

COMPTE-RENDU TECHNIQUE ET FINANCIER

**NÎMES ROMAINE : ARENES –
MAISON CARREE - TOUR MAGNE**

2019



31 mai 2020

Culturespaces SA
153 Bd Haussmann 75008 Paris

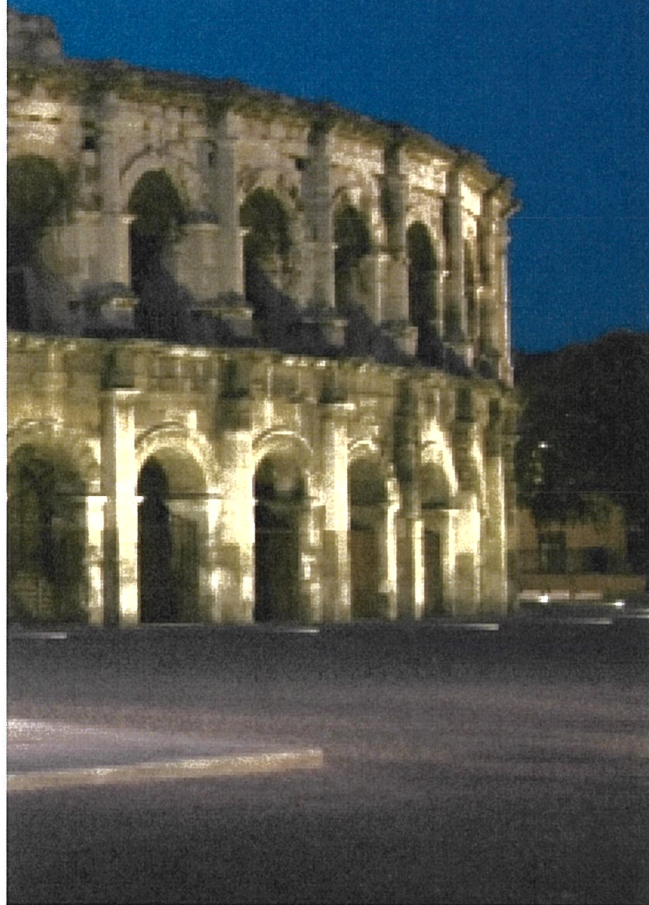


Table des matières

Compte-rendu technique	3
1. Situation générale	3
2. L'offre culturelle	6
3. Analyse de la fréquentation	8
4. Analyse du chiffre d'affaires	16
5. Analyse des redevances	18
6. Informations relatives aux investissements de matériels, travaux et aménagements	20
7. Politique marketing et commercialisation touristique	22
8. Effectifs et qualifications des personnels permanents	33
9. Analyse de la qualité du service rendu	35
Compte-rendu financier	47
1. Synthèse financière	47
2. Liste des dépenses et des recettes	48
3. Compte de résultat	54
4. Compte d'exploitation synthétique	55
5. Etat des immobilisations	56
Annexes Marketing et communication	57

Compte-rendu technique

1. Situation générale

En dépit d'une conjoncture sociale générale de la France - dans un premier temps, les manifestations des « Gilets Jaunes », puis dans un second temps, les grèves contre la réforme des retraites – l'activité touristique en Région Occitanie est demeurée positive sur 2019.

Dans ce contexte, la fréquentation des trois monuments a progressé de 3% par rapport à 2018. Les Grands Jeux Romains ont connu un grand succès après une année 2018 perturbée par une météo capricieuse qui nous avait obligé à annuler une représentation. Enfin notons que le spectacle « Les Nuits de Némaus » a attiré 30.401 spectateurs dès sa première année.



Culturespaces a poursuivi sa politique d'animation à destination du public avec entre autres :

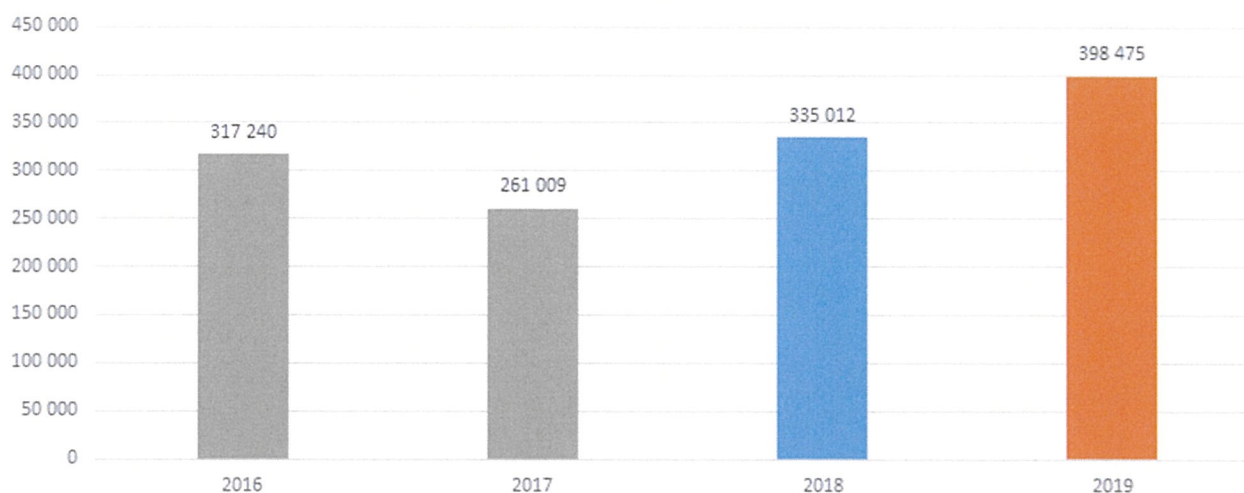
- La création des « Nuits de Némaus », grand spectacle épique nocturne. 30.401 spectateurs ont assisté aux quatre représentations sur le mois d'août.
- Les Grands Jeux Romains - « Les Rois Barbares ». 33.297 spectateurs ont assisté aux trois représentations, (21.890 visiteurs en 2018 sur deux jours),

En conséquence, la fréquentation augmente de 13% par rapport à 2018, et s'établit à 459.020 visiteurs.

Le chiffre d'affaires des Monuments de la Ville augmente lui aussi de 23% par rapport à 2018, et s'établit à 4.459.546 € HT.

La redevance variable versée au titre de l'exercice 2019 s'établit à 398.475 € HT, en hausse de 19% par rapport à 2018.

Evolution de la redevance variable



Le résultat de Culturespaces après impôt et participation s'établit à 240.735 €.

Par ailleurs, le 24 septembre 2019, Culturespaces a fait un don de 100 000 € à la Fondation internationale pour les monuments romains de Nîmes. Par ce don, Culturespaces se mobilise pour soutenir l'action de la Fondation pour la sauvegarde et la restauration des monuments historiques de Nîmes. Cet apport financier vient notamment compléter les financements mobilisés pour le chantier de rénovation des Arènes de Nîmes depuis 2015.

Les Grands Jeux Romains : les 3/4/5 mai 2019.



Le thème des Grands Jeux Romains était « Les Rois Barbares ».

Organisé en partenariat avec la Ville de Nîmes, les Grands Jeux Romains ont attiré 33.297 spectateurs sur deux jours. L'évènement demeure déficitaire pour Culturespaces : -143.808 €.

Les Nuits de Nemaus : les 8/9/12/13 août 2019.

Cette nouvelle création sons et lumières invite nos spectateurs au cœur de l'histoire de la construction de Nîmes.

Cette fresque vivante met en scène plus de 200 comédiens, danseurs et cascadeurs professionnels. Des équipes spécialisées de régie technique participent à l'animation du spectacle en animant le mapping, les jeux de lumières, les effets sonores et les décors.



Les Nuits de Nemaus ont attiré 30.401 spectateurs. L'évènement est déficitaire pour Culturespaces : - 201.011 €.

* *

*

2. L'offre culturelle

L'offre culturelle des monuments s'articule autour de trois axes :

- La visite des monuments,
- Les évènements,
- Les autres animations culturelles

a. La visite des monuments

Les trois monuments sont accessibles au public 365 jours par an. Les arènes sont fermées au public pendant les férias et les grands jeux romains.

La visite est notamment accompagnée d'un audioguide gratuit.

b. Les évènements

i. Les Grands Jeux Romains

Cette 10ème édition met à l'honneur les Rois Barbares et l'invasion des Cimbres, des Teutons et des Ambrons que les Romains ont dû affronter entre 113 et 101 avant J.C. Partis de l'actuel Danemark, ces barbares ont vaincu les romains à Arausio (Orange) mais le Sénat et le peuple de Rome font appel au Général Marius qui réussit finalement à les vaincre près d'Aix-en-Provence en 101 avant J.C. Cette reconstitution historique unique en Europe, avec plus de 500 reconstituteurs venus de France, d'Italie, de Croatie et d'Allemagne, vous propose de revivre les célèbres ludi (jeux) de la Rome antique : combats de gladiateurs, course de chars et propose de reconstituer des événements du passé célébrant ainsi les plus belles victoires de Rome sur ses ennemis.

Par ailleurs, pour la première fois depuis la création des Grands Jeux Romains, Culturespaces et l'Association Européenne de Reconstitution antique (AERA) créent un camp romain grandeur nature où des reconstituteurs passionnés vivront nuit et jour comme à l'époque romaine du 1er au 5 mai.

ii. Les Nuits de Nemaus

Pour la première fois au mois d'août, Culturespaces ouvre les Arènes de Nîmes en soirée pour un spectacle inédit : « Les Nuits de Nemaus ». Spécialement conçu pour les Arènes, « Les Nuits de Nemaus » immerge petits et grands quelques siècles en arrière, au cœur de l'histoire de la construction de Nîmes. Un vieil homme nommé Nemaus, dieu protecteur de la ville, ayant traversé toutes les époques, se remémore son passé.

c. Les autres animations culturelles

i. Escape Game : « Nemaus – le Trésor des Volques »

« Nemaus, Le Trésor des Volques » est un Live Escape Game, jeu d'enquête grandeur nature conçu par Télé Bleue escape Game. Chaque visiteur est invité à dénicher tous les secrets des Arènes tout en faisant travailler ses méninges.

ii. Les Jeudis de Nîmes : Chasse aux énigmes « Les XII travaux de Nemaus »

À l'intérieur de l'Amphithéâtre, enfants et parents sont plongés à l'époque romaine au II^e siècle après J.-C. Porcia l'esclave pédagogue romaine est présente pour accueillir les visiteurs et leur confier la précieuse carte des XII travaux de Nemaus. Sur ce parcours mystérieux, 12 énigmes sont à résoudre mais il faut aussi réussir les 4 épreuves de l'esclave Phoebus.

iii. Les animations pour le jeune public.

Une attention particulière est portée pour le jeune public :

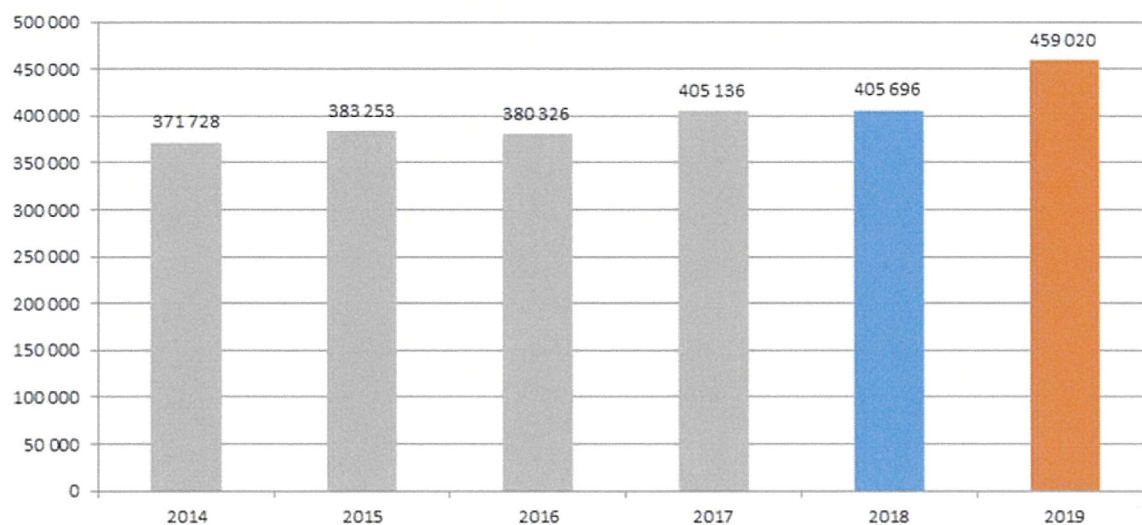
- Un livret-jeux gratuit remis à tous les enfants de 7 à 11 ans pour faire découvrir le musée à travers des activités ludiques, jeux et énigmes,
- Des dossiers pédagogiques gratuits proposés aux enseignants, destinés aux élèves de primaire, de collège et de lycée.
- La Fondation Culturespaces renouvelle l'opération « Sur les traces des Romains » qui donne accès au patrimoine de la Nîmes romaine à 400 enfants gardois éloignés de l'offre culturelle. Le temps fort de ce programme pédagogique et ludique est la participation des enfants à la reconstitution historique « Les Grands Jeux Romains » qui réunira aux Arènes de Nîmes des centaines de légionnaires et de gladiateurs.

3. Analyse de la fréquentation

a. Evolution annuelle

La fréquentation totale du 1er janvier au 31 décembre 2019 s'élève à 459.020 visiteurs (y compris les Grands Jeux Romains et les Nuits de Nemaus).

Evolution de la fréquentation totale après retraitement de la fréquentation payante indirecte



3 MONUMENTS	2019	2018	Ecart
Individuels :			
<i>Visites séparées des 3 monuments</i>			
Plein tarif	132 242	133 318	-0,81%
Tarif réduit	54 788	74 182	-26,14%
Grands Jeux Romains	29 497	19 444	51,70%
Nuits de Némaus	26 996		8,00%
<i>Combinés 3 monuments</i>			
Plein tarif	58 920	52 738	11,72%
Tarif réduit	35 013	19 456	79,96%
TOTAL (1)	337 456	299 138	12,81%
Groupes :			
<i>Visites séparées des 3 monuments</i>			
Adultes	12 211	12 596	-3,06%
Scolaires	13 231	15 246	-13,22%
<i>Combinés 3 monuments</i>			
Adultes	4 704	11 190	-57,96%
Scolaires	27 580	15 782	74,76%
TOTAL (2)	57 726	54 814	5,31%
TOTAL FREQUENTATION PAYANTE (1+2)	395 182	353 952	11,65%
Gratuits	63 838	51 744	23,37%
TOTAL / FREQUENTATION PAYANTE ET GRATUITE	459 020	405 696	13,14%

▪ Les Arènes :

ARENES	2019		2018	Ecart
Individuels :				
<i>Arènes</i>				
Plein tarif	103 372	36,83%	103 315	0,06%
Tarif réduit	41 941	14,94%	62 929	-33,35%
Grands Jeux Romains	29 497	10,51%	19 444	51,70%
Nuits de Némaus	26 996	9,62%		
<i>Combinés 3 monuments</i>				
Plein tarif	47 729	17,01%	41 066	16,23%
Tarif réduit	31 103	11,08%	15 169	105,04%
TOTAL (1)	280 638	100%	241 923	16,00%
Groupes :				
<i>Arènes</i>				
Adultes	11 338	23,88%	11 658	-2,74%
Scolaires	9 561	20,14%	13 497	-29,16%
<i>Combinés 3 monuments</i>				
Adultes	3 630	7,65%	9 807	-62,99%
Scolaires	22 945	48,33%	12 418	84,77%
TOTAL (2)	47 474	100%	47 380	0,20%
TOTAL FREQUENTATION PAYANTE DIRECTE (1+2)	328 112	89,17%	289 303	13,41%
Fréquentation payante indirecte (3)	39 845	9,77%	32 638	22,08%
TOTAL FREQUENTATION PAYANTE (1+2+3)	367 957	90,27%	321 941	14,29%
Gratuits	39 666	9,73%	33 001	20,20%
TOTAL / FREQUENTATION PAYANTE ET GRATUITE	407 623	100%	354 942	14,84%

■ La Maison Carrée

MAISON CARREE	2019		2018	Ecart
Individuels :				
<i>Maison Carrée</i>				
Plein tarif	7 945	36,02%	7 916	0,37%
Tarif réduit	5 100	23,12%	5 139	-0,76%
<i>Combinés 3 monuments</i>				
Plein tarif	6 860	31,10%	7 279	-5,76%
Tarif réduit	2 151	9,75%	2 490	-13,61%
TOTAL (1)	22 056	100%	22 824	-3,36%
Groupes :				
<i>Maison Carrée</i>				
Adultes	697	10,45%	870	-19,89%
Scolaires	2 438	36,56%	1 489	63,73%
<i>Combinés 3 monuments</i>				
Adultes	795	11,92%	1 083	-26,59%
Scolaires	2 739	41,07%	1 735	57,87%
TOTAL (2)	6 669	100%	5 177	28,82%
TOTAL FREQUENTATION PAYANTE DIRECTE (1+2)	28 725	23,17%	28 001	2,59%
Fréquentation payante indirecte (3)	95 227	71,80%	102 262	-6,88%
TOTAL FREQUENTATION PAYANTE (1+2+3)	123 952	93,46%	130 263	-4,84%
Gratuits	8 669	6,54%	6 533	32,70%
TOTAL / FREQUENTATION PAYANTE ET GRATUITE	132 621	100%	136 796	-3,05%

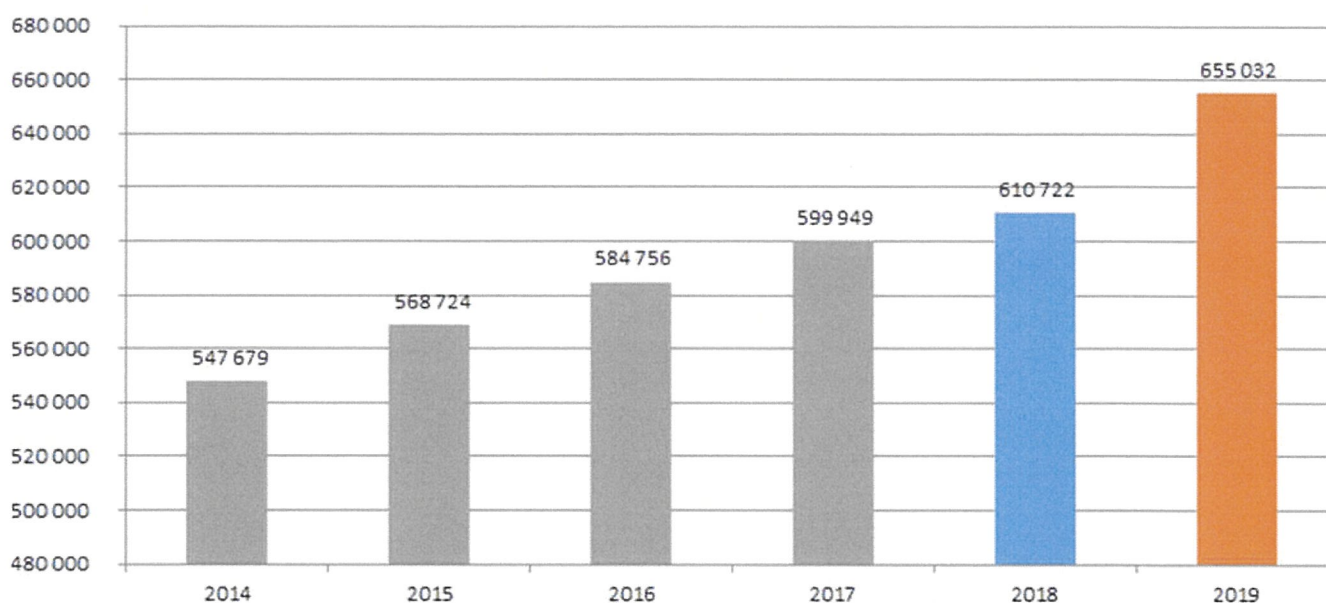
▪ La Tour Magne

TOUR MAGNE	2019		2018	Ecart
Individuels :				
<i>Tour Magne</i>				
Plein tarif	20 925	60,20%	22 087	-5,26%
Tarif réduit	7 747	22,29%	6 114	26,71%
<i>Combinés 3 monuments</i>				
Plein tarif	4 331	12,46%	4 393	-1,41%
Tarif réduit	1 759	5,06%	1 797	-2,11%
TOTAL (1)	34 762	100%	34 391	1,08%
Groupes :				
<i>Tour Magne</i>				
Adultes	176	4,91%	68	158,82%
Scolaires	1 232	34,38%	260	373,85%
<i>Combinés 3 monuments</i>				
Adultes	279	7,79%	300	-7,00%
Scolaires	1 896	52,92%	1 629	16,39%
TOTAL (2)	3 583	100%	2 257	58,75%
TOTAL FREQUENTATION PAYANTE DIRECTE (1+2)	38 345	38,62%	36 648	4,63%
Fréquentation payante indirecte (3)	60 940	53,09%	70 126	-13,10%
TOTAL FREQUENTATION PAYANTE (1+2+3)	99 285	86,49%	106 774	-7,01%
Gratuits	15 503	13,51%	12 210	26,97%
TOTAL / FREQUENTATION PAYANTE ET GRATUITE	114 788	100%	118 984	-3,53%

■ Synthèse des 3 Monuments

	Fréquentation payante directe		Fréquentation pay. indirecte		Gratuits		Fréquentation totale		Variation
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	
Arènes	289 303	328 112	32 638	39 845	33 001	39 666	354 942	407 623	15%
Maison Carrée	28 001	28 725	102 262	95 227	6 533	8 669	136 796	132 621	-3%
Tour Magne	36 648	38 345	70 126	60 940	12 210	15 503	118 984	114 788	-4%
Fréquentation cumulée (A)	353 952	395 182	205 026	196 012	51 744	63 838	610 722	655 032	7,26%
Fréquentation payante indirecte (B)			205 026	196 012					
Total après retraitement de la fréquentation payante indirecte (A)-(B)	353 952	395 182	0	0	51 744	63 838	405 696	459 020	13,14%

Evolution de la fréquentation cumulée totale



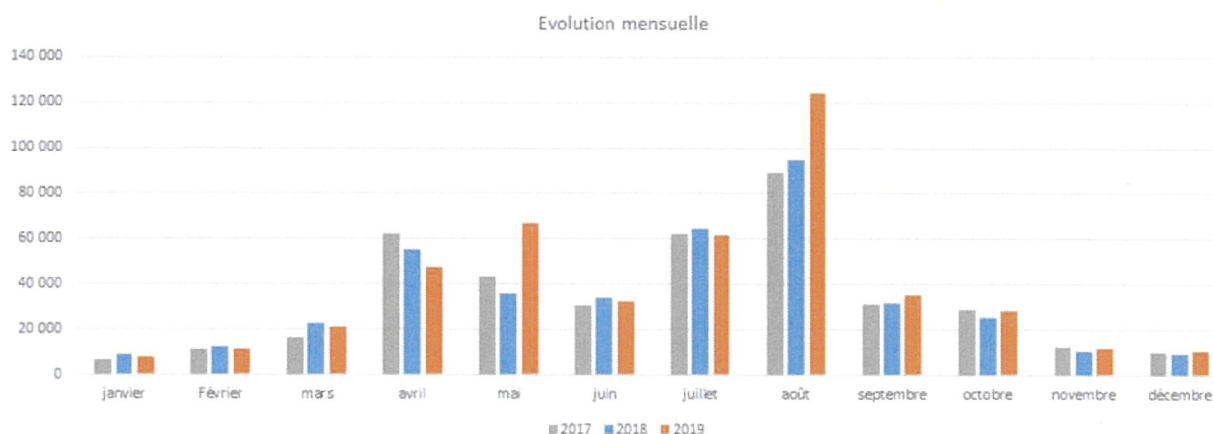
■ Evolution des principaux monuments régionaux

Fréquentation totale	Nîmes -		Palais des Papes		Pont du Gard	
	3 Monuments	Var	Var	Var	Var	Var
2014	371 728	-1%	611 836	3%	1 505 000	
2015	383 253	3%	641 554	5%	1 534 000	
2016	380 326	-1%	595 865	-7%	?	
2017	405 136	7%	598 095	0%	882 557	
2018	405 696	0%	616 210	3%	821 152	
2019	459 020	13%	670 000	9%	849 500	3%

b. Evolution mensuelle

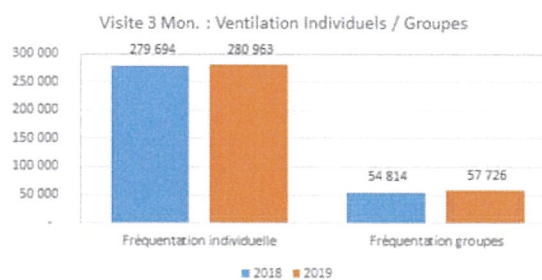
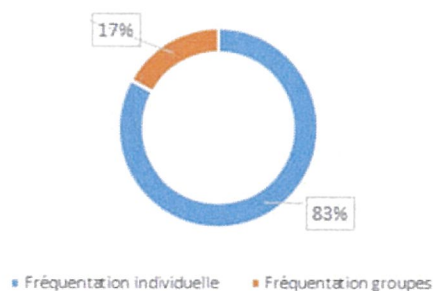
La fréquentation des mois d'avril et mai fluctue en fonction de la date de tenue des Grands Jeux Romains.

La forte progression de la fréquentation au mois d'août provient des Nuits de Nemaus, présentées pour la première fois en 2019.



c. Ventilation Fréquentation individuelle – Fréquentation groupes

Visite 3 Mon. : Ventilation Individuels / Groupes 2019



La fréquentation individuelle progresse de 0.5% par rapport à 2018. La fréquentation des groupes poursuit sa progression : +5% par rapport à 2018.

d. Ventilation tarifaire

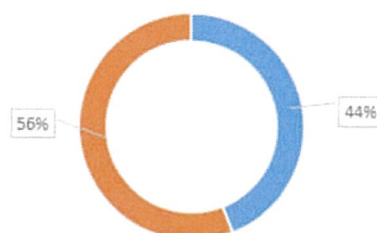
▪ Ventilation tarifaire Individuels - Groupes

Individuels - Ventilation tarifaire 2019



■ Visites séparées des 3 monuments ■ Combinés 3 monuments

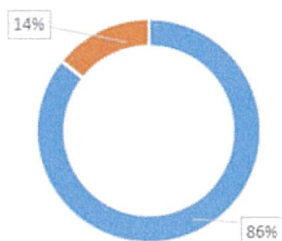
Groupes - Ventilation tarifaire 2019



■ Visites séparées des 3 monuments ■ Combinés 3 monuments

▪ Ventilation Visites 3 Monuments – Evènements

Ventilation Visites 3 monuments / Evènements 2019



■ Fréquentation Visites 3 Mon. ■ Fréquentation Evènements

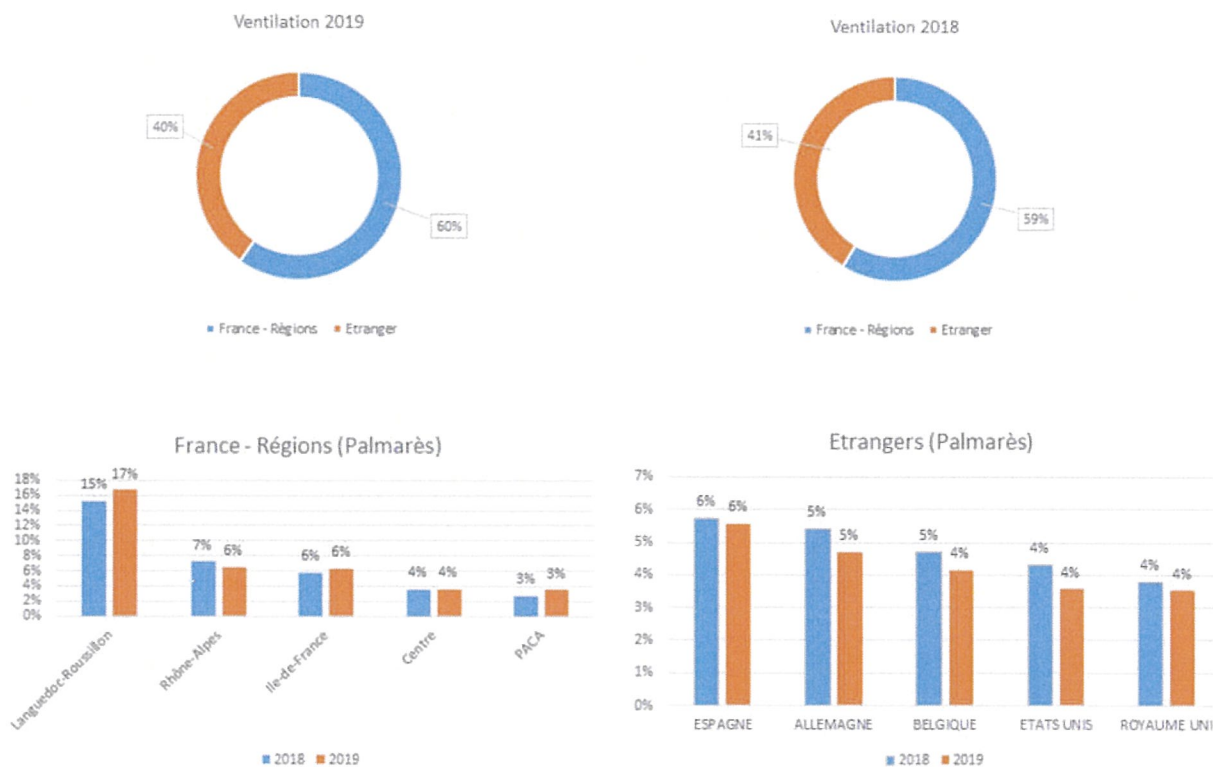
La fréquentation des évènements est en forte progression grâce aux représentation des Nuits de Nemaus.

Vous trouverez ci-dessous la grille tarifaire 2019 :

TARIFS 2019	Indiv Plein tarif		Indiv Sénior (à partir de 65 ans)	Indiv Réduit		Indiv Jeunes (7-25 ans)	Famille 2 adultes + 2 enfants	Groupes		Scolaires	
	2018	2019		2018	2019			2018	2019	2018	2019
NIM (3 monuments)	13	13		11	11		40	11	11	7,5	7,5
Arènes	10	10		8	8			8	8	4,5	4,5
Tour Magne	3,5	3,5		3	3			3	3	2	2
Maison carrée	5	6		5	5			5	5	2,5	2,5
Visioguide tarif unique : 5€											
GJR : catégorie 1		49			29				29		
GJR : catégorie 2		29			19				19		
NIM Pass Musée Romanité + 3 monuments romains		17			13	7-17 ans: 11€	54				

e. Analyse des provenances

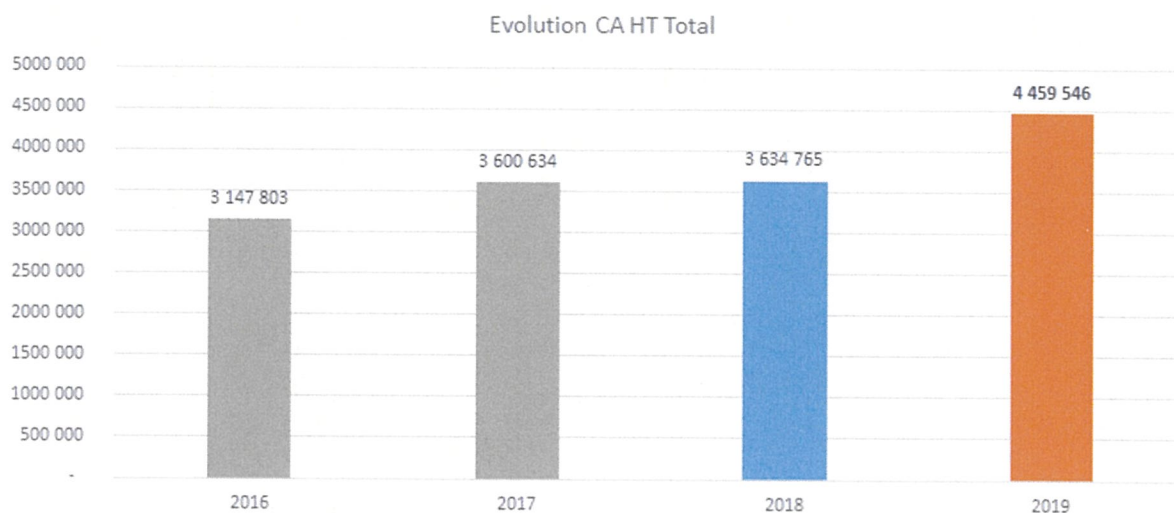
La part des visiteurs étrangers dans la fréquentation des trois monuments est en légère baisse, mais se maintient à un niveau élevé.



4. Analyse du chiffre d'affaires

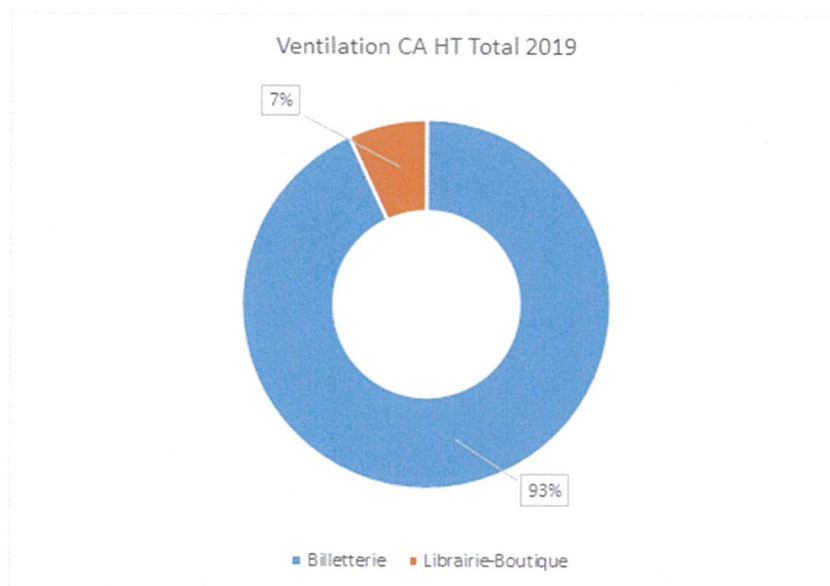
d. Evolution annuelle

Conséquence de la hausse de fréquentation constatée (+13% / 2018), le chiffre d'affaires HT augmente lui aussi en 2019 de 23% pour s'établir à 4.459.546 € HT.

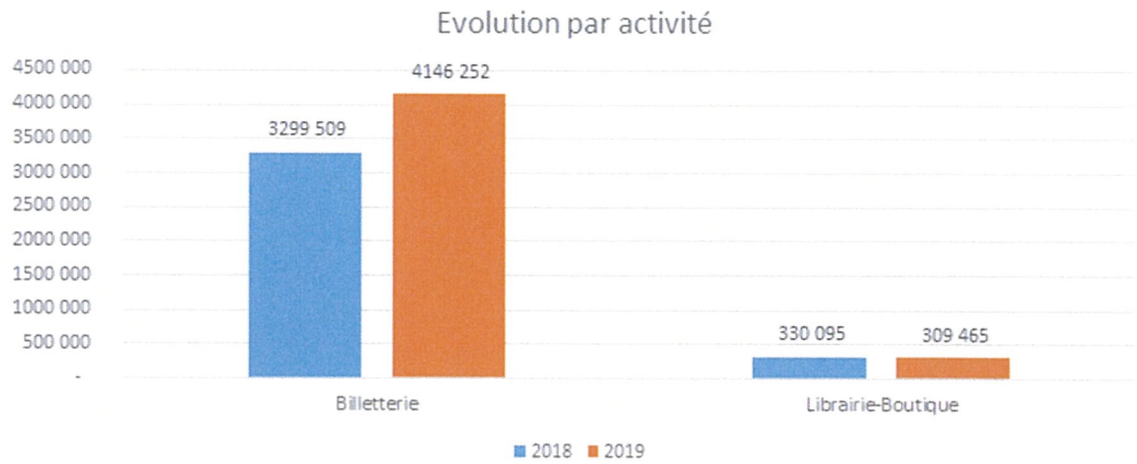


e. Ventilation par activité

La billetterie demeure l'activité majeure des monuments.



f. Analyse par activité



i. Billetterie

L'activité billetterie augmente de 26% par rapport à 2018.

Notons que cette hausse est accentuée par rapport à la hausse de fréquentation (+13% / 2018) par les Nuits de Nemaus et la grille tarifaire associée intégrant des tarifs plus élevés.

ii. Librairie-Boutique

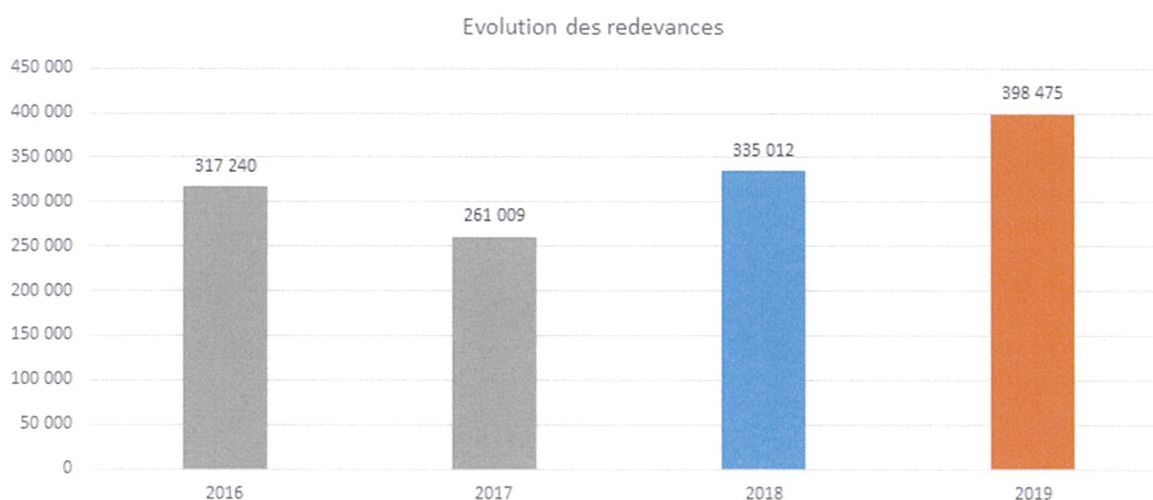
Le chiffre d'affaires par visiteur baisse de 13% / 2018 et s'établit à 0.47€ HT.

Notons que la Librairie-boutique propose plus de 1.000 références.

5. Analyse des redevances

a. Evolution annuelle des redevances

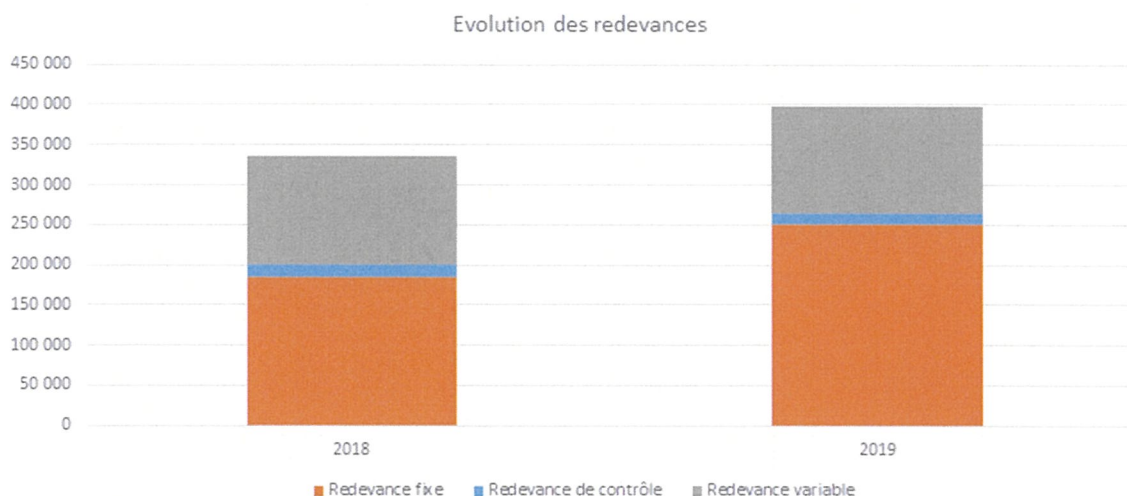
Les redevances versées au titre de l'exercice 2019 s'élèvent à 398.475 €, en hausse de 19% par rapport à 2018, conséquence de l'augmentation de redevance fixe et de la création d'un palier supplémentaire dans le calcul de la redevance variable. La modification du calcul des redevances est formalisé dans un avenant n° 4 à la Convention.



b. Evolution annuelle des redevances versées

Les redevances versées à la commune sont les suivantes :

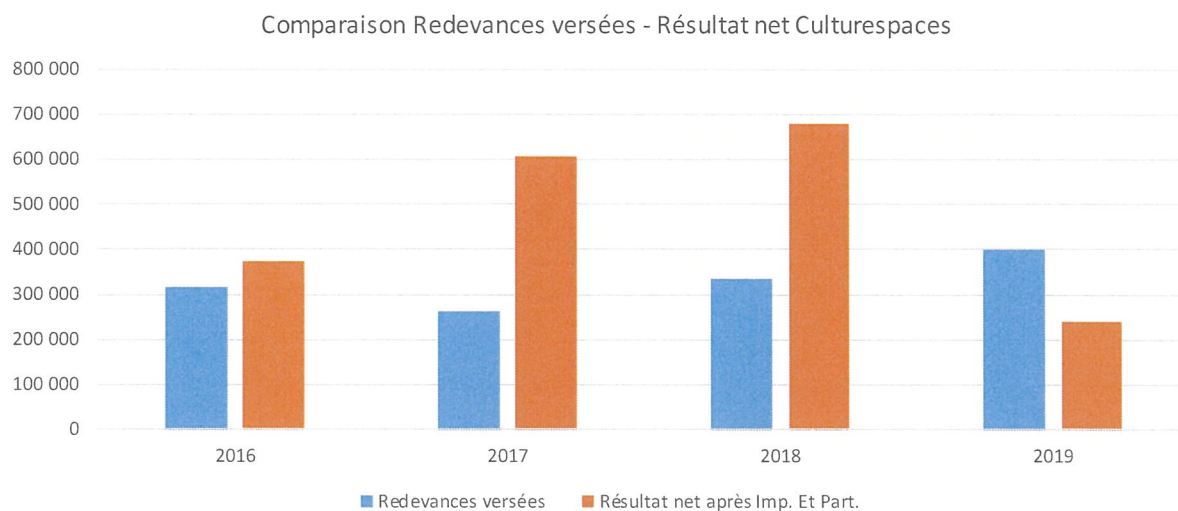
- Redevance fixe : 250.000 €,
- Redevance de contrôle : 15.000€
- Redevance variable : 133.475 €.



Notons qu'une provision de 68.824 € a été enregistré sur l'exercice 2018.

c. Redevances versées – Résultat net Culturespaces

Le risque demeure supporté par le Délégué.



6. Informations relatives aux investissements de matériels, travaux et aménagements

a. Investissements réalisés en 2019

- Le montant des investissements réalisés sur 2019 s'élève à 3.823 € HT.

Investissements(en € HT)	2019
	Montant
Travaux Monuments Historiques	-
Autres Travaux	-
Aménagements	900
ARENES - CHASSIS POUR PANNEAUX	900
Equipements	2 923
PC SHUTLLE XPC SH310R4 + OFFICE	1 373
PC BETH CHRISTOPHE DELL XPS 13	1 550
Audiovisuel	-
Total investissements	3 823

- Le montant total des contrats d'entretien et de maintenance du musée s'élève à 75.060 €.

b. Investissements prévus en 2020

Les travaux et aménagements programmés en 2020 sont les suivants :

Investissements(en € HT)	2020
	Montant
Travaux Monuments Historiques	-
Autres Travaux	3 700
Arènes	
Reprise ferronnerie : décoration boutique	1 000
Maison Carrée	
Reprise peinture : intérieur	2 200
Plaques de protection portes	500
Aménagements	48 500
Arènes	
Bureaux : achat matériel	3 000
Installation visioconférence + système connection forfait (1250/an)	6 000
Raccordement internet pour TPE	2 000
Escape game : adaptation scolaires	1 500
Escape game : amélioration trésor final	3 000
Mise à jour audioguide	2 000
panneaux boutique	1 000
Refaire les panneaux Bienvenue combinés	3 000
bannières X4	2 000
Maison Carrée	
Maintenance système audiovisuel	20 000
Tour Magne	
Panneaux directionnels Jardins de la Fontaine - 10 panneaux 50x70	5 000
Equipements	-
Audiovisuel	-
Total investissements	52 200

Attention : Compte tenu du contexte de pandémie du Covid-19 depuis le 15 mars 2020, certains investissements pourront être reportés.

7. Politique marketing et commercialisation touristique

a. Politique de prix

 Arènes de Nîmes	
Tarifs 2019	
Arènes	
Plein tarif - Full rate	10 €
Tarif réduit - Reduced rate	8 €
Enfant - Children <small>< 7 ans / < 7 years old</small>	Gratuit
Audioguide	Gratuit
Visioguide	5 €
ESCAPE GAME NEMAUS + 5 €	
Arènes, Maison Carrée, Tour Magne <small>Pass valable 3 jours - Pass valid 3 days</small>	
Plein tarif - Full rate	13 €
Tarif réduit - Reduced rate	11 €
Enfant - Children <small>< 7 ans / < 7 years old</small>	Gratuit
Famille - Family 	40 €
3 monuments Nîmes + Théâtre Orange <small>Pass valable 1 mois - Pass valid 1 month</small>	
Plein tarif - Full rate	18,50 €
Tarif réduit - Reduced rate	14 €
Famille - Family 	57 €
<small>Offre famille : 2 adultes + 2 enfants de 7 à 17 ans / 2 adults + 2 children from 7 to 17 years old Tarif réduit : 7-17 ans, étudiants, demandeurs d'emploi / Reduced rate : 7-17 years old, students, unemployed Toute sortie est définitive. Modes de paiement acceptés : espèces, chèque bancaire français, carte bancaire (Visa, Eurocard-Mastercard), chèques spéciaux (vacances, culture...).</small>	
 culturespaces <small>PARTAGER LA CULTURE</small>	



Maison Carrée

Tarifs 2019

Maison Carrée

Plein tarif - Full rate	6 €
Tarif réduit - Reduced rate	5 €
Enfant - Children <i>< 7 ans / < 7 years old</i>	Gratuit

Arènes, Maison Carrée, Tour Magne

Pass valable 3 jours - *Pass valid 3 days*

Plein tarif - Full rate	13 €
Tarif réduit - Reduced rate	11 €
Enfant - Children <i>< 7 ans / < 7 years old</i>	Gratuit

Famille - Family <i>2 adultes + 2 enfants de 7 à 17 ans / 2 adults + 2 children from 7 to 17 years old</i>	 40 €
---	---

3 monuments Nîmes + Théâtre Orange

Pass valable 1 mois - *Pass valid 1 month*

Plein tarif - Full rate	18,50 €
Tarif réduit - Reduced rate	14 €

Famille - Family <i>2 adultes + 2 enfants de 7 à 17 ans / 2 adults + 2 children from 7 to 17 years old</i>	 57 €
---	---

Tarif réduit : 7-17 ans, étudiants, demandeurs d'emploi / *Reduced rate : 7-17 years old, students, unemployed*
Toute sortie du site est définitive. Modes de paiement acceptés : espèces, chèque bancaire français, carte bancaire (Visa, Eurocard-Mastercard, American Express, JCB), chèques spéciaux (vacances, culture, etc.). Les réductions sont accordées sur présentation d'un justificatif en cours de validité.



Tour Magne

Tarifs 2019

Tour Magne

Plein tarif - Full rate	3,50 €
Tarif réduit - Reduced rate	3 €
Enfant - Children <i>< 7 ans / < 7 years old</i>	Gratuit

Arènes, Maison Carrée, Tour Magne


Pass valable 3 jours - Pass valid 3 days

Plein tarif - Full rate	13 €
Tarif réduit - Reduced rate	11 €
Enfant - Children <i>< 7 ans / < 7 years old</i>	Gratuit

Famille - Family <i>2 adultes + 2 enfants de 7 à 17 ans / 2 adults + 2 children from 7 to 17 years old</i>	 40 €
---	---

3 monuments Nîmes + Théâtre Orange

Pass valable 1 mois - Pass valid 1 month

Plein tarif - Full rate	18,50 €
Tarif réduit - Reduced rate	14 €
Famille - Family <i>2 adultes + 2 enfants de 7 à 17 ans / 2 adults + 2 children from 7 to 17 years old</i>	 57 €

Tarif réduit : 7-17 ans, étudiants, demandeurs d'emploi / *Reduced rate : 7-17 years old, students, unemployed*
Toute sortie est définitive. Modes de paiement acceptés : espèces, chèque bancaire français, carte bancaire (Visa, Eurocard-Mastercard), chèques spéciaux (vacances, culture...)
Les réductions sont accordées sur présentation d'un justificatif en cours de validité.

b. Actions Presse

i. institutionnel

Désignation	Description	Envoi
Dossier de presse institutionnel	Présentation de l'histoire des Arènes, de la Maison Carrée et de la Tour Magne, de la programmation, informations pratiques...	Janvier 2019
Communiqué de presse « Cet été aux Arènes »	Présentation des animations (jeudis de Nîmes, Nuit de Nemaus et Escape Game)	Juin 2019
Communiqué de presse « Don aux monuments Nîmois » et invitation de la presse le 24 septembre lors de la signature	Annonce et invitation à la remise du don puis envoi de visuels une fois le don remis	Septembre 2019

ii. Grands Jeux Romains

1. Relations presse

- Conférence de presse le 4 mars (13 journalistes présents)
- Relance auprès des journalistes pour initier des sujets presse, radio, tv, web

2. Communiqués et dossiers de presse

Désignation	Description	Envoi
Communiqué de presse Ouverture des ventes « Grands Jeux Romains »	Annonce de la thématique des Grands Jeux Romains 2019	Novembre 2018
Communiqué de presse « Grands Jeux Romains »	Annonce de l'événement	Février 2019
Dossier de presse « Grands Jeux Romains » Egalement en anglais	Présentation de la thématique des Grands Jeux Romains, du programme, des intervenants et informations pratiques	Mars 2019
Communiqué de presse « 2 conférences autour des Grands Jeux Romains »	Présentation des 2 conférences organisées en amont des Grands Jeux Romains	Avril 2019

iii. Nuits de Nemaus

1. Relations presse

- Conférence de presse le 4 mars (13 journalistes présents)
- Relance auprès des journalistes pour initier des sujets presse, radio, tv, web

2. Communiqués et dossiers de presse

Désignation	Description	Envoi
Communiqué de presse annonce Nuits de Nemaus	Annonce de l'événement et appel aux bénévoles	Avril 2019
Dossier de presse annonce Nuits de Nemaus	Présentation l'événement avec visuels	Mai 2019
Communiqué de presse « Cet été aux Arènes »	Présentation des animations (jeudis de Nîmes, Nuit de Nemaus et Escape Game)	Juin 2019

c. Actions à destination du grand public

i. Affichage

Média	Support	Description
Affichage Les GJR	Réseau JC Decaux : 8m ² /12m ² /2m ²	Avignon/Toulouse/Montpellier/Nîmes/Montélimar Période : 15 jours avant l'évènement
Affichage Nuits de Nemaus	Réseau JC Decaux : 8m ² /12m ² /2m ²	Avignon/Montpellier/Nîmes Période : 15 jours avant l'évènement
Affichage aérien	Bâche aérienne : 7.5 m x 27 m	De Sète à Saintes Marie

ii. Editions promotionnelles

Média	Support	Description
Dépliant promotionnel Monuments Nîmois	460 000 exemplaires	Dépliants 5 volets 10 x 21 cm
Flyer Les Nuits de Nemaus	100 000 exemplaires	Recto verso 10 x 21 cm

iii. Partenariats médias

Monuments Nîmois

Média	Support	Description	Durée
Trimestriel	La Gazette Guide Culture	Pleine page	Octobre à décembre
Radio	Autoroutes Info	Reportage « Arènes » en multidiffusion (5 diffusions) Reportage « Maison Carrée » en multidiffusion (3 diffusions)	Aout à décembre Aout à septembre
Web	Oui.sncf	5 semaines de campagne display « Escape Game » Occitanie + relais newsletter	1 ^{er} octobre au 30 novembre 14 janvier

Grands Jeux Romains

Média	Support	Description	Durée
Affichage	Fnac Nîmes	1 semaine de vitrophanie	8 au 22 avril
Print	Midi Libre	4 x ¼ pages + Accompagnement rédactionnel hebdomadaire de mars à mai	19 février, 11 mars, 1 ^{er} et 15 avril
Print	CNews Montpellier	½ pages	16 avril
Print	La Gazette Montpellier	Encartage	4 avril
Radio	France Bleu Gard Lozère	Jeu antenne Reportage sur les préparatifs en amont Chronique en 20 épisodes Emission en direct pendant l'évènement	5 mars 3 avril 8 avril au 3 mai 4 mai
Radio	France Bleu Hérault	Jeu antenne	28 avril
Radio	France Bleu Provence	Jeu antenne	4 mai
Radio	France Bleu Vaucluse	Jeu antenne	4 avril
Radio	Chérie FM Grand Sud	48 messages d'autopromotion Direct antenne pendant l'évènement	11 au 18 avril 3, 4 et 5 avril
Radio	Autoroutes Info	Reportage en multidiffusion (7 passages)	30 avril au 4 mai
Radio	Radio Vinci Autoroutes	Jeux antenne 2 sujets rédactionnels en multidiffusion Direct antenne pendant l'évènement	8 au 14 avril 23 au 30 avril 3, 4 et 5 avril
TV	France 3 Occitanie	Agenda hebdomadaire	15 au 21 avril 18 avril

		+ Matinale « Ensemble, c'est mieux »	
TV	Histoire TV	70 spots TV sur 5 semaines Emission « Historiquement Show »	12 au 18 février, 1 ^{er} au 6 mars, 15 au 21 mars, 1 ^{er} au 7 avril 22 au 28 avril
TV	LCI	1 semaine d'agenda culturel (21 passages)	15 au 21 avril
Web	Objectif Gard	2 semaines campagne display	25 février au 3 mars, 1 ^{er} au 7 avril
Web	Midilibre.fr	2 semaines campagne display + rédactionnel web + newsletter	25 février au 1 ^{er} mars, 19 au 24 avril 3 avril
Web	Francebleu.fr	Article en relais réseaux sociaux	
Web	Histoire.fr	Article en relais réseaux sociaux (Twitter, Facebook)	
Web	Occitanie.france3.fr	Article web en relais réseaux sociaux	

Nuits de Némaus

Média	Support	Description	Durée
Affichage	Fnac Nîmes	2 semaines de vitrophanie	29 juillet au 13 août
Quotidien	Midi Libre	3 x ¼ pages + Accompagnement rédactionnel	4, 7 et 8 août
Hebdomadaire	Midi Vacances	3 x ¼ pages	28 juillet, 4 et 11 août
Annuel	Eté des festivals Midi Libre	½ page	Juin/juillet/ août
Annuel	Guide de l'été Midi Libre	½ page	Juillet/août septembre
Annuel	Guide de l'été La Gazette	Pleine page	Juillet/août
Quotidien	La Gazette Nîmes	¼ page	25 juillet
Radio	France Bleu Gard Lozère	90 messages d'autopromotion avec jeux antenne Interviews antenne dans les agendas de l'été Reportage évènement	16 juillet au 7 août Juin à août 8 août
Radio	Radio Vinci Autoroutes	10 spots	8 au 12 juillet

Radio	Autoroutes Info	14 spots	5 au 13 août
Radio	Chérie FM Grand Sud	48 messages d'autopromotion Interviews antenne	1 ^{er} au 8 août 22 au 26 juillet
TV	France 3 Occitanie	Agenda hebdomadaire Reportage évènement	1 ^{er} au 7 août 19 août
TV	Histoire TV	56 spots TV sur 4 semaines Emission « Historiquement Show »	8 au 14 juillet, 22 juillet au 11 août
Web	Oui.sncf	8 semaines de campagne display	16 juin au 13 août
Web	Midilibre.fr	10 semaines campagne display + rédactionnel web + newsletter	1 ^{er} juin au 13 août
Web	Francebleu.fr	Article en relais réseaux sociaux	
Web	Histoire.fr	Article en relais réseaux sociaux (Twitter, Facebook)	
Web	Occitanie.france3.fr	Campagne display + Article web + Relais réseaux sociaux	

iv. Actions web

Site web

- Mise à jour du programme d'événements et animations
Mise en place : fin 2018 / début 2019
- Modification du gabarit de nos événements pour une meilleure lisibilité
Mise en place : mai 2019

Réseaux sociaux

- Alimentation quotidienne de la page Facebook des Arènes.
- Alimentation quotidienne du compte Twitter des Arènes.
- Alimentation quotidienne du compte Instagram des Arènes de Nîmes.
- Mise en place opérations spéciales pour les événements : jeux-concours, campagnes sponsorisées sur Facebook et Instagram. Publication live pour les Grands Jeux Romains.
- Détail des publications pour les Grands Jeux Romains : 96 publications (Facebook, Twitter, Instagram)
- Détail des publications pour les Nuits de Nemaus : 114 publications (Facebook, Twitter, Instagram)

Vidéos

- Grands Jeux Romains : réalisation du teaser 2019
Durée : 1'40 + 0'30 / Mise en place : novembre 2018
- Grands Jeux Romains : réalisation d'une vidéo bilan de l'édition 2019
Durée : 1'16 / Mise en place : mai 2019
- Nuits de Nemaus : réalisation du teaser 2019
Durée : 0'40 / Mise en place : mai 2019
- Nuits de Nemaus : réalisation d'une vidéo bilan de l'édition 2019
Durée : 2'03 / Mise en place : août 2019

d. Actions RP et institutionnelles

i. Photothèque

- **Reportage 1 | Mai 2019**
Les Grands Jeux Romains – photographes : Vincent Chambon et Eric Spiller
- **Reportage 2 | Juillet 2019**
Les Nuits de Nemaus – photographe : Eric Spiller

e. Actions B to B

i. Professionnels du tourisme

- **Editions**

Support	Description	Quantités	Livraison
Catalogue Professionnels 2019	28 pages format 21 x 29.7 cm, imprimé en quadri	1300 en FR et 450 en UK	Juillet 2018
Plaquette Professionnels 2019	Dépliant 2 volets, 1 pliure, imprimé en quadri, format A4	20 en FR, 20 en UK, versions en PDF en ALL	Juillet 2018

Le catalogue dédié aux professionnels est également décliné en format PDF et en catalogue interactif. Il est envoyé à plus de 1000 contacts français et internationaux dès sa sortie ainsi qu'aux guides touristiques pour leur mise à jour annuelle.

- **Publicité**

Média	Support	Description / Format	Durée
Magazine	Voyages et groupe	2 pages quadri	Mai/Octobre 2019
Magazine	Le Quotidien du Tourisme	2 pages quadri 2 méga bannières dans newsletter quotidienne	Mai et Septembre 2019 Semaines 16 et 40
Magazine	L’Echo touristique	1 page quadri 1 Mégabannière sur E-Newsletter quotidienne + 1 Pavé	Octobre 2019 16 sept – 4 oct 2019
Avignon Tourisme	Supplément guide groupes –Hors Avignon	1 référencement des Arènes	Annuel

- **Salons**

Opération	Format	Marché	Dates
Rendez-Vous en France	Workshop (Marseille)	Étranger/France	19-20 mars 2019
Workshop destination Occitanie	Workshop (Toulouse)	France	1 ^{er} avril 2019
Salon des CE	Salon (Montpellier)	France	19-20 Septembre 2019
French Affairs	Workshop dédié aux professionnels du tourisme (Houston)	USA, Canada + Mexique	21-23 octobre 2019
Salon WTM	Salon dédié aux professionnels du tourisme (Londres)	Europe	4-6 novembre 2019
Bourse internationale du tourisme culturel (Mirabilia)	Salon (Matera)	Italie	18-19 novembre 2019
Cluster Tourisme et Culture (Atout France)	Workshops, démarchages et accueil d'éducteurs	Europe	Annuel

- **Emailing**

Désignation	Description	Envoi
Flash Info	Sortie du catalogue « groupes » 2019	Septembre 2018
Flash Info		Selon les actualités réservées aux groupes et pros du tourisme

ii. Scolaires

- **Editions**

Support	Description	Quantités	Livraison
Plaquette Scolaires 2019	1 volet recto-verso, imprimé en quadri, format A4	En pdf uniquement	Août 2018

- **Publicité**

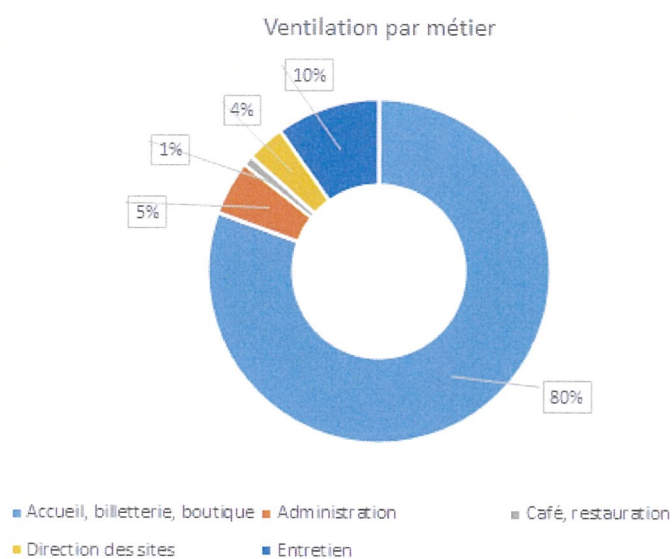
Média	Support	Description / Format	Durée
Web	Librairie-interactive.com	1 pavé	24/02 – 24/03/2019
Magazine	La Classe	1 page quadri	Edition de février sortie le 22/01/2019
Magazine	NRP Collège	1 page quadri	Parution édition de rentrée septembre 2019

- **Emailing**

Désignation	Description	Envoi
Flash info	Annonce la sortie du catalogue « scolaires » 2019	Septembre 2018
Flash Info	Annonce les nouveautés pédagogiques	Selon les actualités, à destination des enseignants

8. Effectifs et qualifications des personnels permanents

- Ventilation des salariés par métiers

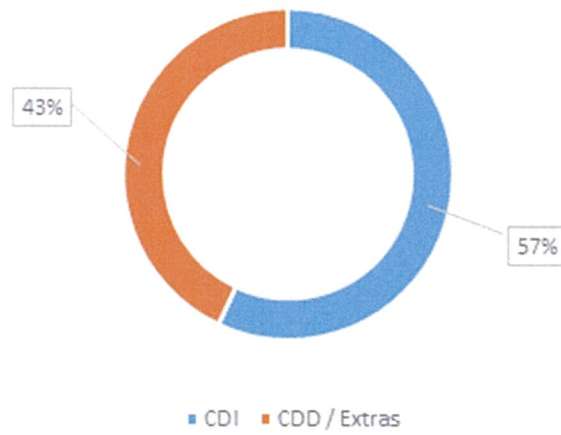


- Effectif en Equivalent Temps Plein : 25

Ventilation 2019	Contrat	Temps partiel	Temps plein
Accueil, billetterie, boutique	CDD remplacem	0,00	0,17
	CDD surcroit	0,00	0,43
	CDI	0,00	10,00
	Extra	0,69	0,00
	Saisonnier	0,00	8,33
Administration	CDD surcroit	0,00	0,38
	CDI	0,00	1,00
Café, restauration	Extra	0,03	0,00
Direction des sites	CDI	0,00	1,00
Entretien	CDI	0,00	2,00
	Extra	0,06	0,00
	Saisonnier	0,00	0,50
Total général		0,78	23,81

- Ventilation CDI – CDD – Extra

Equivalent Temps Plein



- Absentéisme : 7.39%
- Turnover des salariés en CDI : 0%

9. Analyse de la qualité du service rendu

L'analyse de la qualité du service rendu est une synthèse de l'analyse réalisée tout au long de l'année par les services de Culturespaces.

a. Visites Mystères

Les Arènes de Nîmes, la Maison Carré et la Tour Magne ont reçu 5 visiteurs mystères entre avril et octobre 2019. Chaque visiteur mystère s'est vu remettre la grille d'évaluation suivante :

Site :				
Date :				
Heure d'arrivée :		Heure de départ :		
Heure au restaurant :		Heure à la boutique :		
EVALUATION	T	S	POINTS	
COMMENTAIRES				
PERSONNEL				
ACCUEIL / BILLETTERIE				
Uniformes Culturespaces (badge compris)			0	
Sourire / attitude générale				
Langage / politesse				
Accueil personnalisé, infos claires / traitement des demandes				
Disponibilité, efficacité				
En cas d'attente : gestion est male et organisée				
ACCUEIL / AUDIOGUIDES				
Uniformes Culturespaces (badge compris)			0	
Sourire / attitude générale				
Langage / politesse				
Accueil personnalisé / infos claires / traitement des demandes				
Disponibilité, efficacité				
ROUTIQUE				
Uniformes Culturespaces (badge compris)			0	
Sourire / attitude générale				
Langage / politesse				
Accueil personnalisé, infos claires / traitement des demandes				
Disponibilité, efficacité				
Remise du ticket de caisse à chaque transaction				
RESTAURANT (lorsqu'il est géré par Culturespaces, sinon voir information ci-dessous)				
Uniformes Culturespaces (badge compris)			0	
Sourire / attitude générale				
Langage / politesse				
Accueil personnalisé, infos claires / traitement des demandes				
Disponibilité, efficacité				
EQUIPEMENTS / MAINTENANCE / SIGNALÉTIQUE				
EQUIPEMENTS / MAINTENANCE				
Approvisionnement et présentation des dépilants (sites Culturespaces, multi-site...)			0	
Etat de marche des différents équipements : vidéo-projecteurs, écrans plasma, longues vues, sonorisation, éclairage, WIFI...				
Informations en cas de dysfonctionnement d'un équipement				
Approvisionnement et état des distributeurs				
Etat des mobiliers				
Présence du libre d'or				
SIGNALÉTIQUE				

Visibilité des lants / horaires				0
Signalétique claire, mise à jour, change				
Signalétique propre et en bon état				
Respect du mode d'affichage (pas de autocollant pour les informations temporaires)				
RESTAURANT (lorsqu'il est géré par Culturespaces, sinon voir info ci-dessous)				
Rapidité et efficacité du service				0
Qualité de présentation des plats				
Qualité et présentation des desserts, boissons				
Qualité du service (mise en place, couvert, carte...)				
PROPRETÉ				
PARCOURS DE VISITE				
Environnement et propreté générale du site				0
Circuit de visite : aménagé et propre				
Espaces extérieurs : aménagé et propre				
Jardins : entretien et propreté des allées, bordures, plantations...				
BILLETTERIE / BOUTIQUE				
Billetterie : propreté, espace derrière la caisse, ordonné				0
Boutique : aménagement, propreté, rangement				
Boutique : présentation des produits, caisse ordonnée				
RESTAURANT (lorsqu'il est géré par Culturespaces, sinon voir information ci-dessous)				
Environnement et propreté du restaurant (sol, mobilier, couverts...)				0
Rangement, tenue de la salle, mobilier, dressage, état de la carte				
TOILETTES				
Etat général et propreté				0
Approvisionnement du papier, du savon...				
Ventilation, odeur...				
NOTE FINALE sur 10 :				0,0

0/10 : très déce - 10 points
 1/10 : déce - 8 points
 2/10 : insuffisant - 6 points
 3/10 : moyen
 4/10 : satisfaisant
 5/10 : très satisfaisant
 6/10 : excellent
 7/10 : excellent
 8/10 : excellent
 9/10 : excellent
 10/10 : excellent

OBSERVATIONS GENERALES

i. Résultats 2019

Les sites de Nîmes obtiennent la moyenne de 9,5/10.

Date de la visite mystère	Note globale	Appréciation de la visite
28 avril 2019	9,5/10	Très satisfaisant

6 mai 2019	9,4/10	Satisfaisant
05 juillet 2019	8,9/10	Satisfaisant
10 août 2019	9,7/10	Très satisfaisant
08 septembre 2019	9,7/10	Très satisfaisant

ii. Points positifs et axes d'amélioration

Date de la visite mystère	Points positifs	Axes d'amélioration
28 avril 2019	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil très chaleureux du personnel sur les trois sites - Le respect du port de l'uniforme sur les trois sites - La clarté des parcours de visite des trois sites. - 	<ul style="list-style-type: none"> - La propreté du site et des toilettes (Arènes). - L'état de la signalétique (Arènes).
6 mai 2019	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil très chaleureux du personnel sur les trois sites - Le respect du port de l'uniforme sur les trois sites - La clarté des parcours de visite des trois sites. 	<ul style="list-style-type: none"> - La propreté du site et des toilettes (Arènes et Maison Carrée).
05 juillet 2019	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil très chaleureux du personnel sur les trois sites - Le respect du port de l'uniforme sur les trois sites - La clarté des parcours de visite des trois sites. 	<ul style="list-style-type: none"> - La propreté du site (Arènes). - Le fonctionnement des équipements (Maison Carrée)
10 août 2019	<ul style="list-style-type: none"> - L'accueil très chaleureux et disponible. - Le fonctionnement des équipements. - Le respect du port de l'uniforme sur les trois sites. - La clarté des parcours de visite des trois sites. 	

<p>08 septembre 2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le respect du port de l'uniforme sur les trois sites. - La clarté des parcours de visite des trois sites. - Le fonctionnement des équipements. 	<ul style="list-style-type: none"> - L'accueil chaleureux et personnalisé (proposition du billet combiné).
--------------------------	--	---

b. Enquêtes Téléphoniques

Les sites de Nîmes ont fait l'objet de 4 enquêtes téléphoniques entre avril et octobre 2019. Chaque enquête téléphonique porte sur un thème différent.

Visite d'une famille :

Enquête Téléphonique Famille	
Site : Date : Heure : Enquêteur :	
Présentation : "Je viens avec ma famille et souhaiterais connaître les animations proposées ?" ou "Le site est-il accessible pour les enfants ?" ou "Le site est-il accessible aux personnes à mobilité réduite ?" CHANGER d'histoire pour chaque site.	
1. Qualité des informations (sur 2)	Points
1. Qualité des réponses apportées aux demandes <input type="checkbox"/> Très satisfaisante (précisions, détails, etc.) <input type="checkbox"/> Non satisfaisante (questions laissées sans réponses, réponses erronées, ...)	
2. Précision des informations données <input type="checkbox"/> Tante (père, enfant, handicapé, ...) <input type="checkbox"/> Activités / Ateliers <input type="checkbox"/> Audioguides <input type="checkbox"/> Animations en cours <input type="checkbox"/> Possibilités, locaux roulants. <input type="checkbox"/> Possibilité de déposer du matériel	
2. Qualité de l'appel (sur 8)	Dur = 1 / Non = 0
1. Identification de l'institution et phrase d'accueil.	
2. L'enquêteur est dirigé vers le bon interlocuteur dès le 1er appel. En cas d'absence ou de transfert, l'interlocuteur a remercié d'avoir posé la question.	
3. Amabilité de l'hôtesse, voix "souriante", ton chaleureux et positif.	
4. Disponibilité de l'hôtesse, concentration sur l'appel.	
5. Débit clair, ni trop lent, ni trop rapide.	
6. Langage, politesse, adaptation du vocabulaire face à l'interlocuteur.	
7. Positivisme de l'hôtesse, solution de rechange en cas de complication ou de réponse négative à une question.	
8. A la fin de l'appel, l'interlocuteur a demandé à l'enquêteur s'il avait d'autres questions, puis l'a salué avant de raccrocher.	
TOTAL ENQUETE FAMILLE	0 / 10
Commentaires :	

Barème des appréciations
 10/10 : Excellent
 Entre 8/10 et 9/10 : Satisfaisant
 Entre 6/10 et 7/10 : Moyen
 Moins de 6/10 : Insuffisant, à améliorer rapidement !
 Faute à 0/10

Visite d'une famille anglophone :

Enquête Téléphonique Famille Anglophone	
Site : Date : Heure : Enquêteur :	
Présentation : Hello, I am on holiday with my children. I'd like to get some information about the site. Could you please help me to prepare my trip ? (CHANGER d'histoire pour chaque site)	
1. Qualité des informations (sur 2)	Points
1. Qualité des réponses apportées aux demandes <input type="checkbox"/> Very satisfactory (Complete and clear information) <input type="checkbox"/> Unsatisfactory (Incomplete or wrong explanations)	
2. Informations données <input type="checkbox"/> Father (reduced or family special rates) <input type="checkbox"/> Animations, workshops <input type="checkbox"/> Temporary exhibition <input type="checkbox"/> Guided tours, audioguides <input type="checkbox"/> Wheelchairs, pushchair <input type="checkbox"/> Picnic area, restaurants	
2. Qualité de l'appel (sur 8)	Dur = 1 / Non = 0
1. Identification de l'institution et phrase d'accueil.	
2. L'enquêteur est dirigé vers le bon interlocuteur dès le 1er appel. En cas d'absence ou de transfert, l'interlocuteur a remercié d'avoir posé la question.	
3. Amabilité de l'hôtesse, voix "souriante", ton chaleureux et positif.	
4. Disponibilité de l'hôtesse, concentration sur l'appel.	
5. Débit clair, ni trop lent, ni trop rapide.	
6. Langage, politesse, adaptation du vocabulaire face à l'interlocuteur.	
7. Positivisme de l'hôtesse, solution de rechange en cas de complication ou de réponse négative à une question.	
8. A la fin de l'appel, l'interlocuteur a demandé à l'enquêteur s'il avait d'autres questions, puis l'a salué avant de raccrocher.	
TOTAL ENQUETE FAMILLE ANGLOPHONE	0 / 10
Commentaires :	

Barème des appréciations
 10/10 : Excellent
 Entre 8/10 et 9/10 : Satisfaisant
 Entre 6/10 et 7/10 : Moyen
 Moins de 6/10 : Insuffisant, à améliorer rapidement !
 Faute à 0/10

Visite scolaire :

Enquête Téléphonique Visite Scolaire	
Site:	
Date:	
Heure :	
Enquêteur:	
Présentation: Est-ce qu'il est possible de réserver pour un groupe d'enfants avec quelques accompagnateurs ? Quelles sont les formules possibles, les conditions de réservation ? Et : Je suis professeur des écoles et je voudrais réserver pour un centre aéré. (CHANGER d'hôte/te pour chaque site)	
1. Qualité des informations (sur 2)	Points
1. Qualité des réponses apportées aux demandes	
<input type="checkbox"/> Très satisfaisante (précisions, détails, etc.)	1
<input type="checkbox"/> Non satisfaisante (questions laissées sans réponses, réponses erronées. .)	0
2. Précision des informations données	
<input type="checkbox"/> Tarifs de groupe	<input type="checkbox"/> Lieu où plaquer / déposer
<input type="checkbox"/> Tarifs accompagnateurs	<input type="checkbox"/> Activités / ateliers
<input type="checkbox"/> Modalités de réservation	<input type="checkbox"/> Proposition de documents de préparation
	1
	0
2. Qualité de l'appel (sur 8)	Oui = 1 / Non = 0
1. Identification de l'institution et phrase d'accueil.	
2. L'enquêteur est dirigé vers le bon interlocuteur dès le 1er appel. En cas d'attente ou de transfert, l'interlocuteur a remercié d'avoir patienté.	
3. Amabilité de l'hôtesse, voix souriante, ton chaleureux et positif.	
4. Disponibilité de l'hôtesse, concentration sur l'appel.	
5. Débit clair, ni trop lent, ni trop rapide.	
6. Langage, politesse, adaptation du vocabulaire face à l'interlocuteur.	
7. Positivisme de l'hôtesse, solution de rechange en cas de complication ou de réponse négative à une question.	
8. A la fin de l'appel, l'interlocuteur a demandé à l'enquêteur s'il avait d'autres questions, puis l'a salué avant de raccrocher.	
TOTAL ENQUETE VISITE SCOLAIRE	2 / 10
Commentaire :	
Barème des appréciations 10/10 : Excellent Entre 8/10 et 9/10 : Satisfaisant Entre 6/10 et 7/10 : Moyen Moins de 6/10 : Insuffisant, à améliorer rapidement ! Faible 0/10	

Organisation d'un séminaire ou d'une réception :

Enquête Téléphonique Séminaires / Réception	
Site:	
Date:	
Heure :	
Enquêteur:	
Présentation: Je voudrais organiser un séminaire / un séminaire / une réception (rencontres, congrès. .) pour ma famille / mon entreprise / des amis... Est-ce possible ? Pourquoi je n'ai pas des informations sur les formules que vous proposez ? / CHANGER d'hôte/te pour chaque site)	
1. Qualité des informations (sur 2)	Points
1. Qualité des réponses apportées aux demandes	
<input type="checkbox"/> Très satisfaisante (précisions, détails, etc.)	
<input type="checkbox"/> Non satisfaisante (questions laissées sans réponses, réponses erronées. .)	
2. Précision des informations données	
<input type="checkbox"/> Formules possibles	<input type="checkbox"/> Traiteur / équipement de projection.
<input type="checkbox"/> Activités possibles	<input type="checkbox"/> Tarifs
<input type="checkbox"/> Modalités de réservation	<input type="checkbox"/> Proposition d'envoi de la plaquette.
2. Qualité de l'appel (sur 8)	Oui = 1 / Non = 0
1. Identification de l'institution et phrase d'accueil.	
2. L'enquêteur est dirigé vers le bon interlocuteur dès le 1er appel. En cas d'attente ou de transfert, l'interlocuteur a remercié d'avoir patienté.	
3. Amabilité de l'hôtesse, voix "souriante", ton chaleureux et positif.	
4. Disponibilité de l'hôtesse, concentration sur l'appel.	
5. Débit clair, ni trop lent, ni trop rapide.	
6. Langage, politesse, adaptation du vocabulaire face à l'interlocuteur.	
7. Positivisme de l'hôtesse, solution de rechange en cas de complication ou de réponse négative à une question.	
8. A la fin de l'appel, l'interlocuteur a demandé à l'enquêteur s'il avait d'autres questions, puis l'a salué avant de raccrocher.	
TOTAL ENQUETE SEMINAIRES / RECEPTION	0 / 10
Commentaire :	
Barème des appréciations 10/10 : Excellent Entre 8/10 et 9/10 : Satisfaisant Entre 6/10 et 7/10 : Moyen Moins de 6/10 : Insuffisant, à améliorer rapidement ! Faible 0/10	

i. Résultats 2019

Les Arènes de Nîmes, la Maison Carrée et la Tour Magne obtiennent la moyenne de 9,0/10.

Date de l'enquête téléphonique	Thème de l'enquête	Note globale	Appréciation de l'enquête
29 juillet 2019	Visite en famille	10/10	Excellent
02 août 2019	Visite d'une famille anglophone	8/10	Satisfaisant
26 août 2019	Séminaire / Réception	8/10	Satisfaisant
30 août 2019	Visite scolaire	10/10	Excellent

ii. Points positifs et axes d'amélioration

Date et thème de l'enquête	Points positifs	Axes d'amélioration
29 juillet 2019 Visite en famille	<ul style="list-style-type: none"> - La clarté des réponses apportées - L'amabilité et la politesse de l'interlocutrice - Le respect du cadre de l'appel 	
02 août 2019 Visite d'une famille anglophone	<ul style="list-style-type: none"> - La politesse de l'interlocutrice. - La précision des réponses apportés aux questions 	<ul style="list-style-type: none"> - Le respect du cadre de l'appel (demander si l'interlocuteur a d'autres questions, et saluer avant de raccrocher)
26 août 2019 Séminaire / Réception	<ul style="list-style-type: none"> - Le respect de la forme d'un appel (identification de l'Institution, phrase d'accueil) - La disponibilité de l'interlocutrice. - La proposition d'une solution face à une réponse négative. 	
30 août 2019 Visite scolaire	<ul style="list-style-type: none"> - Le respect de la forme d'un appel (identification de l'Institution, phrase d'accueil, conclusion) - L'amabilité et la politesse de l'interlocutrice. - La qualité des réponses apportées aux demandes. 	

c. Enquêtes Mails

Les Arènes de Nîmes, la Maison Carrée et la Tour Magne a fait l'objet de 3 enquêtes mails entre avril et octobre 2019. Chaque enquête mail porte sur un thème différent.

i. Résultats 2019

Les sites de Nîmes obtiennent la moyenne de 9,3/10.

Date de l'enquête mail	Thème de l'enquête	Note globale	Appréciation de l'enquête
15 juillet 2019	Animations	10/10	Excellent
20 août 2019	Séminaire / Réception	10/10	Excellent
30 août 2019	Groupes / Scolaires	8/10	Satisfaisant

ii. Points positifs et axes d'amélioration

Date et thème de l'enquête	Points positifs	Axes d'amélioration
15 juillet 2019 Animations	<ul style="list-style-type: none">- La qualité et précision des informations données.- La politesse du correspondant.- La transmission d'information (lien du site internet).	
20 août 2019 Séminaire / Réception	<ul style="list-style-type: none">- La rapidité de la réponse.- La qualité de la réponse.- La proposition d'une solution.- La transmission du lien du site web.	
30 août 2019 Groupes / Scolaires	<ul style="list-style-type: none">- La rapidité de la réponse.- La politesse de l'interlocutrice.- Le respect du cadre mail.	<ul style="list-style-type: none">- La transmission des documents accompagnant la réponse.

d. Tripadvisor

Les Arènes de Nîmes obtiennent la moyenne de 4,5 sur Tripadvisor. La Maison Carrée et la Tour Magne reçoivent chacun la moyenne de 4.

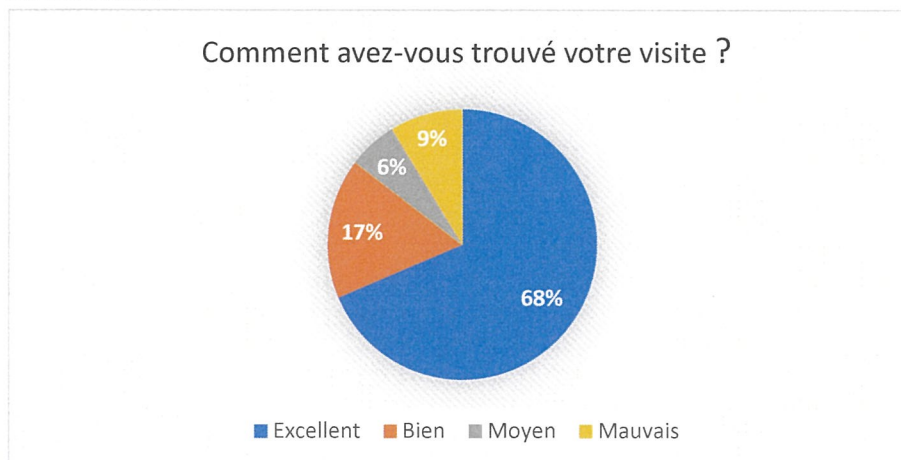
Décompte des commentaires	NAR	NMC	NTM	Nîmes TOTAL	% TOTAL 2019
EXCELLENT	311	102	54	467	50%
TRES BON	148	104	83	335	36%
MOYEN	40	38	21	99	11%
MEDIOCRE	12	7	2	21	2%
HORRIBLE	7	1	2	10	1%
TOTAL	518	252	162	932	

Réponses aux commentaires	NAR	NMC	NTM	Nîmes Total	
Commentaire Médiocre		12	7	2	21
Réponses du site		12	7	2	21
<i>dont réponses sous 24h/48h</i>		<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Commentaire Horrible		7	1	2	10
Réponses du site		7	1	2	10
<i>dont réponses sous 24h/48h</i>		<i>3</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>3</i>
Taux de réponse		100%	100%	100%	100%

e. Livres d'Or

Entre le 1^{er} janvier et le 30 septembre 2019, il y a eu 4079 participations au livre d'or.

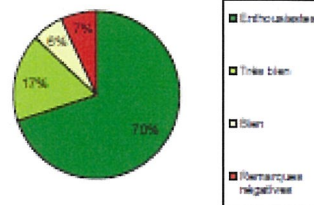
Arènes de Nîmes :



Site : NAR	Analyse des livres d'or
------------	-------------------------

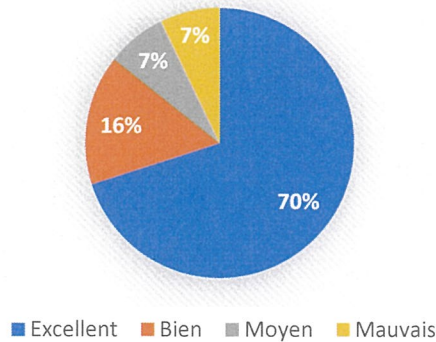
Origine des auteurs des messages :		Visiteurs du 01/01 au 28/08	
Nombre de pages :	581		
Messages Inscrits	5036		
DONT :			
Français	1721	34,2%	
Etrangers	3226	64,1%	
Exploitable	4463	88,6%	
CONTENU :			
Remarques positives	4157	93,1%	
Enthousiastes	3122	70,0%	
Très bien	756	17,0%	
Bien	277	6,2%	
Remarques négatives	306	6,9%	
Total remarques :	4463	100,0%	

Remarques exprimées sur les remarques totales



	Remarques positives			Remarques négatives			Totaux	
	Nombre	Part du nombre total de remarques	Part du nombre de remarques positives	Nombre	Part du nombre total de remarques	Part du nombre de remarques négatives	Nombre	Part du nombre total de remarques
Personnel :	14	0,3%	0,3%	7	0,2%	2%	21	0,5%
Amabilité / sourire	10	0,2%	0,2%	5	0,11%	2%		
Tenue	-			-				
Efficacité / Rapidité	4	0,1%	0,1%	2	0,04%	1%		
Le site :	104	2,3%	2,5%	73	1,6%	24%	177	4,0%
Renseignements sur le site	-			-				
Horaires	-			-				
Billetterie	-			-				
Conservation du site	99	2,2%	2,4%	23	0,52%	0,55%		
Propreté	1	0,0%	0,0%	3	0,1%	0,07%		
Toilettes	-			3	0,07%	0,07%		
Points d'eau et distributeurs	-			-				
Accessibilité (handicapés, poussettes)	2	0,0%	0,0%	34	0,8%	0,8%		
Aménagements / concerts	2	0,0%	0,0%	10	0,2%	0,2%		
Jardin général	-			-				
Wifi	-			132	3,0%	3,2%		
La visite :	3 978	89,1%	95,7%	132	3,0%	43%	4110	92,1%
Audioguides	48	1,1%	1,2%	26	0,6%	9%		
Signalétique et Informations texte	-			21	0,5%	7%		
Pédagogique, enrichissant	334	7,5%	8,0%	12	0,3%	4%		
Durée de la visite	1	0,0%	0,0%	8	0,2%	3%		
Groupes/conférenciers/visite guidée	101	2,3%	2,4%	3	0,1%	1,0%		
Visite partielle	-			-				
Scénographie	1	0,0%	0,0%	6	0,1%	2%		
Qualité collections, visite, site...	3 493	78,3%	84,0%	54	1,2%	18%		
Animations :	55	1,2%	1,3%	49	1,1%	16%	104	2,3%
Général	4	0,1%	0,1%	37	0,8%	12%		
Chasse aux énigmes	26	0,6%	0,6%	7	0,2%	2%		
Films	-			-				
Fête des Roses	5	0,1%	0,1%	-				
Journée des Peintres	20	0,4%	0,5%	5	0,1%	2%		
Journée du patrimoine	-			-				
Jeux d'eau musicaux	-			2	0,0%	1%		
Boutique :	-			-				
Cadre, localisation	-			1	0,0%	0,3%		
Choix / qualité des produits	-			-				
Prix	-			1	0,0%	0,3%		
Personnel	106	2,4%	2,5%	4	0,1%	1,3%		
Restaurant/caféteria :	1	0,0%	0,0%	2	0,0%	0,7%	3	0,1%
Cadre/localisation	-			-				
Personnel	1	0,0%	0,0%	2	0,0%	0,7%		
Choix / qualité des produits	-			-				
Prix	4	0,1%	0,1%	39	0,9%	12,7%		

Comment avez-vous trouvé votre visite ?

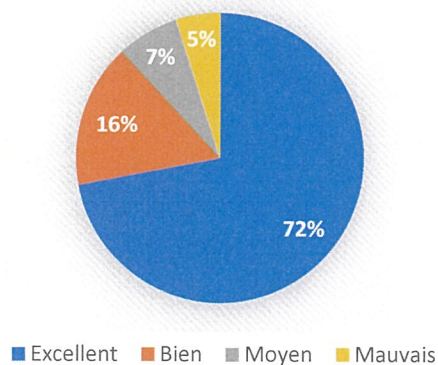


Site : NMC	Analyse des livres d'or
------------	-------------------------

Origine des auteurs des messages :		Visiteurs du 01/01/2019 au 28/08/2019		Remarques exprimées sur les remarques totales
Nombre de pages	56			
Messages inscrits	476			
DONT :				
Français	164	34,5%		
Etrangers	312	65,5%		
Exploitable	418	87,8%		
CONTENU :				
Remarques positives	389	92,8%		
Enthousiastes	293	70,1%		
Très bien	65	15,8%		
Bien	30	7,2%		
Remarques négatives	30	7,2%		
Total remarques :	418	100,0%		

	Remarques positives			Remarques négatives			Totaux	
	Nombre	Part du nombre total de remarques	Part du nombre de remarques positives	Nombre	Part du nombre total de remarques	Part du nombre de remarques négatives	Nombre	Part du nombre total de remarques
Personnel :								
Amabilité / sourire	-							
Tenue	-							
Efficacité / Rapidité	-							
Le site :	1	0,2%	0,3%	6	1,4%	20%	7	1,7%
Renseignements sur le site	-							
Horaires	-			1	0,2%	0,26%		
Billetterie	-							
Conservation du site	-			2	0,48%	0,52%		
Propreté	-							
Toilettes	-							
Points d'eau et distributeurs	-							
Accessibilité (handicapés, poussettes)	-			1	0,2%	0,3%		
Aménagements / concerts	1	0,2%	0,3%	2	0,5%	0,5%		
Jardin général	-							
Wifi	-							
La visite :	363	86,8%	93,6%	9	2,2%	30%	372	89,0%
Audioguides	-							
Signalétique et informations texte	-			4	1,0%	13%		
Pédagogique, enrichissant	65	15,6%	16,8%	1	0,2%	3%		
Durée de la visite	1	0,2%	0,3%	2	0,5%	7%		
Groupes/conférenciers/visite guidée	-							
Visite partielle	-							
Scénographie	-							
Qualité collections, visite, site...	297	71,1%	76,5%	2	0,5%	7%		
Animations :	24	5,7%	6,2%	15	3,6%	50%	39	9,3%
Général	-							
Films	24	5,7%	6,2%	15	3,6%	50%		
Chasse aux énigmes	-							
Journée du patrimoine	-							

Comment avez-vous trouvé votre visite ?



Site : NTM		Analyse des livres d'or	
Origine des auteurs des messages : Visiteurs du 01/01/2019 au 28/08/2019			
Nombre de pages :	145		
Messages inscrits	1316		
DONT :			
Français	492	37,4%	
Etrangers	492	37,4%	
Exploitable	1209	91,9%	
CONTENU :			
Remarques positives	1156	85,8%	
Enthousiastes	873	72,2%	
Très bien	198	16,4%	
Bien	65	7,0%	
Remarques négatives	63	4,4%	
Total remarques :	1200	100,0%	

Remarques exprimées sur les remarques totales

- Enthousiastes
- très bien
- bien
- Remarques négatives

	Remarques positives			Remarques négatives			Totaux	
	Nombre	Part du nombre total de remarques	Part du nombre de remarques positives	Nombre	Part du nombre total de remarques	Part du nombre de remarques négatives	Nombre	Part du nombre total de remarques
Personnel :	3	0,2%	0,3%	6	0,5%	11%	9	0,7%
Amabilité / sourire	3	0,2%	0,3%	-	-	-	-	-
Tenue	-	-	-	-	-	-	-	-
Efficacité / Rapidité	-	-	-	8	0,50%	11%	-	-
Le site :	12	1,0%	1,0%	26	2,2%	49%	38	3,1%
Renseignements sur le site	-	-	-	2	0,2%	0,17%	-	-
Horaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Billetterie	-	-	-	-	-	-	-	-
Conservation du site	9	0,7%	0,8%	1	0,08%	0,09%	-	-
Propreté	1	0,1%	0,1%	6	0,4%	0,43%	-	-
Toilettes	-	-	-	1	0,08%	0,09%	-	-
Points d'eau et distributeurs	-	-	-	-	-	-	-	-
Accessibilité (handicapés, poussettes)	1	0,1%	0,1%	17	1,4%	1,5%	-	-
Aménagements / concerts	1	0,1%	0,1%	-	-	-	-	-
Jardin général	-	-	-	-	-	-	-	-
Wifi	-	-	-	-	-	-	-	-
La visite :	1 141	94,4%	98,7%	13	1,1%	25%	1154	95,3%
Audioguides	-	-	-	-	-	-	-	-
Signalétique et informations texte	2	0,2%	0,2%	4	0,3%	8%	-	-
Pédagogique, enrichissant	40	3,3%	3,5%	1	0,1%	2%	-	-
Durée de la visite	-	-	-	1	0,1%	2%	-	-
Groupes/conférenciers/visite guidée	-	-	-	-	-	-	-	-
Visite partielle	-	-	-	-	-	-	-	-
Scénographie	-	-	-	-	-	-	-	-
Qualité collections, visite, site...	1 099	90,9%	95,1%	7	0,6%	13%	-	-
Animations :	-	-	-	-	-	-	-	-
Général	-	-	-	-	-	-	-	-
Chasse aux énigmes	-	-	-	-	-	-	-	-
Films	-	-	-	-	-	-	-	-
Journée du patrimoine	-	-	-	-	-	-	-	-

f. Synthèse

La clarté du parcours de visite et l'amabilité de l'accueil caractérisent les sites de Nîmes. Une vigilance particulière devra être apportée en 2020 à la propreté sur chacun des trois sites.