

BILAN SEVE – Retours

Retours des porteurs et acteurs des scènes végétales

Réunion du 9 octobre 2018 à la DPB

Étaient présent :

- Maïlys Rondot : Jardin essentiel
- Christophe Faucon : Tant et temps de jardin
- Ludivine Baruton : Out of the box
- Daniel Thomin : Out of the box
- Maxime Bougain : Escape Game
- Jeremy Di Stefano : Tous en Scène !
- Antonin Lavigne : Commission scènes végétale

Excusée :

- Mahaut Michez : Commission scènes végétale
- Floriana MARTY : SF

Rédacteur : Antonin Lavigne

Les acteurs des scènes végétales ont apprécié unanimement la qualité de l'ensemble des scènes présentées.

Des scènes diversifiées personnelles et très soignées.

Ils ont apprécié l'implication de chaque porteur à faire vivre les scènes et de favoriser une plus grande interactivité avec les visiteurs.

Ils ont également apprécié la très forte implication des écoles dans le montage des scènes en proposant même de pousser l'expérience plus en amont dans la conception des scènes afin d'être associé à la genèse des projets.

L'aide et l'implication des équipes de la DPB a également été saluée et vue comme indispensable au déroulement de la manifestation.

Ils soulignent néanmoins plusieurs points à améliorer pour les futurs Seves :

> Sur l'acom :

- Une communication trop centrée sur le territoire communal alors que l'ambition est d'en faire un événement régional
- Une communication timide et quasi confidentielle alors que les supports de communications avaient été réalisés (affiches flyers... problème de diffusion)
- plusieurs médias ont été évoqués pour le futur (sortir à Montpellier pour l'échelon local France-Inter et France télévision pour l'échelon régional avec l'exemple du relais media qui est fait pour les expos de l'IH. .

> Sur le lieu :

- La proximité de la DPB est un + indéniable
- Un cadre qui a l'avantage d'être homogène et neutre mais qui manque quand même de prestige (le parc du château résonne encore dans les mémoires).

- Un site trop grands trop peu de scène ou de visiteurs pour plonger les visiteurs dans une ambianced'ensemble

> **Le thème :**

- Le thème est intéressant et stimulant
- ils aimeraient savoir comment les futures thématiques pourraient être définies de manière collégiale

et de définir les critères de sélections en découlant bien en amont.

> **Au sein des équipes :**

- Le désistement/désintéressement de certains acteurs de scène ont nui au montage et à la réalisation

de certaines scènes en ne jouant pas le jeu du Seve dont l'ADH est bien le travail en trio.

> **Parcours et scénario :**

- Un travail trop pauvre de scénographies des séquences entre scènes
- Un balisage peu efficaces des scènes qui ont parfois échappé au visiteur (tous en scène !..s

> **Sur le format :**

- Un format scène+venteoriginals mais à mieux articuler avec des espaces de vente qui participent à la

scénographie d'ensemble tous en dissociant scène et espace de vente. L'exemplarité de Tant et temps

de jardin sur ce point a été soulignée.

> **Sur le concours et le prix :**

- Une grande déception sur le peu de rigueur qui a prévalu à la sélection d'un jury à la dernière minute

et du fait que le vote du public ne soit finalement pas pris en compte dans l'élection d'un gagnant dèsle dimanche soir.

- Les acteurs des scènes végétales ont souligné un défaut de professionnalisme (critères de notationsinexistants. pour la validité du vote jury pour un prix qui engage une somme d'argent importante etun plus indéniable pour les lauréats (l'intérêt d'un huissier a été évoqué.

- Le fait que les critères de notation ne soient pas connus d'avance également.

- Des remarques ont également porté sur la trop grande proximité de certains acteurs de scènes avec

des membres du bureau.

> **De façon générale :**

Ils ont enfin souligné que chaque édition de ce jeune festival a eu son lot de succès et de ratées mais que cesexpériences doivent servir à professionnaliser le festival et son organisation afin de le faire grandir et de lui permettre de **franchir un nouveau seuil.**

Exposants du village des associations

Julianna BORI

Coordinatrice village des Assos – Conférences Animations Ateliers

Les + :

Les lieux :

- ! **Le site, l'ambiance, cadre agréable VI**
- ! Une occasion de découvrir, **faire vivre et animer - cet espace périurbain**
- ! **Etre à l'ombre, sous les arbres IIII**
- ! Regroupement des assos
- ! **Organisation de l'espace**, on n'est pas les uns sur les autres, à l'ombre II

Le public

- ! **Public décontracté, varié, intéressé III**

Général

- ! **Soirée pro du vendredi II**
- ! **Participation des apprentis au montage**
- ! Super travail des élèves..... la relève
- ! Génial qu'il y a de **nouvelles entreprises** avec des jeunes qui participent
- ! Stands diversifiés
- ! Bravo à l'organisation II
- ! **Des Food-Trucks** locaux, sympa et abordables, de qualité III (Mise à part le souci d'électricité, juste à noter pour les prochaines éditions, d'avoir assez de jus)
- ! **Une occasion d'ouvrir le public à d'autres possibles** en matière de culture de plantes
- ! **Excellent interrelationnel** au sein de l'interprofession. A conserver absolument
- ! **Qualité des scènes V, diversité des scènes**
- ! Scènes réellement faites entre 1 producteur, 1 concepteur, 1 entreprise et + intervenants complémentaires (fournisseurs, artistes) étaient d'excellent qualité
- ! La partie de la comm. où la ville de Mtp intervient a été très bien faite
- ! **Point conseil jardins pertinent**

Village des assos :

- ! **Un accès facilité pour les intervenants des Stands**
- ! **Rencontre et échanges conviviaux** avec d'autres associations, les Services aux Espaces verts et le milieu professionnel

- ! **regroupement des structures** faisant presque la même chose : bénéfique pour absorber le flot continu des personnes (surtout le dimanche)
- ! Stands spacieux et confortables
- ! **Barnum + matériel**

Ce qu'il faudra améliorer :

Point -	Pourquoi	Ce qu'on peut faire
Comm. pas suffisante V La comm. ciblé trop que sur la ville de Montpellier et sur une population déjà sensible à l'univers du jardin Pas de comm. dans les villes, villages alentours		Cibler plus les alentours : vers Sète : agenda de la Gazette, rubrique dimanche du Midi Libre Sète, Radio One, Faire la liste de comm. possible d'avance , que tout le monde puisse y ajouter ses idées Élargir la comm. (juillet- août voir avant) exemple dans les grandes entreprises.... IBM, Perrier....
Entrée payante IIII	Le public croit peut être que c'est un événement de la ville de Mtp., ils considèrent ainsi que ça doit être gratuit. On privilégie ce qui est gratuit. Ne viennent que ceux qui ont une motivation forte, mais dans ce cas, SEVE cesse d'être « populaire » pour devenir « élitiste ».	Montrer plus Horti FM et le partenariat financier multi acteur. C'était bien de parler du coût des scènes . (Le festival de l'école pour la vie demande 15€ d'entrée, ils n'ont pas des installations chers, par contre certainement des intervenant chers) Mettre en avant la gratuité jusqu'à 18 ans. Ce n'est pas rien ! Le prix de l'entrée valable deux jours (billet nominatif) Voir les arguments pour les deux types de public, grand public et amateurs de jardins
Manque de public IIII	Festival concurrent, de forte fréquentation Couverture médiatique pas assez large	
Pas de vente. Les gens se plaignent qu'il n'y a pas eu les pépiniéristes pour acheter des plantes	Ils n'ont pas tous compris le système	Mieux indiquer
Vente parfois intrusive sur les scènes (rolls de plantes dans la scène), Scènes végétales trop directement liées à la vente		Nota: pourquoi ne pas créer pour l'occasion un "grand" marché aux plants d'automne , fleurs, arbres, légumes, matériaux, qui serait situé avant l'entrée payante du Festival? Ce serait alors un grand RdV annuel pour tous les amateurs de jardins !?
La grande prairie quasiment vide à l'entrée a dérouté plusieurs personnes Lieu d'accueil du public trop éloigné de l'entrée principale		Remplir la prairie (activités ou foire aux plantes), mais attention au soleil , ça brule!!!
Le manque des scènes On aimerait voir et		Plus d'art et musique Expliquer : plus de qualité, pourquoi

trouver plus de scènes végétales, et surtout d'installations de LAND-ART pour l'occasion, càd des ARTISTES en + des paysagistes pro!		fait-on une sélection rigoureuse
Chemins pleine de galets pas faciles pour les PMR (accès Personnes à Mobilité Réduites) et les poussettes III		Aménager des passages
Stands des associations dissociés géographiquement du "Point conseil" (pourquoi pas autour du Point conseil, et non pas cachés derrière?)		
Il n'y avait pas des classes d'écoles maternelles ou primaires comme visiteurs, ça m'a étonné. Je croyais les voir vendredi		Faire participer les enfants pour réaliser une scène Communiquer vers les écoles , les inviter pour vendredi. Voir avec des assos
Food Trucks au soleil		
Pas assez de toilettes II		En mettre plus et surtout des urinoirs Se renseigner sur les fournisseurs, tarifs Toilettes sèches ?
Absence du Maire		
Ballet de voitures toute la journée du vendredi, poussière !		Arroser le sol
Manque d'eau potable (fontaine à eau)		Mieux indiquer, placer à un endroit + visible. Mettre des fontaines pour les partenaires.

Village des assos :

Point -	Pourquoi	Ce qu'on peut faire
La différence entre conférences, ateliers et animations pas claire	Les gens ne regardent pas trop le cahier Les infos sur les tableaux pas assez grandes, pas assez claires Plusieurs intervenants ont changé au dernier moment entre atelier et animations	Plus de vigilance à l'élaboration du programme pour faire la différence entre atelier et animation. Préciser avec les structures !!! Affiches plus grandes, avec paragraphes bien séparées entre conférences, ateliers et animations. 3 catégories nettes Si on a un compteur, mettre en atelier avec horaires définis
Manque de visibilité des animations et conférences pour le public (les lieux, heures)		Sono Crieur public

Signalétique pas assez présente		
Pour les structures présentes : Beaucoup de sollicitations (mails, réunions, CA ...) et interventions nécessaires avant de l'évènementiel Pas de rémunération de ce temps de travail		Réunir tous les acteurs uniquement quand leur présence est nécessaire, ne pas solliciter certaines quand la majeure partie de la réunion ne les concerne pas Faire certaines réunions qu'avec les organisateurs secteurs
Dans la liste de contacts il n'y avait pas toutes les personnes impliquées (2-3 par structure)		Compléter la liste ou voir avec les structures pour 1 contact fixe et qu'ils communiquent entre eux Répertorier les responsables des stands afin qu'ils reçoivent l'information en temps voulu
Le panneau avec le nom de la structure ne se voit pas	Blanc sur blanc	Panneau : nom sur fond coloré ou entouré par une couleur
Village des associations en fin de parcours		

Autres remarques village assos

Choix de **support signalétique** : le papier plastifié marche bien, pour le programme village et les indications des lieux ça suffit, c'est moins chère

D'autres types d'exposants en plus :

- ! Livres
- ! Artistique

Point conseil :

Idées d'amélioration :

- ! **Plus de couleurs, être plus voyant.** Peut être un bandeau vert sur le haut de la tente pour faire la différence.
- ! **Des ouvrages** pour soutenir nos conseils, faire consulter aux clients, montrer notre sérieux, on n'a pas que des paroles....
- ! Créneau horaire défini pour **donner des conseils d'aménagement de jardin** ou inscription par internet. Les gens viendront avec le plan de leurs jardins, ils auront un temps défini de discussion par exemple

Autres propositions :

- ! **Indications pour lieux des stands avant l'ouverture**
- ! **Tarifs privilégiés pour la restauration pour les partenaires**
- ! Etiquetage des plantes présentées : de nombreux stands avaient des plantes sans noms connus
- ! Pourquoi ne pas **créer** pour l'occasion un **"grand" marché aux plants d'automne**, fleurs, arbres, légumes, matériaux, qui serait situé **avant l'entrée payante du**

Festival?

Ce serait alors un grand RdV annuel pour tous les amateurs de jardins !?

- ! **Des offres commerciales auraient leur place** dans cette manifestation : horticulteurs, pépiniéristes, producteurs de légumes anciens, paysagistes.etc.. Là encore, ne pas tondre les exposants : stands gratuits ou presque. Cela ajouterait à la dynamique de fréquentation et de notoriété. J'ai le souvenir de la première édition où l'on voyait le public sortir les bras chargés de plantes... et moi aussi j'en avais acheté. Conclusion : une fréquentation élevée est une assurance de maintien des subventions, qui, je suppose, représentent l'essentiel de vos ressources. C'est également un encouragement à être candidat pour créer des scènes végétales. Cette année, la qualité était au rendez-vous, mais la quantité était insuffisante. J'ajoute que si vous faites le pari de 2 sessions avec entrée gratuite et importante présence de pépiniéristes, votre notoriété sera installée ; votre manifestation sera devenue puissante et incontournable ; pour la 3^{ème} session vous pourrez faire payer 5 euros et le public viendra en nombre, certain d'en avoir pour son argent.
- ! IL faut distinguer 2 types de public que nous aurions pu atteindre, la grande foule ou les amateurs. Je crois qu'il faut **viser les amateurs** et alors SEVE manquait d'un **événement phare attractif**. Il faudrait soit un conférencier vedette, soit un jardin mis en place par un grand nom de la création paysagère.
- ! **Faire participer le centre équestre**

Point conseil jardin

Denis FRAISIER

Paysagiste Conseiller Pôle Conseil aux Territoires

- pas de quantification du nombre de personnes conseillées mais une **fréquentation fluide et plutôt continue**, surtout les samedis et dimanche après midi (selon mon appréciation, un minimum de 150 personnes sont venus au stand, y compris les jeunes en formation)
- **3 personnes en moyenne et en roulements pour conseiller**, nombre suffisant mais minimum pour répondre aux sollicitations. Un grand merci à Marie-Pierre, Eric, présents tous les jours, mais aussi Gilbert les matins et Beate.
- **beaucoup de personnes attirées par les documents mis à disposition** sur les tables, une réelle satisfaction de repartir avec une plaquette, notamment celle du CAUE sur les végétaux adaptés au Languedoc.
- des questions très diverses, avec **des thèmes de prédilection : maladies des plantes** (exemple pyrale du buis), **gamme végétale méditerranéenne, balcons et terrasses**.
- **le lieu d'implantation du stand, central et ouvert**.
- les **plantes exposées** par Eric, qui étaient **un facteur d'attrait** pour les visiteurs.

Commission Communication

Olivia

Site internet

- Une fréquentation majoritairement issue des moteurs de recherche internet (+ de 6000 clicks) puis de facebook qui arrive en deuxième position (500 clicks), mais finalement peu de

relais auprès de nos partenaires ou participants (On remerciera cependant la ville (130), l'agglomération (88) l'UNEP et de Valhor (31 et 30 respectivement).

>> **Il faut que les participants s'investissent davantage dans la diffusion et la promotion de l'évènement**

- 303 abonnés à la newsletter du site internet (contre 5 en 2016). **L'effet de relance par mail en avril a bien marché** >> a renouveler pour ceux qui n'auraient pas encore répondu.

- Page les plus consultées (après la page d'accueil) : "le catalogue", puis "comment venir au festival", puis "le concept".

On note cependant que près de **80% des visiteurs qui arrivent sur le site ne prolongent pas leur lecture plus loin...** >> **Besoin d'améliorer le côté attractif** avec une mise en page et des images ou des contenus plus attractifs...

Page Facebook

Lancée il y a 1 an

- 170 abonnés

- Pic de fréquentation (100 vues en un jour) en septembre (les publications plus soutenues ont clairement eu un impact sur la fréquentation)

- Un public majoritairement féminin (environ 60% femmes et 38% hommes) âgés de 25-34 ans (20%), habitant en ville (Montpellier (74 personnes), Paris (10), puis Nîmes et Toulouse.

>> Comment mieux cibler les villages ?

- **Une très nette réaction à la vidéo d'Antoine** posée sur le net, qui devance largement les autres publications en nombre de clicks (177 contre 35 en moyenne) >> Les supports vidéos semblent très appréciés

Evènement facebook

- Campagne lancée le 29 juin 2018

- 28000 personnes atteintes par l'évènement >> Un bel outil de diffusion !

- Sur 28000 personnes, 4300 seulement l'ont été par la pub payante (rappel 25 euros d'investissement par horti.FM lancée début septembre) et 309 ont cliquées sur le lien. (cible : 30KM à la ronde de Montpellier, pas de préférence d'âge ou de sexe... >> A voir comment mieux cibler ?) >> Pub vraiment efficace ?

- Au total 1216 personnes intéressées par l'évènement

Signalétique :

600 euros d'impression (sans parler des heures de travail de la graphiste) pour seulement **à peine 2/3 des panneaux installés** ! Problème de coordination avec la DPB (piquets pas dispo par exemple...) et de main d'œuvre.

>> Il faut dédier un groupe de travail pour la scène et la mise en place des panneaux pour éviter qu'un tel cafouillage ne se reproduise.

Vote du public :

Près de 400 réponses, ce qui constitue une belle première ! A conserver je pense pour les prochaines éditions, en réfléchissant en amont à l'impact sur la remise de prix.

