

V - PRÉCONISATIONS

Afin de pérenniser et optimiser les villages Cap Carnaval voilà quelques pistes d'amélioration résultant du sondage réalisé et de l'équipe mobilisée sur les villages :

- Créer une cellule avec des agents motivés ayant une expertise en lien avec l'organisation d'un tel évènement,
- Impliquer les directions en amont et identifier les missions confiées à chacune,
- Organiser le village le samedi afin de mettre en place des animations avec les groupes carnavalesques,
- Organiser le village le dimanche de 9h à 14 h,
- Organiser le nettoyage et la désinfection du matériels et des lieux dès la veille,
- Repenser le système monétaire pour une meilleure réponse en terme de ventes,
- Prévoir des animations avant le départ de la parade : groupes

carnavalesques, ateliers, expos, théâtre, défilés de mode...

- Faire un jeu de piste sur les 3 dimanches ou l'élection de Miss Cap Carnaval,
- Décoration des stands et des espaces aux couleurs du Carnaval,
- Réaliser une signalétique village avec identité visuelle, t-shirts exposants, habillage des tables, charte...
- Communiquer en interne, auprès des partenaires (relais d'information) et sur les réseaux sociaux (collègues, villes, internet, média gratuits...
- Avoir une communication ciblée pour les tours opérateurs et les agences de voyages,
- Communiquer en amont sur les activités des villages,
- Réaliser une brochure avec le programme complet des manifestations de Cap Excellence pour le Carnaval (les trois parades, les

villages et autres dimanches) ainsi que l'organisation mise en œuvre,

- Avoir un animateur bilingue,
- Distribuer des documents, prospectus, goodies Cap Excellence sur le village,
- Animer le stand Cap Excellence toute la journée et prévoir le repas des équipes auprès des restaurateurs sur place,
- Avoir une boutique d'objets publicitaires Cap Carnaval,
- Encourager les exposants à faire des ateliers démonstratifs, créatifs et des dégustations de leurs produits,
- Varier les exposants et diversifier les activités et les sélectionner bien en amont,
- Ajouter des activités : photomaton (prêt de costumes ou accessoires, espace carnaval, photos après maquillage...), fleurs (composition sur le thème) et plantes médicinales,
- Limiter la concurrence sur le village.

Quelques exposants à PàP



VILLAGES CAP CARNAVAL

17,24 FÉVRIER & 3 MARS 2019

I - PRÉSENTATION GÉNÉRALE

SOMMAIRE

- I - PRÉSENTATION GÉNÉRALE
- II - ELÉMENTS STATISTIQUES
- III - LES VILLAGES
- IV - TRAITEMENT DES QUESTIONNAIRES
- V - PRÉCONISATIONS

Cap Excellence à la charge de l'organisation des manifestations carnavalesques sur le territoire en partenariat avec les comités de carnaval. Dans ce cadre, il a été convenu de la mise en œuvre dans les 3 villes membres, du village Cap Carnaval expérimenté en 2018 à Pointe-à-Pitre.

En appui à la réalisation de ces villages organisée et pilotée par la DGATS, la DGAET s'est chargée de :

- l'information et sensibilisation du public de croisiéristes et autres touristes à travers le dispositif AMIT.
- la gestion des exposants en partenariat avec chaque ville. Il s'agissait de sélectionner des exposants reflétant des savoir-faire locaux et/ou en lien avec la thématique du Carnaval.

5 agents de la direction étaient sur le terrain chaque dimanche afin d'optimiser la mise en œuvre des 3 villages et répondre au mieux aux besoins des exposants.

Les villages se sont tenus toute la journée, sur des sites choisis pour leur

attractivité et leur proximité du parcours des défilés carnavalesques et ont permis aux artisans des villes et de la Guadeloupe d'avoir une visibilité, de proposer leurs produits sur un emplacement mis à leur disposition.

Afin d'éviter la manipulation monétaire un système de ticket de valeur a été mis en place sur les villages.

Une navette Karulis a assuré l'acheminement des touristes des hôtels et des croisiéristes.

La présence médiatique et la réalisation de directs radio ont assuré l'information et la communication du village.

C'est donc une trentaine d'exposants qui ont présenté leurs produits, animé des ateliers et valorisé nos traditions.



Initiation Gwajeka aux Abymes



The Glitter Gang, maquillage à Baie-Mahault



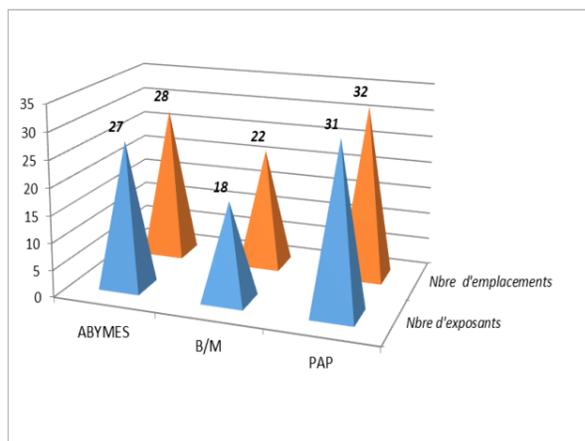
Ti Fwet Gwada à Pointe-à-Pitre

II - ELÉMENTS STATISTIQUES

70 % des exposants sélectionnés proviennent du territoire de l'agglomération. Mais c'est la diversité guadeloupéenne dans son ensemble qui était présente sur les Villages.

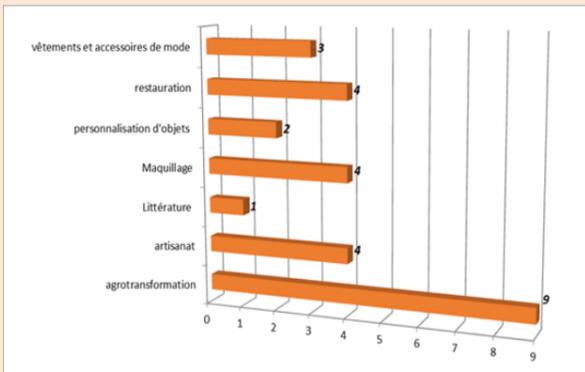
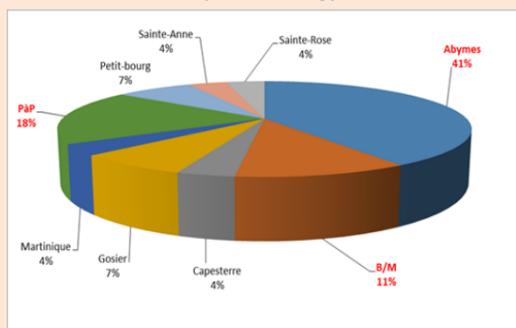
Les activités principales concernaient l'agrotransformation, l'artisanat, le maquillage et la restauration.

Ville	Nbre	Nbre
ABYMES	27	28
B/M	18	22
PAP	31	32



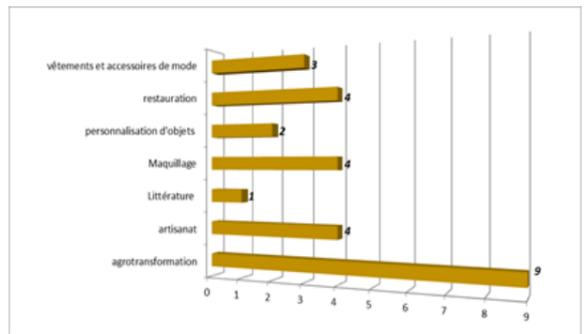
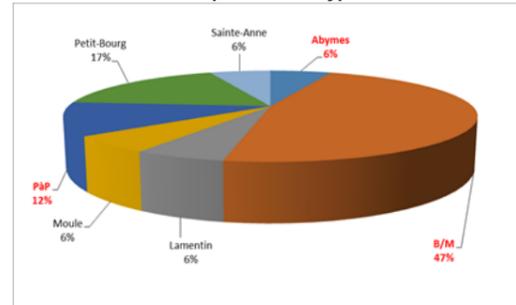
ABYMES

Provenance des exposants et Type d'activités



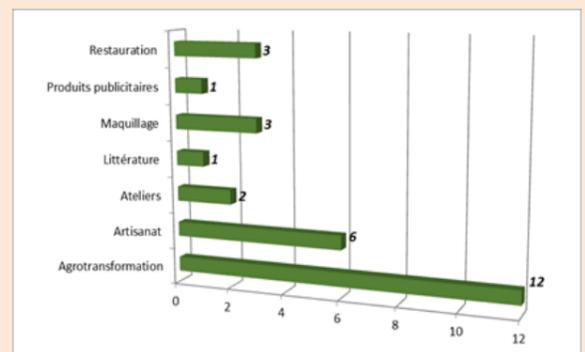
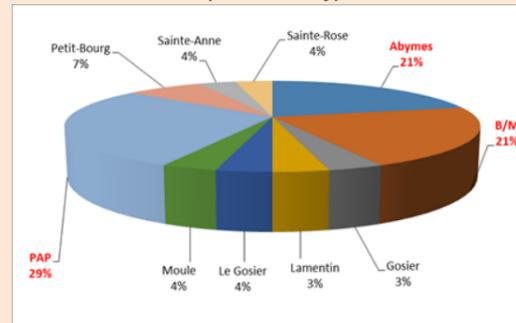
BAIE-MAHAULT

Provenance des exposants et Type d'activités

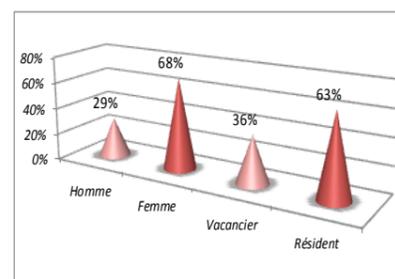


POINTE-A-PITRE

Provenance des exposants et Type d'activités

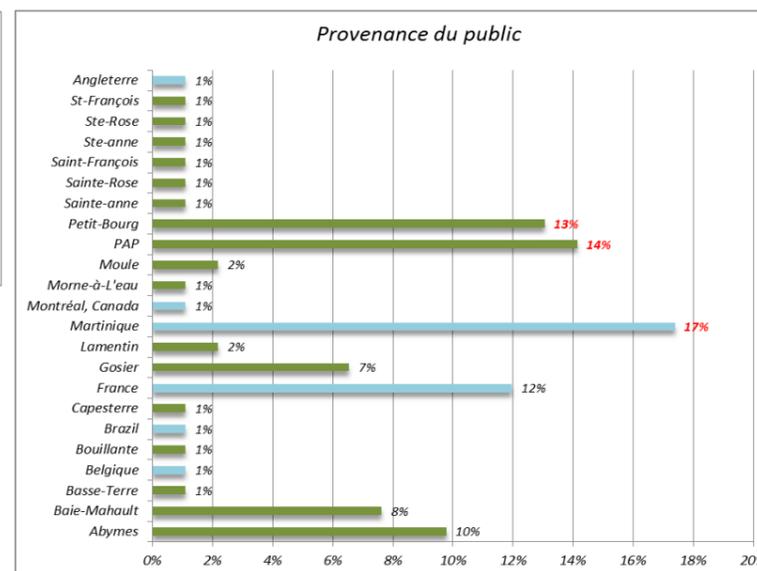


Vous êtes :



Le public était constitué principalement de femmes avec 68% et de résidents, 63%.

Le village de PàP a vu le passage d'un public venu de toute la Guadeloupe. Mais surtout de PàP et Petit-Bourg. Les croisiéristes martiniquais ont été les touristes les plus nombreux.



Remarques :

- Maintenir le village tant qu'il y a de l'ambiance, c'est une ouverture sur nos cultures à renouveler chaque année,
- Avoir plus d'activités sur le village et plus de stands,
- Village au top, bien organisé et bonne musique de Carnaval avec des gens plus agréables ici que dans d'autres îles de la Caraïbes,
- Bonne initiative cependant l'animatrice devrait parler anglais,
- Trop de gaspillage d'argent dans le carnaval, au vu de la misère existant en Guadeloupe,

- Il fait chaud et la sono est trop bruyante,
- Manque d'animations carnavalesques,
- Informer la sécurité et les vigiles du village,
- L'entretien des toilettes, le nettoyage des graffitis à revoir,
- Manque de poubelles près des exposants pour les dégustations,
- Pavé du marché aux épices glissant/dangereux,
- Revoir le choix du jour, pas assez de monde, pas assez d'exposants.

Suggestions :

- un stand photo avec possibilité de porter une coiffure ou un costume,

- Plus d'expositions, plus de décoration et de musique de carnaval, danse pour rappeler le thème, harmoniser les stands sur le thème,
- Manque de stands de fleurs et plantes (culture, variétés médicinales),
- Plus de choix de produits, plus d'espace repas, plus d'exposants,
- Meilleure publicité, plus de communication,
- Faire un programme des activités du village du carnaval, des dépliants touristiques,
- Mettre des structures gonflables pour les enfants.

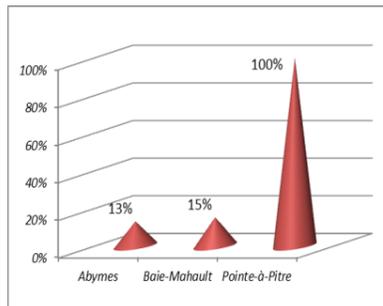


2 - PUBLIC

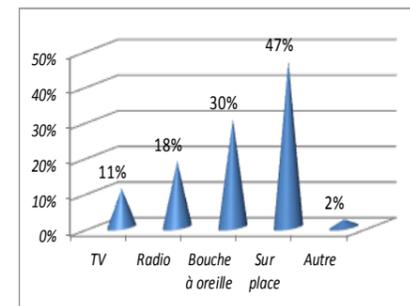
Le questionnaire public a été réalisé uniquement sur le village de Pointe-à-Pitre. 92 visiteurs y ont répondu. Parmi eux, 15% se sont déplacés sur les 3 villages.

Ce sont principalement les échanges directs qui ont assuré la publicité puisque 47% ont eu l'information sur place et 30% par le bouche à oreille.

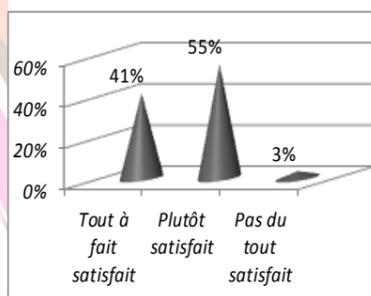
Vous êtes venus au village de :



Comment avez-vous connu le village ?



Que pensez-vous du village ?



Le village a été plébiscité puisque seul 3% du public n'a pas été satisfait.

Pourquoi ? Les points relevés :

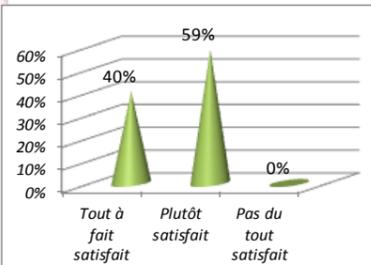
- Plusieurs stands diversifiés et bien disposés avec des produits naturels, de nouveaux artisans.
- Les exposants sont amicaux, altruistes, gentils.

- Le village beau bien organisé,

animé, ambiance sympathique, lieu stratégique, super accueil, représente la culture de la Guadeloupe, bon pour les locaux et les touristes, un plus par rapport aux années précédentes.

D'autres personnes auraient voulu plus de structuration, d'entretien et de propreté, d'emplacements, plus de toilettes, plus de stands.

Sur les produits et ateliers proposés, vous êtes :



Les produits proposés ont également recueilli l'adhésion.

Lesquels ont été préférés ?

En grande majorité tous les stands ont été appréciés. Certaines activités ont été citées :

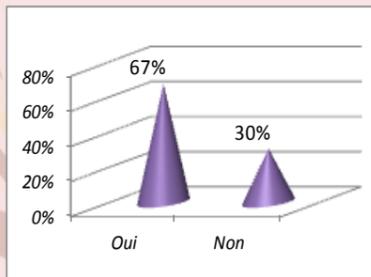
- Le maquillage, le maré têt, la création de fwets,

- Les produits agro transformés bien-être (entretien du corps et du cheveu) et alimentaires (sirops, farines) et les bijoux.

Les hôtes des Villages, en charge de questionnaire public



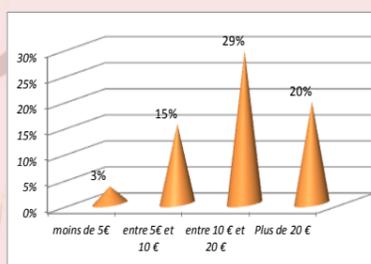
Avez-vous acheté sur le village ?



La satisfaction du public se vérifie car 67% ont acheté sur le village.

Les 30% qui n'ont pas achetés ont invoqué les raisons suivantes :

- En visite, pas d'argent, pas de produits répondant à un besoin, pas encore effectué d'achats, prix excessifs, dispositif de jetons contraignant, ou recherche de fruits et légumes.



Une majorité de 29% des sommes dépensées est comprise entre 10 et 20€, mais 20% dépasse les 20€.

III - LES VILLAGES

ABYMES : « DOUBOUT POU ON GRAN VIDÉ »

Réalisé le jour de la parade « *Doubout pou on gran vidé* » le dimanche 17 février 2019, sur l'esplanade du Pôle Economie et Tourisme en collaboration avec les agences, les hôtels et gîtes de la Guadeloupe pour la mise en place d'animations touristiques autour du carnaval :

- confection de masques et de fouets, maquillage, vente des produits locaux et repas,

- visite guidée du centre bourg « Morne de la Mémoire » avec les AMIT.

La manifestation a été une réussite touristique avec plus de 400 touristes étrangers présents au stade des Abymes grâce à la vente d'un package comprenant visite du village, repas, visite du centre-ville et accès au stade.

Premier des 3 villages programmés, le village a permis de tester le dispositif. Les points à améliorer :

- Anticiper les animations artistiques et touristiques, de décorations sur le thème du carnaval,

- Organiser le stand d'accueil de Cap Excellence,

- Préciser les missions du régisseur,
- Fluidifier les échanges entre les directions mobilisées,

- Revoir l'heure de fermeture du village et préciser les moyens de paiement,

- Anticiper d'éventuelles défections pour des remplacements au pied levé d'exposants,

- Revoir l'emplacement peu propice au passage des visiteurs,

- Corriger l'installation tardive des exposants,



Plan de masse village Abymes

BAIE-MAHAULT : « BMAO MI MASS »



Plan de masse village B/M

Le village s'est tenu le 24 février 2019, jour du défilé « *Bmao mi mass* » sur l'esplanade de Belcourt.

Cet emplacement a offert une bonne configuration à la manifestation.

L'organisation a été plus fluide avec une bonne cohésion des équipes, une mise en place dès 07h des exposants et une bonne fréquentation touristique le matin.

Mais là aussi il a manqué des ateliers et animations en direction du

public. Les touristes arrivés depuis 9h après la visite du village n'ont rien eu à faire jusqu'au début de la parade à 14h. le temps d'attente est long.

Les croisiéristes sont partis sans voir la parade qui avait du retard puisque la dernière navette était à 16h.

A noter également la défection non signalée d'exposants qui a entraîné la vacance d'espaces sur le site.

POINTE-À-PITRE : PARADE DU DIMANCHE GRAS

Le Dimanche Gras, jour de la parade unitaire a clôturé les villages Cap Carnaval sur la place du marché aux épices.

Les exposants ont pu s'installer dès la veille et l'équipe était présente dès 07h pour assurer leur accueil.

La journée a tenu ses promesses, avec une belle affluence du public de résidents, touristes et croisiéristes qui s'est prolongée jusqu'à tard le soir. Plusieurs raisons à cela :

- l'emplacement sur le passage du défilé,

- les jeux traditionnels et radiophoniques,

- les ateliers « maré têt et céramiques,

- l'animation d'un groupe carnavalesque le matin et les interviews des membres de groupes l'après-midi.

Des exposants de la rue piétonne ont pu être associés au village. Par contre, les maraichers avec leur contraintes de volume de marchandises et d'horaire de déplacement n'ont pas souhaité venir.

Il est à déplorer malgré tout des défections tardives qui n'ont pu être remplacés.



Plan masse village PAP

IV - TRAITEMENT DES QUESTIONNAIRES DES
VILLAGES CAP CARNAVAL

1 - EXPOSANT

Pour cette première édition, la DGAET a réalisé un sondage afin de recueillir les avis des exposants et du public ayant participé aux villages Cap Carnaval.

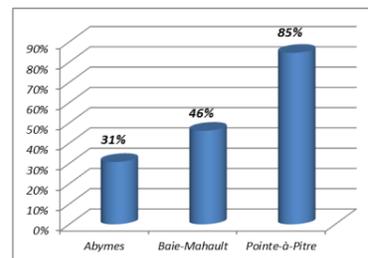
Le traitement des données indiquera des pistes d'amélioration pour les prochaines éditions.

26 questionnaires ont été remplis, principalement lors du village de Pointe-à-Pitre. Parmi les exposants, 4 ont

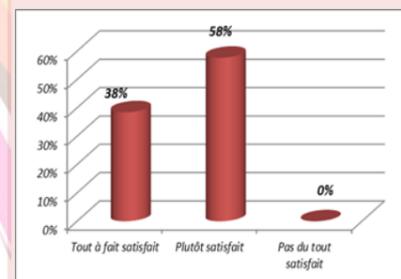
participé aux 3 villages et 12 à 2 villages.

L'organisation générale des villages, l'animation et la communication ont obtenu un satisfecit quasi général des exposants. Ci-après les observations issues du sondage.

Vous avez participé au Village de :



Etes-vous satisfaits du déroulement de la manifestation ?



Le village des Abymes a connu un succès mitigé. Les exposants ont déploré :

- le manque de fréquentation surtout après 14h
- un Site peu accessible aux personnes à mobilité réduite
- un lieu excentré par rapport au défilé,

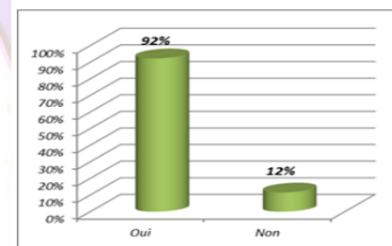
Les villages de Baie-Mahaut et tout particulièrement Pointe-à-Pitre ont

connus une belle fréquentation.

PAP a eu une grande visibilité médiatique et du public. Cette ville mériterait selon eux d'avoir ce type d'activité le dimanche et les jours fériés

Les exposants ont souligné la qualité, l'accueil et le professionnalisme de l'organisation mis en place ainsi que la mise à disposition de toilettes publiques et poubelles.

Le village Cap Carnaval 2019 a répondu à vos attentes ?



L'initiative a été saluée car elle offre de la visibilité, agrément le Carnaval et valorise les artisans. Le village crée du passage et accueille beaucoup d'enfants (touristes et locaux).

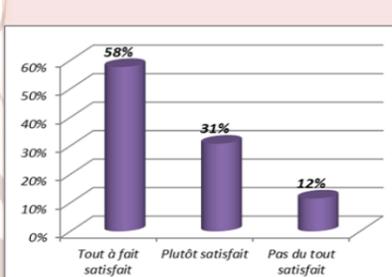
Il y avait de l'animation, un personnel pour nous aider, du public, des clients et des prises de contacts. C'était chaleureux.

Certains ont réalisé le chiffre d'affaire

espéré et ont apprécié le système de monnaie.

Pour d'autres, c'était bon pour leur communication mais pas beaucoup de vente, trop de concurrence et des potentiels acheteurs découragés par l'échange d'argent en régie.

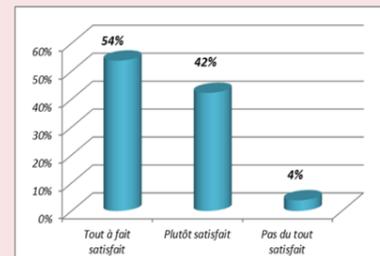
Etes-vous satisfaits de l'organisation globale ? De votre espace sur le stand ?



Les exposants ont apprécié l'espace qui leur a été alloué, qualifié de aéré, confortable, d'une superficie suffisante et à proximité des WC et Régie.

Le site des Abymes avec un terrain en pente, une présentation trop ouverte et éloignée de l'animation du village n'était pas favorable. Le marché aux Epices de Pointe-à-Pitre était le meilleur choix.

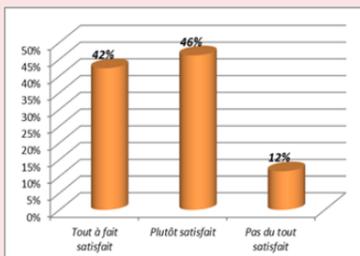
Etes-vous satisfaits de l'animation et des interventions proposées au cours de cette journée ?



L'animation a mis de l'ambiance et était dans le thème, il faut mettre le son du Carnaval en direct.

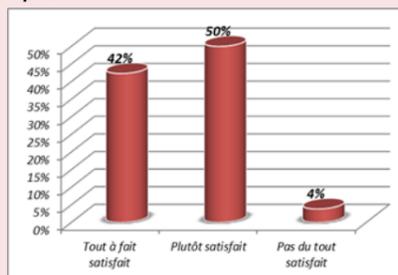
Par ailleurs, les villages ont également permis aux exposants de faire connaître leurs fabrications, d'utiliser leurs réseaux pour attirer du monde en amont. Le choix de l'implantation joue un rôle primordial.

Etes-vous satisfaits de la communication réalisée autour du Village Cap Carnaval ?



Les insatisfactions sont liées au peu de fréquentation sur certains villages, au manque de communication

Pensez-vous que cette communication a été bénéfique pour votre entreprise ?

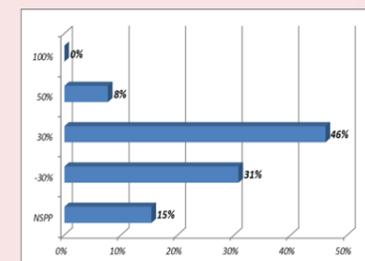


Les retours positifs s'expliquent comme suit :

- possibilité de belles rencontres pour développer l'activité, partage de mon savoir-faire, distribution de carte de visite, visibilité médiatique,
- beaucoup de public qui s'intéresse aux produits mais se déplace parfois sans argent
- travail actif de l'animateur pour faire découvrir les stands

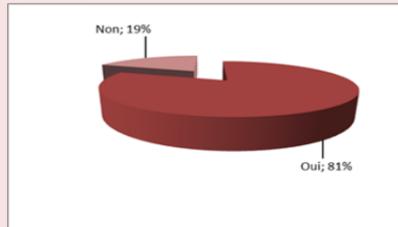
D'autres sont plus mitigés à cause de l'emplacement, les horaires ou l'animateur plus présents sur certains stands

Quel est le pourcentage de votre chiffre d'affaire de la journée par rapport à votre CA mensuel ?



20% d'entre eux ont pu réaliser jusqu'à 30% de leur chiffre d'affaire mensuel.

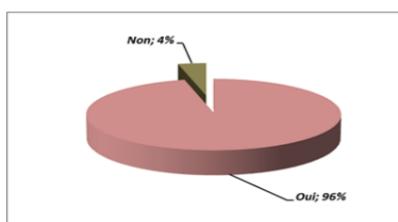
Avez-vous eu des contacts intéressants ?



Les réponses varient de 1 à 50. Les exposants espèrent de ces contacts :

- organiser des foires à l'extérieur
- réaliser des créations pour des événements et revendre en boutique
- fidéliser des clients.

Pensez-vous que le Village Cap Carnaval vous permettra de développer ou mieux faire connaître votre activité ?



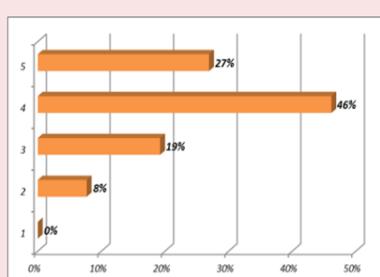
Les exposants ont majoritairement répondu favorablement grâce à :

- La présence de journalistes sur l'événement (interviews, reportage...),
- La visibilité médiatique et l'importance public,
- Les idées proposées pour améliorer certaines créations,
- La rencontre d'une nouvelle clientèle et de faire connaître les produits à un plus grand nombre, population

et autres clients.

Mais ils considèrent également que parmi les visiteurs, certains ont préféré des stands à d'autres et qu'avec une meilleure communication et plus de médias (des directs, de l'interactions...) cela aurait pu être corrigé.

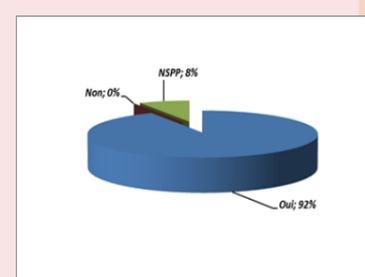
Veillez noter la manifestation de 1 à 5 (croissant) :



En conclusion, à ce sondage, les exposants sur une échelle de 5, ont évalué les villages à 4 dans leur majorité. Ils sont prêts à valider une nouvelle inscription lors de la prochaine édition en 2020.

Parallèlement, les exposants nous ont fait part de leurs remarques et suggestions.

Intéressé par la participation aux villages Cap Carnaval 2020 ?



Remarques :

Un remerciement global pour l'organisation de ces villages à Cap Excellence qu'ils ont apprécié. Toutefois, ils estiment que :

- le système de monnaie fictive est un frein à la vente.
- Il faut faire venir le public sur les stands, pas seulement les touristes.

Suggestions :

- Réclamer directement le chiffre d'affaire réalisé sur les villages.
- Limiter les produits similaires par exposants,
- Prévoir d'autres animations (comédie, théâtre, Défilés de mode)
- Plus de communication et plus en amont pour avoir le temps de réfléchir à un projet,

- Ouvrir le village plus tard et le placer plus près du jury
- Mettre des rideaux aux chapiteaux,
- Intégrer les fruits et légumes pays.

Points d'améliorations :

- Modifier les horaires : 9-15h par exemple car peu d'activités après le démarrage de la parade,
- Plus d'expo d'objets et costumes sur les groupes de carnaval.