

## FMA (Fêtes et manifestations) Quelques rappels de saisie, gestion du critère « Intérêt » et agenda du CRT Nouvelle-Aquitaine

### MODALITES DE SAISIE

La QUALITE DE LA SAISIE est une condition sine qua non pour la diffusion d'une offre.

#### Champs à remplir à minima :

- catégorie (demander l'ajout d'items supplémentaires si nécessaire),
- thème(s), souvent très utile pour préciser ou compléter cette catégorie,
- dates de la manifestation,
- heure(s) de début,
- nom de la manifestation,
- adresse complète dont :
  - Adresse 1, le lieu précis de l'évènement (nom de la salle, église, stade, ...) ; si plusieurs sites ou tout le village concerné, indiquer alors « En ville » ou « dans les rues du village »,
  - Adresse 2, la rue ou le lieu-dit de ce lieu,
- nom de l'organisateur en « Raison sociale » de « Adresse de l'organisateur »,
- numéro de téléphone de réservation et, si possible, un site internet, dans l'onglet « Infos/Résa »,
- au moins une photo (aux droits vérifiés !).

**A noter !** S'il n'y a pas de moyens de communication grand public, la fiche se trouve dépubliée par un grand nombre de réutilisateurs. **Un numéro de téléphone, un site web** (même le vôtre où la personne intéressée découvrira aussi ce que vous proposez à côté) sont donc indispensables pour un bon référencement du rendez-vous !

Un descriptif commercial est une vraie plus-value. Penser à expliciter les thèmes cités, surtout quand le nom de la manifestation fait référence à une tradition locale (voir à un mot occitan, basque, gascon, ...).

Pour en savoir plus sur la saisie :

<https://aquitaine.media.tourinsoft.eu/upload/SIRTAQUI-Presentation-et-saisie-des-donnees-V14.pdf>

## MERCI DE CONSERVER D'ANNEE EN ANNEE LES FICHES DES GRANDS RENDEZ-VOUS pour :

- disposer des dates des évènements sur l'année suivante dès que possible, la fiche étant remise à jour dès la fin de l'évènement ou dès que les dates de l'édition suivante sont annoncées,
- garder des textes génériques travaillés, qui restent valides avec quelques informations remises à jour chaque année,
- permettre au CRT, ainsi qu'au département et peut-être à vos voisins, de conserver leurs informations propres et de retrouver chaque année leur sélection,
- - améliorer le référencement sur internet par le maintien d'un identifiant unique d'année en année.

Les fiches à conserver doivent être cochée « Fiche pérenne » = Oui.

**N.B. : Dans cette même rubrique, le CRT indique s'il utilise la fiche.**

**Garder les évènements récurrents permet de diminuer le temps de saisie et d'optimiser la qualité des données** d'année en année en capitalisant sur la typologie et la qualification de l'évènement, sa géolocalisation précise, un descriptif générique avec mise à jour du paragraphe concernant le programme de l'année, des photos et vidéos qui peuvent rester et s'enrichir au fil des éditions, ...

**A noter !** un nouvel évènement = une nouvelle fiche

On pourrait croire que ça n'a pas d'importance pour une FMA, hé bien si ! Transformer une fiche existante pour un autre évènement pose des problèmes, notamment aux réutilisateurs. C'est une bonne pratique de gestion de bases de données : l'identifiant doit correspondre à une seule et même manifestation. Si c'est autre chose, il faut créer une fiche (voire dupliquer) et donc, disposer d'un nouvel identifiant.

## GESTION DES MANIFESTATIONS REGULIERES DANS L'ANNEE

Pour les manifestations régulières comme les marchés, il était préconisé de faire une fiche par date : la manifestation apparaît ainsi au fil du calendrier (export papier, syndication html) à chacune de ses dates, affichant une seule date – celle du jour, et non plusieurs – parfois très nombreuses, ce qui améliore sa lisibilité, donc sa promotion.

**Cette règle de saisie peut disparaître au profit du nouveau système de gestion des dates récurrentes dans Tourinsoft** et des flux de données qui permettent de les reprendre très facilement. Mais comme l'affichage en e-brochures n'est pas parfait, l'utilisation de cette fonctionnalité n'est pas obligatoire.

## GESTION DES MANIFESTATIONS SUR PLUSIEURS JOURS

Si le programme est le même sur tous les jours de la manifestation, il suffit de saisir une seule fiche avec en « Date de début », le premier jour de l'évènement et en « Date de fin », le dernier (une gestion de cas de figure par votre prestataire web permet un bon affichage dans l'agenda).

Si le programme est différent et mérite chaque jour une mise en valeur dans le descriptif commercial, alors la fiche peut être dupliquée et adaptée à chaque journée. Cela n'empêche pas de garder une fiche générique, en cochant alors « Fiche générique manifestation = Oui », dont l'utilisation pourra être privilégiée sur certains supports ou par certains membres du Réseau SIRTAQUI.

De même, une fiche générique peut suffire pour certains évènements, pour présenter tous les lieux si l'on dispose de peu d'informations détaillées. Ex : journées De Ferme en Ferme sur plusieurs sites (un pays, un département) ; un lien vers un site internet permet en général au public de télécharger un programme détaillé. Le correspondant reste alors, adresse et moyens de communication, l'organisateur principal.

Le CRT apprécie d'avoir une fiche générique présentant l'évènement dans son ensemble, quand il y a de nombreuses dates (ex : un festival de musique ou un championnat sportif) ou que le programme détaillé de chaque journée n'apporte pas de grande plus-value en particulier à un internaute étranger ; si plusieurs lieux sont concernés, alors il y a bien sûr plusieurs fiches.

## MODALITES DE QUALIFICATION DU CRITERE « INTERET »

→ Les OTSI saisissent et proposent une qualification du critère « Intérêt » en s'appuyant sur la note de saisie ci-dessous.

→ Les ADT/CD/CDT ont un rôle déterminant dans le choix des manifestations auxquelles ils accordent une promotion nationale. Ils arbitrent pour choisir les évènements les plus qualitatifs et les plus importants en terme d'image (par exemple parmi les feux d'artifice du 14 juillet, les fêtes insolites, les journées du patrimoine).

Ils peuvent également gérer/ajouter des fiches génériques s'ils estiment que c'est suffisant pour un évènement.

→ Le CRT assure un contrôle régulier du critère après présélection des offres par les ADT/CD/CDT pour les périmètres de promotion nationale et internationale.

Pas simple de dire sur quel périmètre promouvoir un évènement... Comment être juste ? En vérifiant bien le public fréquentant l'évènement (local, du département et des départements voisins, de différentes régions ?), **sans hésiter à promouvoir sur la région une manifestation qui met bien en valeur le territoire et ses richesses**. Et en regardant avec attention les critères listés ci-dessous !

**A noter !** Le fait qu'une manifestation soit classée en « Promotion locale » ne signifie pas qu'elle ne sera pas diffusée à tous les échelons. Beaucoup de partenaires privés notamment les demandent. Le CRT peut également sélectionner la fiche.

Ex : Les marchés hebdomadaires traditionnels.

### « Promotion locale »

Critère principal : un public local ou très local (commune et communes voisines)

Ces évènements réunissent en règle générale moins de 500 personnes, même si certains dépassent largement cet effectif.

Types de FMA :

- marchés traditionnels hebdomadaires,
- brocantes et vide-greniers amateurs de moins de 50 exposants,
- braderie et bourse aux vêtements ou aux jouets, ...
- repas, banquets et soirées diverses (dont jeux de société, bal et thé dansant) surtout adressés à des locaux, ...
- actions et animations associatives, caritatives, sportives, culturelles, ... comme un repas de quartier ou d'une école, une organisation pour financer un projet, un don du sang, un ball-trap,
- animations en médiathèque ou dans un centre culturel communal,
- téléthon attirant un public très local,
- cinéma (en salle ou en plein air sauf Cinésites),

- exposition d'œuvres d'artistes locaux,
- fêtes de villages ou de quartier (annuelle, 14 juillet, Saint-Jean, ...) qui concernent surtout les habitants de ces lieux ou des environs immédiats,
- feu d'artifice ou feu de la Saint-Jean dans de petites communes,
- cours et université du temps libre,
- initiation sportive ou matchs de clubs locaux,
- animations de Noël et autres actions municipales,
- spectacles (théâtre, concerts, danse, ...) amateurs ou d'écoles locales, dans des salles pouvant accueillir moins de 300 personnes

### **Ne pas confondre « Offre locale » en « Niveau » et « Promotion locale » en « Intérêt »**

La première donnée est là pour identifier les doublons ou les offres strictement réservées à un usage local, la seconde pour qualifier le périmètre géographique d'attraction d'un événement. Il faut veiller à cette distinction car la rubrique "Niveau = Offre créée pour un usage local" stoppe la diffusion de l'offre quand « Intérêt » permet juste de filtrer cette diffusion pour trouver facilement les plus grands événements.

### **« Promotion départementale »**

Critère principal : un public local, qui peut s'étendre toutefois à des communes de tout le département

Ces événements réunissent en règle générale au moins 500 personnes, et certains peuvent dépasser largement cet effectif.

Types de FMA :

- marchés traditionnels hebdomadaires réputés, avec spécificités qui peuvent attirer des personnes au-delà du canton,
- brocantes et vide-greniers amateurs de moins de 100 exposants,
- actions et animations associatives, caritatives, sportives, culturelles, ... de plus grande ampleur que le local, avec réputation plus large ou tête d'affiche un peu plus connue,
- événement avec renommée départementale, sur un site (château, musée, ...), ou encore fêtes de villages ou de quartier (annuelle, 14 juillet, Saint-Jean, ...), ...
- événement sportif ou compétition départementale,
- Journée du patrimoine dans un site renommé du département,
- feu d'artifice du 14 juillet dans la Préfecture et les grandes villes du département,
- ateliers ou stages s'adressant à un large public (contrairement à une association ou une maison des associations qui peut organiser surtout pour les personnes de la commune ou de la communauté de communes),
- visites guidées de villes et villages, marchés de producteurs de pays de taille moyenne, ...
- visites de ville ou village récurrentes, sans animation spéciale ou exceptionnelle,
- spectacles (théâtre, concerts, danse, ...) visant un public départemental, dans des salles pouvant accueillir jusqu'à 1000 personnes

### **« Promotion régionale »**

Critère principal : un public de tout le département et de départements voisins

Ces événements réunissent en règle générale au moins 500 personnes.

Type de FMA :

- marchés de l'été, nocturnes ou non,
- brocantes avec professionnels, vide-greniers amateurs de plus de 100 exposants,

- actions et animations associatives, caritatives, sportives, culturelles susceptibles de drainer un public de tout le département et des départements voisins, de préférence recevant plus de 500 personnes,
- animations et activités dans le cadre d'opérations nationales (Journées du Patrimoine, Fête des Moulins, Nuit des Musées, Rendez-vous aux Jardins, Cinésites, ...),
- expositions d'artistes de renommée régionale,
- journées départementales de randonnées (pédestres, équestres, VTT, multi-rando, cyclotourisme), de course à pied, semi-marathon et marathon,
- séances de Cinésites,
- journées du patrimoine dans un monument sans renommée particulière,
- visites de ville avec mise en scène spéciale et ponctuelle,
- spectacles (théâtre, concerts, danse, ...) d'artistes, dans des salles pouvant accueillir plus de 1000 personnes, ...

+ Sélection de « drôles de fêtes » (Championnats de divers niveaux de cracher ou de lancer de divers projectiles, imitation de cri de cochon, ciselage de raisin, ...) et d'« insolites » (Championnat européen de tir aux armes de jet préhistoriques à Brassempouy, le carillon de 60 cloches de Buglose à Saint-Vincent-de-Paul, ...).

### « Promotion nationale »

Combinaisons des critères suivants :

- manifestations de notoriété nationale, au large périmètre d'attractivité (au-delà des départements limitrophes),
- manifestations avec têtes d'affiche nationales et internationales (hors concerts dans le cadre de tournées d'artistes de variété),
- manifestation à forte valeur identitaire permettant de faire connaître et reconnaître la Nouvelle-Aquitaine.

Ces manifestations accueillent en règle générale plus de 1000 personnes.

Type de FMA :

**Fêtes traditionnelles** comme les Fêtes de Bayonne, Marathon du Médoc, Fêtes de la Transhumance ou des bergers, Foire à la Tourtière, Férias, jeu de quille, Fêtes des Menteurs, force basque, fête de l'espadrille, ...

**Festivités autour de la gastronomie et des produits emblématiques de la région** comme les plus grandes foires au gras, Fête du vin à Bordeaux, Fête du thon, du chipiron ou de l'huître, Cabanes en fête, Fête de la morue, fête du chocolat ou foire au jambon de Bayonne, Flamme de l'Armagnac, marché primé aux truffes de Sarlat, portes ouvertes de toute une appellation ou grande fête de vendanges, ...

**Évènements sportifs nationaux ou internationaux** comme marathon, courses ou épreuves cyclistes, jumpings, championnats de France ou du monde, internationaux ou grandes compétitions de diverses disciplines dont le surf, la pelote basque, les grandes corridas et courses landaises, ...

**Principales manifestations culturelles** comme le Festival du Périgord Noir, La Bataille de Castillon, Festival de Bonaguil, Mimos, Musicalarue, Festival du film de Sarlat, Festival Biarritz Amérique Latine, Cadences, Garorock, grands évènements autour du cirque ou des arts de la rue, ...

**Les plus grands évènements ou les plus remarquables des fêtes nationales thématiques** (Carnaval, Ciné-sites, Fête de la Musique, Rendez-vous au jardin, Saint-Jean et 14 juillet si animations originales ou de grande ampleur, Journée et nuit du patrimoine, ...)

## « Promotion internationale »

Combinaisons des critères suivants :

- manifestations de notoriété nationale, voire internationale, susceptibles de devenir l'une des motivations d'un voyage dans la région,
- manifestations avec têtes d'affiche nationales et internationales (hors concerts dans le cadre de tournées d'artistes de variété),
- manifestation à forte valeur identitaire permettant de faire connaître et reconnaître la Nouvelle-Aquitaine.

Ces manifestations accueillent en règle générale plus de 1000 personnes.

Ces deux derniers critères permettent notamment de distinguer les événements à présenter au public étranger. **Ils sont vérifiés par le CRT qui se réserve le droit de les modifier.**

## L'agenda du CRT Nouvelle-Aquitaine

Le CRT souhaite chaque année proposer à son public – dont les médias, agences réceptives et TO internationaux – **un agenda rassemblant des événements importants et/ou emblématiques, suscitant un intérêt immédiat, susceptibles de motiver un séjour en Nouvelle-Aquitaine.**

À cette fin, il doit pouvoir filtrer les plus de 90 000 fêtes et manifestations saisies chaque année dans le SIRTAQUI ; deux actions sont indispensables :

- conserver les fiches déjà sélectionnées d'année en année (tant que l'évènement a lieu !), où le CRT saisit lui-aussi ses données,
- respecter tant les règles de saisie que celles permettant de fixer le critère « Intérêt », énoncées ci-dessus.

**Vous pouvez suggérer des événements de votre territoire à promouvoir, parce qu'ils sont nouveaux mais aussi ceux qui se renouvellent.**

Les fiches sont diffusées sur le site internet [www.nouvelle-aquitaine-tourisme.com](http://www.nouvelle-aquitaine-tourisme.com), dans des dossiers presse et diverses documentations du CRT.

**Merci à tous pour votre soutien !**

**Pour tout renseignement et toute remarque, merci de contacter vos référents SIRTAQUI :**

Florence PRÉDONZAN - [sirtaqui@na-tourisme.com](mailto:sirtaqui@na-tourisme.com)

Philippe CONSTANTY - [pconstanty@correze.fr](mailto:pconstanty@correze.fr)

Alexandra MICHEL - [amichel@correze.fr](mailto:amichel@correze.fr)

Graziella PENOT - [graziella.penot@tourisme-creuse.com](mailto:graziella.penot@tourisme-creuse.com)

Aline GORSE - [aline.gorsse@tourisme-creuse.com](mailto:aline.gorsse@tourisme-creuse.com)

Charles BRINDAMOUR - [cdt24sirtaqui@tourismeperigord.com](mailto:cdt24sirtaqui@tourismeperigord.com)

Évelyne VALADIÉ - [e.valadie@dordogne.fr](mailto:e.valadie@dordogne.fr)

Nathalie LATRY - [n.latry@tourisme-gironde.fr](mailto:n.latry@tourisme-gironde.fr)

Corinne LARRER - [corinne.larrere@landesattractivite.com](mailto:corinne.larrere@landesattractivite.com)

Frédérique MERCIER - [f.mercier@tourisme-lotetgaronne.com](mailto:f.mercier@tourisme-lotetgaronne.com)

Xavier LAFON - [x.lafon@tourisme64.com](mailto:x.lafon@tourisme64.com)

Valérie GOUARNALUSSE - [v.gouarnalusse@tourisme64.com](mailto:v.gouarnalusse@tourisme64.com)

Stella Bonnet - [sbonnet@deux-sevres.fr](mailto:sbonnet@deux-sevres.fr)

Sandrine DUVIGNAC - [sandrine.duvignac@tourisme-vienne.com](mailto:sandrine.duvignac@tourisme-vienne.com)

Stéphane ROUX – [sroux@visitlimousin.com](mailto:sroux@visitlimousin.com)

Amandine LAGORSE - [alagorse@visitlimousin.com](mailto:alagorse@visitlimousin.com)