

CHAIRE

**de tourisme
Transat**

ESG UQÀM

Analyse des meilleures pratiques d'affaires internationales dans l'industrie des festivals et des événements

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Novembre 2014



REMERCIEMENTS

Le projet de recherche sur les meilleures pratiques d'affaires internationales dans l'industrie des festivals et des événements initié par Festivals et Événements Québec (FEQ) a été rendu possible grâce au temps, à l'expertise et à la contribution du groupe consultatif du projet.

Gestionnaire du projet :

- Festivals et Événements Québec



Partenaires :

- Chaire de tourisme Transat
- Ministère du Tourisme du Québec
- Tourisme Montréal
- Office du tourisme de Québec
- Regroupement des événements majeurs internationaux
- Ville de Québec
- Ville de Montréal
- Ville de Gatineau



SOMMAIRE EXÉCUTIF

1. CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE

Réalisée par la Chaire de tourisme Transat de l'École des sciences de la gestion (ESG) de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), l'analyse des meilleures pratiques d'affaires dans l'industrie des festivals et des événements amorcée par FEQ et ses partenaires vise à améliorer les connaissances de l'industrie en matière de bonnes pratiques à l'échelle internationale. Le rapport examine les exemples concrets et applicables aux réalités québécoises des meilleures pratiques d'affaires observées ailleurs, particulièrement en matière d'innovation.

Le projet a débuté au printemps 2014 pour se terminer à l'automne de la même année. Une série d'exemples concrets de bonnes pratiques sont disponibles dans le rapport complet afin d'inspirer les gestionnaires d'événements et de festivals.

2. MÉTHODOLOGIE PRÉCONISÉE

Les données sont fondées sur des recherches Web et sur la consultation régulière de la table de partenaires formée de membres de l'industrie. L'étude dresse le portrait des grandes tendances qui exercent une influence sur les festivals et les événements à l'échelle mondiale, elle nomme les pays et les états les plus porteurs et dynamiques en matière de festivals et d'événements, et elle recense 30 festivals et événements qui constituent un laboratoire exploratoire, le LABFEST. Le critère central de recherche qui transcende tous les autres afin de cibler les cas retenus relève des aspects innovants.

3. TENDANCES ACTUELLES ET CONSTATS

Introduction de nouveaux produits et services

Le tourisme sportif événementiel, une source de dépassement

- Se dépasser, peu importe le sport, est une réalité d'un grand nombre de personnes. Courses thématiques, défis sportifs urbains et courses d'aventure extrême sont autant de variantes qui émergent sur le marché des festivals et des événements. Ce sont **10 % des festivals de notre échantillon** qui ont dédié une partie ou la totalité de leur programmation à des volets sportifs.

Événements hybrides pour varier les publics

- Afin de se démarquer et d'attirer un public plus vaste, certains organisateurs d'événements ont misé sur l'ajout d'activités et d'attractions complémentaires qui vont au-delà de la thématique originale. Cette tendance est adoptée par plus du **quart (27 %) des festivals et des événements** de notre échantillon.

Expérience gastronomique de plus en plus présente

- La gastronomie est un thème clé de valeur ajoutée et une façon, pour les festivals et les événements, d'augmenter les revenus. Cette offre a la cote : **43 % des festivals du LABFEST** ont développé une offre culinaire dans le cadre de leur événement. Ceux-ci répondent aux besoins de la clientèle, qui cherche de plus en plus à déguster des spécialités locales et à découvrir les producteurs locaux.

Une expérience personnalisable ou VIP

- Selon [Eventbrite](#), la vente de billets VIP représente 10 % de la totalité des ventes, mais génère 25 % des revenus. On constate toutefois que la mise en place d'une expérience VIP demeure marginale (**7 % des festivals de notre échantillon**).

Adoption des avancées technologiques

La billetterie et l'accueil branchés

- Selon [Eventbrite](#), les détenteurs de carte à puce prépayée dépenseraient au-delà de 40 % de plus sur la nourriture et la marchandise. La technologie RFID permet aux organisateurs de prendre de meilleures décisions quant à leur personnel, de mieux gérer les flux de participants, d'éviter les bouchons et d'améliorer la planification stratégique en temps réel.
- La billetterie RFID reste peu adoptée pour le moment. Un peu **moins du quart des festivals de l'échantillon (23 %)** utilisent cette technologie.

Les objets connectés

- Les nouvelles technologies permettent aux organisateurs d'améliorer l'expérience des participants en s'assurant une meilleure visibilité sur les réseaux sociaux et un rapprochement entre festivaliers. La présence d'objets connectés permet aux visiteurs de faire partie du spectacle. Cette technologie avant-gardiste a été mise en application par **10 % de notre échantillon**.

Des applications mobiles bien présentes

- En 2013, c'est plus de la moitié des adultes québécois qui possédaient au moins un appareil mobile. La clientèle touristique et festivalière fait bon usage de son téléphone

intelligent ou de sa tablette électronique. Que ce soit pour un guide de poche, un outil de promotion ou une solution de paiement, les festivals savent tirer parti de ces outils. Ce sont **50 % des festivals de notre échantillon** qui misent notamment sur une application mobile.

Mise en œuvre de nouvelles méthodes organisationnelles

Collaboration et partenariat entre festivals

- Les jumelages entre festivals et événements contribuent au partage des savoir-faire, à un marketing commun ou à atteindre de nouvelles clientèles. Ce sont quelque **20 % des festivals du LABFEST** qui ont développé une collaboration ou des partenariats de toutes sortes avec d'autres festivals ou événements.

Améliorer la sécurité, un enjeu bien réel

- En 2014, l'enjeu pour les festivals et les événements est de veiller à la sécurité, d'en faire suffisamment, mais sans pour autant verser dans l'excès. Que ce soit dans la prévention d'incident ou d'abus de drogues, la sécurité des visiteurs est cruciale.
- Quelque **17 % des festivals et des événements de l'échantillon** ont mis en place de nouvelles mesures de sécurité.

Mesurer l'impact social, un modèle québécois

- Création d'emplois, implication bénévole, consommation locale; les festivals et les événements peuvent influencer positivement les communautés où ils se trouvent. Alors que le Québec a développé un [modèle d'évaluation des pratiques sociales](#), aucun festival ou événement du

LABFEST n'a mis de l'avant l'évaluation des effets positifs qu'il peut avoir sur la société.

Les pratiques durables et responsables, une priorité

- La question environnementale est une priorité pour plusieurs festivaliers. Selon une [étude de A Greener Festival](#), 87 % des festivaliers se disent prêts à recycler lors d'événements.
- Charte environnementale, interdiction de vente de bouteille d'eau en plastique, programmes de compostage; **près de la moitié des festivals du LABFEST (43 %)** ont mis en place des moyens diversifiés afin de mieux gérer les déchets.

L'organisation des transports, un atout pour les festivaliers et les gestionnaires

- Les déplacements pour se rendre et pour revenir des festivals sont responsables de 68 % des émissions totales des festivals et représentent donc leur plus grand impact environnemental.
- **Près du quart (23 %)** des festivals de notre échantillon ont développé des outils afin de faciliter le transport et le covoiturage des festivaliers et d'ainsi diminuer leur impact environnemental.

Bonification de la stratégie promotionnelle

La diffusion en continu en direct (live streaming)

- La diffusion Web permet aux gestionnaires des festivals et d'événements d'atteindre et d'intéresser de nouveaux clients potentiels. Que ce soit à l'aide de YouTube, de Livestream ou de Ustream, la diffusion de contenus en direct sur le Web s'avère une préoccupation de plusieurs festivals puisque **43 % de notre échantillon** ont développé ce service.

Les réseaux sociaux pour promouvoir l'expérience

- Les utilisateurs qui cliquent « J'aime » sur la page d'un festival ou qui partagent une photo, une vidéo, ou une mise à jour deviennent des promoteurs instantanés. Selon [Eventbrite](#), chaque partage sur Facebook entraînerait environ 4,15 \$ US en revenus supplémentaires futurs pour un festival ou un événement.
- Pour dynamiser leur visibilité, un peu **plus du quart (27 %) des événements de notre échantillon** ont misé sur des campagnes innovantes sur les réseaux sociaux.
- Les festivaliers utilisent de façon prédominante les réseaux sociaux lors d'événements musicaux. Pendant un concert, 65 % partagent sur leurs réseaux sociaux (Twitter ou autres).

QUOI RETENIR?

Cette étude nous permet de constater que :

- ✓ Les festivals musicaux sont nettement plus innovants que la moyenne des festivals de notre échantillon. Ceci peut s'expliquer par la clientèle qu'ils attirent, qui est souvent plus jeune et à l'affût des nouveautés.
- ✓ Les festivals et les événements dont l'entrée est payante bénéficient d'une marge de manœuvre et d'une vitesse d'implantation de nouveautés plus grandes que les festivals devant composer avec un budget d'exploitation plus restreint. L'innovation demeure omniprésente au sein des festivals à plus petit budget, mais il va de soi qu'une marge de manœuvre financière plus grande accélère le cycle de son renouvellement.
- ✓ Lorsqu'il est question d'innovation dans le monde festivalier, ce sont les outils technologiques qui sont le plus souvent mis

à profit (et de loin!). Cela s'explique par la prédominance grandissante de la technologie dans la vie quotidienne des consommateurs.

- ✓ Peu importe la thématique du festival, on note un intérêt de plus en plus marqué pour développer et offrir une expérience gastronomique de qualité, authentique et locale.
- ✓ Plusieurs festivals et événements ont mis en place des programmes de bourses, des activités de formation et des ateliers pour répondre aux centres d'intérêt et aux besoins des jeunes et des membres de la communauté. On note ainsi un intérêt des gestionnaires à ancrer l'événement dans sa communauté.

- ✓ Alors que le bon déroulement des festivals et des événements repose grandement sur l'implication bénévole, peu d'organisations se sont démarquées en matière de dispositifs pour remercier ce personnel ou renforcer son sentiment d'appartenance.

Cette étude nous a permis d'analyser des destinations ainsi que des festivals et des événements qui ont su mettre à profit leur fibre innovante. Les exemples présentés dans la version intégrale du rapport constituent une base évolutive d'inspirations pour les décideurs publics, les bailleurs de fonds et les gestionnaires de festivals et d'événements de toute envergure.