

Compte-rendu Atelier n°5 : les Evènementiels Lundi 17 juin - Conseil Général

Étaient présents :

Julie Aparicio – Chargée de Communication du Festival Mimos
Ludovic Becker – Administrateur du Festival MIMOS
Thierry Bordes – Président de la Commission du Film de Dordogne – Ciné Passion
Jean-Michel Bouillerot – Président de l’U.D.O.T.S.I.
Delphine Coudert – Chargée de mission Tourisme - Parc naturel régional Périgord Limousin
Philippe Debet – Chargé de mission Animation Randonnée - Service du Tourisme et du Développement Touristique - Conseil général
Pascal Dupouy – Directeur de l’O.T Bergerac Sud Dordogne
Gray Horne – Vice Président du Festival du Périgord Noir
Isabelle Jaeck – Chef du Bureau des Actions Culturelles Concertées en Milieu Rural – CG
Gé Kusters – Organisateur de la manifestation Rando Silex
Yannick Lagrenaudie – Président de l’association Swing in Eulalia
Annie-France Lasfergeas – Pôle Tourisme Promotion et Marketing - Chambre d’Agriculture de la Dordogne
Micheline Morisonneau – chargée de Promotion Presse - CDT
Jérôme Neveu – Directeur du S.D.H.P.A.
Boualhem Rekkas – Directeur de l’O.T Sarlat Périgord Noir
Philippe Saïd – Directeur des Sports et de l’Animation Sportive – CG
Jean-Philippe Sautonie – Directeur général adjoint du Conseil général, en charge de l’Organisation et du Développement Territorial
David Théodorides – Directeur de l’association C.L.A.P.
Marc Yattara-Sylla – Conseiller de Développement - Conseil général

Introduction par Jean-Philippe Sautonie, Directeur Général de l’Organisation et du Développement Territorial du Conseil général :

Ce cinquième atelier s’inscrit dans une volonté d’établir le nouveau Schéma Départemental Touristique. Le 24 janvier dernier, le Président du Conseil général, lors de la 1^{ère} Conférence du Tourisme, a exprimé sa volonté d’établir une stratégie politique départementale en concertation avec l’ensemble des acteurs touristiques du territoire.

C’est pourquoi une série d’ateliers sur des thématiques importantes a été mise en place pour porter cette politique départementale. Quatre ateliers ont déjà eu lieu sur les thèmes de la structuration, la stratégie de marque, l’adaptation de l’offre et les produits de pleine nature.

Aujourd’hui, comment peut-on se démarquer des autres territoires pour accueillir plus de touristes et les fidéliser avec bien entendu, derrière un enjeu économique.

Aujourd’hui, l’atelier porte sur l’évènementiel : comment les activités sportives, culturelles, festives ou autres concourent-elles à l’attractivité du territoire ?

Il est important d’appréhender comment ces événements, qui marquent souvent la saison estivale de notre territoire, peuvent renforcer notre marque et attirer les touristes. C’est pour cela que nous avons souhaité retenir cette thématique. Comment peut-on, avec vous acteurs, améliorer et développer une offre d’évènements qui permettra de répondre à une des questions qui est ressortie des études TNS Sofres (sur le besoin d’activités, la peur de l’ennui dans les territoires intérieurs au-delà de la baignade).

Je vous remercie d'avance pour vos contributions et votre participation à ces ateliers qui ne sont pas une fin en soi. Ils permettent de partager des enjeux, d'apporter des idées. Un travail d'analyse sera ensuite effectué pour en tirer les éléments essentiels.

Christophe Gravier, Directeur du Comité Départemental du Tourisme présente la méthodologie d'animation des ateliers. Il rappelle la liste des thèmes des 10 ateliers, l'objectif de l'atelier et lance le débat.

Objectifs à atteindre avec le groupe de travail à l'issue de cet atelier :

Constat : L'étude TNS Sofres de 2012 fait ressortir chez les clientèles touristiques le sentiment de peur de l'ennui, du manque d'animations (surtout chez les étrangers)... malgré plus de 4000 manifestations de juin à septembre !

Objectif : Accroître la fréquentation touristique de la Dordogne via la filière « évènementiels » en utilisant, demain, l'évènementiel comme :

- 1°) outils d'animation et
- 2°) outils d'attraction et de promotion du département

Les participants associés :

Principaux Offices de Tourisme, organisateurs des principaux festivals, Conseil Régional d'Aquitaine, Chambre d'Agriculture, Direction de la Culture du Conseil général, Direction des Sports du Conseil général, Parc naturel régional Périgord Limousin.

La Thèse :

L'évènementiel est un levier d'attractivité touristique pour la Dordogne aujourd'hui.

Les participants se positionnent à tour de rôle, selon leur opinion, sur l'échelle de valeur suivante :

- ++ = tout à fait d'accord
- + = d'accord
- = pas d'accord
- = pas du tout d'accord

Nombre de votants : 18

Résultat des votes :

--	-	+	++
0	2	11	5
-- et - = 2 votes pas d'accord		+ et ++ = 16 votes d'accord	

Commentaires recueillis suite aux votes des participants :

-- et -	+ et ++
<ul style="list-style-type: none">♦ la portée actuelle des évènements n'est pas suffisante par rapport à d'autres destinations (ex : Festival d'Avignon, Festival de la Chaise-Dieux)♦ L'évènement, aujourd'hui, n'est pas un élément déclencheur par rapport aux autres thématiques (envergure des évènements trop petite)♦ Il faut un évènement phare pour donner une image (ex : Ardèche → canoë)♦ On peut progresser sur les évènements sportifs♦ Il y a un problème de communication vers l'extérieur pour faire connaître les évènements♦ Il faut prendre en compte le fait que certaines manifestations sont limitées en place♦ Il ne faut pas oublier la qualité (répondre en terme qualitatif ex : capacité d'accueil) ce qui peut entraîner une déception♦ Le nombre de personnes assistant à un évènement n'est pas un critère, c'est son impact et ses retombées qui comptent	<ul style="list-style-type: none">♦ Faut-il plutôt un évènement phare ou plusieurs évènements tout au long de l'année ? (2^{ème} suggestion permet des retombées économiques pour les hébergeurs toute l'année)♦ Le Conseil général ne fait pas assez de publicité sur les évènements♦ Il faut un (des) évènement(s) locomotives pour communiquer en direction de l'extérieur♦ Il faut hiérarchiser les évènements dans les outils de communication : le vide grenier et le festival untel (ex : Fête en Périgord)♦ Il faut développer des évènements autour de Lascaux IV (locomotive) pour vendre le département♦ L'intérêt des festivals tient dans le renouvellement de leur programmation♦ Il y a risque de se restreindre à une seule image si l'on s'appuie sur un évènement phare unique♦ Il ne faut pas oublier le tourisme culturel et d'affaires (ex : rassemblement bouddhiste). Ces personnes sont des touristes potentiels qui peuvent revenir avec leur famille♦ Ciné en plein air organisé par Ciné Passion attire plus de 150 personnes par séance (phénomène familial) dans tout le département

Question n° 1 :

Pour qu'un évènementiel serve le développement touristique d'un territoire, quelles conditions doit-il réunir ?

♦ Un concept :

Il doit s'appuyer sur

- L'évènement doit rayonner au-delà du local
- L'évènement doit être en cohérence avec l'identité du territoire
- L'évènement doit bénéficier d'une notoriété, d'une attractivité
- L'évènement doit être original, de qualité
- L'évènement doit s'appuyer sur la synergie locale (acteurs du territoire)
- Un des évènements doit être « locomotive »

Commentaires des participants :

- Il faut créer un calendrier des évènements
- Il faut créer une marque (ex : Dordogne Terre de Festivals)
- Il faut prendre en compte l'accueil du public (les hébergements doivent être disponibles au moment de l'évènement)
- Il faut trouver une complémentarité avec la culture occitane

♦ Une organisation :

- Il faut une organisation professionnelle pérenne et ne pas s'appuyer seulement sur les bénévoles
- Il faut prendre en compte la logistique en matière de transport (en lien avec la nature de l'évènement)
- Il faut mettre en place des supports de communication adaptés et suffisants
- Il faut structurer, développer des activités annexes autour d'un évènement (ex : salon de la BD à Angoulême avec des activités annexes tout au long de l'année)
- Il faut réfléchir à un ou des évènements qui s'étendent sur plusieurs jours afin de déclencher la consommation (ex : Semaine fédérale de cyclotourisme) → générer de l'économie
- Il faut que le lieu d'organisation ait une capacité d'accueil suffisante en hébergements dans un rayon d'environ 30 kilomètres / 1/2heure de trajet

Commentaires des participants :

- Il faut mettre en réseau les différents festivals pour créer du flux
- Il faut privilégier les ailes de saison (moins de concurrence)

♦ Des réseaux professionnels :

- Etre capable de mobiliser le réseau politique et le réseau des médias
- Mettre en place un réseau de professionnels/organisateur d'évènements sur le territoire
- Mettre en place un réseau de communication (presse et journalistes)

♦ La production :

- Créer une marque spécifique « évènementiels »
- Créer une cellule de portage spécifiquement liée à l'évènementiel

♦ La communication :

- Etre en mesure d'intéresser et de communiquer vers les Tour opérateurs
- Avoir une communication professionnelle

♦ Le financement :

- Les pouvoirs publics doivent soutenir les évènements et accepter la prise de risque financière (ex : déficit la première année lors des Folles Journées de Nantes)
- Il faut créer du lien entre les financeurs et les organisateurs des évènements

Question n° 2 :

Quels sont les critères qui permettent de qualifier un évènementiel phare (d'envergure nationale) ?

Hierarchiser les 3 plus importants

Critères	votes	
La capacité à communiquer	14	1er
Son concept	12	2ème
La capacité à mobiliser des financements	12	2ème bis
La capacité à mobiliser les réseaux Professionnels	8	3ème
Disposer d'une organisation	4	4ème
S'appuyer sur une cellule de production	4	4ème bis

Question n° 3 :

Sur la base des critères issus des questions précédentes, quels sont « les évènements phares » de Dordogne existants ou à créer ?

Les évènements existants :

Evènements existants	votes	
MIMOS	11	1^{er}
Félibrée revisitée / occitanie	8	2^{ème}
Festival du Périgord Noir	3	3^{ème}
Sinfonia	3	3^{ème} bis
Festival du Cinéma de sarlat	3	3^{ème} ter
Grand Souk	2	4 ^{ème}
MNOP	2	4 ^{ème} bis
Itinéraire Baroque	1	
Eco-habitude PNR	1	
Festival du Livre Gourmand	1	
Fête de la Truffe	1	
100 km de Belves	1	
Salon International du Pastel	1	
Raid Périgord Canoë	1	

Les évènements à créer :

- Festivals des Arts (en rapport avec les grottes ornées)
- Festival Cape et Epée
- Festival Gastronomique
- Marathon Festif

- Les Nuits Rurbaines
- Raid Canoë
- Festival Gallo Romain
- Festival Musical Rock
- Festival des Arts Equestres
- Festival d'Oc
- Festival Construction de Châteaux
- Festival du Savoir-Faire (Porte du Cuir)
- Festival du Printemps

Question n° 4 :

Comment soutenir/accompagner le(s) évènement(s) phare(s) de la Dordogne pour qu'ils aient un impact sur l'économie touristique du Département ?

- Créer une cellule « évènementiel »
- Structurer une filière « évènementiel »
- Identifier en amont la programmation des évènementiels sur l'année (au moins les dates) afin de pouvoir le communiquer (calendrier des évènements) à tous les organisateurs (ex : Atout France)
- Créer une cellule « observation » pour mesurer les retombées économiques
- Apporter une aide à la production et à la communication sur les évènements
- Créer un concours dédié à la création d'évènements
- Mettre en réseau les différents secteurs professionnels (organisateur d'évènements, hébergeurs, ...)
- Créer un réseau interne au Conseil général dont les missions seraient de représenter ses adhérents auprès des instances officielles et de promouvoir les manifestations artistiques qu'ils organisent (ex : France Festivals)
- Lancer la saison des évènements lors de l'opération « la Fête du Périgord à Montmartre »

Commentaires recueillis auprès des participants :

Il y a un problème de référencement de l'évènementiel sur internet

Il est rappelé que la représentativité du groupe de l'atelier n'est pas exhaustive et qu'il faudra donc en tenir compte pour la rédaction des fiches actions du futur schéma.