangère enregistre une légère baisse, passant de 45 ⌘ à 44 ⌘ de la fréquentation totale. Les visiteurs américains conservent leur titre de première clientèle étrangère avec une augmentation de 7,72 ⌘. Ces derniers sont talonnés par les visiteurs chinois qui enregistrent une forte hausse de 30,49 ⌘ de la fréquentation par rapport à 2014. Le nombre de visiteurs allemands baisse quant à lui de 5,11 ⌘.

Au niveau de la répartition continentale, l'Asie reste stable grâce à la fréquentation des touristes chinois,

Le domaine national de Chambord a compatibilisé un nouveau record de fréquentation avec 993 350 billets délivrés en 2015.

l'Amérique augmente grâce à la fréquentation des visiteurs provenant des États-Unis, tandis que les trois autres continents enregistrent une légère diminution de leur fréquentation.

L'année 2015 marque le retour des visiteurs espagnols qui retrouvent leur place de première clientèle étrangère européenne. Dans le même temps, Chambord enregistre une baisse des touristes provenant du Japon et de la Russie.

La clientèle française est donc en partie à l'origine de l'augmentation de fréquentation de l'année 2015, grâce aux individuels provenant de toute la France. Même si les départements des régions Ile-de-France et Centre conservent les premières places du classement, la plupart des départements français sont en progression.

LES RECETTES EN BILLETTERIE

La recette globale de la régie, avec les recettes à percevoir, atteint un nouveau record avec 11 207 589,66 €, soit une augmentation de 929 142,26 € (+ 8,29 ⌘) par rapport à 2014.

Toutes les natures de recettes sont en progression (hormis les visites des groupes) avec :

⌘ La boutique : + 260 469,82 € (nouvel aménagement, nouveaux produits),

⌘ Les activités de loisirs : + 131 015 € (succès des voiturettes électriques),

⌘ Les audioguides/HistoPad : + 129 700 € (nouveau HistoPad),

⌘ Les activités équestres : + 92 402 € (augmentation de la fréquentation du spectacle équestre),

⌘ La restauration : + 89 360,74 € (augmentation du Café d'Orléans et du Café des écuries).

Le droit d'entrée, avec 45 ⌘, reste la source principale des recettes, suivi par la boutique avec 21 ⌘.

La hausse de la dépense moyenne par visiteur passe de 13,36 € (+ 0,95 ⌘) en 2014 à 14,31 € (+ 7,1 ⌘) en 2015, soit + 0,95 € et + 7,1 ⌘. Cela correspond à l'augmentation des ventes additionnelles liées aux activités périphériques, à la boutique et à la restauration. Les modes de règlement continuent de migrer lentement des espèces vers les cartes bancaires.



1

1^{er} site

site touristique de plus de 500 000 visiteurs de la Région Centre Val de Loire à avoir obtenu la marque «Qualité Tourisme»



2

1.2 Obtention de la marque «Qualité Tourisme»

Chambord est le premier site touristique de plus de 500 000 visiteurs en région Centre à avoir obtenu la marque QUALITÉ TOURISME.

Le domaine s'est engagé depuis plusieurs années dans l'amélioration des conditions d'accueil de ses visiteurs et en a fait une véritable priorité.

La qualité est l'un des trois volets, avec la promotion et l'accessibilité-médiation, de la démarche d'excellence des «grands sites du Val de Loire», promue par la Mission Val de Loire de l'UNESCO. Les professionnels du tourisme qui affichent cette marque mettent en œuvre une démarche qualité des plus rigoureuses et sont soumis régulièrement à un contrôle indépendant de leurs prestations. Ils offrent une qualité de service répondant au mieux aux attentes des touristes.

En 2013, seuls 55 % des critères majeurs étaient remplis. Chambord a donc créé un comité qualité avec l'ensemble des catégories professionnelles concernées. Pendant un an et demi, ce comité s'est

réuni régulièrement afin d'assurer le suivi des plans de mises en œuvre des différents chantiers, jusqu'à l'obtention officielle de la marque en décembre 2015.

Des visites «mystères» ont été diligentées par l'Agence Départementale du Tourisme de Touraine et ont donné lieu à des rapports d'audit indiquant point par point les manques à combler et les progrès à réaliser pour parvenir à satisfaire les exigences requises. Parmi les améliorations apportées, peuvent être citées la rédaction d'une procédure de traitement des demandes d'informations, la refonte de la signalétique directionnelle non accessible aux personnes anglophones ou encore la mise en place d'un cycle d'évaluation annuel de la satisfaction client.

Cette reconnaissance est une réussite commune, de l'ensemble des acteurs du territoire, notamment de la Région Centre. Elle témoigne en particulier de l'engagement sans relâche des équipes de Chambord au service de la valorisation du patrimoine national.

1/ Remise officielle de la marque Qualité Tourisme par Yves Le Breton, Préfet de Loir-et-Cher, en présence de Christelle de Cremiers, vice présidente de la Région Centre en charge du tourisme.

Le printemps 2015 a été marqué par la mise en service d'un nouveau comptoir d'accueil et de location pour les audioguides et l'HistoPad.



1.3 L'accueil des visiteurs

L'ACCUEIL

Le printemps 2015 a été marqué par la mise en service d'un nouveau comptoir d'accueil et de location pour les audioguides et l'HistoPad. Ce nouvel équipement, bien intégré aux locaux, permet de libérer l'espace précédemment occupé par l'ancienne banque d'accueil.

Cette surface rendue aux visiteurs permet de fluidifier les flux vers les postes de contrôle. L'interaction entre les agents d'accueil et de la billetterie s'en trouve également renforcée du fait de leur localisation.

LA SURVEILLANCE DU MONUMENT

Le service des publics a été renforcé le 1^{er} février 2015 par quatre nouveaux agents (un CDI et trois CAE). Ceux-ci viennent en remplacement d'un départ volontaire, d'un départ à la retraite et de deux changements de directions au sein du domaine. Les quatre agents recrutés sont polyvalents et en mesure d'assurer les missions d'accueil, de visites et de surveillance.

Les effectifs du service au 31 décembre sont répartis comme suit :

- ☑ Cinq agents mis à disposition par le ministère de la culture et de la communication,
- ☑ Onze agents en CDI à temps plein (dont le chef de service et l'assistante),
- ☑ Sept agents en CDI à temps partiel,
- ☑ Huit agents en qualité d'emploi d'avenir ou CAE.

LES VISITES GUIDÉES

En 2015, les guides ont assuré 2865 visites guidées au profit du public dit « individuel » (tous types de visites confondus). Ce chiffre représente une augmentation de 194 visites par rapport à 2014.

Le nombre de visites au profit des groupes reste stable en 2015 avec une augmentation de 21 visites par rapport à 2014.

Le service des publics a assuré un total de 4100 visites du monument (tous types confondus) en 2015 contre 3978 en 2014.

Réervations des visites guidées - Prestations public individuel

PRESTATIONS	2014	2015	2015-2014
Visite découverte	1315	1381	+ 66
Visite insolite	1057	1100	+ 43
Visite ludique	280	276	- 4
Visite approfondie	112	108	- 4

Réervations des visites guidées - Prestations groupe

PRESTATIONS	2014	2015	2015-2014
Groupes adulte			
Visite groupe adulte	253	251	- 2
Visite groupe adulte langues étrangères	54	53	- 1
Groupes scolaires			
Visite groupe scolaire	510	531	+ 21
Visite groupe scolaire langues étrangères	10	16	+ 6
Visites ludiques groupe	115	89	- 26
Atelier pédagogique	180	202	+ 22
Public spécifique			
Visite adaptée handicap	9	12	+ 3
Relations publiques, presse et visites prestigieuses			
	83	71	- 12
Total	1214	1235	+ 21



1.4 Les actions éducatives

LES PRESTATIONS À L'ATTENTION DU PUBLIC SCOLAIRE

En 2015, le nombre de prestations dispensées au public scolaire sur l'ensemble du domaine (visites guidées, visites ludiques, ateliers et cahiers d'activités) a enregistré une légère baisse de 2,17 %, soit 1010 prestations contre 1032 en 2014. Par ailleurs, d'autres prestations comme le spectacle équestre enregistrent une hausse de fréquentation des groupes scolaires.

Malgré le nombre à peu près constant de prestations, c'est une hausse de presque 7 % du nombre total d'enfants concernés par les prestations qu'il faut enregistrer pour 2015, soit 21 985 enfants en groupes scolaires.

DE NOUVEAUX OUTILS PÉDAGOGIQUES POUR LES ATELIERS

Le service éducatif poursuit son objectif d'amélioration de la qualité des outils pédagogiques utilisés lors des animations, tels que les livrets pédagogiques pour les ateliers nature ou encore le mobilier démontable de l'atelier « Vie quotidienne ».

En forêt, deux nouveaux ateliers adaptés aux classes de primaire sont venus enrichir l'offre existante : « À vol d'oiseau » permet de découvrir la diversité des espèces nichant à Chambord, de leurs habitudes de vie à leurs morphologies spécifiques. L'atelier « La vie du sol » fait quant à lui découvrir la richesse faunistique du sol, maillon indispensable à la survie des autres espèces.

JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE : FRANÇOIS I^{ER} À L'HONNEUR

Pour célébrer les 500 ans du début du règne de François I^{er}, les Journées européennes du patrimoine ont été l'occasion de présenter au jeune public une



exposition ludique sur le souverain emblématique de Chambord, dans l'aile royale. Ainsi, le sacre royal, la bataille de Marignan, l'emblème royal, les grands chantiers royaux, ou la taille en pieds et pouces du roi n'ont plus de secrets pour les enfants et leurs parents.

JOURNÉES D'INFORMATION AUX ENSEIGNANTS

Le service éducatif a organisé en 2015 plusieurs journées d'information dans le but de promouvoir ses activités :

☒ Journées de présentation des visites de l'exposition du photographe coréen Bae Bien-U aux enseignants du premier et second degré engagés dans un projet d'éducation artistique et culturelle,

1/ Ateliers à l'attention du public scolaire.

2/ Visite dans la forêt de Chambord avec l'artiste Bae Bien-U dans le cadre de l'action Aux Arts Lycéens, par le lycée Dessaignes de Blois.

3/ Visite de l'exposition Bae Bien-U d'une forêt l'autre ☒ intervenante Mme Valérie Lugon

Évolution des prestations pour les groupes scolaires de 2012 à 2015

PRESTATIONS	2012	2013	2014	2015	DIFFÉRENCE 2015-2014	☒ 2015-2014
Au château						
Visite guidée	363	371	541	547	+ 6	+ 1,10%
Visite ludique	174	88	116	89	-27	-23,27%
Atelier château	195	123	187	202	+ 15	+ 7,42%
Cahier d'activité	98	180	88	85	-3	-3,52%
En forêt						
Atelier nature	80	46	82	80	-2	-2,50%
Cahier d'activité	19	34	18	7	-11	-61,10%
Total	929	842	1032	1010	-22	-2,17%



3

☒ Journée d'information et de présentation des activités éducatives aux enseignants du premier et second degré,

☒ Tenue d'un stand de promotion des activités éducatives lors de l'Étoile Cyclo.

Une réunion d'information à destination des enseignants a été organisée le 6 janvier 2015 en collaboration avec la Direction des services départementaux de l'Éducation Nationale et notamment Pascale Josserand, conseillère pédagogique en arts visuels pour le 1^{er} degré, et Nathalie Henquel, conseillère pédagogique en arts visuels pour le 2nd degré.

PARTICIPATION À DES ÉVÉNEMENTS ANNUELS EN DIRECTION DU PUBLIC SCOLAIRE

En 2015, le domaine national de Chambord a participé à des événements en partenariat avec des institutions locales, qui ont permis d'accueillir un plus large public scolaire. À cette occasion, le service éducatif a proposé de nouvelles prestations d'ateliers ou animations.

En partenariat avec l'USEP 41 (la Ligue de l'Enseignement) :

☒ 25^e « Étoile Cyclo » : accueil d'environ 1 200 élèves de cycle 3 du département lors de leur randonnée vélo en étape à Chambord le mercredi 20 mai 2015. À l'occasion des 500 ans de l'avènement au trône de François I^{er}, un quiz organisé spécialement autour des livres du château a permis d'en découvrir un peu plus sur ce roi de France,

☒ 14^e « P'tites Randos » : animation ludique en costume dans le château et randonnée à énigmes en

En 2015, le domaine national de Chambord a participé à des événements en partenariat avec des institutions locales.

forêt pour les 500 enfants de cycle 2 des écoles du département les 1^{er} et 3 juin 2015.

Dans le cadre de la convention avec le rectorat d'Orléans-Tours et la DRAC Centre :

☒ Concours académique « Jeunes auteurs pour l'Europe » : remise des prix aux lauréats le 16 septembre,

☒ Les « Académiales » : les 12, 13 et 15 octobre 2015, 150 élèves de six classes de 6^e et 5^e de l'Académie Orléans-Tours sont venus découvrir Chambord sous l'angle du thème « architecture, nature et paysage ». Après avoir abordé l'architecture du monument de la Renaissance au cours de l'atelier « Reconstruire », les élèves ont été sensibilisés au travail du peintre Philippe Cognée en découvrant son exposition (en particulier ses représentations de la nature et de l'architecture), puis ont parcouru la nouvelle promenade pédagogique autour du canal à l'aide d'un livret conçu pour l'occasion.

ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE (EAC)

En tant qu'établissement public national, le domaine national de Chambord est particulièrement sensible à l'orientation gouvernementale en faveur de l'éducation artistique et culturelle. L'effort amorcé en 2014 sur les actions d'éducation artistique et culturelle (EAC) en écho à la programmation contemporaine, à destination des publics cibles définis par le Ministère de la Culture et de la Communication, a été poursuivi en 2015.

Ceci a permis de renforcer une politique de médiation et d'ouverture en direction de nouveaux publics sur le territoire rural, à proximité de Chambord, où le domaine national de Chambord diffuse sa programmation culturelle par le biais d'actions de longue durée. Sur l'ensemble de l'année, les deux tiers des événements culturels ont fait l'objet d'un volet dédié à l'EAC selon des modalités diverses, adaptées à la fois au contexte, au calendrier et à la spécificité du projet porté par le ou les artistes. De nombreuses actions



d'EAC ont été soutenues par le PACT (Projet artistique et culturel de territoire) porté par la Communauté de communes du Grand Chambord auquel participe le domaine national de Chambord.

Exposition Guillaume Bruère. François I^{er} illimité

À l'occasion du 500^e anniversaire de l'accession au trône de François I^{er} puis de la victoire de Marignan, Chambord a invité l'artiste berlinois «Giom» Bruère à réaliser des portraits autour de la figure du dernier roi chevalier. Une médiation à destination des publics scolaires a été mise en place par le service éducatif, en étroite relation avec les équipes de la Délégation Académique à l'Éducation Artistique et Culturelle. Une intervenante spécialisée, Mme Valérie Lugon, a été recrutée pour l'occasion.

Spectacle Le Bourgeois gentilhomme

L'école de la deuxième chance ayant ouvert une antenne blaisoise en septembre 2014, Chambord a proposé de l'associer à l'un de ses projets culturels. Le choix s'est finalement porté sur le spectacle du Bourgeois gentilhomme, donné à Chambord les 22 et 23 mai.

Le projet s'est déroulé en trois temps :

- ☒ étude en classe d'extraits du Bourgeois gentilhomme,
- ☒ visite des coulisses du spectacle et rencontre avec les différents techniciens et intermittents du spec-

**Chambord accueille
chaque année 50 000 élèves
au cours d'ateliers
et de visites du château
et du domaine.**

tacle intervenant dans la production (habilleuses, régisseur général, régisseur plateau, perruquière, maquilleuses) pour deux groupes d'élèves, ☒ invitation à la représentation du 22 mai à un tarif préférentiel.

Festival de musique de Chambord

Toujours dans le cadre des célébrations autour de François I^{er}, l'ensemble Douce Mémoire a présenté, en ouverture du Festival, son nouveau spectacle mélangeant musique, danse et chant. En lien avec cette représentation, un grand projet pédagogique et de médiation a été mené sur le territoire pendant plus de six mois. Celui-ci a abouti, le 1^{er} juillet, à une restitution commune de musique renaissance sur la grande scène de la cour du château de Chambord. Le projet a impliqué un large public du territoire par le biais :

- ☒ d'ateliers dans les écoles primaires avec cinq séances de découverte de la musique Renaissance dans les écoles de Bauzy et de Saint-Laurent-Nouan,
- ☒ d'ateliers dans les écoles de musique : découverte du luth à l'école de musique de St-Laurent Nouan et de la flûte Renaissance à Bracieux (association la Flûte enchantée) et à Vendôme,
- ☒ d'ateliers d'interprétation de la musique Renaissance auprès de chorales d'amateurs.

Le projet a reçu le soutien de la DRAC, de la Région Centre (PACT), du Conseil départemental de Loir-et-Cher et de la caisse d'Épargne. La communauté de Communes du Grand Chambord a été étroitement associée.

Exposition de Bae Bien-U

- ☒ Visites guidées de l'exposition

Au cours de la visite de l'exposition photographique de l'artiste Bae Bien-U, et selon les niveaux des élèves, les notions de cadrage, de flou/netteté, de composition, de structures des images, abstrait/figuratif et l'évocation de références picturales ont été abordées.

1/ Visite de l'exposition Guillaume Bruère, François I^{er} illimité ☒ intervenante Mme Valérie Lugon.

2/ Visite en 4x4 de la partie privée du domaine.



1.5 L'accueil du public dans la réserve de la chasse et de faune sauvage

L'accueil du public en forêt a poursuivi durant l'année 2015 sa croissance, avec un résultat global annuel de 135 300 € nettement supérieur aux prévisions. Les prestations proposées par le service des visites en forêt ont confirmé leur succès croissant auprès des visiteurs et contribuent donc directement à la stratégie d'autofinancement du domaine national de Chambord.

Les visites en véhicules tout-terrain continuent d'attirer de nombreux visiteurs et l'organisation des plannings s'est donc adaptée aux attentes du public en proposant chaque jour des visites en forêt

l'après-midi et l'accueil des groupes et des ateliers pédagogiques le matin.

Les guides nature portent désormais des tenues personnalisées et reconnaissables avec le logo du domaine national de Chambord et la mention «Guide Nature». Les prestations autour du brame du cerf se sont développées très nettement, en raison de l'attrait des visiteurs pour le cérémonial de brame et de la prolongation d'une semaine des prestations. Pendant cette période, quelques photographes bénévoles sont venus en appui des agents, afin d'identifier les cerfs maîtres de place de Chambord.



2

La programmation culturelle et les activités proposées au public

L'année 2015 marque un premier aboutissement dans la politique culturelle mise en place depuis cinq ans au domaine national de Chambord, à la fois en termes d'adhésion des publics aux diverses propositions, de soutien financier aux projets, et de capacité à créer et produire des événements de grande envergure sans mettre en péril le nécessaire équilibre budgétaire. La mobilisation des publics à l'égard des manifestations proposées a ainsi atteint un seuil sans précédent : si les lectures sont toujours aussi suivies, les deux représentations du *Bourgeois gentilhomme* ont affiché complet (2 400 personnes en tout) et le Festival a enregistré un bond de 30 % de sa fréquentation par rapport à l'année précédente. Très majoritairement issu du territoire, le public des manifestations culturelles à Chambord ne cesse de s'accroître et de se fidéliser. Cette augmentation du public implique un accroissement des recettes de billetterie, mais le taux remarquablement modeste des fonds propres dédiés aux événements culturels provient également de l'investissement des collectivités territoriales, conseil régional et départemental, Pays des châteaux, mais aussi de la mobilisation de fonds privés. C'est grâce à cet investissement des publics et des soutiens territoriaux que des projets exceptionnels peuvent être sereinement envisagés, de sorte que Chambord joue pleinement son rôle d'établissement public national dans le respect des finances maîtrisées.

Le bilan qui suit le souligne à l'évidence : le domaine remplit sa mission de démocratisation culturelle en offrant des manifestations de grande qualité à des publics issus de la ruralité, et en mettant notamment en place des projets d'éducation culturelle et artistique étroitement liés à la programmation qu'il propose.



1



2

2.1 La programmation culturelle

LES LECTURES

Inauguré en 2011 en hommage à l'homme de lettres que fut François I^{er}, le cycle des lectures de Chambord propose une fois par mois de venir écouter un écrivain lire un passage d'une ou de plusieurs œuvres avant de pouvoir échanger avec lui. En 2015, le domaine national de Chambord a reçu Marie Darrieussecq, Yannick Haenel, Cole S^{en}sen, Alberto Manguel, Michel Jullien, Malek Chebel et Céline Minard.

LES EXPOSITIONS D'ART CONTEMPORAIN

Guillaume Bruère, François I^{er} illimité

12 avril au 30 août 2015

Dans le cadre de l'année François I^{er}, le domaine national de Chambord a invité Guillaume Bruère à travailler librement sur la figure du roi. Connaissant sa pratique et son goût du portrait, ainsi que sa propension à travailler par séries, le domaine a proposé à l'artiste certaines images de François I^{er}, mais aussi celles des résidents successifs du monument au fil de son histoire. Au total, plus d'une

centaine d'œuvres furent présentées sous les voûtes à caissons du deuxième étage du château : dessins, peintures, objets et sculptures dont la très grande majorité a été réalisée pour l'occasion, faisant de cette exposition la plus importante jamais consacrée à l'artiste, et sa première monographie en France. La veille du vernissage, l'artiste - à la fois dessinateur, peintre et sculpteur - a réalisé une performance publique de 30 minutes menée au rythme de la musique du rappeur Eminem.

Bae Bien-U, d'une forêt l'autre

27 septembre 12 juin 2016

Du 27 septembre au 12 juin 2016, les forêts de Chambord et de Gyeongju ont pris possession du deuxième étage du donjon. Les quelques 59 photographies, la plupart de grand format, de Bae Bien-U, sans conteste le plus grand photographe coréen vivant, ont ouvert l'année de la Corée en France. Cette première monographie de l'artiste en France fait suite à une résidence au long cours (dix séjours

1/ Affiche de l'exposition Guillaume Bruère. François I^{er} illimité.

2/ Exposition Bae Bien-U, d'une forêt l'autre, au 2^{ème} étage du château.

3/ Représentation du spectacle le Bourgeois gentilhomme à Chambord.



à Chambord) et souligne la finesse de son travail et la singularité de son style.

Cette exposition fait écho à celle organisée au Musée d'art moderne et contemporain de Saint-Étienne Métropole, Bae Bien-U. Dans le paysage. Le commissaire de ces deux expositions est Yannick Mercoyrol, directeur de la programmation culturelle du domaine national de Chambord.

LA MUSIQUE

Grand Concert de Trompes

☒ 19 septembre 2015

En 2015, les Trompes de Chambord ont accueilli leurs collègues de Bonne (Savoie) accompagnés de leurs amis de l'Equippaggio della Venaria Reale de Turin, avec lesquels les Savoyards organisent régulièrement des stages de perfectionnement, pour un concert ☒ se sont mêlés trompes de chasse, cors, trompettes, timbales, orgue et chants. La venue des musiciens piémontais a été l'occasion pour Chambord d'officialiser son jumelage avec le palais royal de la Venaria Reale. Comme chaque année, les auditeurs ont été nombreux au rendez-vous avec plus de 500 spectateurs.

Le retour du Bourgeois gentilhomme à Chambord a été un événement marquant de la programmation culturelle 2015.

LE SPECTACLE VIVANT

Le Bourgeois gentilhomme à Chambord

☒ 22 et 23 mai 2015

La fameuse satire du bourgeois voulant se faire aristocrate a été créée par Molière et Lully devant le roi et la cour au château de Chambord le 14 octobre 1670. Il était donc bien naturel, quelque 345 ans après sa création, que cette pièce soit de nouveau jouée dans le lieu qui l'a vue naître.

Pour cette version, fidèle à l'originale, produite par le théâtre des Bouffes du Nord, Denis Podalydès s'est entouré d'une équipe talentueuse : le rôle-titre a été confié à Pascal Rénéric, les décors sont signés Éric Ruf, les costumes sont l'œuvre de Christian Lacroix et c'est à Christophe Coin et son Ensemble la Révérence que revient de diriger la musique de Lully. Enfin, les chorégraphies contemporaines sont signées Aori Ito.

Produire le spectacle sur le parterre nord du château fut une gageure : il a fallu doter cet espace, dépourvu d'eau et de puissance électrique, de deux grandes structures pouvant accueillir la scène et les spectateurs, ainsi que d'un gradinage, d'un système d'éclairage et de sonorisation ad hoc.

Ce sont ces mêmes structures qui ont servi à accueillir l'événement numérique L'Échappée volée sur la Renaissance digitale les 6 et 7 juin 2015.

Le retour du Bourgeois gentilhomme à Chambord a été un événement marquant de la programmation culturelle 2015. Des moyens techniques et financiers importants et un fort investissement humain ont été récompensés par le franc succès qu'ont connu les deux représentations puisqu'elles ont affiché complet trois semaines avant le début du spectacle. À cela s'ajoute l'intérêt manifesté par la presse locale et nationale, et par Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication venue accompagnée du Président du Conseil d'administration de Chambord, Guillaume Garot, et de nombreux élus locaux et régionaux.



1



2

11^e fête de la musique à Chambord

☐ 20 juin 2015

Organisée la veille des festivités nationales, la 11^e édition de la fête de la musique a accueilli 16 groupes et artistes originaires pour les trois quarts de la Région Centre ☐ Val de Loire. Cette exception à la tradition a permis d'accueillir plus de 10 000 personnes, dont une partie a participé à la soirée dansante qui débutait à 23h, durant laquelle tout le monde était invité à se déhancher sur les plus grands tubes afro-américains (soul, funk, pop rock ☐) réorchestrés en live par un seul musicien.

5^e Festival de musique de Chambord

☐ 3 au 18 juillet 2015

Présentée le 19 juin, Vanessa Wagner et par Yannick Mercoyrol, qui a ensuite offert un récital à la centaine de personnes qui avait fait le déplacement jusqu'à l'église de La Ferté Saint-Cyr, la programmation de la 5^e édition du Festival de Chambord se composait de 13 concerts. Le public a été bien plus important que les années précédentes, avec plus de 4 100 spectateurs, ce qui représente une augmentation de près de 30 ☐ par rapport à 2014. Cette progression démontre l'intérêt suscité par la programmation du festival, la notoriété qu'il acquiert et la fidélisation des spectateurs. La grande scène du festival, dans la cour du château, mais aussi la salle des Illustres, la salle des Communs d'Orléans et l'église de Saint-Dyé-sur-Loire ont accueilli près de 180 artistes, français ou étrangers, parmi lesquels quelques grands noms de la musique classique,

comme Renaud Capuçon, Nicholas Angelich ou Jean-Guihen Queyras, mais aussi des artistes en pleine ascension (Ophélie Gaillard, Romain Leleu, Aline Piboule...) et deux grands orchestres symphoniques.

LA GRILLE TARIFAIRE ET INFORMATIONS RELATIVES AU PUBLIC

Comme chaque année, la plupart des concerts comportait deux catégories tarifaires, correspondant respectivement au parterre et à la tribune. Les tarifs sont restés inchangés depuis la première édition. Seul le prix des concerts à catégorie unique a connu, la deuxième année, une augmentation de 2 €. En revanche, la liste des personnes pouvant bénéficier du tarif réduit ne cesse de s'élargir : cette année, ce sont les abonnés des bibliothèques de Blois qui sont venus s'ajouter à cette catégorie. Le pass en catégorie A donnait accès à tous les concerts pour 160 €. Le pass en catégorie B, proposé depuis 2014 et valable pour cinq concerts, a connu un large succès. Avantage renouvelé, une place de concert achetée offrait une entrée gratuite dans le château.

Les indications fournies par les trois billetteries du festival (château, Francebillet et Wee☐event) s'accordent sur ce point : les trois quarts du public résident en région Centre-Val de Loire. Cette fréquentation confirme ainsi l'implantation du festival dans le paysage local, enrichissant l'offre culturelle de la région et offrant la possibilité de venir écouter

1/ Fête de la musique.

2/ Concert de clôture du festival par l'Orchestre symphonique de Tours Centre Val de Loire.

3/ Concert de Nicholas Angelich et Renaud Capuçon.



Le public s'est toujours montré très satisfait des lieux de concert et de la possibilité de profiter du château sans les nombreux visiteurs accueillis dans la journée.



+ 30 ☒

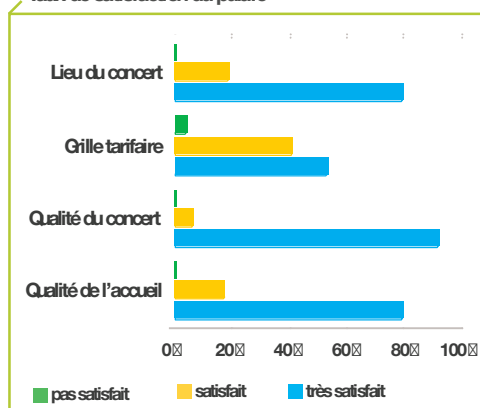
de fréquentation
pour la 5^{ème}
édition du Festival
de musique

de la musique classique et contemporaine dans un cadre privilégié. Mais le festival attire également le public parisien. Il est donc pertinent de poursuivre une communication soutenue en Ile-de-France afin d'informer les parisiens de l'existence d'un festival «jeune», mais ayant déjà fait ses preuves.

Comment le public a-t-il eu connaissance du festival ☒

COMMENT	☒
Dépliant / Affiche	29☒
Publicité dans les médias	23☒
Par des connaissances	20☒
Réseaux sociaux / Web	5,3☒
Au château	15,3☒
Habitué	4,2☒
Autre	4☒

Taux de satisfaction du public



Enquête d'opinion : Dans chaque programme a été inséré un questionnaire, par le biais duquel les spectateurs pouvaient donner leur avis sur le concert et faire part de leurs attentes.

Il a semblé intéressant d'ajouter à l'enquête d'opinion une question portant sur l'âge des spectateurs. Le 3^e âge représente la très grande majorité du public. Mais il faut noter, d'une part la présence régulière de spectateurs qui avaient entre 26 et 45 ans ☒ d'autre part la réussite de la première tentative du «concert famille» (les Fables de La Fontaine) à destination d'un public très jeune.

Les données des tableaux de satisfaction sont plus que positives : voir tableaux ci-contre. Seuls 4,6 ☒ des spectateurs ont coché la case «non satisfait». Pour le reste, le graphique suivant est éloquent : le taux de satisfaction est très élevé. Même les spectateurs qui se sont dits mécontents conseilleraient le festival à leur entourage.

UN FESTIVAL VERT

Soucieux de l'environnement et de l'impact du festival en termes de déchets et d'émission de gaz ☒, Chambord a mis en place de nouveaux gestes responsables, dans le cadre de l'adhésion du domaine à la charte de la Région Centre-Val de Loire. Afin de sensibiliser les équipes et le public au respect de l'environnement, plusieurs dispositifs ont vu le jour cette année :

☒ deux poubelles étaient à disposition des spectateurs dans la cour, près du stand de vente : une pour le recyclage et une pour le tri des déchets. Elles seront à présent utilisables par les visiteurs du château tout au long de l'année,



1



2

☒ les brochures du festival étaient imprimées sur du papier recyclé français,
 ☒ le covoiturage a été proposé sur le site internet de Chambord depuis cette année, à la suite du partenariat établi avec Blablacar.

LES ENREGISTREMENTS ET RÉSIDENCES D'ARTISTE

Créée en 2011, la résidence d'artiste à Chambord a été conçue dès l'origine comme une résidence de création. Dans ce lieu marqué dès François I^{er} par une intention artistique évidente. Aussi, le domaine national de Chambord a souhaité ouvrir cette résidence à des créateurs issus de champs culturels différents. Les artistes invités sont libres de poursuivre leur projet propre, sans lien nécessaire avec le monument. En 2015, Chambord a accueilli :

☒ le photographe Bae Bien-U, qui a continué ses prises de vue dans la forêt de Chambord, à raison d'une semaine environ par mois,
 ☒ l'artiste japonais ❷ichi ❷urita, qui reviendra en 2016 afin d'achever sa collecte d'échantillons de terre. Il compte ainsi aboutir à une bibliothèque

de 1 000 terres du grand val de Loire, qui seront présentées lors d'une exposition à Chambord à l'automne 2016,

☒ la compagnie L'idée du Nord, qui a passé une semaine à la ferme de la Hanneitière, en forêt de Chambord, ❷ elle souhaitait, après avoir fait un stage de survie en autonomie complète encadré par un moniteur diplômé, expérimenter et créer les fondements d'un nouveau spectacle sur le thème de la survie après un cataclysme,
 ☒ l'écrivain Céline Minard qui, en l'espace d'une dizaine de livres, s'est imposée comme une des figures les plus originales, les plus douées aussi, de la nouvelle génération d'écrivains français. Chaque livre constitue un projet à part entière, une nouvelle aventure dans laquelle se retrouve néanmoins cette maîtrise éclatante de l'écrivain dont l'énergie créatrice, brassant les genres, les références et les univers, atteste une ambition et une liberté proprement stupéfiantes. À Chambord, elle a travaillé à son dernier roman, ❷ il est à nouveau question d'Amérique, mais selon un cadre spatio-temporel bien différent de celui du ❷estern❷

1/ Cycle de lectures à Chambord.

2/ Spectacle équestre « Dans la forêt de l'histoire ».



115 660 €

de chiffre
d'affaires pour
des voituresses
électriques

2.2 Les activités de loisirs

L'EMBARCADÈRE

L'embarcadère, qui regroupe la location des voituresses, bateaux et vélos exploités en régie directe, fonctionne d'avril à septembre sans interruption.

L'année 2015 a été propice au développement de l'activité de l'embarcadère. Une météo clémente couplée avec la mise en place d'un nouveau produit (la location de voituresses électriques) a permis de dynamiser considérablement l'activité. Ce produit a très vite rencontré sa clientèle et a permis de dégager un chiffre d'affaires de 115 660 € HT sur une période de six mois, sans augmenter la masse salariale de l'activité. Le prix de la location des voituresses électriques sur cette même période est de 9 229 € TTC.

En 2014, le nouveau cheminement des visiteurs depuis la place du village autour du « jardin anglais » avait créé un effet d'isolement de l'embarcadère. La signalétique a donc été renforcée pour pallier le manque de visibilité de cet espace. De plus, les voituresses électriques et les vélos servent de support publicitaire au domaine. Cette communication n'est pas étrangère au bon résultat de l'année 2015. En effet, le chiffre d'affaires de l'année s'élève à 270 700 € HT pour un budget de fonctionnement (hors masse salariale) de 30 999,56 €.

En 2015, une forte croissance de la clientèle groupe et des billets jumelés a été remarquée.

LES ACTIVITÉS ÉQUESTRES

Le spectacle équestre

Le spectacle « Dans la Forêt de l'Histoire » a été présenté pour la troisième et dernière saison aux visiteurs du domaine national de Chambord. Conçue pour « Informer, Éduquer, Divertir », cette réalisation de Gonçague Saint Bris a été jouée par une nouvelle troupe d'artistes : celle de l'Almería Parc. Frédéric Sanabra, Directeur de la société Pegase Production, a repris la direction artistique du spectacle, tout en gardant le même scénario. Il a su renouveler l'interprétation du texte ainsi que les costumes et les décors utilisés dans le spectacle.

Si la fréquentation de la clientèle individuelle est restée sensiblement stable en 2015, une forte croissance de la clientèle groupe et des billets jumelés a été remarquée. En effet, le billet groupé (attelage + château ou spectacle + château) a permis d'inciter les visiteurs à séjourner plus longtemps sur le site, et donc à faire l'acquisition de davantage de prestations à Chambord. Le résultat de l'activité « spectacle équestre » a porté les recettes en 2015 à 337 522 €, soit une augmentation de 99 338 € par rapport à 2014.

Les promenades en calèche

L'offre « calèche » permet aux visiteurs individuels comme aux groupes (jusqu'à 36 personnes en un seul départ) de découvrir les abords du monument ainsi que la partie protégée du domaine.

L'année 2015 a été marquée par l'augmentation du nombre des départs et de la période d'exploitation des calèches. Le chiffre d'affaires est cependant légèrement inférieur à 2014. Les recettes d'attelage s'élevaient à 114 178 € en 2014 contre 102 076 € en 2015.

La baisse de fréquentation se trouve chez les individuels. Cela peut s'expliquer par l'attractivité de la nouveauté 2015 avec les voituresses électriques, qui ont capté une partie de la clientèle individuelle des calèches.

L'objectif de 2016 est de conserver cette activité, tout en diminuant le nombre de départs pour le public individuel, afin de privilégier les départs pour les groupes, notamment via le forfait touristique spectacle et chevaux.





3

Le développement et le rayonnement

Les enjeux pour le domaine sont multiples : attraction du public par le biais de campagnes de communication marquantes, fidélisation à l'aide d'une programmation ciblée et déploiement d'une stratégie numérique efficace. La promotion de Chambord en France et son rayonnement à l'étranger occupent également une part prépondérante des missions.



+ 21 ☒

Progression du panier moyen du groupe adulte

3.1 Le développement touristique

En 2013, le domaine national de Chambord s'est doté d'un service de développement touristique afin d'atteindre les objectifs fixés en termes de fréquentation. Au mois de mars 2015, la cellule de la réservation a rejoint le service du développement touristique dans un souci de satisfaction des visiteurs. En effet, il est important de proposer toute l'offre au client en amont de sa visite et d'adapter les propositions sur le site. Cette démarche d'accompagnement et de conseil permet d'accroître sensiblement le panier moyen du client.

CHAMBORD: UNE DESTINATION DE JOURNÉE POUR LES GROUPES

L'année 2015 a permis de confirmer la volonté des groupes de passer une journée entière à Chambord, qui devient une destination à proprement parler. Les produits sont créés après avoir pris en considération les besoins des clients et des touristes lors de démarchages divers. La proposition d'un déjeuner sur place séduit énormément. Parmi l'offre qui a été proposée aux groupes en 2015, les journées complètes à Chambord ont donc remporté, cette année encore, un vif succès.

Après les trois années d'existence du service, il est désormais possible de mesurer les retombées des actions de développement. En effet, les produits

créés à destination des groupes comme les forfaits de journée au château sont désormais quantifiables (augmentation de 57 ☒ pour cette prestation par rapport à l'année 2014).

Depuis 2014, une progression de 21 ☒ du panier moyen du groupe adulte a été constatée. Différents outils ont également été créés en parallèle pour mesurer les remarques des visiteurs (par exemple, un questionnaire de satisfaction), dans un souci d'amélioration et de perfectionnement de l'offre. Chambord, une destination à part entière grâce aux forfaits proposés. L'objectif était d'inciter les visiteurs à rester toute une journée sur le site en profitant à la fois du château, des activités et animations, du parc et des commerces.

NOËL À CHAMBORD

Des animations de grande envergure ont été proposées aux familles pour la période des fêtes de fin d'année. La thématique des contes a été retenue pour plonger le château dans une ambiance

1/ Noël à Chambord.

2/ Déjeuner au château dans le cadre des forfaits à destination des groupes.



féerique. Dès l'arrivée, pour accueillir les visiteurs, l'allée royale face au château a été illuminée de nombreux sapins. Dans le château, six grandes scènes animées ont été installées dans les bras de croix, des chorales ont déambulé pour la joie de tous, des conteuses, des coloriations, des animations nature ainsi qu'une rencontre avec le Père Noël ont pu réjouir les visiteurs. Pour la première fois en 2015, Chambord a proposé un spectacle de Noël intitulé « Mais où est passé le Père Noël », qui a rencontré un large succès avec une salle comble à chaque représentation. Ces actions ont été une réussite puisque la fréquentation du mois de décembre 2015 a connu une augmentation de 45% par rapport à celle de décembre 2014. Elle trouve sa source dans la diversité de la programmation proposée aux visiteurs sur cette période. Ce succès témoigne de la nécessité d'accroître les événements pour les familles, notamment celles de la Région Centre Val de Loire qui vont pouvoir revenir à Chambord plusieurs fois par an. Cela favorise ainsi le taux de revisite.

LES ACTIONS COMMERCIALES AU NIVEAU NATIONAL

Parallèlement à ces actions, d'autres missions ont été menées tout au long de l'année avec les différents acteurs publics, tels qu'Atout France, le Comité Régional du Tourisme, l'Agence de Développement touristique du Loir et Cher, les offices de tourisme... Chambord a été présent sur de nombreux salons professionnels:

- ☒ map pro (automne 2015),
- ☒ un workshop à destination des touristes chinois (Paris),
- ☒ salon rendez-vous en France (printemps 2015),
- ☒ différents salons à destination des Comités d'entreprise.

Le service du développement touristique se fixe un objectif chiffré de rendez-vous par mois auprès des professionnels du tourisme pour renouveler des contrats, s'assurer de la programmation de la destination dans leurs brochures et présenter l'offre de Chambord. Un démarchage a également été organisé par l'ADT 41 en région parisienne pour aller à la rencontre des nombreuses agences de voyage.

Les actions commerciales à destination du grand public sont elles aussi nombreuses:

- ☒ salon des vacances de Bruxelles,
- ☒ présence lors de bourses touristiques de la Région Centre,
- ☒ organisation d'une journée de présentation de l'offre de Chambord à tous les acteurs touristiques locaux soit 250 prescripteurs,
- ☒ diffusion massive de la documentation grâce au recrutement de deux CDD pour une durée de 6 mois pendant la haute saison.

Soucieux d'améliorer la qualité de ses services, Chambord a mis en place un questionnaire de satisfaction à destination du grand public ayant pour objectif de mieux connaître le profil des visiteurs, de cerner leurs pratiques, leurs attentes et de recueillir leur degré de satisfaction. Le questionnaire à destination des groupes a quant à lui été renouvelé cette année. Un accueil personnalisé a également été mis en place.



3.2 Chambord à l'international

LES ACTIONS COMMERCIALES À L'INTERNATIONAL

Afin de promouvoir la destination de Chambord auprès des professionnels, l'équipe du développement touristique a mené des actions commerciales auprès de marchés ciblés : un démarchage à Londres, un *workshop* à destination de la clientèle chinoise, l'ITB Berlin en mars, ou encore une rencontre avec les acteurs professionnels italiens (Milan et Udine). D'autres rendez-vous, dédiés au grand public, sont également essentiels pour représenter Chambord : salon des vacances à Bruxelles.

La rencontre avec les opérateurs touristiques lors de ces déplacements a permis de conclure des marchés et de promouvoir la destination «Chambord». Le domaine national de Chambord s'associe à d'autres sites du territoire lors de ces salons puisqu'il est important et souvent essentiel que Chambord soit intégré à la destination Val de Loire.

LES JUMELAGES

L'année 2015 a été marquée par le rayonnement international du domaine national de Chambord. À la suite d'un premier jumelage signé en 2014 avec l'ancien Palais d'Été de Pékin, Chambord a conclu trois nouveaux partenariats en 2015 : avec le City Palace d'Udaipur (Inde), avec le Palais d'Été de Pékin (Chine), et avec la Venaria Reale de Turin (Italie).



Les échanges d'expertise autour de la préservation et de la valorisation du patrimoine, la coopération culturelle et l'accompagnement du développement touristique des sites constituent le socle commun de ces jumelages.

Chambord désormais jumelé avec l'Ancien et le nouveau Palais d'Été de Pékin

Dans sa stratégie d'ouverture aux visiteurs internationaux, le domaine national de Chambord a d'abord signé, en 2014, une convention de jumelage avec l'Ancien palais d'Été de Pékin, ayant pour vocation la coopération entre leurs deux pays, afin d'approfondir la connaissance mutuelle de leur culture et de leur histoire. Les deux sites ont souhaité étendre ce jumelage au Palais d'Été de Pékin. Une délégation a fait le déplacement à Chambord, pour signer ce nouveau partenariat et inaugurer les deux expositions présentées au château :

1/ Signature du jumelage entre Chambord et le City Palace d'Udaipur en Inde, avril 2015.

2/ Signature du jumelage entre Chambord et le Palais d'Été de Pékin, septembre 2015.

3/ Signature du jumelage entre Chambord et la Venaria Reale de Turin, septembre 2015.

4/ Jean d'Haussonville en compagnie de S.A. le Prince d'Udaipur, Lakshyaraj Singh Mehar.



Le rayonnement international du domaine national de Chambord a été une priorité de l'année 2015.

☒ *Le Palais d'Été au fil du temps* (photographies historiques et contemporaines), du 10 au 25 septembre, ☒ *À la poursuite du rêve entre eaux et nuages*, l'art calligraphique de Baixu, (peintures et calligraphies d'un artiste chinois renommé), du 10 septembre au 6 décembre.

En outre, l'exposition sur Chambord, visible l'an dernier à l'Ancien Palais d'Été de Pékin, a été présentée de nouveau aux touristes chinois au Palais d'Été de septembre à novembre 2015. Chambord a également participé au premier symposium franco-chinois sur les jardins organisé à Pékin, le 19 octobre, avec les châteaux de Chaumont-sur-Loire et du Rivau.

C'est la première fois que se réunissaient les responsables des quatre principaux jardins impériaux chinois et que ce symposium avait lieu avec un pays européen.

Chambord, partenaire du City Palace d'Udaipur en Inde

Ce partenariat est le premier projet de coopération entre la Vallée de la Loire et le Rajasthan, qui

a pour objet de développer le tourisme indien vers la France, ainsi que de préserver et faire connaître le patrimoine indien.

Chambord renforce les liens avec le site italien de la Venaria Reale de Turin

Le domaine national de Chambord et la Venaria Reale souhaitent entreprendre la promotion de leurs activités culturelles, éducatives et scientifiques en France et en Italie, afin de développer le tourisme. Ce jumelage sera l'occasion pour les équipes de Chambord et de la Venaria Reale d'échanger sur la gestion patrimoniale de domaines incluant des éléments architecturaux et naturels, sur l'intégration de la création artistique contemporaine dans les lieux de patrimoine, ou encore sur l'accompagnement du développement touristique.



3.3 L'offre commerciale

LA BOUTIQUE

La boutique de Chambord se veut attrayante par le choix de ses objets et la mise en valeur de ceux-ci. La volonté de proposer des produits innovants et, dans la mesure des possibles, fabriqués en France et plus particulièrement dans la région, en fait son originalité. Plus de 2 500 références sont présentées sur une surface de 400 m². Elle représente la plus grande boutique du Val de Loire au sein d'un site touristique. Les visiteurs peuvent également trouver un large choix d'ouvrages, allant du guide traduit en dix langues, aux romans, fictions, livres de cuisine sur la Renaissance, et aux beaux ouvrages sur l'histoire ou l'architecture.

Ce choix de positionnement caractérise l'originalité de Chambord qui se décline sur plusieurs gammes : gastronomie, art de la table, espace jeunesse, tapisserie-décoration, librairie, textile, papeterie, souvenirs. Le chiffre d'affaires de l'année 2015 de la boutique s'établit à 2 045 966 € HT contre 1 827 111,08 € HT en 2014, soit une augmentation de 11,91 %. L'année précédente amorçait le changement de mode de consommation des visiteurs, via notamment la refonte complète du mobilier intérieur. La marge commerciale baisse de 0,13 %, en raison de l'optimisation des

prix et d'une meilleure gestion des stocks : augmentation du taux de rotation des stocks, mise au rebut de produits anciens et invendables.

Le panier moyen par visiteur a connu une légère augmentation, passant de 2,76 € en 2014 à 2,95 € en 2015, tout comme le panier client boutique qui passe de 14,58 € TTC en 2014 à 15,48 € TTC en 2015. La première clientèle consommatrice est la clientèle française avec 45,29 % des achats et un panier moyen de 14,60 €. Les touristes français sont suivis par les américains en première position avec 12,57 % des achats et un panier moyen de 19,95 €, puis par les allemands et les chinois.

1/ Un large choix de souvenirs disponible à la boutique de Chambord.

2/ La terrasse du café d'Orléans dans la cour du château.

3/ Les gîtes de Chambord.

Répartition du chiffre d'affaires par famille d'objets

LIBELLÉ	2014		2015	
	CAHT	DUCA	CAHT	DUCA
Livres	361 066,35 €	20,00%	369 604,72 €	18,21%
Accessoires-cadeaux-souvenirs	246 853,72 €	16,00%	358 237,31 €	17,65%
Textiles	191 599,71 €	13,00%	315 624,75 €	15,55%
Papeterie	189 288,03 €	10,00%	149 345,13 €	7,36%
Produits et images papier	167 899,82 €	10,00%	165 626,15 €	8,16%
Jeux et jouets	149 731,69 €	9,00%	195 038,00 €	9,61%
Arts de la table-décoration	138 555,95 €	8,40%	163 326,49 €	8,05%
Produits alimentaires	119 531,28 €	9,10%	213 476,97 €	10,52%
Bijoux et maroquinerie	64 670,89 €	3,00%	66 142,03 €	3,26%
Audiovisuel	43 195,69 €	-	27 446,23 €	1,35%
Presse	708,13 €	-	650,79 €	0,01%
Restauration	301,99 €	-	607,90 €	0,01%
Service	1 330,05 €	-	4 820,43 €	0,26%
Total	1 778 785,48 €		2 045 966 €	



La boutique propose des produits innovants et, dans la mesure du possible, fabriqués en France et localement, ce qui en fait son originalité.

LA RESTAURATION

Le café d'Orléans

Ouvert au sein du château de Chambord depuis 2011, le café d'Orléans propose aux visiteurs des menus gourmets, de qualité, réalisés avec des produits frais et locaux. L'année 2015 a pérennisé ce qui avait été fait en 2014. En effet, l'année précédente a constitué une phase d'expérimentation et de tests de différentes formules afin de définir la clientèle et de trouver un concept adapté au lieu. À la suite de ces différentes phases de test, une carte courte a été mise en place, changeant régulièrement, et proposant des produits frais de saison.

Depuis 2014, le café d'Orléans est ouvert pendant les vacances de Noël et sur une période allant du mois de février à la Toussaint. Les résultats sont encourageants puisque le café d'Orléans a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 320 145 € H.T contre 245 911,02 € en 2014.

Le café des Écuries

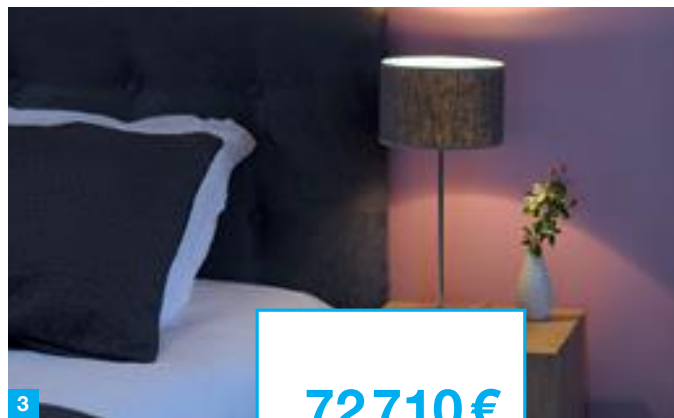
L'enceinte des écuries du Maréchal de Saxe propose au public un espace de restauration avec des boissons chaudes et froides. La terrasse extérieure offre une proximité unique avec les écuries et les chevaux de la troupe équestre. Ouvert d'avril à septembre, aux mêmes dates que le spectacle équestre, le public peut se désaltérer avant, pendant ou après les représentations.

Le chiffre d'affaires du café pour l'année 2015 s'élève à 30 688 € H.T.

L'HÉBERGEMENT

Les gîtes

Deux ans après leur ouverture, les gîtes du domaine national de Chambord n'ont pas encore atteint leur exploitation maximale. Une baisse de la fréquentation et du chiffre d'affaires a été observée durant l'année 2015. Cela peut s'expliquer en partie par le déménagement du Game-Fair, salon de la chasse, sur la commune



3

72710€

Recettes des gîtes en 2015

de Lamotte-Beuvron, manifestation qui garantissait au domaine quinze jours d'occupation des gîtes. Les chiffres 2014 avaient également été gonflés par l'accueil d'un événement qui avait assuré deux semaines de location des gîtes. En retirant ces deux manifestations, les chiffres de l'année 2015 sont sensiblement identiques à ceux de l'année 2014. Durant l'année 2015, un travail sur le référencement des gîtes sur internet a été effectué. Jusqu'alors, le site « Abritel » était le principal vecteur de clientèle, en comprenant le site internet du domaine. En collaboration avec le service de la communication et du développement touristique, le référencement a été élargi aux sites de location spécialisés et aux réseaux sociaux. Si le retour sur investissement de cet effort de référencement n'est pas probant sur les résultats de 2015, les retombées se feront ressentir pour la saison 2016, où le nombre de réservation est à ce jour bien plus important que ceux de l'année précédente à la même époque.

Le taux de fréquentation du gîte de la Gabillière est toujours supérieur à ceux des gîtes Cerf et Salamandre. La capacité d'accueil de six personnes semble plus adaptée au standard des familles composant la clientèle. Ce facteur serait à prendre en compte dans le cadre d'un éventuel élargissement de l'offre d'hébergement.

Les « Livres d'Or » mis en place et les appréciations sur les sites marchands démontrent une grande satisfaction de la clientèle. Le secteur de l'hébergement sur Chambord laisse toujours présager une belle progression.

Les recettes des gîtes s'élèvent en 2015 à 72 710 €.



1



2

+ 73 ☒

Augmentation
du nombre de
mécènes en 2015

3.4 Le mécénat

Durant l'année 2015, l'effort du domaine national de Chambord pour consolider et développer le mécénat s'est poursuivi avec succès, puisque la valeur du million d'euros a été dépassée.

En effet, le mécénat levé en 2015 auprès de 160 mécènes (120 particuliers et une quarantaine d'entreprises) s'élève à un peu plus d'un millions d'euros, soit une augmentation de 21,5% par rapport à 2014, dont :

- ☒ 65 % en mécénat financier, provenant de sociétés telles que BBL Invest, STAGS, Lyonnaise des Eaux, Wiame VRD, la Caisse d'Épargne Loire Centre, et de nombreux particuliers,

- ☒ 26% en mécénat de compétence provenant de sociétés telles que Image Sept, Matière SAS, Société Lefèvre, Maison Marionnet, Erco

- ☒ 9% en mécénat en nature provenant de sociétés telles que Champagne Napoléon, Desmare SA, Jefco groupe Allios, château Talbot, Rivolier SAS, Warsemann Automobile.

Soulignons la participation très importante de Monsieur Jacques Boisseaux, fidèle mécène, à l'effort de restauration de la chambre de parade, des écuries de la Garde républicaine et à l'acquisition d'œuvres d'art telles que le pastel du maréchal de Saxe attribué à Quentin Latour, sans lequel ces projets ne pourraient aboutir.

LES RÉSEAUX DE COLLECTE PARTENAIRE

Afin de compléter et parfaire les dispositifs de levée de fonds auprès des mécènes français, le domaine national de Chambord a conclu deux conventions avec :

- ☒ La Fondation pour les Monuments Historiques : Abritée par la Fondation de France, la FMH collecte des fonds pour le compte de Chambord sur des projets de restauration patrimoniale précis et délivre des reçus fiscaux au titre de l'ISF, ce que la loi créant l'établissement public de Chambord ne permet pas de faire,

- ☒ Le fonds de dotation Transatlantique de la Banque Transatlantique :

Nommé «Fonds Chambord», le fonds de dotation permet à tout donateur désireux de placer des fonds dans le cadre de dispositifs fiscaux avantageux. La Banque Transatlantique assure la gestion du fonds garantissant ainsi une expertise financière et cambiale incontestable.

LES PROJETS MÉCÉNÉS

Nombreux sont les projets de restauration, d'acquisition, de restitution et d'embellissement, conduits par les équipes du domaine national de Chambord qui font l'objet d'actions de mécénat. Parmi les projets majeurs, citons la restauration du jardin à la française, la création de la halle d'accueil ou encore la renaissance de la vigne de Chambord.

- ☒ L'opération «Mécène un banc», donnée à l'occasion de l'inauguration du jardin anglais en juillet 2014, s'est poursuivie en 2015 avec succès. Ce mécénat participatif mérite d'être réitéré pour d'autres aménagements des abords du château et du domaine, notamment pour la grande perspective et la grande promenade.

- ☒ L'opération «Adopte un pied de la vigne de Chambord» a été lancée à l'été 2015, à l'occasion de

1/ Paniers offerts lors de la plantation de la vigne.

2/ Pieds de vignes pré-phyloxériques replantés en 2015.

3/ Des bancs ont été installés dans les jardins et la cour du château de Chambord.



3

Durant l'année 2015, l'effort du domaine national de Chambord pour consolider et développer le mécénat s'est poursuivi avec succès, puisque la valeur du million d'euros a été dépassée.

la plantation de la vigne de Chambord au mois de juin. Cette campagne de levée de fonds connaît un franc succès: près de 300 pieds ont été adoptés entre juin et décembre 2015.

Trois cépages ont été plantés sur plus de 12 hectares: 8 hectares en Romorantin, apporté sur ordre de François I^{er} en Val de Loire en 1518-1519, 4 hectares en pinot noir et 20 ares en gamay.

Plus de 5 hectares ont été plantés en juin 2015 (1,3 hectare de Romorantin préphyloxérique et 4 hectares de pinot noir). 5,7 hectares de Romorantin et 20 ares de gamay seront ajoutés à cette plantation en 2016. Le complément sera planté en 2017.

Donnant vue sur le château de François I^{er} et composée du cépage choisi par le Roi, cette vigne est exceptionnelle. Une partie est préphyloxérique, c'est-à-dire constituée de pieds de vigne non greffés, authentiques, issus d'une parcelle certifiée d'avant 1840 par les pouvoirs publics. À tout point de vue, historique, esthétique et environnemental, ce projet est unique. La première récolte est prévue pour 2019, date anniversaire du début de la construction de Chambord. La production envisagée sera de 50 000 à 60 000 bouteilles. En respectant les méthodes ancestrales pratiquées dans la région et en s'accompagnant du savoir-faire nologique de la Maison Marionnet, Chambord défend une certaine idée de l'art de vivre à la française. Le domaine proposera un vin d'excellence, biologique et naturel. Les vignes de Chambord seront accessibles librement au public dans le cadre de la grande promenade dont l'aménagement sera achevé en 2017. Des visites seront possibles en calèche, à bicyclette, et une participation à la vendange sera proposée. Les bâtiments de la Ferme de l'Ormetrou, située à l'entrée des vignes, seront, par la suite, réhabilités dans une démarche éco-responsable (chai, cuverie, projet d'auberge de jeunesse) et offriront ainsi de belles perspectives pour l'écotourisme à Chambord. Fort du succès de cette opération de mécénat participatif («pour 1 000 euros défiscalisés IR ou IS, adoptez un pied de la vigne de Chambord qui portera une plaque de cuivre gravée à votre nom»), et dans le but d'étendre

son réseau de mécènes ancrés dans les territoires, le domaine national de Chambord a conclu un partenariat avec la Fondation du Patrimoine en décembre 2015. Grâce à ce dispositif, les mécènes assujettis à l'ISF peuvent également participer à la renaissance de la vigne de François I^{er}, en bénéficiant de la déduction fiscale propre à l'ISF.

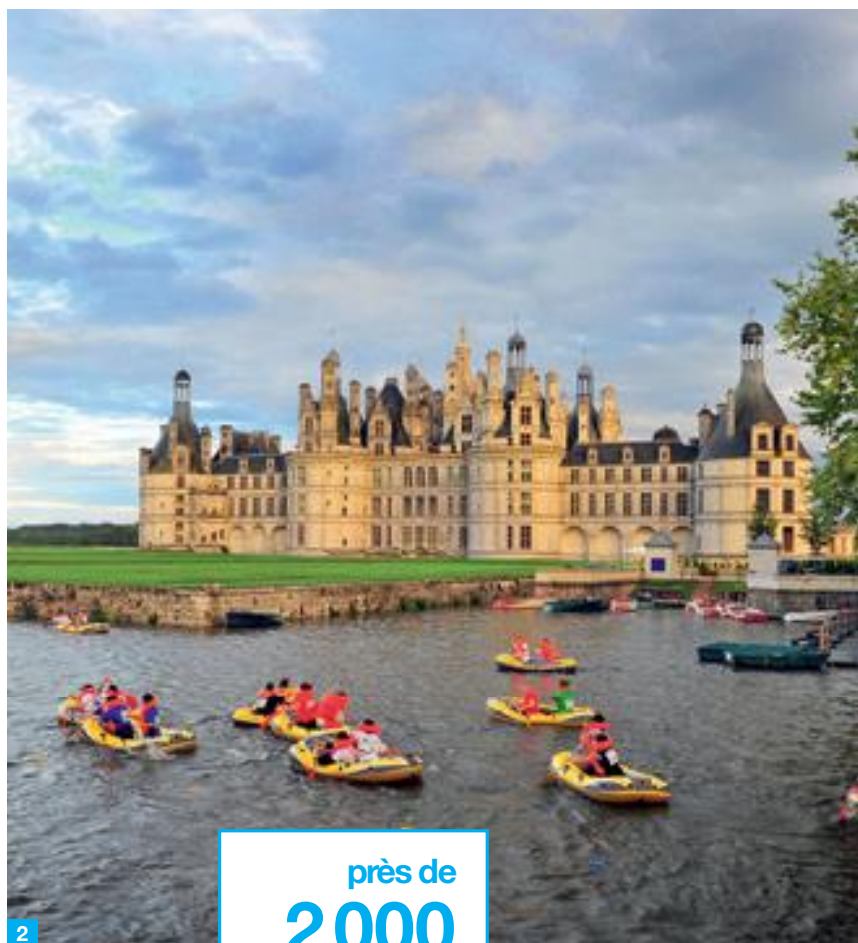
☒ Dans le cadre de la convention bipartite triennale, la Caisse d'Épargne Loire Centre soutient le Festival de musique de Chambord.

ÉVÉNEMENTS AUTOUR DES MÉCÈNES

Devant cet élan de générosité sans cesse croissant, Chambord a tenu à remercier et honorer ses mécènes et bienfaiteurs en organisant deux soirées de prestige: ☒ une garden-party suivie d'un concert du Festival de musique était spécialement dédiée aux mécènes ayant adopté les bancs du jardin anglais et de la cour du château,

☒ la première édition de la «soirée d'automne des mécènes et bienfaiteurs de Chambord», qui fut un réel succès. Plus d'une centaine de mécènes et bienfaiteurs de Chambord ont pu découvrir en avant-première le film coproduit avec Gédéon Productions et diffusé sur Arte, «Chambord, le château, le roi et l'architecte» avant le dîner de gala servi au salon des chasses du château. Cette soirée d'hommage aux mécènes fut l'occasion de présenter la nouvelle campagne de mécénat 2016 pour les projets en cours et à venir tels que la renaissance de la vigne de François I^{er}, le jardin à la française et la grande perspective, la finition des travaux de la future halle d'accueil, le soutien au concert d'ouverture du Festival de musique de Chambord en juillet 2016, ou encore la restauration du pont de la patte d'oie dans le cadre de la future grande promenade.

Le «modèle Chambord» du mécénat suscite l'intérêt de la presse locale et nationale. Les articles parus ont été propices à l'arrivée de nouveaux mécènes, spécialement des particuliers désireux de se joindre plus ou moins modestement à la réalisation des projets culturels, patrimoniaux et environnementaux en cours.



près de
2 000
sportifs sont
regroupés chaque
année pour le défi
inter-entreprise

3.5 Les événements

Le domaine national de Chambord a continué en 2015 de développer son activité de location des espaces. Les agences événementielles régionales, nationales, voire internationales ont pris conscience du pouvoir de séduction de Chambord sur une clientèle exigeante.

En 2015, les locations d'espaces ont généré un chiffre d'affaires de 143 793 € HT, avec une contrepartie en mécénat de 29 770 €. L'estimation des mises à dispositions gratuites pour des événements phares tels que le défi inter-entreprises, des événements sportifs organisés par des établissements scolaires du département ou des événements à vocations humanitaires, ont généré 254 134 €.

Au total, 120 AOT (Autorisation d'occupation temporaire) ont été délivrées, sans compter les événements organisés en interne par les différentes directions. La privatisation des espaces à Chambord intéresse tous les secteurs professionnels : la banque, les assurances, les professions libérales à des fins de séminaires ou des moments de cohésion entre personnels, le cinéma, la publicité

1/ Événement Noël à Chambord.

2/ Le défi inter-entreprises.

3/ Tournage du documentaire diffusé sur Arte.



 **1 265 000**

Nombre record de téléspectateurs
pour le film Arte «Gédéon»

 **379**

Nombre d'articles sur Chambord
parus dans la presse nationale

 **7**

Nombre de dossiers
de presse réalisés

plus de
 **2 M€**

Media value

 **57**

Nombre de communiqués
de presse réalisés



3.6 La communication

En 2015, le service de la communication a orienté ses missions autour de quatre grands thèmes : la stratégie numérique, la signalétique, la promotion médiatique et la diffusion de l'image à travers différents supports :

- la stratégie numérique s'est donnée pour objectif le déploiement d'une communauté sur le [site web](#) et les réseaux sociaux, l'amélioration du référencement et la sécurisation du site [site web](#). Pour mener à bien ces projets, le service de la communication a recruté un [ebmestre](#),
- la signalétique sur le site, à l'extérieur avec notamment l'intégration de la nouvelle halle d'accueil ou à l'intérieur du monument,
- les partenariats et les échanges à travers le développement et l'amplification des partenariats médias et la transmission et le partage d'informations en interne,
- enfin, les supports, la communication institutionnelle et le marketing à travers la création d'une charte graphique pour l'ensemble des supports édités à Chambord.

CHAMBORD, ENTREZ DANS L'UNIVERS DU GÉNIE

En 2015, le domaine national de Chambord s'est doté d'un nouveau slogan, remplaçant ainsi celui qui existait depuis 2011 «Chambord, le rêve royal, grandeur nature».

Afin de proposer un slogan en cohérence avec le lieu et la politique de développement de Chambord,

le slogan répond à la question identitaire : Tout le monde connaît Chambord, mais qui connaît vraiment Chambord ?

Dans cette optique, en partant des idées reçues sur «le plus grand des châteaux de la Loire», le slogan «Entre dans l'univers du génie» instaure une relation de proximité, d'expérience et d'exception avec chaque visiteur.

Chambord appelle chaque personne à passer les portes du domaine et du château, à se faire sa propre image du lieu en dépassant leur socle de connaissance, pour les inviter dans un monde qui va les surprendre et les enchanter. Chambord est une œuvre de génie : il faut faire vivre ce concept dans l'expérience du visiteur sur le site. Or, cette expérience commence avec les premiers mots qui qualifient Chambord sur les documents de communication.

LA PUBLICATION DES NOUVEAUX DOCUMENTS

Projet d'établissement

Le document «Chambord ou la cité idéale : 2015-2020» a été publié dans le courant de l'année 2015. Ce rapport, remis à tous les agents de Chambord et aux membres du Conseil d'Orientation, du Conseil d'Administration et aux principales tutelles de Chambord, présente en détails les projets de Chambord pour les cinq ans à venir.

Dans le cadre de sa stratégie de développement, Chambord a souhaité se doter d'une nouvelle signalétique sur l'ensemble du domaine, des parcs de stationnements, du village et à l'intérieur du château.

Dépliant et dossier de présentation des gîtes

Afin de promouvoir plus largement les gîtes de Chambord, un nouveau dossier et une plaquette de promotion ont été créés. Un nouveau dépliant de présentation a été réalisé cette année afin de mettre en valeur l'ensemble des gîtes du domaine national de Chambord. Rédigé en français et en anglais, ce dépliant décrit et illustre chacun des trois gîtes, en indiquant leur localisation, les informations pratiques et les contacts.

En plus de la présentation des différents services offerts dans les gîtes, le dossier de présentation met en avant la location de la salle de la Gabillière pour l'organisation de divers événements et recense les différentes activités proposées au domaine national de Chambord (visites guidées, HistoPad, spectacle équestre, balades en calèche) et à proximité du domaine (châteaux de la Loire, Zoo de Beauval, restauration et terroir).

Activités éducatives

Un nouveau livret d'actions éducatives destiné aux enseignants a été réalisé en 2015. Il propose des animations et ateliers autour du patrimoine naturel et architectural. Histoire, sciences-et-vie de la terre, mathématiques, arts visuels ou encore sciences physiques sont autant de sujets abordés dans les différentes visites proposées. Au cœur de la forêt ou dans les salles du château, les élèves peuvent appréhender le site de manière ludique et participative pour comprendre le mode de vie de l'époque du roi bâtisseur de Chambord. Les livrets d'actions éducatives ont été envoyés aux écoles des départements du Loir-et-Cher, d'Indre-et-Loire et du Loiret.

Signalétique directionnelle

Dans le cadre de sa stratégie de développement, Chambord a souhaité se doter d'une nouvelle signalétique sur l'ensemble du domaine, des parkings, du village et à l'intérieur du château.



1



2

La mise en place d'une nouvelle signalétique constitue une étape clef dans le développement du domaine national de Chambord puisqu'il s'agit de la première impression donnée aux visiteurs lorsqu'ils entrent dans le domaine.

En lien avec la démarche menée pour l'obtention du label Qualité Tourisme, l'objectif est de construire une image cohérente, claire et indicative pour tous les visiteurs du domaine national de Chambord, en particulier les personnes handicapées, les visiteurs étrangers qui ne lisent pas notre alphabet.

La signalétique générale extérieure et les points de repère intérieurs au monument ont été totalement repensés. Les panneaux situés aux abords, à l'entrée et dans la cour du château ont été revus, avec deux couleurs principales (gris et blanc) et un système de pictogrammes. Cette nouvelle charte graphique est adaptée à un public international, puisque Chambord accueille chaque année 50 000 de visiteurs étrangers.

Charte graphique

En 2015, le service de la communication a travaillé à l'élaboration d'une nouvelle charte graphique avec l'agence RCP. Elle est appliquée sur tous les supports de communication émanant du domaine national de Chambord.

1/ Location de vélos, voiturettes électriques et bateaux à l'embarcadere.

2/ Tournage du film de 90 minutes « Chambord, le château, le roi et l'architecte » diffusé sur Arte.

3/ Panneaux explicatifs installés le long de la promenade autour du canal.



3

1,265 millions

de téléspectateurs
ont regardé le film
« Chambord, le
château, le roi et
l'architecte » sur Arte

Cette charte permet d'uniformiser et d'assurer une cohérence dans la réalisation des différents éléments de communication. Elle précise notamment les règles de mise en page des dossiers de presse, des flyers ou encore des affiches, d'utilisation du logo et d'emploi des couleurs. La nouvelle charte graphique comprend également des indications de mise en page pour les documents administratifs.

Stickers et supports événementiels

Les nouveaux vélos de l'embarcadère affichent désormais les couleurs du domaine. Une communication spécifique « Loué-moi » met en valeur quatre visuels différents afin de promouvoir les activités du domaine, le spectacle équestre, le parc et le château.

LES TOURNAGES

Durant l'année 2015, le domaine national de Chambord a accueilli 55 tournages. Ce chiffre regroupe à la fois les émissions et journaux télévisés, mais également les fictions et films cinématographiques. Parmi les temps forts de l'année 2015, deux réalisations télévisuelles sont à retenir : deux documentaires diffusés à la fin de l'année 2015 :
 ☒ « Chambord, le château, le roi et l'architecte », Arte
 Le documentaire de Marc Jampolsky, consacré à

l'énigme architecturale que représente le château de Chambord, a été diffusé le samedi 5 décembre à 20h50 sur Arte. Il a enregistré un record d'audience avec 5,6 % de part d'audience et 1 265 000 téléspectateurs. Il s'agit de la meilleure audience de l'année en nombre de téléspectateurs pour l'émission L'Aventure humaine,

☒ « Des Racines et Des Ailes, Rêves de pierre, du domaine de Chambord aux châteaux d'Écosse », sur France 2. Ce reportage, dont deux des trois parties étaient consacrées au château et au parc de Chambord, a été diffusé le 7 octobre devant 3349 000 téléspectateurs.

Chambord a également été mis à l'honneur avec des reportages sur les chaînes nationales telles que TF1, ou encore France 3 mais aussi internationales avec de nombreux tournages pour des télévisions asiatiques, américaines et européennes.

LES RELATIONS PRESSE

Chaque année, le domaine national de Chambord reçoit la visite de journalistes locaux, nationaux et internationaux, qui viennent découvrir ou redécouvrir les activités de Chambord afin de les faire partager à leurs lecteurs. Cette année, pour la première fois, le domaine national de Chambord a reçu la visite d'une délégation de journalistes de l'Association de la Presse Étrangère. Tout au long de la journée, les journalistes ont pu découvrir le château, le parc ainsi que les grands projets de Chambord.

Les événements culturels et grands publics attirent également de nombreux médias, qu'il s'agisse de la presse écrite, radio ou vidéo. Chambord a ainsi pu



recenser des retombées presse inédites pour l'année 2015 (par exemple, pour les mois de mai à décembre, l'équivalent publicitaire des retombées dans la presse nationale équivalait à plus de 2,1 millions d'euros).

LA DIFFUSION

Chaque année, le domaine national de Chambord valorise son image par le biais de campagnes d'affichages en région Centre mais également en Île de France.

☒ Chambord a renouvelé les campagnes d'affichages réalisées avec les autres acteurs touristiques de la région (châteaux de Cheverny, Chaumont sur Loire, Blois, ☒oo parc de Beauval, Center parcs Sologne...) afin de valoriser la destination Val de Loire à Paris,

☒ les campagnes d'affichage avec la société Loire Vison ont été diffusées dans différentes villes de la Région Centre, notamment Tours, Blois et Orléans. Ces campagnes mettent à la fois en avant le visuel général de Chambord mais également de nombreux événements tels que le spectacle équestre, les expositions temporaires, No   à Chambord

☒ pour la première fois en 2015, Chambord a mis en avant le spectacle équestre par de l'affichage sur les bus de ville à Blois, Tours et Orléans,

☒ la diffusion est également l'un des moyens de communication renouvelé chaque année, par le biais de diffuseurs en interne ou par des prestataires de diffusion telles que les sociétés Alfran ou FBS. En 2015, ce

ne sont pas moins de 350000 documents qui ont été diffusés à travers toute la Région Centre,

☒ pour la première fois en 2015, les voitures de la société Alfran qui servent à la diffusion des documents sont habillées aux couleurs de Chambord, ☒ depuis 2013, le domaine national de Chambord est présent dans les FNAC parisiennes par le biais du réseau Cartcom. Cet outil de promotion permet de communiquer auprès de la cible des moins de 26 ans afin de leur rappeler que l'entrée au château est gratuite.

Pour l'édition 2015, Chambord a choisi un visuel rappelant l'univers de la série télévisée «Game of Thrones», tout en rappelant le nouveau slogan de Chambord «Entre   dans l'univers du génie» qui se réfère à des univers tels que celui de Games of Thrones ou du Seigneur des anneaux...

COMMUNICATION EN CHINE

À la suite du jumelage réalisé en 2014 avec le Palais d'été de Pékin, le domaine national de Chambord a décidé de renforcer sa communication auprès du public chinois. Une agence basée à Pékin travaille en collaboration avec le service communication du domaine national de Chambord afin de promouvoir sa notoriété et son image. La création de comptes au nom de Chambord sur les réseaux sociaux chinois, les relations avec la presse et la présence de Chambord sur des salons promotionnels sont ainsi gérées par cette agence.

1/ Campagne de communication CARTCOM à destination des jeunes de moins de 26 ans.

2/ Campagne les petits curieux dans le métro parisien avec l'ADT 41.

3/ L'échappée volée à Chambord.



plus de
1 519 004

Nombre de vues du site internet
du domaine

f + 45

Augmentation du nombre de fans sur
Facebook: Chambord a débuté l'année avec
4023 fans et a achevé 2015 avec 7561 fans

plus de
1 800

Nombre de followers sur Twitter

LE WEB

Le domaine national de Chambord a poursuivi durant l'année 2015 la stratégie numérique lancée en 2013. Aujourd'hui, près de 80 % des touristes européens préparent leur séjour sur Internet et plus de 70 % réservent par ce biais. Le web tient désormais une part prépondérante dans l'organisation des voyages tant pour la recherche d'informations sur la destination finale que pour les transactions. Le développement numérique est un enjeu majeur pour Chambord. Plus que dans tout autre secteur, Internet a révolutionné le marché touristique et transformé les pratiques. Plusieurs volets, comme la sécurisation du site web, l'amélioration du référencement, le déploiement d'une communauté « Chambord » sur les réseaux sociaux ont simultanément été travaillés.

Les réseaux sociaux ont permis le développement d'une communauté de plus en plus importante et fidèle (Facebook et Twitter) et la présence de Chambord sur le réseau Instagram.

Accueil de l'événement L'échappée volée: mise à jour au niveau numérique engagement dans des travaux de la part de Chambord pour mettre en place Internet, wifi, réalité augmentée Le domaine national de Chambord souhaite révolutionner ses outils de visite et accroître sa visibilité sur le net grâce aux innovations dans le secteur du numérique. L'accueil de l'événement L'Échappée volée le

6 juin 2015 a été l'un des aspects de ce tournant. L'accès au Wifi à Chambord, afin d'alimenter, dans les meilleures conditions et gratuitement, les 1,5 million de personnes qui visitent le site chaque année (dont 800 000 dans le château). Offrir aux visiteurs l'accès à différents outils numériques et leur permettre de poster facilement des photos de Chambord sur les réseaux sociaux: avec des touristes connectés, Chambord ne peut que voir sa visibilité numérique croître significativement, en particulier à l'international. Il convient de rappeler que 50 % des visiteurs du monument sont étrangers.

Concernant le site internet de Chambord, un travail a été mené au niveau du référencement et de la protection du site avec des agences extérieures. Le suivi de la réputation du domaine national de Chambord en ligne est également un sujet sur lequel une véritable stratégie a été menée en 2015. En effet, de plus en plus de sites internet d'avis en ligne tels que TripAdvisor voient le jour et nécessitent des réponses, positives ou négatives, de la part de Chambord. Une procédure de suivi a ainsi été élaborée afin de répondre dans des délais fixes aux commentaires diffusés sur les réseaux sociaux et les sites d'avis.

L'année 2015 a également été marquée au niveau du web par le recrutement d'un webmestre en fin d'année.





4

L'entretien, la restauration et la conservation du patrimoine

Entretenir, restaurer, aménager et construire sont les principales missions de la direction des bâtiments et jardins, direction de la maîtrise d'ouvrage du domaine national de Chambord.

Exerçant ses missions pour l'accompagnement du développement de l'établissement et pour sa bonne exploitation, les projets étudiés et réalisés participent aussi bien à la mise en valeur du site qu'à sa conservation, dans le respect des réglementations, tout en assurant des aménagements pour assurer l'hygiène, la sécurité et le confort de travail des employés.

La mise en œuvre de gros chantiers a montré les limites humaines de cette direction, renforcée en 2014 par une équipe administrative, puis en 2015 par le recrutement d'emplois aidés pour les missions de terrain. Cependant, l'équipe reste en sous-effectif pour mener à bien les missions de conception et d'organisation par rapport aux volumes de projets.

L'organigramme de cette direction a été revu pour responsabiliser des agents dans des tâches d'organisation des équipes et de prise en compte technique, stabilisant et sécurisant les procédures et protocoles.







4.1 Les restaurations du château

Les travaux de restauration du château sont conformes au schéma directeur validé en 2007. Ils ont concerné en 2015 les études et avant-projet.

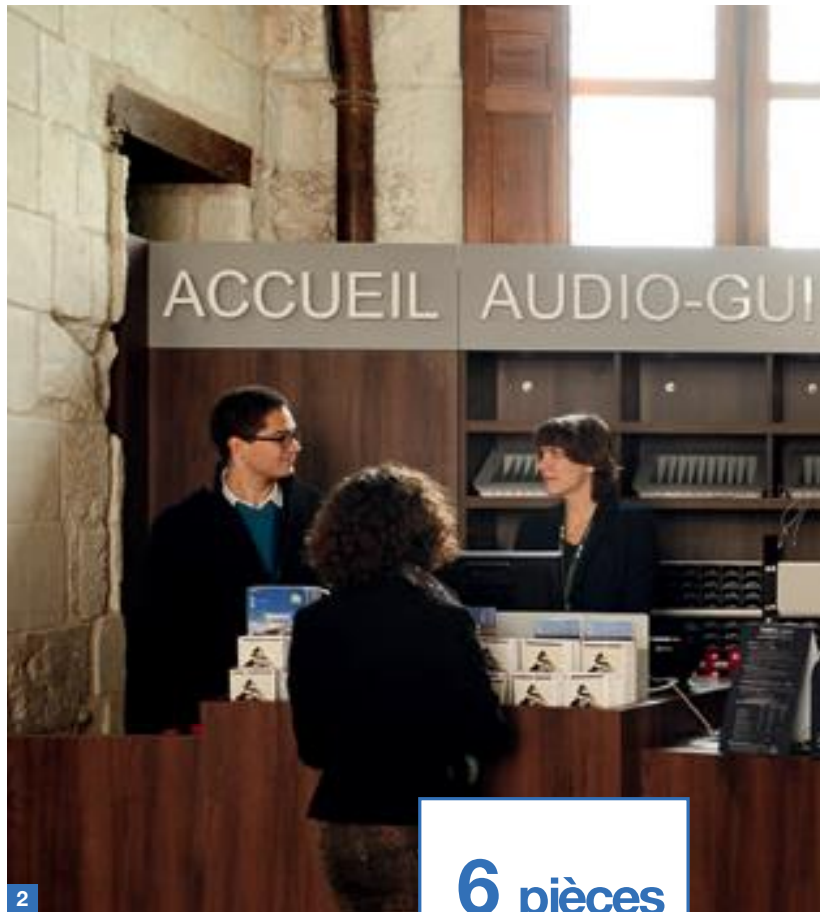
LES CUISINES DU XVIII^E SIÈCLE

La restauration des cuisines Polignac, dont le chantier a été lancé à l'automne 2015, permet de restituer une ancienne cuisine au cœur du château. Attestée depuis le XVIII^e siècle, cette cuisine était un lieu de stockage non accessible à la visite. La restauration de cet espace permet d'ouvrir deux pièces supplémentaires à la visite libre du public et de consacrer six pièces à la visite guidée. Les travaux portent sur la réfection électrique et la restauration des parements et des menuiseries. À l'issue des travaux, le public découvrira une cuisine scénographiée dans l'esprit du XVIII^e siècle.

LA TOUR FRANÇOIS I^{ER}

Avec la remise du dossier de consultation des entreprises (DCE) courant 2015, il sera possible de lancer tout début 2016 la restauration des décors des superstructures de la tour François I^{er}. Dans la continuité des travaux sur les autres tours, le protocole de restauration mis en place permettra de consolider, restaurer et protéger les chefs-d'œuvre sculptés de cette tour.

La remise en fin d'année du dossier de consultation des entreprises pour la restauration des lucarnes de l'aile Dauphine permettra d'engager les travaux au cours du premier semestre de l'année 2016.



6 pièces

seront
consacrées à la
visite guidée

L'avant-projet de restauration des Communs d'Orléans a été notifié à l'Architecte en chef des Monuments Historiques. Basé sur l'étude préalable de 2006 et complété par l'étude de 2014 sur les couvertures, le projet consistera à requalifier cette salle pour l'intégrer dans le parti esthétique du château et offrir toutes les fonctionnalités à son occupation polyvalente. Au préalable, la restauration de l'étanchéité de la couverture est impérative et l'avant-projet s'attachera à réaliser une étanchéité provisoire, sans altérer le parti actuel de présentation des enceintes basses. En complément, une sortie sera aménagée, conformément à l'étude diagnostic sur la terrasse de la tour du Chaudron, en continuité de l'escalier arasé lors de la construction de la dalle béton dans les années 1930.

ENTRETIEN ET MISE EN SÉCURITÉ DU CHÂTEAU

La défense incendie

L'étude remise en septembre concernant l'installation de colonnes sèches dans le château va permettre de commander, dès son approbation par

1/ Nouvelles cuisines
du XVIII^e siècle.

2/ Nouvel espace
d'accueil et de location
à l'entrée du château.



Les travaux de restauration du château sont conformes au schéma directeur validé en 2007.

les services compétents, le dossier de consultation en vue de la réalisation des travaux. Ils permettront d'assurer une défense incendie optimale du château et lever ainsi toutes les incertitudes techniques liées aux dysfonctionnements réguliers de la défense incendie actuelle, basée sur les colonnes humides. À l'issue de ces travaux, les RIA seront alimentés directement depuis le réseau d'adduction d'eau potable renforcée de la commune.

L'accueil

Dans le château, des aménagements ont été réalisés dans la continuité des travaux menés en 2014. Ainsi, la banque d'accueil et de vente d'audioguide et HistoPad a été revue. Créée selon la ligne graphique retenue pour la boutique, cette banque d'accueil est aujourd'hui fonctionnelle, réversible et intégrée. En complément, dans le cadre de la politique d'accessibilité, toutes les portes de la boutique et de la billetterie ont été remplacées par des portes automatiques. Ces travaux, complétés par la réfection du chauffage permettent à la fois au public de

circuler sans entrave et d'assurer une isolation thermique satisfaisante sans déperdition d'énergie. Une étude énergétique a été lancée en vue d'optimiser les consommations énergétiques dans le château, notamment pour lutter contre l'effet de serre. Les travaux d'accompagnement à l'installation du WIFI au re  -de-chaussée du château ont permis d'intégrer au mieux ces éléments techniques.

Pour la sécurisation du château, tous les cylindres ont été renouvelés. Cette opération s'inscrit dans un schéma de programmation quinquennale afin d'optimiser la sécurisation du château, et la sûreté du site. Les relais radio et les postes talkies-  alkies ont été remplacés par des appareils numériques tant pour l'exploitation du château que pour les agents dans le parc.

Par ailleurs des travaux d'entretien ont été menés dans le château, notamment par la réfection de sols de circulation du public, la réfection d'un escalier en bois et une porte dans les locaux techniques, la consolidation d'une cheminée fissurée, l'entretien des vitraux.



1



2



3

4.2 Les travaux aux abords du château

Les opérations d'aménagement et de restauration des cheminements et d'accueil du public ont permis de lancer en 2015 la construction de la halle d'accueil et la restauration de la place Saint-Louis.

LA HALLE D'ACCUEIL

Débutés en juillet 2015 les travaux de construction de la halle d'accueil vont nécessiter 12 mois de chantier. Située à l'intersection des trois parcs de stationnement, la nouvelle halle permettra d'accueillir le public dans un bâtiment reprenant les lignes architecturales d'une halle de village solognote. D'une surface de plus de 450 m², la halle d'accueil contiendra différents espaces, notamment une banque d'accueil, les guichets billetterie, une banque d'information touristique de l'Office de Tourisme Blois Chambord, une boutique et une cafétéria. Dans la continuité, les toilettes publiques complètent l'aménagement. Ce projet a reçu le soutien du Contrat de Plan État-Région et de mécénats.

LA PLACE SAINT-LOUIS

La restauration de la place Saint-Louis accompagne la construction de la halle d'accueil. Lancée à la fin de l'année 2015, cette place sera requalifiée pour la saison 2016. La programmation des travaux a vu ses délais reportés puisque les opérateurs et concessionnaires des réseaux souterrains (ERDF, Orange, Commune et Communauté de Communes) ont manifesté leur volonté de refaire leurs installations avant la réfection générale des sols. En accompagnement, toutes les gouttières en zinc ont été remplacées sur les bâtiments autour de la place, conformément au plan de gestion de 2003. Ces travaux redonnent à la place du village de Chambord un caractère identifié du patrimoine local. L'achèvement de la mise aux normes des assainissements des restaurants a pu être mené préalablement. En accompagnement, la requalification nécessaire des parcs de stationnement a permis la mise en valeur de l'accueil du public et du site.

1/ Travaux de construction de la halle d'accueil de Chambord.

2/ Maison des vins de Cheverny.

3/ La place Saint-Louis avant restauration.



LA MAISON DES VINS DE CHEVERNY

Les travaux de transformation du bâtiment des Boucheries, situé au bout de la place Saint-Louis, ont été menés afin de revoir les aménagements permettant l'exploitation de la Maison des Vins. Après un curage de toutes les cloisons et de tous les plafonds, du renforcement de la charpente et des maçonneries, l'ouverture de la façade en pignon et la réfection des menuiseries ont permis de redonner à ce bâtiment une dimension nouvelle. Cette réalisation a permis de mettre au point la teinte des menuiseries. Le brun Van Deyck du parc immobilier s'étant peu à peu dénaturé, un rouge «sang» a été apposé sur les menuiseries. Étendue à l'ensemble des bâtiments, cette teinte remplace peu à peu les anciennes couleurs des menuiseries du village et du parc.

LES JARDINS

Le projet de restauration des jardins réguliers, dits à la française, a été validé en janvier 2015 par la

Les opérations d'aménagement et de restauration des cheminements et d'accueil du public ont permis de lancer en 2015 la construction de la halle d'accueil et la restauration de la place Saint-Louis.

Commission Nationale des Monuments Historiques et présenté en Commission Départementale Nature Paysage et site. La commande pour la conception du Dossier de Consultation des Entreprises a été notifiée à l'Architecte en chef des monuments historiques. Parallèlement, la consultation pour retenir un opérateur archéologique selon les prescriptions de l'arrêté préfectoral a été réalisée. L'appui d'un hydrogéologue permettra de réaliser ces fouilles en 2016 en toute sécurité sur ce parterre ceint des douves et du Cosson.

Dans le cadre du partenariat avec l'école nationale du paysage de Blois, les étudiants de 4^{ème} année ont travaillé sur la thématique du domaine national de Chambord et de son territoire. La remise du rapport a été réalisée en juin 2015 et a fait suite à des réunions de présentation avec les acteurs du territoire. Aux abords du château, plusieurs chantiers d'entretien du parc arboré ont été menés, notamment pour la taille des rideaux de tilleuls du parterre sud, le nettoyage et l'élagage de la chambre de verdure sous la grange aux dîmes et l'élagage des platanes du fer à cheval - hémicycle nord.

ÉCURIES ET EMBARCADÈRE

Des travaux d'aménagement, de sécurisation et d'accessibilité du site ont été menés sur l'année 2015. Le ponton de l'embarcadère a été complètement refait. Pour les promenades en calèche, les boxes des écuries étaient vétustes et dangereux pour les chevaux. La réfection générale a été rendue nécessaire en cours de saison après effondrement des cloisons. Pour le spectacle équestre, deux rampes d'accès ont été installées selon les normes d'accessibilité, une pour l'accès aux toillettes, l'autre pour les gradins.



Sur les routes, plusieurs opérations ont été menées pour assurer la sécurité des passants tout en intégrant le mobilier dans le site.

4.3 Les travaux sur l'ensemble du domaine

LE MUR D'ENCEINTE

Des travaux de réfection du mur d'enceinte de 32 kilomètres se sont déroulés tout au long de l'année. Les conditions de conservation du mur ne sont toujours pas satisfaisantes. La restauration prévue pour l'année 2015 concernait plus de 300 mètres de murs. Cependant, près de 150 mètres de brèches supplémentaires ont été recensés dans le courant de l'année.

LES PROJETS DE CONSTRUCTIONS

Des études de faisabilité ont été menées en vue de la construction d'un chai et d'une cuverie à l'Ormetrou, ainsi que la construction du hangar B à la Fidélité afin d'abriter le matériel agricole. Ces deux projets de construction en bois ont été validés par le Conservateur Régional des Monuments Historiques et l'Inspecteur des Sites. Lorsque les volumes, les matériaux et les espaces auront été définis, les projets pourront être conçus par les maîtres d'œuvre en vue de l'instruction des dossiers au titre de l'urbanisme. Sur le site technique de la Faisanderie, la réfection d'un hangar devenu vétuste était nécessaire. Les planches de bardage n'étaient plus praticables, les **les percées**. À l'occasion de ces travaux, deux travées supplémentaires ont été réalisées afin de mettre à l'abri le matériel forestier.

LA FIDÉLITÉ

Le départ de l'occupant de la Maison forestière de la Fidélité a permis de mener une réflexion d'occupation des bâtiments et répondre aux nouveaux besoins et attentes. C'est ainsi qu'au re-de-chaussée, la réfection générale a permis de mettre aux normes

des bureaux et d'en aménager de nouveaux pour les services des deux directions qui l'occupent. À l'étage, cinq chambres ont été aménagées pour y accueillir des étudiants stagiaires. La sécurisation du site permet d'en contrôler les accès. Un ancien poulailler a été réaménagé afin d'y installer un local pour les serveurs du domaine, en lien avec la fibre optique arrivant depuis le Pavillon de la Chaussée le Comte. Un chenil a également été construit pour recevoir temporairement les meutes des maîtres-chiens dédiés à l'activité cynégétique du domaine.

LE VILLAGE

Dans le village, deux logements ont été refaits dans le courant de l'année. La réfection de ces logements, des papiers peints et de la peinture, a été effectuée alors que les derniers travaux remontaient à plus de 50 ans. Un pignon d'enduit a été refait suite à l'effondrement de l'ancien et la réfection partielle d'une toiture sur un fournil après que les tuiles aient coulé. Deux chaudières ont également été remplacées.

LE MOBILIER ROUTIER ET LE PARC MATÉRIEL

Sur les routes, plusieurs opérations ont été menées pour assurer la sécurité des passants tout en intégrant le mobilier dans le site. Les balises ont été remplacées par des poteaux de bois supportant la signalétique réglementaire à proximité des ouvrages d'art ou par des billes de verre au sol, très discrètes et efficaces. Les barrières métalliques posées au droit des ponts et grilles à gibier, datant de plus de quatre ans, ont été remplacées par des barrières métalliques identiques à celles situées sur les ponts du XIX^e siècle.

Enfin, l'acquisition de matériel s'est concrétisée cette année par le remplacement d'une tondeuse et de véhicules de service, et le renforcement du parc de véhicule tout-terrain. Un nouveau véhicule utilitaire a complété le parc pour répondre aux besoins des équipes en chantier. Le parc matériel s'est également doté d'un tracteur viticole, d'un pulvérisateur et d'un intercep dans le cadre de l'exploitation de la vigne.



4.4 La vigne de François I^{er}

Inaugurée le 12 juin, la vigne de François I^{er} a été replantée à Chambord 500 ans après son introduction en Val de Loire. Ce projet répond à un objectif triple : patrimonial, environnemental et économique. Le choix des cépages s'est porté sur du Romorantin, en souvenir de François I^{er}, qui l'a rapporté en Val de Loire en 1519. En respectant les méthodes ancestrales pratiquées dans la région et en s'accompagnant d'un des meilleurs savoir-faire dans la pratique œnologique avec la Maison Marionnet, Chambord défend ainsi une certaine idée de l'art de vivre à la française. Un vigneron a également été recruté pour l'entretien des parcelles en culture biologique.

Les mois précédents la plantation ont été consacrés à la préparation et la fumure des sols. La clôture de la parcelle et la construction d'une grille

à gibier ont été installées pour protéger les plants et la future récolte des animaux du parc.

L'été sec a permis aux plants de se développer sans être atteint par les maladies, seul l'arrosage des plants a été nécessaire. La plantation des piquets et l'installation des fils se sont déroulées dans les délais, durant l'été et le début de l'automne. Le premier passage de l'organisme d'éco-certification a validé le protocole mis en place pour l'exploitation dans le cadre de la conversion en viticulture biologique. Les plants de Pinot ont été réalisés dès le début du mois de décembre. Parallèlement, les démarches ont été engagées pour la plantation des plants de Gamay dans le courant de l'année 2016 et des plantations IGP pour l'année 2017. Un dossier a été constitué pour l'extension de l'AOP Cheverny aux parcelles de l'Ormetrou.



4.5 Enrichissement, mise en valeur et présentation des collections

TABLETTE NUMÉRIQUE DE VISITE HISTOPAD

Le 22 juin, le domaine national de Chambord, en co-production avec la société Histoverly, a mis à disposition du public l'HistoPad, nouveau support de visite interactif, pédagogique et ludique en 12 langues. Grâce à la tablette numérique, les visiteurs franchissent des «portes du temps» dans huit salles du château. Ils découvrent sur l'écran des espaces reconstitués comme à l'époque du roi François I^{er}. Le dispositif restitue les volumes des salles, leur mobilier et leur décor d'époque grâce à l'exploitation des documents iconographiques et des textes d'archives. Une expérience de visite immersive inédite et spectaculaire associant les reconstructions 3D et le principe de la réalité augmentée. Par ailleurs, la fonction «visite augmentée» présente 140 Œuvres commentées dans 19 salles du monument à partir de fichiers haute définition. Cette solution permet de découvrir la richesse des collections du château et leur intérêt artistique ou historique. L'outil intègre également une chasse au trésor virtuelle dans les vues immersives, qui permet d'éveiller la curiosité des plus jeunes et leurs connaissances.

Enfin, un système de géolocalisation inédit facilite l'orientation des visiteurs et la prise en main de l'appareil. Les contenus se déclenchent automatiquement dans les salles et la tablette enregistre le parcours des utilisateurs. Les tablettes fournissent des informations précises sur le temps de visite, le circuit emprunté et les fonctionnalités utilisées. Un outil d'analyse important pour améliorer notre connaissance du public. Grâce au livre d'or intégré à l'application, le taux de satisfaction des utilisateurs de l'HistoPad est évalué à 93%. L'analyse du comportement des utilisateurs



14

Nombre de tapisseries installées aux reŒ-de-chaussée et au 1^{er} étage du château

confirme que l'outil est avant tout un produit familial. Il a également suscité une augmentation du temps de visite : généralement estimé à 1h30, il atteint avec l'HistoPad 2h42.

L'HistoPad a été primé à plusieurs reprises pour son caractère innovant et exemplaire au cours de concours organisés à l'échelon départemental ou international. Il a reçu le prix «Stratégie et numérique» des «Tops du Tourisme» 2015 en Loir-et-Cher le Grand prix toutes catégories du Festival International de l'Audiovisuel et du Multimédia sur le Patrimoine (FIAMP) organisé par l'AVICOM en novembre 2015 à Budapest (Hongrie).

PROGRAMME DE RECHERCHE INTELLIGENCE DES PATRIMOINES

Parmi les quatre programmes de recherche validés en 2014 par la Région Centre Val de Loire, le projet SOLIDAR qui étudie la diachronie de l'occupation du sol en association avec le CNRS, les universités de Tours et d'Orléans et le Centre d'études supérieures de la Renaissance (CESR) a réalisé la première phase d'acquisition des données : 25 000 hectares des forêts de Boulogne, Russy, Chambord et Blois ont été ŒscannésŒ en 3D par avion. Les trois autres projets sont entrés en phase active dans l'année. Le domaine national de Chambord dispose ainsi d'un véritable centre de recherches ŒexternaliséŒ.

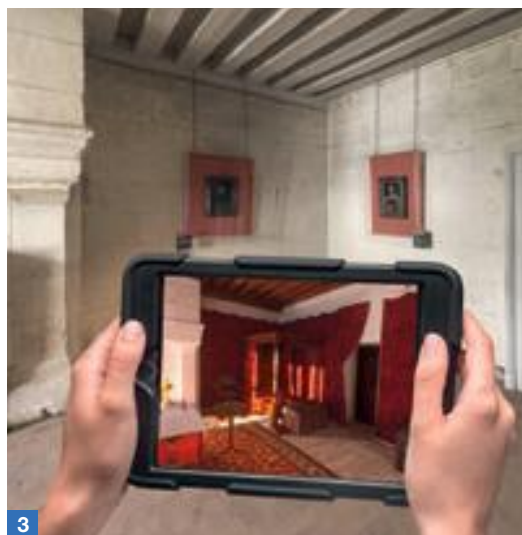
ACQUISITIONS, RESTAURATIONS ET AMÉNAGEMENTS

L'année 2015 a été particulièrement favorable pour les acquisitions. Trois exemples illustrent cette dynamique rendue possible, au-delà des crédits inscrits au budget, par le soutien de la direction générale des Patrimoines et la générosité d'un mécène fidèle, Monsieur Jacques Boisseaux.

1/ Arrivée de Louis XIV à Chambord. Adam Frans van der Meulen (atelier de). Vers 1675-1680. Huile sur toile. Acquisition juin 2015.

2/ 14 tapisseries ont été réinstallées dans le château.

3/ HistoPad tablette numérique.



3

Acquisitions

Le 12 juin, le domaine a acheté par préemption un important tableau représentant l'arrivée de Louis XIV et de sa cour à Chambord. Réalisé par Van der Meulen et son atelier, il est l'une des rares représentations des abords du château à l'époque du Roi Soleil.

Le 18 mars, deux pièces centrales de surtout à dessert provenant des collections du maréchal de Saxe à Chambord ont été acquises par préemption lors de la vente de la collection Dillée chez Sotheby's Paris pour 71 500 € frais compris. Entièrement réalisés en bronze doré, ces éléments, d'inspiration Grand siècle, rappellent le style d'André Charles Boulle. Ce sont les premières pièces d'orfèvrerie dont la présence est historiquement attestée lors des séjours du maréchal de Saxe au château. Elles sont présentées au public dans le nouvel aménagement du cabinet attenant à la première antichambre de l'appartement de parade. Parmi les lots mis en vente par Christie's Paris le 3 novembre, se trouvait le portrait au pastel attribué à Maurice Quentin de la Tour qui réunissait deux noms importants pour l'histoire de Chambord au XVIII^e siècle : Maurice de Saxe et Marie Justine Favart. Ce pastel a fait l'objet d'une offre d'achat après la vente et a pu être acheté 45 000 € hors frais.

Aménagements

Afin d'évoquer l'état du château lors des séjours des souverains et de présenter au public des pièces de qualité, 14 tapisseries ont été installées au rez-de-chaussée et au premier étage du château, renouant avec une tradition abandonnée depuis quelques années en raison de la restauration de l'escalier.

Ces tapisseries proviennent des tentures suivantes : «L'Histoire de Marc Antoine et Cléopâtre», «L'Histoire de Diane», «L'Histoire de Scipion», «L'Histoire de Méléagre», «L'Histoire d'Artémise», accompagnées d'une portière du Char du triomphe.

Conformément à la restitution d'un ameublement et d'un décor selon les inventaires du château de 1750-1751, la partie publique de la chambre de parade au

Le domaine national de Chambord, en co-production avec la société Histovery, a mis à disposition du public l'HistoPad.

premier étage a retrouvé un ensemble de douze chaises à la reine accompagnées de deux bergères recouverts de velours d'Utrecht vert.

MÉDIATION ET COMMUNICATIONS SCIENTIFIQUES

L'année François I^{er} en Val de Loire, coordonnée par la Mission Loire à Tours, a donné lieu à des manifestations spécifiques à Chambord. Pour l'ouverture du festival de musique, l'ensemble Douce Mémoire a présenté pour la première fois un spectacle intitulé *Magnificences* à la cour du roi François. Par ailleurs, une journée du 58^e Colloque international d'études humanistes, intitulé «François I^{er}, roi de guerre, roi de paix» s'est déroulée au château le 3 juillet et a connu un grand succès. Une salle d'exposition et de découverte a été spécialement aménagée dans l'aile royale pour permettre au jeune public de se mesurer au grand roi. Enfin une table ronde des biographes de François I^{er}, animée par Franck Ferrand, a permis de constater la vitalité des recherches et des débats sur le roi chevalier.

LES JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE

L'édition 2015 des journées européennes du patrimoine ont été placées sous le thème du «patrimoine du XXI^e siècle : une histoire d'avenir». Comme les années précédentes, Chambord a proposé au public un programme d'animations riche et varié : visite libre de la tour-lanterne, visite guidée d'un logis Renaissance, ateliers pédagogiques sur l'architecture et la musique Renaissance, sans oublier un concert gratuit de l'Ensemble de musique ancienne «Le Banquet du Roy». Le programme semble avoir convaincu un public jovial, plus nombreux que l'année précédente. Le château a en effet accueilli pendant le week-end 7 325 visiteurs, soit une augmentation de 6,28 % de la fréquentation par rapport à 2014. Les Journées européennes du patrimoine ont été l'occasion de signer une convention de partenariat avec le service de prévention spécialisée de l'Association des centres éducatifs et de sauvegarde des mineurs et jeunes majeurs. Une quinzaine de jeunes, encadrés par leurs éducateurs, ont participé à la préparation et à l'animation de l'événement. Un partenariat efficace et apprécié qui a permis à Chambord de contribuer à l'insertion professionnelle de jeunes en difficultés sociales.





5

Refondation de la réserve nationale de chasse et de faune sauvage

Dans le cadre de son projet d'établissement, Chambord a décidé de refonder sa réserve nationale de chasse et de faune sauvage. La vocation scientifique du site est affirmée : un partenariat a été mis en oeuvre avec l'Office National de la Chasse et de la Faune Sauvage (ONCFS) et la Fondation François Sommer. La réserve nationale de chasse et de faune sauvage est appelée à servir la recherche scientifique et doit se fixer pour objectif de figurer, dans les dix ans qui viennent, dans la dizaine de lieux de référence dans le monde pour l'étude des grands ongulés sauvages.

Le projet d'aménagement forestier du domaine national de Chambord (2015-2034), finalisé en 2015 sur l'avis du Conseil d'Etat du 19 juillet 2014 sur la nouvelle répartition des parcelles cadastrales publique.



5.1 La gestion cynégétique

La saison 2014/2015 a été marquée par des prélèvements raisonnables. La population de sangliers a été bien maîtrisée et de nouvelles mesures en matière de sécurité (respect de l'angle de 30° par la pose de piquets permettant de le matérialiser) ont eu pour effet de réduire les prélèvements. 654 sangliers et 216 cervidés ont ainsi été récoltés au cours de cette saison. Les opérations de recherche au sang ont permis de retrouver 11 cervidés et 35 sangliers blessés.

La très forte fructification de 2014 a eu un impact significatif sur la reproduction des sangliers en 2015, provoquant des naissances abondantes qui se sont étalées de décembre 2014 à septembre 2015. L'abondance de nourriture a eu également un effet favorable sur l'état sanitaire des populations.

Par ailleurs, trois chevreuils et 18 mouflons ont été prélevés lors des tirs de sélection. Enfin, 31 renards et cinq blaireaux ont été prélevés à des fins scientifiques et sanitaires.

Le domaine national de Chambord a participé à la campagne de prélèvements dans le cadre de Sylvatub, à la suite de la découverte d'un sanglier atteint de tuberculose bovine à Vernou-en-Sologne en février 2015. À ce jour, les résultats des analyses montrent que le domaine en est heureusement indemne.

Enfin, 15 sangliers et un cerf ont été victimes de collisions routières en 2015.



360

Nombre de panneaux
remplis grâce aux
1 200 bottes de
grande bruyère
récoltées

LE COMPTAGE

Les opérations du printemps 2015 (indice nocturne pour les cervidés et comptages à point fixe pour les sangliers) ont montré une très nette augmentation des populations de sangliers et une relative stagnation des cervidés, dont la population reste cependant élevée.

LES AMÉNAGEMENTS CYNÉGÉTIQUES

Au cours de l'année 2015, cinq grands miradors ont été construits, ce qui a permis de rattraper le retard et de remplacer le grand mirador de la Hannetière qui avait été vandalisé il y a quelques années. Malheureusement, un autre mirador accessible au public a été détruit par un incendie en fin d'année (mirador de la Canardière).

Par ailleurs, les 1 200 bottes de grande bruyère récoltées dans l'année ont permis de remplir 360 panneaux.



5.2 Les activités scientifiques à Chambord

LE PROGRAMME «FRANÇOIS SOMMER»

Le 22 janvier 2014, la signature d'une convention entre le domaine national de Chambord, l'Office National de la Chasse et de la Faune Sauvage et la Fondation François Sommer pour la chasse et la nature a permis de démarrer un partenariat en vue d'effectuer, durant trois ans, une étude intitulée «Chasse et dynamique des populations d'ongulés sauvages». Ce projet scientifique vise à modéliser la démographie des deux espèces phares, le cerf et le sanglier, et à développer les outils cynégétiques les plus appropriés à la gestion durable de ces écosystèmes. Cette activité viendra nourrir des bases solides dans la gestion du domaine national de Chambord, appelé à devenir un modèle exportable dans la gestion des territoires.

2015 fut une année de montée en puissance et de rééquilibrages pour le programme François Sommer: les organisations ont été stabilisées, les difficultés d'exécution de la première année ont été prises en compte en mettant en adéquation les charges et les moyens et en rationalisant la gestion administrative et comptable. La répartition des missions a connu également une évolution avec l'arrivée du coordinateur scientifique à la Fondation François Sommer et le recrutement d'un technicien par l'ONCFS pendant la saison de la chasse. Toutes les missions ont pu être mises en œuvre, et de façon plus exhaustive qu'en 2014.

Le projet scientifique vise à modéliser la démographie des deux espèces phares, le cerf et le sanglier, et à développer les outils cynégétiques les plus appropriés à la gestion durable de ces écosystèmes.

LES CAPTURES

L'année 2015 a vu les populations de sanglier augmenter significativement, sans réelle période de pic de naissance. De ce fait, l'effort de capture a dû paradoxalement être plus important, pour un résultat moindre qu'en 2014. 28 journées de capture-marquage-recapture ont été réalisées, pour un bilan total de 244 nouveaux sangliers marqués en 2015 et 471 animaux pris ou repris dans les pièges.

Les trois panneautages organisés en 2015 ont permis de capturer 5 faons femelles, 2 bichettes, 21 biches adultes et 6 biches adultes de 2014 recapturées, 8 faons mâles et 1 faon mâle de 2015 recapturé, 8 daguets et 1 daguet de 2015 recapturé, 18 cerfs et 1 cerf de 2014 recapturé. Par ailleurs 6 biches ont été équipées de colliers GPS lors de ces opérations. Lors des battues de la saison 2014/2015, 6 cervidés ont été prélevés et 54 sangliers marqués.

Chambord a également participé à une collecte nationale de poils de mouflons à des fins scientifiques (pour déterminer le profil génétique des animaux): il en ressort que Chambord dispose d'une population originaire de Monte Cinto en Corse.

INTELLIGENCE DES PATRIMOINES

Chambord accueille d'autres études scientifiques dans le cadre d'Intelligence des Patrimoines: c'est le cas du programme COSTAUD avec l'IRSTEA qui a démarré à la fin de l'année 2015.

OUVERTURE À L'INTERNATIONAL

Le territoire d'étude qu'est Chambord s'est ouvert en 2015 à de nouveaux partenaires européens, en signant notamment une convention avec le Lainzer Tiergarten et le Forschung Institut de Vienne en Autriche.

La commission départementale sur la nature, les paysages et les sites (CDNPS) a donné un avis favorable et a souligné la grande qualité du plan d'aménagement forestier 2015-2034.

5.3 La gestion forestière

L'année 2015 a vu la finalisation du plan d'aménagement forestier 2015-2034 avec la prise en compte de l'avis du Conseil d'État sur la domanialité publique et une nouvelle répartition des parcelles cadastrales entre le domaine privé de l'État et le domaine public. La commission départementale sur la nature, les paysages et les sites (CDNPS) a donné un avis favorable et a souligné la grande qualité du document. La signature du document par le ministre de l'agriculture, de l'agro-alimentaire et de la forêt est prévue début 2016.

COUPES ET VENTES DE BOIS

Le chêne pédonculé souffre en effet du réchauffement climatique dans la Région Centre et dans le domaine en particulier, ce qui pose un problème de régénération de la forêt feuillue du domaine à terme. Des coupes exceptionnelles ont été réalisées en raison de la crue du Cosson de mai 2015: il a été nécessaire de dégager les troncs charriés par la crue et de réaliser des coupes d'éclaircies à des fins environnementales et paysagères.

La préparation des emprises des futures clôtures du village dans le cadre de la Grande Promenade a été réalisée par des coupes de bois énergie ainsi que des coupes en régie qui seront vendues en 2016.

Des coupes de requalification des abords du château ont également été réalisées à la fin de l'année 2015, permettant notamment d'alimenter l'atelier menuiserie en bois d'œuvre.



Des mesures de fructification forestière ont été mises en place selon un protocole fourni par l'Office National de la Chasse et de la Faune Sauvage: l'année 2015 est marquée par une fructification moyenne dans l'ensemble (1,6 sur 4).

70 hectares de dégagements de semis naturels ont été réalisés en 2015 dans les enclos de régénération. Une importante coupe de régénération a été réalisée dans le canton forestier des Enclôtures. Conformément au plan d'aménagement forestier, les parcelles ont été engillagées et assainies.

ENTRETIEN DE LA FORÊT

24 kilomètres d'allées de routes forestières ont été restaurés (bouchage de nids-de-poule avec du calcaire) et 3,5 kilomètres de layons ont été rechargés en sable du Cosson (350 tonnes).

Les grilles canadiennes ont été réparées trois fois dans l'année.

L'entretien du mur d'enceinte a également été mené tout au long de l'année puisque cinq brèches ont été traitées en 2015. Par ailleurs, 100 nouveaux mètres de brèche sont apparus en 2015 et ont été provisoirement colmatés avec du grillage.



48 ha

de prairies ont
été rénovés
en 2015

5.4 La sauvegarde de la biodiversité

Trois hectares de bruyères à balais ont été coupés manuellement ou broyées mécaniquement. Ces travaux permettent de régénérer la lande à bruyère, qui est un milieu d'intérêt communautaire Natura 2000 et participe à la confection des affûts et des observatoires de Chambord.

GESTION DES PRAIRIES

48 hectares de prairies ont été rénovés en 2015, dont trois hectares semés de jachère mellifère à proximité du rucher de production du domaine. L'année 2015 a été une année de transition pour le passage en agriculture biologique des prairies de Chambord, intégrant les prairies de l'Ormetrou. La culture biologique nécessite l'utilisation de semences et d'amendements homologués. 1 000 m³ de fumier

du poste à cheval et des écuries du maréchal de Saxe sont déposés dans les prairies du domaine.

SUIVI ET INVENTAIRE DES POPULATIONS DE RAPACES NICHEURS

La population continue de se développer : sur les huit couples nicheurs de balbuzard pêcheur, cinq couvées ont réussi et douze jeunes ont été recensés à l'envol, dont trois ont été bagués grâce au financement de l'émission « Des Racines et des Ailes ». Par ailleurs, deux couples nicheurs de circaètes Jean le blanc ont été dénombrés, avec deux jeunes à l'envol, trois couples nicheurs d'aigles bottés et quatre couples nicheurs d'autours des palombes. Un guide nature a été formé en tant que bagueur de bécasse par l'ONCFS et sera apte à commencer un suivi des bécasses des bois de Chambord dès 2016.



1

14 kg

Moyenne de la production de miel par ruche

5.5 Les produits issus de la chasse et de la forêt

MIEL DE CHAMBORD

Un rucher de production de 40 ruches a été mis en place et a permis de fournir 4500 pots de miel de 125 g à la boutique du château (miel d'acacia et miel de forêt). Un partenariat a également été conclu avec le pâtissier Sébastien Gaudard à Paris.

Un rucher conservatoire de fécondation de l'abeille noire de Sologne, soit sept ruchettes, a été installé sous un râtelier à cervidé réhabilité en rucher au rond de l'Ânerie.

La production de miel en 2015

562,25 kg de miel sur l'année 2015, soit 4 498 pots de 125 g, déclinés en 3 récoltes :

- ☒ Acacia (mai) : 1 517 pots de 125 g, soit 189,625 kg,
- ☒ Forêt 1 (juin) : 1 640 pots de 125 g, soit 205 kg,
- ☒ Forêt 2 (août) : 1 341 pots de 125 g, soit 167,625 kg, dont 80 pots reconditionnés en 4 seaux et 10 pots donnés à C. Gambier pour la dégustation chez Gaudard à Paris.

Cela fait une moyenne de 14 kg par ruche et par an.

VALORISATION DES PEAUX DE CERFS ET DE LA VENAISON DE CHAMBORD

45 peaux de cerfs ont été préparées pour être tannées et permettre la confection d'une ligne de pantalons de chasse de luxe par la société Edelweiss.



2

Le domaine a été mis en contact avec un restaurateur pour créer une ligne de terrines et de saucissons labellisée Chambord, qui sera prête en 2016.

Enfin, 32 tonnes de venaison ont été vendues au grossiste détenteur du marché de venaison de Chambord (12 tonnes de cervidé et 20 tonnes de sangliers). Quelques animaux ont également été vendus directement aux restaurateurs de Chambord.

1/ Le miel de Chambord en vente dans la boutique du château.

2-3/ Les objets en bois également en vente dans la boutique du château.

LE BOIS

La confection d'objets en bois au profit de la boutique s'est poursuivie : 80 bâtons de marche, 120 dessous de verre, 120 bougeoirs, 170 porte-clefs et 20 planches à découper ont été confectionnés par les ouvriers du domaine. Ces derniers ont suivi une formation de tournage pour réaliser des objets d'une plus grande technicité.

10 924 m³ de bois ont été exploités en 2015, en trois ventes pour une recette globale de 327 368,94 €. Le cours élevé du chêne et l'importance des volumes d'extractions sanitaires, sous-estimée dans les prévisions, expliquent ce bon résultat.

Un projet de valorisation du chêne de Chambord par la fabrication de tonneaux et de parquets labellisés a commencé à voir le jour.



Le cours élevé du
chêne et l'importance
des volumes
d'extractions
sanitaires, sous-
estimée dans les
prévisions, expliquent
le bon résultat
**des ventes d'objets
en bois.**



3





6

L'établissement public et sa gestion





6.1 L'organisation statuaire et administrative

ORGANISATION STATUAIRE

Le domaine national de Chambord, créé par l'article 230 de la loi du 23 février 2005 relative au développement des territoires ruraux, est un établissement public national à caractère industriel et commercial. Il est placé sous la haute protection du Président de la République et sous la tutelle des ministres chargés de l'agriculture, de la culture et de l'environnement. Son décret statutaire n°2005-703 du 24 juin 2005 lui a conféré un certain nombre de missions :

1. Conserver, inventorier, protéger, restaurer, enrichir pour le compte de l'État, mettre en valeur et présenter au public les biens immobiliers et mobiliers constitutifs du Domaine national de Chambord
2. Assurer dans le château et sur le domaine dont il a la charge, par tout moyen approprié, l'accueil du public le plus large, développer la fréquentation du château et du domaine, contribuer à leur connaissance et à celle de leurs collections, concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture
3. Contribuer à l'enrichissement des collections nationales par l'acquisition, pour le compte de l'État, de biens culturels, à titre onéreux ou gratuit
4. Assurer l'étude scientifique de l'architecture des bâtiments, des collections, des jardins, de la forêt, de la faune et de la cynégétique
5. Administrer le domaine forestier de l'État qui lui a été remis en dotation, avec un objectif de développement durable
6. Assurer la gestion cynégétique du domaine dans le souci des équilibres sylvo-cynégétiques et de la préservation de la biodiversité
7. Participer, pour ce qui le concerne, à l'effort national et international de préservation du patrimoine architectural et monumental, de la forêt et de la faune sauvage. Dans le respect des compétences relevant de sa spécialité telle que définie à l'article 230 de la loi du 23 février 2005 susvisée, il peut exercer toute activité connexe ou complémentaire à ses missions principales.

Le domaine national de Chambord est administré par un conseil d'administration. Le président du conseil

d'administration est nommé en conseil des ministres pour une durée de cinq ans renouvelable.

Le conseil d'administration règle les affaires de l'établissement et délibère sur un certain nombre de points listés dans l'article 10 du décret constitutif. Il délègue une partie de ses prérogatives au Directeur général nommé en conseil des ministres pour une durée de cinq ans renouvelable. Le Directeur général est responsable de la politique scientifique, culturelle, forestière, cynégétique et commerciale de l'établissement. Ses attributions sont prévues à l'article 13 du décret statutaire. Il rend compte de sa gestion au conseil d'administration.

Le conseil d'administration peut prendre l'avis de deux instances consultatives prévues par le décret. Il s'agit du conseil d'orientation d'une part, et de la commission des collections d'autre part.

Le conseil d'orientation est consulté sur la politique culturelle, scientifique, forestière, cynégétique et commerciale de l'établissement et toute autre question qui lui est soumise par le président du conseil d'administration. Les membres du conseil d'orientation sont nommés, pour une durée de cinq ans renouvelable, par arrêté conjoint des ministres chargés de l'agriculture, de la culture et de l'environnement, sur proposition du président du conseil d'administration. La commission des collections est présidée par le directeur général de l'établissement et donne un avis sur toute question relative à la politique d'acquisition et à la valorisation des collections, aux projets de prêts d'œuvre ou d'objets dont l'établissement a la garde et aux projets de restauration de ces œuvres ou objets.





Depuis le 1^{er} septembre 2014, le directeur général est secondé par un directeur général adjoint.

ORGANISATION ADMINISTRATIVE

L'établissement public est dirigé par un Directeur général. Il est doté d'un agent comptable chargé de la tenue de la comptabilité, du recouvrement des recettes et du paiement des dépenses, ainsi que d'un contrôle économique et financier assuré par un contrôleur général.

Le directeur général est secondé depuis le 1^{er} septembre 2014 par un directeur général adjoint :

Le directeur général adjoint représente le directeur général dans l'ensemble de ses fonctions en son absence et en cas d'empêchement. Il assure la coordination entre les différentes directions de l'établissement et veille à la mise en œuvre des décisions prises par le directeur général. Il coordonne les activités relevant de la politique de développement de l'établissement (service du développement touristique et service de la boutique et de la restauration).

La direction du patrimoine et des publics a en charge la politique d'acquisition, de restauration et de conservation des œuvres. Elle met en œuvre la politique de recherche historique à l'échelle du domaine. Elle anime l'équipe des agents chargés de l'accueil, de la surveillance ainsi que des visites. Elle définit les priorités de l'action éducative. Elle offre aux visiteurs la possibilité de réserver et payer les différents types de prestations proposées par le biais de la cellule de réservation qui est rattachée à cette direction.

La direction des bâtiments et jardins a la responsabilité de l'ensemble des travaux effectués dans le domaine, tant sur le patrimoine naturel que sur le patrimoine bâti. Elle élabore à ce titre, sous l'autorité du directeur général, la politique d'entretien et de travaux de restauration du château, du mur d'enceinte et de l'ensemble des bâtiments et habitations du Domaine. Elle met en œuvre l'ensemble des travaux liés à l'amélioration des structures d'accueil des publics ainsi que l'aménagement des locaux réservés au personnel (bureaux, locaux du personnel). Enfin, elle assure l'entretien des routes et des infrastructures aux abords du château, ainsi que la sécurité du monument et des visiteurs.

La direction de la programmation culturelle élabore et met en œuvre la politique culturelle de

l'établissement (festival de musique, lectures, programme d'expositions).

Le secrétariat général gère l'ensemble des questions administratives, juridiques et financières. Il traite également de l'ensemble des sujets relatifs à la gestion des personnels notamment l'administration du personnel, la gestion des carrières, la formation, l'animation du dialogue social à travers les relations avec la délégation unique et les représentants du personnel, le suivi médical et la mise en œuvre des règles d'hygiène et de sécurité. Le service de la billetterie et de la régie lui est rattaché.

la direction de la chasse et de la forêt assure la gestion de la partie du Domaine soumise au plan d'aménagement forestier. Elle assure toutes les missions liées à l'entretien et à la préservation de la forêt et des espaces naturels du Domaine, intégrant quatre préoccupations majeures : le respect du paysage envisagé sous l'angle patrimonial et archéologique, la conservation et la réhabilitation de la biodiversité des milieux et des espèces, le développement d'une politique cynégétique au service de la grande faune et de la conservation d'un biotope favorable à son épanouissement, la régénération de la forêt en vue d'une exploitation raisonnée.

la direction des relations publiques et du mécénat a pour mission de développer et fidéliser les réseaux de donateurs en France, en Europe et aux Etats-Unis, de gérer les actions de mécénat (dossiers, conventions, suivi administratif et fiscal, contreparties), d'organiser les événements propres au mécénat, qui constitue une ressource propre du domaine national de Chambord. Elle est également chargée du suivi des relations extérieures (institutions, territoires, réseaux) et de l'organisation des accueils des personnalités.

le service de la communication, responsable de la signalétique et de la stratégie numérique, directement rattachée à la Direction générale, valorise l'image du domaine, promeut l'ensemble de ses missions, assure l'édition et la mise à jour des supports de communication et prend en charge les relations avec les médias pour l'ensemble des services.



6.2 La gestion administrative et financière

Les dépenses de l'exercice 2015 du domaine national de Chambord s'élèvent en fonctionnement à 15,207 millions d'euros et les recettes à 15,481 millions d'euros. L'exercice 2015 fait ainsi apparaître un résultat positif de 0,274 million d'euros. Il est supérieur de 0,084 million d'euros à celui figurant au budget rectificatif n°4. Les recettes de fonctionnement de l'établissement proviennent essentiellement des droits d'entrée du monument et des recettes connexes (parking, audio-guides, visites).

Avec une hausse de fréquentation de 14 130 visiteurs, le nombre total de visiteurs dans le château est de 783 350 en 2015. Il s'agit de la plus forte fréquentation depuis 2005.

Le chiffre d'affaires, qui correspond à la billetterie et aux recettes domaniales (redevances habitations et commerces, ventes de bois et venaison) s'élève à 11,899 millions d'euros et progresse de 0,187 million d'euros, par rapport à 2014, soit 1,6 %.

Le résultat net d'exploitation de l'exercice (hors charges exceptionnelles) est positif et s'élève à 0,303 million d'euros. L'écart constaté avec le résultat estimé dans le BR4 (0,189 million d'euros) s'explique par la non-consommation des crédits de 2,8 € côté dépenses et en recette par une reprise non constatée de provision et part des subventions et mécénats non reçus. Les ressources propres représentent 88 % du total des recettes, ce qui correspond à une progression de 1,2 point par rapport à 2014.

Le mécénat demeure une source de financement significative. Les ressources de mécénat destinées au fonctionnement s'élèvent à 0,440 million d'euros.

La valorisation globale de la ressource de mécénat 2015 s'élève à 0,961 million d'euros. Ce chiffre représente l'addition du mécénat destiné au fonctionnement (0,440 million d'euros) et celui destiné aux investissements (0,521 million d'euros) il inclut les parts de mécénat de compétence (0,196 million d'euros), en nature (0,086 million d'euros) et en numéraire (0,679 million d'euros). Pour rappel, le mécénat 2014 représentait 0,838 million d'euros, soit une progression de 14,7 % en 2015.

Les subventions: la diminution de la subvention de fonctionnement du ministère de l'Écologie de 0,808 million d'euros (- 15 %) se poursuit conformément au plan défini par l'État. La subvention du ministère de la culture est exceptionnellement en hausse, suite à la régularisation d'une fin de mise à disposition, 0,938 million d'euros (+ 4,8 %).

S'agissant des dépenses de fonctionnement, on notera principalement une augmentation des dépenses de personnel (+ 6,02 % hors intérimaires), qui s'explique par les recrutements en CDI, dont trois réalisés dans l'objectif de développer la fréquentation (service communication et service développement touristique) et un dans le cadre du projet d'exploitation d'une vigne biologique.

À l'instar des deux années précédentes, le recours aux emplois aidés (contrats d'avenir et CUI-CAE), hors plafond, s'est poursuivi, permettant de faire face aux exigences de fonctionnement dans des conditions assez satisfaisantes mais qui n'apporte



**+ 0,274
M€**

Résultat net
d'exploitation

toujours qu'une solution temporaire à un plafond d'emplois sous-dimensionné.

Le problème du plafond d'emploi reste entier et menace le fonctionnement de l'établissement.

S'agissant du budget d'investissements, l'établissement a consommé 2,829 millions d'euros, soit 35 % des crédits de paiement inscrits au BR4 2015.

Les crédits non consommés en fin d'exercice d'un montant de 6,100 millions d'euros concernent principalement pour 4,876 millions d'euros des travaux monuments historiques liés au retard dans la remise des études de l'Architecte en Chef des Monuments Historiques sur la tour François I^{er} et les cuisines Polignac, à l'avant-projet de la halle d'accueil qui a dû être refait, ainsi qu'aux délais de consultation des entreprises. Les marchés ont néanmoins été engagés en fin d'année. D'autres crédits non consommés à hauteur de 1,224 million d'euros concernent la halle d'accueil pour la partie financée en mécénat et en CAF et des investissements de plus faible montant comme le mur, le parking, l'assainissement, les menuiseries et l'informatique avec la migration GBCP et le serveur de réseau du château.

Chambord a reçu une subvention exceptionnelle du Ministère de la Culture et de la Communication à hauteur de 1,750 million d'euros pour les travaux de restauration de la place Saint Louis, la campagne de fouilles archéologiques préparatoire aux travaux d'aménagement des jardins à la française et l'aménagement de la halle d'accueil.

RÉSULTAT DE L'EXERCICE

Résultat d'exploitation: +0,27 M€

2015 : 0,30 M€	2010 : 0,01 M€
2014 : 0,62 M€	2009 : 0,39 M€
2013 : 0,38 M€	2008 : 1,09 M€
2012 : -0,01 M€	2007 : 0,15 M€
2011 : 0,99 M€	

Résultat net d'exploitation: +0,274 M€

2015 : 0,27 M€	2010 : 0,15 M€
2014 : -1,16 M€	2009 : 0,54 M€
2013 : 0,11 M€	2008 : 1,42 M€
2012 : 0,13 M€	2007 : 0,55 M€
2011 : 0,91 M€	

LES RECETTES

Les recettes: 15,48 M€

Les recettes globales continuent doucement de progresser. Elles étaient de 15,35 M€ en 2014.

Ressources propres: 12,90 M€

Chiffres d'affaires 2015

83 % du chiffre d'affaires, soit 10,70 M€, est lié à la fréquentation touristique du château (comptes 706):

Droits d'entrée et de visite: 7,17 M€ (+ 7,7 %).

Le monument a connu en 2015 une hausse de fréquentation par rapport à 2014, soit 783 350 visiteurs (+1,8 %), pour réaliser un record de fréquentation depuis 2005. Les recettes ont progressé de 0,515 M€. Ce poste de recettes comprend: les droits



d'entrées du château, l'audio-guidage, les visites du château et de la forêt, les spectacles, les activités de loisirs (promenades en calèche, locations barques et vélos). Les principales hausses proviennent des droits d'entrée et visite (+ 0,11 M€), des HistoPad proposés aux visiteurs depuis juillet 2015 (+0,12 M€), des deux représentations du Bourgeois Gentilhomme (0,06 M€), de voiturettes proposées à la location (+ 0,12 M€) et du spectacle équestre (+ 0,10 M€). Les calèches ont souffert de l'arrivée des voiturettes (- 0,01 M€).

La fréquentation à l'intérieur du monument a cru de 658 000 visiteurs payants en 2006 à 783 350 en 2015, soit une augmentation de 19 % en 9 ans :

Les ventes à la boutique représentent 2,04 M€, soit une hausse de 11,9 % par rapport à 2014. Le réaménagement de la boutique en juillet 2014 a permis une progression de 23 % sur le 1^{er} semestre. À périmètre constant, le 2^{ème} semestre 2015 a enregistré une hausse de 5 % ,

Les droits de stationnement (parkings) représentent 0,939 M€, soit une hausse de 2,4 % par rapport à 2014, alors que la progression des droits d'entrée est de 1,6 % . Cela laisse supposer que d'avantage de visiteurs viennent à Chambord sans visiter le château, mais il est possible que le spectacle équestre et les activités extérieures du château expliquent cet écart. Les recettes de restauration représentent 0,521 M€ (+ 43 % par rapport à 2014). Elles concernent le Café d'Orléans (+20 %), le café des écuries (+ 55 %) et la vente de restauration destinée aux groupes (+ 75 %).

9,3 % des produits, soit 1,193 M€, sont issus de l'exploitation de la forêt, des redevances et des espaces (parkings non compris) : comptes 701 et 708.

Produits forêt (ventes de bois et venaison) : 0,383 M€,

Redevances d'habitation : 0,140 M€,

Redevances commerçants : 0,455 M€,

Locations d'espaces (dont événements payants et gîtes) : 0,215 M€.

La part de ces produits dans le total du chiffre d'affaires baisse de 7 points, principalement du fait des droits d'entrée perçus exceptionnellement en 2014 lors de l'arrivée des nouveaux commerçants, (-0,340 M€), aux locations d'espace (-0,250 M€) liées à l'opération exceptionnelle réalisée avec Van Cleef et Arpels en 2014 et aux ventes de bois exceptionnelles de 2014 (- 0,077 M€).

2,1 % correspondent à des produits divers : 0,335 M€ (0,172 M€ en 2014).

Ils proviennent notamment des droits de captation du Festival de musique, du remboursement d'assurance relatif à des sinistres et du remboursement d'une partie des frais de personnels liés aux contrats d'avenir.

Mécénats affectés aux recettes de fonctionnement : 0,336 M€ (0,261 M€ en 2014)

À cela il faut ajouter notamment la contrepartie de 0,033 M€ comptabilisé en location d'espaces, droits d'entrée et prestations annexes et le mécénat en nature, non comptabilisé, de 0,116 M€. L'écart avec le BR4 correspond à un mécénat chinois attendu et non reçu pour 0,100 M€.

Partenariats : 0,316 M€ (0,143 M€ en 2014)

Les Collectivités territoriales : 0,223 M€ (0,020 M€ en 2014). Il s'agit de subventions pour le financement d'événements (manifestation numérique Échappée volée, représentation du Bourgeois Gentilhomme, du Festival de musique et d'autres événements culturels),

Partenariats : 0,092 M€ (0,122 M€ en 2014) reçus par divers organismes au bénéfice de la programmation culturelle (festival de musique, représentations du Bourgeois Gentilhomme et l'exposition Bae Bien U) pour un montant de 0,061 M€ et par la Fondation François Sommer pour le programme scientifique pour un montant de 0,031 M€.

Subventions de fonctionnement

Subvention des tutelles

1,746 M€ soit -5,4 % (1,846 M€ en 2014)

LES DÉPENSES

Les dépenses

15,20 M€ (16,50 M€ en 2014)

Achats

Achats

2,061 M€ (1,871 M€ en 2014)

Ces achats concernent principalement la boutique, le Café d'Orléans, le Café des écuries et les « repas groupes ». Ce poste de dépenses augmente de 14 % , alors que les ventes cumulées sont à + 17 % .

Autres charges externes

Autres charges externes (comptes 61,62,63)

3,876 M€ (3,588 M€ en 2014) / (hors charges des personnels MAD compte 6214).

Sur l'ensemble des charges externes, on observe une hausse de 8 % par rapport à 2014. Cette augmentation provient : des dépenses engagées pour organiser deux représentations du Bourgeois Gentilhomme, de l'événement Échappée volée, du spectacle équestre, de la redevance HistoPad et d'emploi d'intérimaires pour palier au besoin en personnel. Soit en tout, une dépense en 2015 de 0,422 M€.

À cela il faut déduire les économies réalisées sur les prestations d'honoraires liées à l'arrêt des contentieux de 2014 et une baisse des entretiens de matériel.

Charges de personnel

Charges de personnel (comptes 63, 64, 6214)

La masse salariale (hors intérimaires) s'élève à

7,338 M€, avec une augmentation de 6,02 % par rapport à 2014 qui s'élevait à 6,921 M€.

☒ 2015 : 7,30 M€ ☒ 2011 : 5,80 M€

☒ 2014 : 6,90 M€ ☒ 2010 : 5,70 M€

☒ 2013 : 6,60 M€ ☒ 2009 : 5,70 M€

☒ 2012 : 6,30 M€

La masse salariale regroupe les catégories suivantes:

☒ les emplois sous plafond: CDI et CDD,

☒ les emplois « hors plafond » : apprentis et contrats aidés,

☒ les agents mis à disposition: MCC, ONF et ONCFS,

☒ les emplois « hors champ » : recrutements ponctuels dans le cadre d'activités saisonnières,

☒ les taxes sur rémunérations et autres charges sociales: comptes 631, 633 et 647.

Outre l'effet mécanique des augmentations individuelles et collectives (environ 0,10 M€), l'accroissement de la masse salariale par rapport à 2014 provient:

☒ Des embauches effectuées dans le courant de l'année, dont 8 dans le cadre du dispositif des contrats aidés (hors plafond),

☒ De l'augmentation du SMIC horaire et des charges patronales.

Masse salariale « sous plafond » (CDI et CDD): 5 666 822 € (+3,75 %)

Masse salariale des CDI: 4 656 802 € (+3,89 %).

Les recrutements en CDI pour 2015:

Création de postes:

☒ 1 chargée de communication,

☒ 1 chargée de développement touristique,

☒ 1 chargé d'exploitation de la vigne,

☒ 1 secrétaire général,

☒ 1 ebmestre.

Remplacement de salariés partis:

☒ 1 agent d'accueil, de visites et de surveillance,

☒ 1 vendeuse caissière,

☒ 1 administrateur réseau

Masse salariale des CDD: 443 231 € (- 0,99 %)

Dans la continuité des années précédentes et toujours dans l'objectif de ne pas dépasser le plafond d'emploi, le domaine national de Chambord a eu recours à des emplois intérimaires pour couvrir les besoins saisonniers notamment pour les postes n'impliquant pas une manipulation de fonds publics (surveillance, cellule réservation, diffusion flyers, maintenance informatique, nettoyage des abords, service ménage), ce qui explique la stabilité de la masse salariale des CDD sous plafond par rapport à 2014.

Masse salariale « hors plafond »: 554 234 € (+83,92 %)

☒ Apprentis: 90 695 €,

☒ Contrats aidés: 463 539 €.

Deux apprentis et deux contrats de professionnalisation ainsi que huit salariés ont été recrutés dans le cadre du dispositif « contrats d'avenir » ou CUI-CAE.

15,48 M€

de recettes

15,20 M€

de dépenses

Masse salariale « hors champ »: 239 265 € (-7,80%)

Elle regroupe les activités saisonnières suivantes: les intermittents du spectacle, les activités chasse, café d'Orléans, activités de loisirs, spectacle équestre, les heures mécénat; gratifications stagiaires.

Masse salariale des personnels mis à disposition: 877 378 € (-2,34 %)

Autres charges salariales (comptes 631, 633 et 647): 566 789 € (+6,53 %)

Autres charges de gestion courante

☒ Autres charges de gestion courante:

0,363 M€ (0,344 M€ en 2014)

Sur l'ensemble des charges de gestion courante (droits d'auteurs, droits de reproduction), on constate une augmentation de 5 % par rapport à 2014 liée aux opérations indiquées dans le paragraphe « 2-B-autres charges externes ».

Dotation aux amortissements et aux provisions

> Dotation aux amortissements et aux provisions (compte 681): 1,465 M€ (1,504 M€ en 2014)

☒ Charges d'amortissement: 1,442 M€ (1,343 M€ en 2014),

☒ Provision pour créances douteuses: 0,022 M€ (aucune en 2014).

Charges exceptionnelles

☒ Charges exceptionnelles (comptes 67 et 687): 0,102 M€ (2,281 M€ en 2014)

Ce poste inclut les indemnités de départ versées aux commerçants.

LES INVESTISSEMENTS

Le programme d'investissements 2015 en crédits de paiement établi au BR4 2015 était prévu à hauteur de 8,025 M€ dont 4,634 M€ dans le cadre d'opérations subventionnées par l'État au titre des monuments historiques.

Acquisitions

Ce programme a été réalisé à hauteur de 2,829 M€ (soit 35 %), dont 0,758 M€ de travaux financés par la subvention Monuments Historiques (MH).

Subventions

Chambord se félicite d'avoir perçu une subvention exceptionnelle de 1,750 M€ du MCC ainsi répartie :

☒ 1 M€ perçu par anticipation pour les travaux de restauration de la place Saint Louis qui ne débutent qu'en 2016,

☒ 0,60 M€ pour la campagne de fouilles archéologiques préparatoire aux travaux d'aménagement des jardins à la française,

☒ 0,15 M€ pour la halle d'accueil.

Soldes intermédiaires de gestion (en euro)

PRODUITS ET CHARGES (EN EUROS)		SOLDE (EN EUROS)
Vente boutique	2 047 757,03	
Coût d'achat des marchandises vendues	- 951 839,08	
Ventes Café d'Orléans	320 145,09	
Coût d'achat des marchandises vendues	- 106 481,04	
Ventes activités saisonnières	197 323,07	
Coût d'achat des marchandises vendues	- 104 461,59	
Vente de venaison	40 137,03	
Marge commerciale		1 442 580,51
Production immobilisée	250 368,44	
Ventes de bois et trophées	344 067,19	
Travaux	0,00	
Prestations château et forêt	7 171 349,84	
Produits des activités annexes	7 012,04	
Locations immobilières	140 596,72	
Concessions	455 248,44	
Locations parkings	939 571,85	
Locations d'espaces	235 506,16	
Production de l'exercice		9 543 720,68
Consommations en provenance des tiers	- 4 288 440,77	
Valeur ajoutée		6 697 860,42
Subventions d'exploitation	2 398 528,66	
Impôts et taxes	- 64 643,02	
Charges de personnel	- 7 760 101,30	
Excédent brut d'exploitation		1 271 644,76
Autres produits de gestion courante	14 098,74	
Reprise / amortissements et provisions	553 447,23	
Transfert de charges d'exploitation	291 849,12	
Autres charges de gestion courante	- 363 074,12	
Dotations aux amortissements et provisions	- 1 464 724,75	
Résultat d'exploitation		303 240,98
Produits financiers	9 428,02	
Charges financières	- 887,18	
Résultat financier		8 540,84
Résultat courant avant impôts		311 781,82
Produits exceptionnels	64 597,22	
Charges exceptionnelles	- 101 749,48	
Résultat exceptionnel		- 37 152,26
Résultat exceptionnel	- 37 152,26	
Impôts sur les bénéfices	- 457,00	
Résultat net comptable		274 172,56

CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT ET FONDS DE ROULEMENT

Capacité d'autofinancement

La capacité d'autofinancement retrouve son niveau de 2013, ce qui permet de financer 0,900 M€ d'opérations ponctuelles et 0,320 M€ d'opérations structurantes. Elle augmente par rapport à 2014 avec un résultat de 1,22 M€.

☒ 2015 : 1,22 M€	☒ 2009 : 1,45 M€
☒ 2014 : -0,25 M€	☒ 2008 : 2,60 M€
☒ 2013 : 1,35 M€	☒ 2007 : 0,97 M€
☒ 2012 : 0,99 M€	☒ 2006 : 1,24 M€
☒ 2011 : 2,40 M€	☒ 2005 : 1,97 M€
☒ 2010 : 1,21 M€	

FONDS DE ROULEMENT

Le fonds de roulement est de 8,435 M€, avec un reliquat de subventions et mécénats de 5,568 M€ qui sera consommé sur 2016 pour les travaux liés à la restauration du château, à l'aménagement de la grande promenade, à la construction de la halle d'accueil, et à la plantation de la vigne.

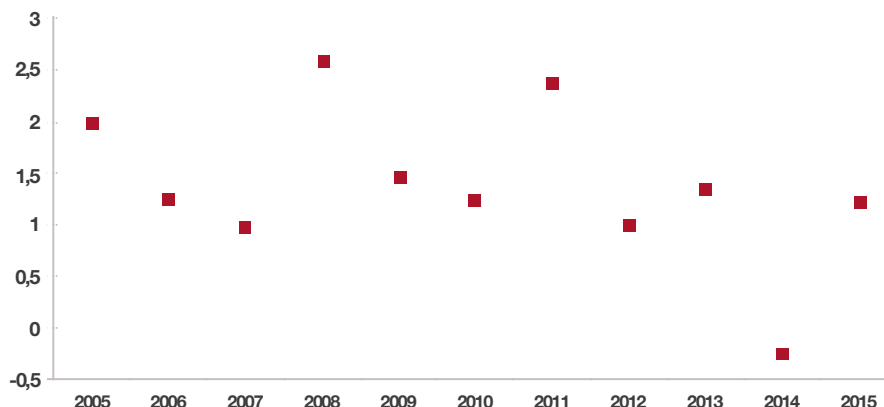
Le fonds de roulement net d'emplois est de 2,87 M€ ce qui représente 75 jours de fonctionnement. Un jour de fonds de roulement correspond à 0,038 M€. Il permettra notamment de financer les projets d'investissements hors MH reportés de 2015 sur 2016 pour un montant de 1,224 M€.

Le fonds de roulement, libre d'emploi, est de 1,22 M€. Le niveau augmente de 0,29 M€ pour s'établir à 2,87 M€ soit 75 jours de fonctionnement.

☒ 2015 : 2,87 M€	☒ 2009 : 2,15 M€
☒ 2014 : 2,58 M€	☒ 2008 : 1,86 M€
☒ 2013 : 2,86 M€	☒ 2007 : 2,77 M€
☒ 2012 : 2,59 M€	☒ 2006 : 3,94 M€
☒ 2011 : 2,64 M€	☒ 2005 : 3,00 M€
☒ 2010 : 3,02 M€	

La capacité d'autofinancement et du fond de roulement

2005 : 1,97 M€
2006 : 1,24 M€
2007 : 0,97 M€
2008 : 2,60 M€
2009 : 1,45 M€
2010 : 1,21 M€
2011 : 2,40 M€
2012 : 0,99 M€
2013 : 1,35 M€
2014 : -0,25 M€
2015 : 1,22 M€



Niveau du fond de roulement

2005 : 3,00 M€
2006 : 3,94 M€
2007 : 2,77 M€
2008 : 1,86 M€
2009 : 2,15 M€
2010 : 3,02 M€
2011 : 2,64 M€
2012 : 2,59 M€
2013 : 2,86 M€
2014 : 2,58 M€
2015 : 2,87 M€



Soldes intermédiaires de gestion (en euro)

ACTIF		EXERCICE 2015		EXERCICE 2014
Actif immobilisé	Montant brut	Amortissement	Montant net	Montant net
Immobilisations incorporelles			149 756,28	209 192,41
205 Concessions et droits similaires	448 050,63	298 294,35	149 756,28	209 192,41
Immobilisations corporelles			18 125 233,76	18 257 478,75
Immobilisations appartenant à l'État			16 183 487,06	16 128 622,76
212 Agencements et aménagements de terrain	2 822 856,42	601 132,10	2 221 724,32	2 425 798,92
213 Constructions et installations générales	13 494 259,64	2 952 315,37	10 541 944,27	10 512 454,19
216 Collections	3 419 816,47	0,00	3 419 816,47	3 190 367,65
217 Biens historico-culturels	2,00	0,00	2,00	2,00
Immobilisations appartenant à l'Établissement			1 941 746,70	2 128 855,99
215 Installations techniques, matériels et outillages	1 510 424,69	820 179,37	690 245,32	689 016,36
218 Autres immobilisations corporelles	5 332 320,33	4 080 818,95	1 251 501,38	1 439 839,63
Immobilisations en cours			3 477 171,79	1 921 114,84
231 1 En-cours sur aménagements	208 704,58		208 704,58	53 753,13
237 Avances et acomptes versés s/ immos incorporelles	0,00	0,00	0,00	0,00
238 3 Mécénat et travaux de restauration escalier	3 268 467,21	0,00	3 268 467,21	0,00
238 31 Avances et acomptes versés s/ immos incorporelles		0,00	0,00	1 867 361,71
Immobilisations financières			20 060,00	20 060,00
261 Titres de participation (France Museums)	20 000,00	0,00	20 000,00	20 000,00
275 Dépôts et cautionnements versés	60,00	0,00	60,00	60,00
Total (I)	30 524 961,97	8 752 740,14	21 772 221,83	20 407 846,00
Actif circulant	Montant brut	Provisions	Montant net	Montant net
Stocks et en cours			289 533,83	275 805,86
37 Stock de marchandises	289 533,83		289 533,83	275 805,86
Créances diverses			1 321 889,17	1 231 817,14
409 1 Avances et acomptes versés sur commande	0,00		0,00	0,00
409 6 Fournisseurs - Emballages à rendre	1 778,00		1 778,00	1 782,00
411 Clients - Restes à recouvrer	131 390,34		131 390,34	238 003,83
413 Effets à recevoir	51 878,48		51 878,48	95 200,40
416 1 Clients - Créances douteuses	0,00		0,00	98,00
416 2 Clients - Procédures collectives	69 592,91	55 049,13	14 543,78	10 000,36
416 3 Clients - Créances litigieuses	251 160,00		251 160,00	251 160,00
418 Clients - Factures à établir	429 587,52		429 587,52	326 026,86
429 Déicits et débets - Régie	1 360,65		1 360,65	1 146,03
441 Subventions - États	310 000,00		310 000,00	237 667,25
445 État - Taxes sur le CA	99 206,05		99 206,05	57 024,92
447 État - Divers autres impôts	0,00		0,00	0,00
463 Autres comptes clients débiteurs-recettes à recouvrer	30 984,35		30 984,35	13 707,49
468 Produits à recevoir	0,00		0,00	0,00
Compte de régularisation			39 420,78	28 697,02
471 5 Recettes régies à vérifier	0,00		0,00	0,00
472 1 Dépenses avant ordonnancement	0,00		0,00	0,00
486 Charges constatées d'avances	39 420,78		39 420,78	28 697,02
Disponibilités			8 504 861,27	5 338 545,32
50 Valeurs mobilières de placement				29 580,00
511 2 Chèques à encaissement	23 447,00		23 447,00	10 310,51
515 1 Banque - Compte au Trésor	8 481 414,27		8 481 414,27	5 298 654,81
516 Compte à terme				0,00
518 8 Intérêts à recevoir				0,00
Total (II)	10 210 754,18	55 049,13	10 155 705,05	6 874 865,34
Total général (I + II)	40 735 716,15	8 807 789,27	31 927 926,88	27 282 711,34

ÉVOLUTION ET RÉALISATION DES BUDGETS, CHARGES ET PRODUITS

Compte de résultat de l'exercice 2015 (en euro) - Produits

NATURE DES PRODUITS (HORS TAXES)		EXERCICE 2015 Montant net	EXERCICE 2014 Montant net
Produits d'exploitation			
	Ventes de produits - Prestations de services		
701	Ventes de bois / Trophées	344 067,19	421 675,84
706	Prestations château et domaine (Droits d'entrées)	7 171 349,84	6 655 750,73
707 0	Ventes boutique	2 044 144,34	1 826 301,25
707 1 / 707 3	Vente de venaison et de gibiers vivants	40 137,03	58 992,96
707 4	Ventes Café d'Orléans / L'Embarcadere	521 080,85	363 650,32
708 30/31	Locations immobilières (habitations et commerces)	140 596,72	175 124,85
708 32	Locations d'espaces (manifestations privées)	215 372,00	905 511,92
708 33	Locations parkings	939 571,85	917 528,88
708 34	Concessions	455 248,44	340 000,00
708 4	Mise à disposition personnel	20 134,16	37 843,00
708	Produits des activités annexes (hors 7083)	7 012,04	9 282,60
	Sous total A - Chiffre d'affaires net	11 898 714,46	11 711 662,35
72	Production immobilisée	250 368,44	279 643,76
74	Subventions d'exploitation	2 398 528,66	2 249 735,80
75	Autres produits de gestion courante	14 098,74	13 692,04
781	Reprises sur amortissements et provisions	553 447,23	436 460,57
79	Transfert de charges d'exploitation	291 489,12	158 374,66
	Sous total B	3 508 292,19	3 137 906,83
	Total des produits d'exploitation (A+B) (I)	15 407 006,65	14 849 569,18
Produits financiers			
764000	Revenus VMP	1 425,00	0,00
766	Gains de change	15,65	0,00
767	Produits de cession VMP	7 987,37	0,00
768	Intérêts courus	0,00	0,00
	Total des produits financiers (II)	9 428,02	0,00
Produits exceptionnels			
771 / 772	Sur opérations de gestion	1 127,11	70 928,31
775	Cessions d'éléments d'actif	16 703,33	3 275,00
778	Autres produits exceptionnels	3 860,78	24 742,86
787	Reprise sur provisions	42 906,00	407 158,60
	Total des produits exceptionnels (III)	64 597,22	506 104,77
	Total des produits (I + II + III)	15 481 031,99	15 355 673,95
	Solde débiteur - perte	0,00	1 161 594,67
	Total général	15 481 031,99	16 517 268,62

Compte de résultat de l'exercice 2015 (en euro) - Charges

NATURE DES CHARGES (HORS TAXES)		EXERCICE 2015 Montant net	EXERCICE 2014 Montant net
Charges d'exploitation			
	Achats de marchandises	1 162 781,71	1 001 356,39
601	Achats de matières premières	42 876,76	29 610,27
602 6	Emballages perdus	0,00	68,02
607 0	Achats de marchandises boutique/Café d'Orléans/L'Embarcadere	1 128 135,24	1 081 817,02
608 1	Frais accessoires sur achats	6 087,69	6 082,97
609 7	Remises rabais ristournes obtenus	-590,01	-542,40
603 7	Variation de stocks de marchandises	-13 727,97	-115 679,49
	Autres achats non stockés	898 858,21	870 121,12
606	Autres achats	898 858,21	870 121,12
	Autres charges externes	3 454 225,58	3 251 158,68
61	Services extérieurs	1 432 858,27	1 387 964,35
62	Autres services extérieurs (hors 621)	1 956 724,29	1 815 219,48
63	Impôts - Taxes et versements assimilés	64 643,02	49 974,85
	Charges de personnel	7 760 101,30	7 258 784,35
621	Personnel prêté	1 299 779,75	1 236 039,13
63	Taxe sur salaires et autres taxes sur rémunération	347 251,59	318 388,03
641	Rémunérations du personnel employé par l'EPC	4 394 127,33	4 073 567,85
645	Charges de sécurité sociale	1 536 448,71	1 467 869,93
647	Autres charges sociales	182 493,92	162 919,41
65	Autres charges de gestion courante	363 074,12	344 242,93
681 1	Dotations aux amortissements et provisions	1 464 724,75	1 503 870,92
Total des charges d'exploitation (I)		15 103 765,67	14 229 534,39
Charges financières			
661	Intérêts versés	105,29	421,07
665	Escomptes accordés	0,00	0,00
666	Pertes de change	781,89	0,00
Total des charges financières (II)		887,18	421,07
Charges exceptionnelles			
671	Sur opérations de gestion	5 446,64	11 743,17
672	Charges ex antérieur	0,00	0,00
675	Valeur nette comptable des éléments d'actifs cédés	16 800,86	2 029,11
678	Autres charges exceptionnelles	1 500,00	2 018 422,22
687	Amortissements et provisions exceptionnels	78 001,98	249 206,66
Total des charges exceptionnelles (III)		101 749,48	2 281 401,16
695	Impôts sur les bénéfices (IV)	457,00	5 912,00
Total des charges (I + II + III + IV)		15 206 859,33	16 517 268,62
Solde créditeur - bénéfice		274 172,56	-
Total général		15 481 031,89	16 517 268,62



LES ACHATS PUBLICS

Marchés et contrats notifiés en 2015

MARCHÉS ET CONTRAT	NUMÉRO	FOURNISSEURS	DATE D'EFFET	DATE DE FIN	MONTANT HT ANNUEL
MO aménagement place St Louis	2014/28	Philippe Villeneuve AQMH	06/02/2015	31/12/2015	87 011,45
Marché mur 2014	2014/29/2 lot 1	SAS LEFÈVRE	10/04/2015	31/12/2015	42 294,36
Marché mur 2014	2014/29/2 lot 2	SAS LEFÈVRE	10/04/2015	31/12/2015	66 128,68
Marché mutuelle	2014/33	Groupement Publiservice/ Hanner/ QNP	01/03/2015	31/12/2016	30 000,00
Fourniture et impression de tickets d'entrée pour le DNC	2014/35	FORMELPOP SN	01/02/2015	31/12/2015	6 450,00
Réhabilitation d'une habitation en commerce place St Louis	2014/36 lot 1	SAS ROC MENET	20/02/2015	31/05/2015	43 228,26
Réhabilitation d'une habitation en commerce place St Louis	2014/36 lot 2	SARL SN DELESTRE	20/02/2015	30/06/2015	19 638,00
Réhabilitation d'une habitation en commerce place St Louis	2014/36 lot 3	Bs THOREAU	20/02/2015	30/06/2015	20 772,10
Spectacle équestre	2015/01	SARL PEGASE PROD	30/03/2015	16/10/2015	258 000,00
Ménage gites	2015/02	H2A services	01/01/2015	31/12/2015	marché à bons de commande
Repas groupe	2015/03	SN CHAMBERD PRESTIGE	27/07/2015	26/07/2016	environ 60 000€
Halle accueil lot 1	2015/04	SAS FOUCHER FOURNIER	09/06/2015	30/06/2016	355 333,93
Halle accueil lot 2	2015/04	OM PIOT	08/06/2015	30/06/2016	116 261,00
Halle accueil lot 3	2015/04	Ent J THIBAUT	09/06/2015	30/06/2016	115 242,19
Halle accueil lot 4bis	2015/04/04bis	Bs MOLET	08/07/2015	30/06/2016	260 721,75
Halle accueil lot 5	2015/04	ALCYA	08/06/2015	30/06/2016	100 107,00
Halle accueil lot 6	2015/04	CROIXMARIE	08/06/2015	30/06/2016	86 368,69
Halle accueil lot 7	2015/04	SAS MAGALHAES	08/06/2015	30/06/2016	117 000,00
Halle accueil lot 8	2015/04	SPB	08/06/2015	30/06/2016	19 618,71
Halle accueil lot 9	2015/04	SNEF	08/06/2015	30/06/2016	130 000,08
Halle accueil lot 10	2015/04	SAS EIFFAGE	08/06/2015	30/06/2016	171 747,40
Halle accueil lot 11	2015/04	SARL Valancay Confort	08/06/2015	30/06/2016	39 928,41
Halle accueil lot 12	2015/04	SARL PADLE	10/07/2015	30/06/2016	77 615,00
Halle accueil lot 13	2015/04	SA RICHARD	10/07/2015	30/06/2016	23 207,31
Maintenance logiciel des collections	2015/05	MOBYDOC	01/01/2015	31/12/2015	20 156,00
Alimentation gibier	2015/06bis	AGRALYS THOREAU	30/04/2015	29/04/2016	selon prix mentionnés au BFU environ 45000 €
Structure Bourgeois gentilhomme	2015/07 lot 1	ALCOR	16/04/2015	08/06/2045	43 787,10
Structure Bourgeois gentilhomme	2015/07 lot 2	ALCOR	16/04/2015	08/06/2045	2 245,20



Structure Bourgeois gentilhomme	2015/07 lot 3	ESPACE CONCEPT	17/04/2015	08/06/2015	18 621,00
Structure Bourgeois gentilhomme	2015/07 lot 4	GL EVENTS	20/04/2015	06/08/2015	15 498,68
Entretien ménager	2015/08	EVERCLEAN	01/01/2015	31/12/2015	12 603,76
Maintenance groupe électrogène	2015/09	ATEN OME	01/01/2015	31/12/2015	4 790,00
Gestion des appels téléphoniques parking	2015/10	SOUTUM	01/01/2015	31/12/2015	1 568,00
MO remplacement échap groupes électrogènes	2015/11	B/2C	29/03/2015	31/12/2015	10 130,00
Enlèvement détritus	2015/12	SNR41	05/04/2015	06/09/2015	6 062,21
Photocopieur communication	2015/16	Bureautique 41	13/05/2015	18/04/2017	6 750,00
Étude faisabilité hangar bois B	2015/17	Agence Vénus architecture	15/04/2015	30/06/2015	4 700,00
Étude faisabilité exploitation viticole	2015/18	Agence Vénus architecture	15/04/2015	30/06/2015	6 500,00
Étude faisabilité exploitation viticole	2015/19	Martine Parnat architecte	15/04/2015	30/06/2016	2 950,00
Restauration des cuisines Polignac	2015/20 lot 1	SAS LEFEMME	10/09/2015	30/06/2016	129 829,76
Restauration des cuisines Polignac	2015/20 lot 2	SA BONNET	10/09/2015	30/06/2016	64 927,91
Restauration des cuisines Polignac	2015/20 lot 3	SAS EFFACE ENERGIE	10/09/2015	30/06/2016	30 868,05
AMO téléphonie	2015/21	STEDIA	22/04/2015	31/12/2015	10 500,00
Installations techniques festival	2015/22 lot1	COMPACT	12/06/2015	22/07/2015	7 060,00
Installations techniques festival	2015/22 lot2	COMPACT	12/06/2015	22/07/2015	20 510,50
Contrat assistance à la rédaction des marchés	2015/24	Groupeement PAMARZ/ PALMIER	08/06/2015	31/12/2015	3 000,00
Mission OPC marché halle d'accueil	2015/25	SARL P CHAUMEAU	20/06/2015	30/06/2016	21 142,00
Marché téléphonie	2015/26 lot 2	SFR	01/01/2016	31/12/2017	49 558,35
Marché téléphonie	2015/26 lot 3	ORANGE	01/01/2016	31/12/2017	22 740,00
AMO étude de diagnostic installations électriques	2015/27	SOOP SARL GEI INGENIERIE	26/06/2015	31/12/2015	16 360,00
Menuiseries et peintures commerces	2015/28 lot 1	SAS MILLET	30/12/2015	31/07/2016	118 336,00
Menuiseries et peintures commerces	2015/28 lot 2	SPB	30/12/2015	30/09/2015	32 981,00
Repas chasse 2015/2016	2015/30	SARL CFO	07/12/2015	29/02/2016	selon prix mentionnés au BPU environ 40 000€
Fouilles archéologiques	2015/31	INRAP	18/12/2015	30/06/2016	500 448,50
Talkies 2 alikes	2015/33	SA DESMAREZ	18/11/2015	31/12/2015	44 477,80
MO restauration des lucarnes aile dauphine	2015/34	Philippe Villeneuve AQVH	23/11/2015	23/11/2016	22 910,26
Marché électricité SAE	2015/40	EDF entreprise	01/01/2016	31/12/2017	90 000,00



LES CHANTIERS COMPTABLES

Dans le cadre d'une convention de partenariat, l'Agence comptable s'est vue confier des tâches relevant de la compétence des services ordonnateurs. L'Agence comptable prépare notamment l'émission des titres de recettes, et élabore (liquidation et rédaction des déclarations) la liasse fiscale annuelle et les déclarations fiscales de toutes natures.

Les recettes

L'Agence comptable a ainsi émis et pris en charge environ 1 400 titres de recettes au titre de l'exercice comptable 2015.

Le taux de recouvrement sur l'exercice courant s'établit à un peu plus de 94 %.

L'Agence comptable s'est dotée d'un terminal de paiement par carte bancaire, lui permettant de réaliser non seulement des encaissements de proximité mais également à distance par téléphone. Couplée à un logiciel de prise d'empreinte de carte bancaire, cette nouvelle offre de service en matière de moyens de paiement a permis de favoriser le développement d'activités commerciales telles que les locations de gîtes.

La gestion et le suivi de la régie

Dans sa mission d'accompagnement et de contrôle réglementaire des régies d'avances et de recettes de l'établissement public national, l'Agence comptable a procédé à une vérification sur place de la régie de recettes et de dépenses du domaine national de Chambord le 08 décembre 2015. Des contrôles de caisse ont également été réalisés le 10 septembre 2015. Ces contrôles n'ont révélé aucun dysfonctionnement.

Les dépenses

L'exécution budgétaire de l'exercice 2015 a généré le traitement et la prise en charge de près de 6 200 mandats de paiement. Le taux moyen de rejet de mandats de dépense s'établit à 3,39 % contre 2,74 % en 2014.

Le nombre moyen de payes traitées est de 160 mensuel.



La trésorerie

Les fonds déposés obligatoirement au Trésor par les administrations publiques ne bénéficient d'aucune rémunération. Toutefois, en sa qualité d'opérateur de l'État et aux termes des dispositions de l'article 197 du décret 2012-1246 du 7 novembre 2012, relatif à la gestion budgétaire et comptable publique, le domaine national de Chambord, suite à l'autorisation accordée en 2014 par le ministre des finances et des comptes publics et celui de l'économie, du redressement productif et du numérique, a ouvert un compte de placement rémunéré au Trésor pour placer ses fonds disponibles.

Par ailleurs, l'établissement a vendu son portefeuille de valeurs mobilières reçu par mécénat.

Chantiers comptables

En ce qui concerne la qualité comptable, l'établissement public veille à l'adaptation de ses procédures de gestion dans le cadre de la mise en œuvre progressive (2013-2016) du décret du 7 novembre 2012 relatif à la gestion budgétaire et comptable publique (GBCP). Ce nouveau cadre réglementaire modifie sensiblement le dispositif budgétaire et comptable applicable à de nombreux organismes publics. Concernant la sécurité des processus de l'établissement, le service financier et l'Agence comptable participent aux travaux de définition et de programmation du déploiement d'un dispositif de contrôle interne comptable et financier.

Une structure d'emploi consolide une masse salariale contenue.



6.3 La gestion des ressources humaines

Dans la continuité de 2014, en matière de ressources humaines, l'année 2015 a surtout été marquée par l'inquiétude constante de ne pas dépasser le plafond d'emploi (117 ETPT). Cette inquiétude s'est traduite par le recours croissant à l'intérim, bien plus onéreux, et le recrutement de CDD sur des emplois aidés.

LES EFFECTIFS

Parmi les mouvements de personnel, 6 agents ont quitté le domaine national de Chambord au cours de l'année (dont 2 emplois aidés avant le terme de leur contrat et 1 CDI en cours de période d'essai) et 9 recrutements ont été effectués (cf. tableau ci-dessous).

De plus, le domaine national de Chambord a conclu 3 contrats «emploi d'avenir» et 5 CUI-CAE.

Au 31 décembre 2015, le Domaine national de Chambord emploie :

- ☒ 131 permanents CDI, MAD, Détachés (contre 111 en 2005, 116 en 2006, 124 en 2007, 126 en 2008, 125 en 2009, 120 en 2010, 125 en 2011, 120 en 2012, 129 en 2013 et 126 en 2014),
- ☒ 14 emplois d'avenir (15 en 2014),
- ☒ 7 CDD en CUI-CAE (2 en 2014).

Changement de statut

Un ex-contractuel du CMN en contrat de droit public a souhaité changer de statut et signer un contrat de droit privé avec le DNC.

Réorganisation des services et mouvements internes

Le recrutement du Directeur général adjoint, en fin d'année 2014, a permis une réorganisation de l'organigramme fonctionnel de l'établissement.

Trois services ont été placés sous l'autorité du

Directeur général adjoint qui assure également la mission de Directeur du développement : service de la boutique et de la restauration, service de l'événementiel et des activités de loisirs et le service du développement auquel a été rattachée la cellule de réservation.

1/ Inauguration des vignes à L'Ormetrou, juin 2015.

APPRENTIS

9 contrats d'apprentissage ou de professionnalisation sont en cours en 2015 :

- ☒ 1 Licence prof: Chef de projet et créateur d'entreprise touristique,
- ☒ 2 Bac pro: Commerce,
- ☒ 1 BTS: Gestion et protection de la nature,
- ☒ 1 CAP: Maintenance et hygiène des locaux,
- ☒ 1 BTS: Management des unités commerciales,
- ☒ 1 BEP: Agent technique de prévention et de sécurité,
- ☒ 1 Licence prof: Droit économie gestion - gestion de l'entreprise,
- ☒ 1 BTS: Comptabilité et Gestion.

Mouvements de personnels permanents

DÉPARTS	STATUTS	FONCTIONS
Rupture conventionnelle	2 droits privés DNC	1 vendeur boutique 1 agent de surveillance
Démision	1 droit privé DNC 2 CDD emploi d'avenir	1 administrateur système et réseau 1 caissière contrôleuse 1 agent de surveillance
Rupture période d'essai	1 droit privé DNC	1 Webmestre
ARRIVÉES	STATUTS	FONCTIONS
Recrutements	1 MAD ONF 9 droits privés DNC 3 CDD emplois d'avenir 5 CUI-CAE	1 technicien forestier (taillage départ retraite en 2016)
		1 chargée du développement (création de poste)
		1 administrateur système et réseau
		1 secrétaire générale (poste vacant depuis 2011)
		1 agent de surveillance
		1 vendeur boutique
		1 vigneron (création de poste)
		1 chargé de communication (création de poste)
		2 ♂ elomestres dont un en remplacement du précédent dont le DNC a rompu le contrat pendant sa période d'essai (création de poste)
		2 ouvriers forestiers (emploi d'avenir)
		1 ouvrier technique (emploi d'avenir)
		3 agents d'accueil et de surveillance (2 CUI-CAE)
		1 caissière contrôleuse (CUI-CAE)
		1 agent d'entretien



STAGIAIRES

Accueil des stagiaires sur l'année scolaire 2014-2015
35 stagiaires ont été accueillis:

- ☒ 6 élèves de 3^{ème} en découverte du monde professionnel,
- ☒ 1 élève en 2^{ème} année d'architecture de la ville et des territoires,
- ☒ 3 élèves de seconde,
- ☒ 1 élève en 4^{ème} année art et design,
- ☒ 1 BAC pro accueil et relation clients et usagers,
- ☒ 1 BAC pro commerce,
- ☒ 1 BAC pro gestion des administrations,
- ☒ 1 BAC pro électrotechnique énergie, équipements et communicants,
- ☒ 1 BAC pro SAPAT 2,
- ☒ 3 BAC pro GMNF,
- ☒ 1 BAC pro technicien menuisier agencier,
- ☒ 1 BAC STS communication,
- ☒ 1 BAC technologique STAV,
- ☒ 1 Bachelor management du tourisme,
- ☒ 1 BTS gestion forestière,
- ☒ 1 BTS tourisme,
- ☒ 1 BTSA «gestion et protection de la nature»,
- ☒ 1 certificat de spécialisation de technicien cynégétique,
- ☒ 1 DUT carrière sociale option animation socioculturelle et événementielle,
- ☒ 1 ESARTS en médiation culturelle,
- ☒ 1 demandeur d'emploi en évaluation du milieu professionnel,
- ☒ 1 master 1 commerce,
- ☒ 1 master 2 patrimoine culturel immatériel,
- ☒ 2 demandeurs d'emploi en séquence en entreprise accueil touristique en anglais,
- ☒ 1 personne en réinsertion professionnelle en gestion des ressources humaines.

MASSE SALARIALE

Contrats permanents hors taxes

- ☒ Rappel de la consommation 2014:
4 482 199 € (permanents CDI) + 898 416 € (MAD MCC + MAD ONF + MAD ONCFS) ☒ 5 380 615 €.
- ☒ Consommation 2015:
4 656 802 € (permanents CDI) + 877 378 € (MAD MCC + MAD ONF + MAD ONCFS) ☒ 5 534 180 €.

Contrats à durée déterminée hors taxes

- ☒ Rappel de la consommation 2014:
447 663 € (sous plafond) + 301 338 € (hors plafond)
+ 259 501 € (hors champs) ☒ 1 008 502 €.
- ☒ Consommation 2015:
443 231 € (sous plafond) + 554 234 € (hors plafond)
+ 239 265 € (hors champs) ☒ 1 236 730 €.

Masse salariale globale taxes comprises (532 044 €)

- ☒ Rappel de la consommation 2014:
6 360 322 € (sous plafond + taxes + MAD)
+ 301 338 € (hors plafond) + 259 501 € (hors champs)
☒ 6 921 151 €.
- ☒ Consommation réelle 2015 taxes comprises (566 789 €)
6 544 200 € (sous plafond + taxes + MAD)
+ 554 234 € (hors plafond) + 239 265 € (hors champs)
☒ 7 337 699 €.

L'augmentation de la masse salariale globale (+6,02 % par rapport à 2014) s'explique en partie par les recrutements en CDI, dont trois dans l'objectif de développer la fréquentation et un dans le cadre du projet d'exploitation d'une vigne biologique. Par ailleurs, les impacts automatiques: augmentation collective des personnels CDI de droit privé, augmentations individuelles, avancements des personnels fonctionnaires MAD, augmentation du SMIC horaire et augmentation des charges sont autant d'éléments qui augmentent chaque année la masse salariale.

DIALOGUE SOCIAL

Délégation unique

- Douze réunions plénières ont eu lieu entre la Délégation unique et la direction au cours de l'année 2015. Parmi les sujets abordés on peut citer:
- ☒ Compte rendu des Conseils d'administration,
 - ☒ Retraite des cadres,
 - ☒ Valorisation des salariés,
 - ☒ Point sur les primes exceptionnelles servies,



- ☒ Participation aux bénéfices,
- ☒ Journée du personnel,
- ☒ Consultation sur le comptoir d'accueil,
- ☒ Recrutements,
- ☒ Budget CE,
- ☒ Nouveau marché mutuelle,
- ☒ Démission du bureau du Comité d'Entreprise et réélection d'un nouveau bureau,
- ☒ Modalités de liberté de déplacement des délégués du personnel dans le cadre de leur mandat,
- ☒ Battue du personnel: invitations et attribution des cartons de chasse,
- ☒ Consultation du comité d'entreprise relative à des projets d'aménagements,
- ☒ Réseau informatique: capacité, sauvegarde☒ ,
- ☒ Crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE),
- ☒ Taxe handicapés,
- ☒ Horaires d'ouverture du château en basse saison,
- ☒ CIF (pour information CE),
- ☒ Contrats d'apprentissage et contrats pro,
- ☒ Recettes emplois aidés: 2014 et prévisions 2015,
- ☒ Mise en place de la Déclaration Sociale Nominative (information CE),
- ☒ Temps partiel 24 heures par semaine (information CE),
- ☒ Budget prévisionnel et plafond d'emploi du DNC,
- ☒ Vente en ligne et conditions générales de vente,
- ☒ Fréquentation et prévisions budgétaires,
- ☒ Grille salariale,
- ☒ Organigramme et réorganisation des services,
- ☒ Organisation de la future halle d'accueil,
- ☒ Plan de formation,
- ☒ Recours à l'intérim,
- ☒ Recrutements en contrats aidés,
- ☒ Tenues de travail des personnels en lien avec le public,

- ☒ Astreintes direction,
- ☒ Mise en œuvre de la Base de Données Économique et Sociale (BDES ou BDU),
- ☒ Heures supplémentaires et complémentaires,
- ☒ Évolution des effectifs.

1/ Remise de la Légion d'honneur au Directeur général, janvier 2015.

CHSCT

Quatre réunions ont eu lieu. Parmi les sujets abordés on peut citer:

- ☒ Règlement intérieur du CHSCT,
- ☒ Consultation sur les projets d'aménagements suivants:
 - Restauration des cuisines Polignac☒
 - Aménagement de logements stagiaires☒
 - Aménagement des espaces intérieurs maison forestière de la Fidélité☒
 - Extension de l'atelier menuiserie☒
 - Extension du hangar de stockage agricole,
- ☒ Mise en place de la Base de Données Économique et Sociale (BDES),
- ☒ Équipement de protection individuelle (EPI) et tenues de travail,
- ☒ Réserves de la boutique,
- ☒ Visites du CHSCT sur les postes de travail suivants:
 - Embarcadère☒
 - Local des agents des parkings☒
 - Espaces réservés au spectacle équestre☒
- ☒ Éclairage et main courante de l'escalier de fond en comble de la tour Dieudonné,
- ☒ Ondes électromagnétiques,
- ☒ Enquête de climat social,
- ☒ Aménagement d'un bureau pour les SSIAP,
- ☒ Dotation habillement des personnels nouvellement recrutés,
- ☒ Installation d'un vestiaire pour le service entretien,
- ☒ Poste d'accueil porche royal,
- ☒ Messagerie électronique.



Négociation annuelle obligatoire

Dans le cadre de la NAO, deux réunions ont eu lieu les 13 mai et 18 juin 2015 entre la direction, des représentants du personnel de la Délégation Unique et le délégué syndical CGT Chambord.

Au cours de ces réunions les points suivants ont été abordés :

- ☑ Bilan social,
- ☑ Bilan de l'accord seniors,
- ☑ Effectifs,
- ☑ Parité hommes femmes,
- ☑ Emplois handicapés,
- ☑ Augmentation collective.

Augmentation collective

La négociation avec les représentants du personnel s'est conclue par la signature, le 25 juin 2015, d'un accord portant sur une augmentation collective de 1 % versée selon les critères suivants :

- ☑ Être salarié de droit privé du domaine national de Chambord en contrat à durée indéterminée (CDI),
- ☑ Faire partie des effectifs permanents au 31 décembre 2014,
- ☑ Être en poste à la date de signature de l'accord,
- ☑ Augmentation calculée sur le salaire mensuel brut du salarié au 31 décembre 2014 et accordée quel que soit son salaire et son statut de cadre ou non cadre,
- ☑ Si une augmentation individuelle est intervenue le cas échéant en 2015 elle n'exclut pas l'application de l'augmentation collective au titre de l'année 2014,
- ☑ Application avec effet rétroactif au 1^{er} janvier 2015.

FORMATION PROFESSIONNELLE

En matière de formation professionnelle continue, 69 formations ont été mises en œuvre dont 33 en intra-entreprise et 36 en inter entreprise.

Ces formations ont principalement concerné les thèmes suivants :

- ☑ Sécurité et prévention :
 - Évacuation du Château
 - PSE 1 recyclage (Premiers Secours en Équipe niveau 1)
 - SSIAP 2 recyclage et remise à niveau (Service de Sécurité Incendie et d'Assistance à Personnes niveau 1)
 - Habilitation électrique initiale et recyclage
 - Vérificateur qualifié d'extincteurs portatifs et mobiles recyclage
 - Formation des agents d'astreintes au système de sécurité incendie
- ☑ Accueil du public :
 - Parcours linguistiques (allemand, anglais, espagnol, italien)
 - Savoir gérer les situations conflictuelles
 - Professionnaliser son accueil clientèle (physique et téléphonique)
- ☑ Gestion des marchés publics,
- ☑ Gestion des ressources humaines,
- ☑ Gestion administrative,
- ☑ Hygiène alimentaire en restauration,
- ☑ Formations spécifiques à l'environnement naturel :
 - Gestion écologique des espaces verts
 - Insectes et pédagogie
 - Intégrer ou monter un projet sur le thème des abeilles
 - Vinification
- ☑ Formations obligatoires dédiées aux institutions représentatives du personnel,
- ☑ Formation en management des équipes.

Enfin, pour la première fois, tous les CDD saisonniers ont suivi des formations liées à l'accueil du public et à la sécurité avant leur prise de fonction.

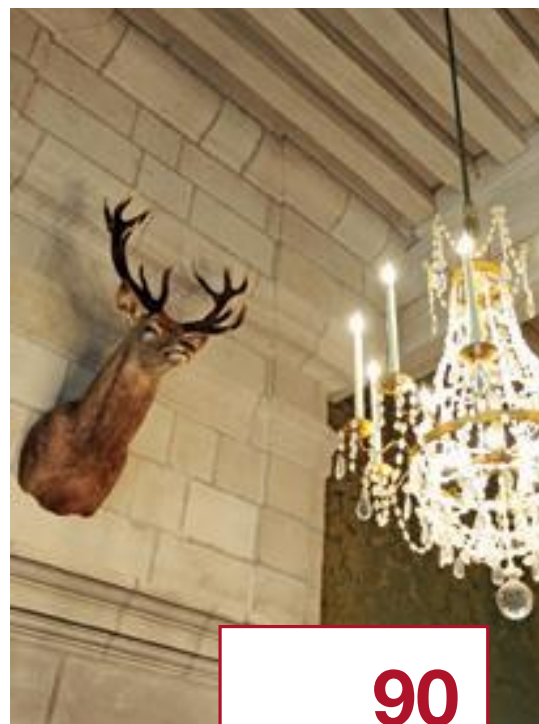
267 stagiaires ont bénéficié de ces formations (certains personnels ont suivi plusieurs sessions) et 2641 heures ont été réparties comme suit :

- ☑ 391 heures destinées à la prévention et à la sécurité,
- ☑ 2250 heures destinées au perfectionnement des connaissances.

Un congé individuel de formation de 1412 heures a été accordé sur la période de réalisation de septembre 2015 à août 2016.

JOURNÉE DU PERSONNEL

En 2015, la journée du personnel, fixée au 1^{er} mardi du mois de février, a été annulée en fonction de la météo. Des chutes de neige importantes annoncées ont amené la Direction à prendre la décision d'annuler la sortie prévue au Palais Jacques Cœur de Bourges et à l'Abbaye de Noirlac. Les personnels ont bénéficié d'une journée de repos, la fermeture du château ayant été annoncée par voie de presse.



90
Nombre
de postes
téléphoniques
gérés

6.4 Les moyens informatiques

Le service informatique a pour mission de mettre en place les moyens permettant à l'établissement de garantir la maîtrise technique de ses matériels et logiciels et de piloter les fonctions de mise en œuvre et de maintien en conditions opérationnelles de ses systèmes d'information et de communication. Il est également chargé d'apporter aide et conseil aux utilisateurs de moyens informatiques en effectuant de l'assistance de premier niveau. Enfin, ce service gère l'ensemble du système de téléphonie. Il est composé d'un administrateur système et réseau et d'un apprenti en contrat de professionnalisation depuis septembre 2015.

LE PARC INFORMATIQUE

Le système informatique de l'établissement est dispersé sur quatre sites nécessitant ainsi l'installation et la maintenance d'un système de liaison. Ce réseau local permet à tous les personnels de l'établissement quel que soit son site d'affectation d'accéder à Internet, au courrier électronique mais aussi de partager des ressources communes (applications de gestion et comptabilité, données, impression...). Sur la même infrastructure, le réseau téléphonique gère à peu près 90 postes téléphoniques.

Afin de permettre la diffusion de l'outil informatique au maximum des utilisateurs du domaine et d'uti-

liser les outils correspondants, le domaine national de Chambord dispose de bornes wifi disséminées sur le château et en divers endroits du domaine.

LES ACTIVITÉS MARQUANTES DE L'ANNÉE 2015

En 2015, le service informatique a conduit un certain nombre d'opérations dans les domaines de la communication, de l'évolution, de la gestion et de l'administration du parc informatique :

- ☑ Un changement de la connexion internet haut débit pour passer de 2x6 Mo à 200 Mo,
- ☑ Installation de bornes wifi dans le donjon et la cour du château à l'attention des visiteurs,
- ☑ Installation du wifi à disposition des activités événementielles,
- ☑ La construction d'une salle serveur avec de nouveaux serveurs virtuels pour faire face aux besoins croissants de l'établissement,
- ☑ L'installation d'un logiciel pour la gestion des demandes des utilisateurs dont un usage étendu devrait permettre une amélioration de la gestion des interventions,
- ☑ Renouvellement du marché téléphonie pour une notification au 1^{er} janvier 2016,
- ☑ Renouvellement partiel des postes de travail comme chaque année.

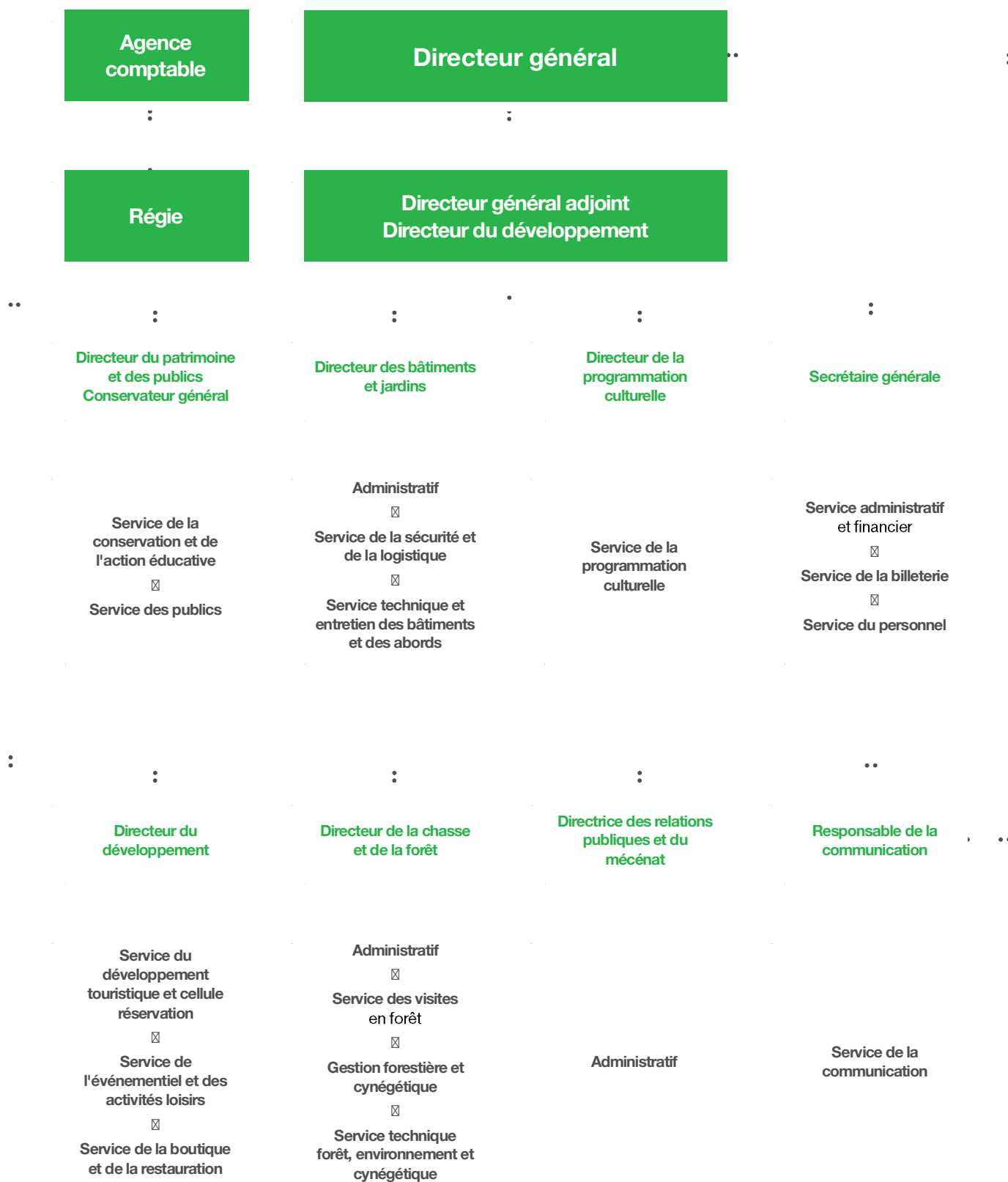


7

Annexes

7.1

Organigramme



7.2

Les instances statutaires

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) du domaine national de Chambord, créé depuis le 1^{er} juillet 2005, est placé sous la haute protection du Président de la République et la tutelle des ministères en charge de la Culture, de l'Agriculture et de l'Écologie. Il est administré par un conseil d'administration qui définit les lignes directrices de son action.

Président

☒ Guillaume Garot, Ancien ministre, Député de la Mayenne

Représentants de l'État

☒ Denis Morin, Directeur du budget, Ministre des Finances et des Comptes Publics

☒ Catherine Geslain-Laneelle, Directrice, Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt

☒ Vincent Berjot, Ministère de la Culture et de la Communication

☒ François Mitteault, Directeur de l'eau et de la bio-diversité, Ministère de l'Écologie, du Développement Durable et de l'Énergie

☒ Michel Jau, Préfet de la Région Centre - Val de Loire, Préfet du Loiret

Représentants des collectivités territoriales

☒ François Bonneau, Président du conseil régional de la Région Centre-Val de Loire

☒ Maurice Leroy, Président du conseil départemental de Loir-et-Cher

☒ Christophe Degruelle, Président de la communauté d'agglomération de Blois

☒ André Joly, Maire de Chambord

Représentants d'établissements publics nationaux

☒ Christian Dubreuil, Directeur général de l'Office National des Forêts

☒ Jean-Pierre Poly, Directeur général de l'Office National de la Chasse et de la Faune Sauvage

☒ Philippe Bélaval, Président du Centre des Monuments nationaux

Personnalités

Françaises ou étrangères, désignées en raison de leur compétence dans les domaines d'activité de l'établissement par un arrêté conjoint des ministres chargés de l'Agriculture, de la Culture et de l'Environnement

☒ Renaud Donnedieu de Vabres, Ancien ministre de la Culture et de la Communication (suppléant : Daniel Janicot)

☒ Christian de Longevialle, Président d'honneur de la Fondation François Sommer pour la chasse et la nature (suppléant : Philippe Dulac, Président de la Fondation François Sommer)

☒ Patrick Ouart, Avocat à la cour

Représentants du personnel

☒ Liste cadres : Alexandra Fleury (suppléant : Bruno Guillois)

☒ Liste non cadres : Laura Guéron, Stéphane Gachet (suppléant : Sylvain Smaghe)

Membres avec voix consultative

☒ Jean d'Haussonville, Directeur général du domaine national de Chambord

☒ Francis Amand, Contrôleur général

☒ André Clair, Agent comptable du domaine national de Chambord

LE CONSEIL D'ORIENTATION

Le conseil d'orientation émet un avis sur la politique culturelle scientifique, forestière, cynégétique et commerciale du domaine national de Chambord et sur toute question qui lui est soumise par le président du Conseil d'administration. Le Conseil d'orientation se réunit au moins une fois par an.

Président

☒ Renaud Denoix de Saint-Marc, Président du Conseil d'orientation du domaine national de Chambord, Grand Croix de la Légion d'Honneur, membre du conseil institutionnel

☒ Catherine Arminjon, Conservateur général honoraire du patrimoine



LA COMMISSION DES COLLECTIONS

La commission des collections donne son avis sur les orientations générales de la politique d'acquisition du domaine national de Chambord et de la mise en valeur des collections. Cette commission, présidée par le directeur général, se compose de cinq membres de droit : deux agents du domaine national de Chambord désignés pour leurs compétences et d'un représentant respectif pour les ministères en charge de l'Agriculture et de la Pêche, de la Culture et de la Communication et de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire. La commission des collections se compose également de trois personnalités qualifiées parmi les spécialistes de l'histoire de France, de la faune sauvage et de la cynégétique.

Président

✕ Jean d'Haussonville, Directeur général du domaine national de Chambord

✕ Jean-Marie Ballu, Ingénieur général honoraire des Eaux et Forêts

✕ Monique Chatenet, Conservateur en chef honoraire du Patrimoine

✕ Claude d'Anthenaise, Conservateur général des patrimoines

✕ Luc Forlivesi, Conservateur général des patrimoines et des Publics

✕ Denis Grandemenge, Régisseur des collections du domaine national de Chambord

✕ Irène Jourdeuil, Conservateur du Patrimoine

✕ Hélène Lebedel-Carbonnel, Conservateur du Patrimoine

✕ Philippe Villeneuve, Architecte en chef des Monuments Historiques

✕ Marie-Anne Sire, Inspecteur général de l'architecture et du patrimoine

✕ Pascal Thévard, Directeur des bâtiments et des jardins du domaine national de Chambord

✕ Anne-Cécile Tison-Germe, Directrice des archives départementales de Loir-et-Cher

✕ Jean-Marie Ballu, Ingénieur général honoraire des eaux et forêts

✕ François Baroin, Ancien Ministre, Sénateur-Maire de Troyes

✕ Claude Bartolone, Président de l'Assemblée Nationale

✕ Jean-Paul Brocheton, Trésorier-Payeur général honoraire

✕ Michel Charasse, Ancien Ministre, Sénateur du Puy-de-dôme, Membre du Conseil Constitutionnel

✕ Laurent Charbonnier, Réalisateur animalier

✕ Thierry Crépin-Leblond, Conservateur général du patrimoine - Musée National de la Renaissance

✕ Claude d'Anthenaise, Conservateur en chef - Musée de la chasse et de la nature

✕ Yves d'Hérouville, Directeur général de la Fondation François Sommer pour la Chasse et de la Nature

✕ Georges Dutruc-Rosset, Ancien Commissaire à l'aménagement de Rambouillet

✕ Bertrand Landrieu, Ancien Préfet de la Région Ile-de-France, Préfet de Paris

✕ Yvon Le Maho, Physiologiste - Chercheur au CNRS - Président du comité scientifique au ministère chargé de l'Environnement

✕ Patrice Martin-Lalande, Député de Loir-et-Cher

✕ Patrick Molis, Président de la Compagnie nationale de Navigation

✕ Pierre Mongin, Secrétaire général d'ENGIE

✕ François Patriat, Ancien ministre, Sénateur de la Côte d'Or, Président du Conseil régional de Bourgogne

✕ Jérôme Peyrat, Conseiller régional d'Aquitaine, Maire de la Roque Gageac

✕ Ladislav Poniatowski, Sénateur de l'Eure





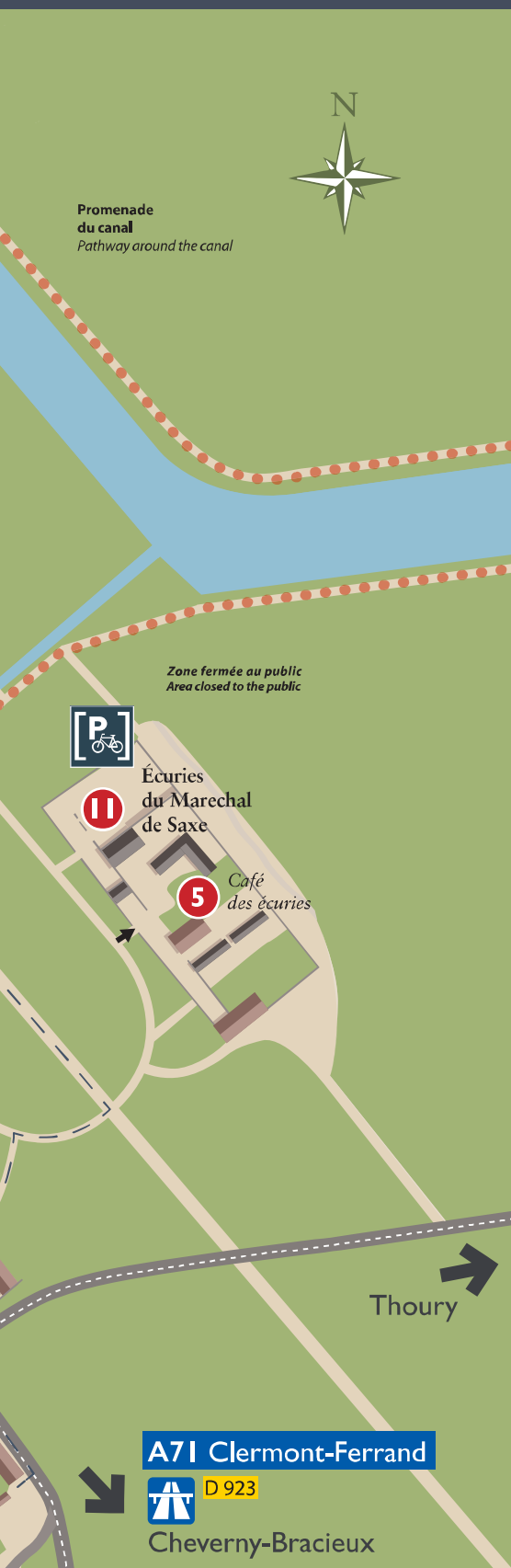
domaine national de Chambord

Aux abords du château / around the castle

- 5 Restaurants (cuisine traditionnelle, rapide ou à emporter)
5 restaurants (traditional cuisine, fastfood and take away)
- Hôtel ** - restaurant
- Magasins de souvenirs et produits du terroir
gifts shops and regional produce
- Distributeur automatique de billets / cash machine
- Toilettes payantes / pay toilets

Accès / access

- Depuis Paris (moins de 2 heures), 15 km de Blois
Par autoroute A10 direction Bordeaux, sortie Mer (n°16) ou Blois (n°17)
Par train, départ gare d'Austerlitz, arrêt Blois-Chambord (1h30). Navette châteaux depuis la gare d'avril à novembre ou taxi.
 - From Paris Motorway A10, within easy reach of Paris, exit: Mer or Blois
Train (1h30), departure from Austerlitz station to Blois-Chambord halt.
Château shuttle from the station from April to November or taxi.
- www.route41.fr/lignes-regulieres/circuit-des-chateaux



Services / services

Langues d'accueil français et anglais
languages spoken : french and english

Au château / in the castle

- Office de tourisme / tourist office
- Consigne gratuite / free baggage lockers
- Boutique en accès libre / gift shop free access
- Café d'Orléans / café d'Orléans
- Toilettes gratuites / free toilets

- 1 [TICKET] Billetterie - Accueil
ticket - reception
 - 2 [CHATEAU] Entrée du château
chateau entrance
 - 3 [i] Information
information
 - 4 [TOILETTE] Toilettes
toilets
 - 5 [CUP] Café Snack
café snack
 - 6 [FORK] Restauration - Dégustation
restaurants - tasting
 - 7 [PICNIC] Aire pique-nique
picnic area
 - 8 [GIFT] Boutique du château
chateau's gift shop
 - 9 [HOTEL] Hôtel - Restaurant - Gîtes
hotel - restaurant - cottages
 - 10 [CASH] Distributeur de billets
cash machine
 - 11 [HORSE] Spectacle équestre (haute saison)
equestrian show (high season)
 - 12 [BOAT] Embarcadère - Location (haute saison)
landing stage - rental (high season)
 - 13 [4x4] Départ visites 4x4 (basse saison) et calèche (haute saison)
meeting place for 4x4 park visits (low season)
and carriage rides (high season)
 - 14 [4x4] Départ visites 4x4 (haute saison)
meeting place for 4x4 park visits (high season)
 - 15 [BUS] Arrêt navette châteaux (haute saison)
chateau shuttle's stop (high season)
 - 16 [LUNCH] Déjeuners groupes (sur réservation)
lunch's group (booking necessary)
-
- Balade autour du canal (4 km)
pathway around the canal (2,5 miles)

6a - Les armes du château
6b - Le Saint Louis
6c - Monument café
6d - La Cave des Rois
6e - Biscuiterie de Chambord
6f - L'Univers Léonard
6g - Bergerie de Sologne
6h - Maison des vins de Cheverny

9a - Hôtel restaurant
Grand saint Michel
9b - Gîtes Cerf et Salamandre
9c - Gîte de la Gabillière

Informations pratiques et événements sur :
practical information and events on:
www.chambord.org



Domaine national de Chambord

Domaine national de Chambord

Établissement public à caractère
industriel et commercial
Château de Chambord

41250 Chambord

Tél. : 02 54 50 40 00

Fax : 02 54 20 34 69

info@chambord.org

☒ ☒ ☒ .chambord.org

Le domaine national de Chambord adhère
aux réseaux :



Édition : Domaine national de Chambord, château de Chambord -
2016 / Direction de la publication : Jean d'Haussonville, directeur
général du domaine national de Chambord / Coordination du
projet : Cécilie de Saint Venant, Responsable de la communica-
tion et Pauline Savoyini, Chargée de communication / Photo de
couverture : Léonard de Serres. ☒ domaine national de Chambord
/ Conception et réalisation : Efil - www.efil.fr / Impression : Agence
Fabrikant - Imprimé sur un papier garanti PEFC



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

ministère de la Culture
et de la Communication

ministère de l'Écologie,
du Développement durable,
des Transports et du Logement

ministère de l'Agriculture,
de l'Alimentation, de la Pêche,
de la Ruralité et de
l'Aménagement du territoire