

Festival
OFF
AVIGNON

PREMIER FORUM DU FESTIVAL OFF D'AVIGNON
Proposé par Avignon Festival & Compagnies

Lundi 13 mai 2019
de 9h30 à 12h30

Centre des Congrès du Palais des Papes, Avignon



BILAN

NOMBRE DE PARTICIPANTS : 60

Le premier forum sur l'éco-festival a eu lieu le 13 mai 2019 au Centre des congrès d'Avignon.

Pour animer et organiser ce temps de concertation avec les différents acteurs du territoire, Jeanne De Kerdrel, Juliette Brunerie et Aliocha Iordanoff de **SEMAWE** ont mis en place la médiation pour favoriser les discussions sur 3 thématiques fortes :

- Commerces, restauration, éco-festival
- Hébergement
- Mobilité



OUTILS D'INTELLIGENCE COLLECTIVE

L'animation est conduite selon des méthodes d'intelligence collective et de concertation pour permettre aux participant.e.s de s'exprimer avec bienveillance, écoute et respect. L'équipe de SEMAWE a utilisé notamment la méthode des chapeaux de Bono, pour faire émerger des informations, des ressentis et des propositions nouvelles pour faire que le temps du festival se déroule sereinement.



COMMERCES, RESTAURATION, ÉCO-FESTIVAL

| ● CHAPEAU NOIR | ● CHAPEAU JAUNE | ● CHAPEAU VERT | ● CHAPEAU BLEU |
|--|---|---|--|
| <p><i>État d'esprit critique, pessimiste, qui voit principalement les risques, inconvénients, problèmes, difficultés et freins.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 20 ans sans se parler - Trop de compagnies - Commerçants « oubliés » - Des droits accordés à des théâtres que même les commerçants n'ont pas les acteurs du territoire se « jettent la pierre » - Augmentation des déchets liés aux commerces et restaurants, impression d'envahissement : bruit, déchets => commerçants qui font peu d'efforts, pas agréables - Restaurants éphémères pas aux normes - Clients des restaurants mal reçus - Le pire : annulation du festival en 2003 | <p><i>État d'esprit optimiste, qui regarde ce qui marche bien, ce sur quoi on peut se baser pour envisager un avenir serein et enthousiasmant.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - L'équipe du festival a très envie d'inclure les acteurs du territoire - Travail sur la charte éco-festival - Envie d'ouverture vers l'ESS - Utilisation de la monnaie locale La Roue - Valorisation de producteurs locaux / circuits-courts - Expérience d'ouverture entre les personnes - Source de fierté - Temps d'échanges avec tous les acteurs locaux - Parler de l'éco-festival - Les commerçants ont besoin du festival - Vital pour le commerce | <p><i>État d'esprit créatif et positif, dans le but de faire émerger de nouvelles idées, des propositions d'actions.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Re-crée un label - 1 geste vers les professionnels (sur les prix) - Réunions de concertation plus fréquentes (fin de festival, janvier, mai) - Travailler à un message commun du festival : <ul style="list-style-type: none"> ● fierté du festival ● engagement qualitatif ● patrimoine, commerces ● 1 commerçant adopte un lieu / parrainage - Se rapprocher du COFEES - 1 charte commune - 1 slogan adopté par les commerçants | <p><i>Des propositions concrètes et réalisables à court terme.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Demander aux compagnies de jouer des parties de leur spectacle dans les rues, plutôt que de faire de simples tractages - Réactiver et millésimer le label "Acteurs de la Culture" qui avait été créé par la CCI de Vaucluse - Créer une marque "Je suis Festival !" avec une charte d'engagements sur les horaires d'ouvertures des commerces, le maintien des prix, la qualité de l'accueil dans les commerces et les restaurants - Créer un kit de matériel du parfait festivalier, fabriqué localement à Avignon en matériaux recyclés, avec une gourde, une liste des fournisseurs éco-responsables vendu par l'Office |

- Les mondes économique et culturel ne se parlent pas
- Les compagnies se sentent "obligées" de venir faire le festival
- Les compagnies ont l'impression de se faire "plumer"
- organisation des théâtres les uns contre les autres, idem pour les commerçants on parle peu de l'accueil des personnes
- Problème des déchets sur l'année, pas seulement pendant le festival
- Les compagnies pas assez présentes dans les rues, ambiance pas assez festive disparition de la cocarde "Acteurs de la Culture"
- Confusion restaurants vs saisonniers, mauvaise qualité de restauration
- Bars et restaurants : agressifs envers les compagnies du festival et théâtres
- Les théâtres font des choses illégales
- Pas de représentants des commerçants dans le CA du festival
- Festival trop concentré intra-muros
- On ne s'occupe pas des agriculteurs de proximité
- Même discours de critique, de blâme du côté des commerçants et des compagnies

- Volonté qu'il y ait un apport mutuel
- 1 mois de fête et d'amusement
- Expérience positive qui fait revenir les festivaliers et les compagnies
- Réjouissant de discuter ensemble
- Une attention particulière doit être portée aux primo-festivaliers
- Marge de progression sur les visiteurs
- Travail en cours sur l'affichage
- Un moment où l'on re-voyage dans la ville
- Découverte de nouveaux commerces / restaurants
- Ouverture sur les communes voisines
- Implication des acteurs locaux permet une appropriation
- Taux de retour des spectateurs : 86% d'une année sur l'autre vision éco-systémique du festival
- > ce Forum est un moment de sagesse !
- Signature de la charte éco-festival
- Les acteurs locaux se parlent
- Beauté de la ville
- Évolution de la ville : propreté du festival
- 2018 : 6 millions de bouteilles plastiques recyclées
- Piétonisation du centre-ville : plus convivial et sécurisant
- Cette réunion entre acteurs

- Troupes qui jouent quelques minutes de leur pièce plutôt qu'un simple tractage
- Inclure la restauration dans la charte
- Favoriser les produits locaux, bio
- Privilégier le fait-maison
- Mettre en avant la monnaie locale
- Travailler par quartier (car les acteurs se connaissent)
- Intégrer les commerçants dans le programme ?

- de Tourisme et par les commerçants
- Créer un club des ambassadeurs du festival pour aider à accueillir les publics
- Faire entrer la fédération des commerçants dans les signataires de la charte éco-festival et attribuer un siège au CA d'AF&C

HÉBERGEMENT

| ● CHAPEAU NOIR | ● CHAPEAU JAUNE | ● CHAPEAU VERT | ● CHAPEAU BLEU |
|--|--|---|---|
| <p><i>État d'esprit critique, pessimiste, qui voit principalement les risques, inconvénients, problèmes, difficultés et freins.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Prix élevés - Mauvaise qualité - Standards parfois peu élevés - Disponibilité (peu de choix pour ceux qui cherchent à se loger) - Éloignement (des logements disponibles loin du festival, décourageant car il faut prendre la voiture pour venir) - Difficulté d'accès - Engorgement - Manque de visibilité - Établissements scolaires, locaux vacants, des logements disponibles non visibles - Il manque un support unique comme un site web pour répertorier l'ensemble des logements disponibles | <p><i>État d'esprit optimiste, qui regarde ce qui marche bien, ce sur quoi on peut se baser pour envisager un avenir serein et enthousiasmant.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Accueil des commerçants positif - Climat agréable - Animation / ambiance festive en centre-ville - Quantité de logements potentiels encore inexploités - Diversification de l'offre - Attractivité de la destination en juillet - Qualité de l'offre - Prix accessibles - Potentiel de locaux disponibles aux normes pour les équipes (collèges / lycées) - Sites web accessibles pour diffuser l'offre (Avignon Tourisme, Provence Vaucluse, AFC, Homestay) - Logements labellisés | <p><i>État d'esprit créatif et positif, dans le but de faire émerger de nouvelles idées, des propositions d'actions.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Construire des cabanes dans les arbres - Organiser des rencontres avec les habitant.e.s - Mettre en place des opérations encadrées par la collectivité pour inciter les habitant.e.s à accueillir, dans une zone de 30 kms autour d'Avignon - Créer 1 pack offre réduite hébergement / transport (pour les personnes qui logent en dehors d'Avignon) - Charte d'ambassadeurs pour les acteurs économiques - Charte d'hébergeur éphémère (engagement sur la qualité, disponibilité en échange de visibilité) | <p><i>Des propositions concrètes et réalisable à court terme.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser les établissements publics pour créer des hébergements provisoires (collèges et lycées vides l'été) - Recenser les établissements disponibles (démarche pro-active vers les acteurs publics) - Points info hébergement dans la ville - Aider les publics en recherche d'hébergement - Accompagner les personnes âgées qui pourraient accueillir chez eux - Charte d'hébergement professionnels/particuliers - Gage de qualité - Recensement de l'offre - Distribution des places vacantes |

- Pas de respect des locations
- La durée est à la fois longue pour les particuliers et courte pour les loueurs professionnels
- Logements : des étudiants mis à la porte l'été
- Pas assez de logements saisonniers

- Accessibilité facile de la ville (grands axes / gares)
- Renforcement des lignes de transports en commun
- Hôtels rénovés / immeubles de particuliers depuis plusieurs années, donnant un aspect plus agréable à la ville
- Retombées économiques positives sur la période
- Amélioration continue de l'habitat

- Créer un parc éphémère de logements
- Les habitant.e.s accueillent des étudiant.e.s à prix réduit
- Mobiliser les communes alentour pour qu'elles incitent à la location de logements augmenter / adapter les lignes de transport
 - _ élargir l'amplitude horaire des transports
 - _ mobiliser le département et la région pour mettre à disposition les collèges et les lycées
- Créer campings provisoires pour les festivaliers dans des espaces publics (stades de foot)
- Faire venir des bateaux
- Affecter des personnes pour accompagner les personnes âgées en capacité d'héberger
- Créer des points d'information
- Dédier un espace aux camping-car

MOBILITÉ

| ● CHAPEAU NOIR | ● CHAPEAU JAUNE | ● CHAPEAU VERT | ● CHAPEAU BLEU |
|---|--|--|---|
| <p><i>État d'esprit critique, pessimiste, qui voit principalement les risques, inconvénients, problèmes, difficultés et freins.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pas d'accès pour le montage et démontage des pièces - Plus d'essence - Événement d'ordre insécuritaire - Inondations - Cyberattaque : plus aucune information sur la mobilité - Aucun accès PMR - Réseau de vols massifs de vélos - Grève des transports - Travaux de tramway, routes, etc. - Tout le monde vient en voiture - Aucun transport - Pas de règles sur le stationnement - Pas de parkings - Coupure autoroute - Intra-muros autorisé à tous - Accès bloqué par les gilets jaunes | <p><i>État d'esprit optimiste, qui regarde ce qui marche bien, ce sur quoi on peut se baser pour envisager un avenir serein et enthousiasmant.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vérification des informations d'accès PMR dans les commerces et les salles - Sites d'information dynamiques : infos mises à jour quotidiennement sur les panneaux d'information - Accès aux informations multimodales en temps réel - Davantage de panneaux d'information - Signalétique en entrée de ville pour situer les parkings et les lieux de transfert - Création espaces de consignes avec adaptation aux PMR - Pouvoir se déplacer à n'importe quelle heure et pouvoir repartir d'Avignon (même tard le soir) - Transports en commun gratuits - Moins de voitures en centre-ville - Parking relais en périphérie gratuits - Transports à la demande - Personne n'utilise sa voiture et ça fonctionne - Bureau du festival ouvert 24h/24h - Offres SNCF efficaces | <p><i>État d'esprit créatif et positif, dans le but de faire émerger de nouvelles idées, des propositions d'actions.</i></p> | <p><i>Des propositions concrètes et réalisable à court terme.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Une information et une commercialisation intégrée avec : <ul style="list-style-type: none"> ● Outil digital : cartes interactives avec les places disponibles en temps réel, les vélos aux bornes, etc. ● Des équipes de facilitateurs de mobilité sur le terrain en gares, parkings, centre-ville ● Une signalétique commune spécifique, pérenne sur l'année, placée en entrée de ville sur les panneaux directionnels, pour faciliter le fait de laisser sa voiture individuelle et utiliser des modes doux - Mettre en commun les données et développer le « temps réel » sur les données de transports |

- Peu d'accès sur les ponts

- Cartes municipales pour navettes
- Vélos gratuits avec de nombreux parkings
- Trotinettes, vélos, rollers avec signalétique adaptée
- Un trafic fluide autour des remparts
- Transports en commun pleins ! (pas vides)
- Voies réservées aux cars et aux bus
- Arbres, ombre et bancs pour mobilité pédestre
- Équipes mobiles en ville en plus de la signalétique, points infos mobiles
- Tous les TER circulent jusqu'à 1h du matin
- Améliorer la communication sur le covoiturage
- Pas de voiture avec 1 seul passager dedans
- Billetterie intégrée avec logement et transports
- Que chaque hébergeur mette à disposition un mode de transport alternatif
- Tapis roulant comme au Danemark et en Hollande
- Capacité à plus communiquer entre tous les acteurs
- Faciliter l'accès aux informations
- Développer le transport fluvial
- Qu'AF&C organise la mobilité

- Parcours alternatifs pour les fauteuils roulants
- Relier davantage les quartiers toute l'année
- Accès restreint aux voitures mais étendre la carte de résidents pour ceux qui vivent là à l'année et continuent à travailler pendant le festival
- Une signalétique en entrée de ville pour inciter à laisser sa voiture sur les parking relais
 - Favoriser la multimodalité, les points d'infos avec des gardiens formés qui donnent des informations sur les transports et les spectacles
- Agrandir la zone de mobilité douce au-delà des remparts (200 m)
- Création d'une plateforme dédiée pour mise en relation véhiculés / non-véhiculés. Créer des espaces de rencontres avec signalétique. Le but est de faciliter le lien sorties autoroute/centre-ville (co-voiturage sur petites distances)
- Avoir un espace de retours d'expérience sur les accès PMR, avoir différents filtres sur la carte pour accéder à des infos ciblées