



LA COMPAGNIE
DU DRAGON



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2021

ÉDITO

Arrivé en novembre 2019, le Dragon de Calais enchante les petits et les grands offrant son spectacle au gré des paysages de notre flamboyant front de mer totalement réinventé.

Ce projet né de synergies, imaginé pour changer l'image de la ville et mettre en lumière les travaux de mutation urbaine, a vu cette année se tenir l'inauguration de la seconde étape de rénovation du front de mer. "Calais LA Plage" permet à toutes et tous, habitants comme touristes, de flâner, profiter des nombreuses activités de loisirs, sportives, ludiques, tout au long du parcours du Dragon de Calais, savamment intégré comme œuvre d'art et de culture dans la vie de la plage.

L'ensemble des efforts menés par la municipalité pour changer la ville paie, l'activité économique se développe, le commerce de centre-ville redémarre et de nouveaux établissements ouvrent leurs portes.

En fin d'année 2020, la ville se voyait classée par arrêté préfectoral en station de tourisme, en octobre 2021 le projet Dragon de Calais recevait le trophée des Entreprises Publiques Locales dans la catégorie attractivité pour sa qualité et son originalité. La campagne de communication Calais LA Plage est lauréate du Grand Prix Cap Com 2021 dans la catégorie Attractivité et Marketing Territorial.

Malgré une année 2021 encore marquée par la crise du Covid 19, la ville continue à avancer, brille par ses projets et construit un avenir inscrit dans les défis du XXI^e siècle. Les machines, s'élèvent déjà comme l'un des symboles de cette stratégie et offrent à tout un chacun la possibilité de s'approprier l'histoire de notre ville.



**Natacha
BOUCHART**

Maire de Calais

Présidente
Grand Calais
Terres & Mers

Vice-Présidente
Région
Hauts-de-France



**Pascal
PESTRE**

Président de la
SPL Grand Calais
Tourisme et Culture

Adjoint délégué
à l'attractivité du
territoire et au
tourisme de la
ville de Calais

MOT DU PRÉSIDENT

L'année 2021 a été marquée, comme la précédente, par l'épidémie de Covid 19. Après une première longue fermeture se sont succédées des périodes imposant des contraintes fortes, jauges, port du masque, désinfection des mains et des gardes corps des équipements, contrôle du pass sanitaire, et des périodes avec des règles assouplies... À chaque fois les équipes de la Compagnie du Dragon ont su s'adapter pour offrir aux touristes et aux visiteurs les meilleures conditions d'accueil.

Malgré toutes ces contraintes qui ont pesé sur le personnel et les visiteurs, l'engouement pour nos machines ne se dément pas. Les gens viennent de toute la France et de l'étranger pour profiter du spectacle qui s'offre à eux.

Ils étaient d'ailleurs nombreux en juillet, certains parlent de plus de 40 000 personnes, à venir découvrir le spectacle imaginé par la Compagnie La Machine, complété pour le final du 14 juillet par un merveilleux feu d'artifice composé par Pierre de Mequenem. Le succès de ce spectacle a aussi été le fruit du travail des machinistes de la Compagnie du Dragon qui ont assuré brillamment le pilotage de notre saurien durant tout le spectacle sous la direction artistique de François Delaroziere, confirmant leur statut de dignes héritiers du savoir-faire si unique qu'est celui du théâtre en milieu urbain.

Même si cette année fut tronquée avec une fermeture de près de 5 mois, elle a tout de même été riche et a permis de confirmer l'attrait pour le Dragon de Calais, l'Iguane Sentinelle et nos équipements, ainsi que pour la station touristique calaisienne.

En espérant que l'année 2022 permettra d'en finir avec l'épidémie et de reprendre une vie aussi proche que possible de la normale pour perpétuer l'histoire écrite pour notre ville.



1

LA SPL GRAND CALAIS TOURISME ET CULTURE p. 08

Vie sociale et organisation	p. 10
Missions et service délégué	p. 12
Responsabilité sociétale	p. 14

2

FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE p. 16

Chronologie et vue d'ensemble	p. 18
Temps forts de l'exercice	p. 20

3

FONCTIONNEMENT ET EXPLOITATION p. 24

Voyages et billetterie	p. 26
Boutique / Concept store	p. 28
Restaurant et bar	p. 30
Technique et maintenance	p. 32
Médiation et action culturelle	p. 34
Communication et marketing	p. 36
Expérience et satisfaction client	p. 38

4

SYNTHÈSE ET PERSPECTIVES p. 40

Synthèse	p. 42
Plans stratégiques	p. 44





LA SPL GRAND CALAIS TOURISME ET CULTURE

VIE SOCIALE ET ORGANISATION

La Société Publique Locale Grand Calais Tourisme et Culture (La Compagnie du Dragon) a été créée à l'initiative de la Ville de Calais et de la Communauté d'Agglomération Grand Calais Terres et Mers pour mettre en œuvre un vaste projet urbain et artistique imaginé par François Delarozier spécifiquement pour le territoire. Ce vaste projet s'inscrit dans une démarche globale de redynamisation touristique, économique et culturelle de la commune, au côté d'autres projets comme par exemple la requalification du front de mer.

Capital social

Capitalisée à hauteur de 1,3 millions d'euros, l'actionnariat de la SPL est exclusivement public : la Ville de Calais détient 75 % des actions et la Communauté d'Agglomération Grand Calais Terres et Mers détient 25% des actions.

Vie sociale

Le Conseil d'Administration s'est réuni à 4 reprises en 2021 : le 21 janvier, le 12 mai, le 30 septembre et le 3 décembre.

L'Assemblée Générale Ordinaire s'est réunie le 26 mai :

- Approbation du rapport d'activité et du rapport de gestion ;
- Approbation des comptes de l'exercice 19-20 et affectation du résultat ;
- Lecture du rapport du commissaire aux comptes, approbation des conventions réglementées.

L'Assemblée Générale Extraordinaire s'est tenue le même jour pour ratifier la décision de transfert du siège social.

Le Conseil d'Administration est composé de 9 élus de la ville de Calais et de 3 élus de la Communauté d'Agglomération Grand Calais Terres et Mers.

Président :

M. Pascal PESTRE

Administrateurs ville de Calais :

Mme Natacha BOUCHART
M. Pascal PESTRE
M. Dominique DARRE
M. Laurent LENOIR
M. Gérard GREMAT
Mme Michèle DUCLOY
M. Jean-Philippe LANNON
Mme Nicole HEUX
M. Pierre LECLER

Administrateurs Grand Calais Terres et Mers

M. Guy ALLEMANT
M. Michel HAMY
Mme Corinne NOEL

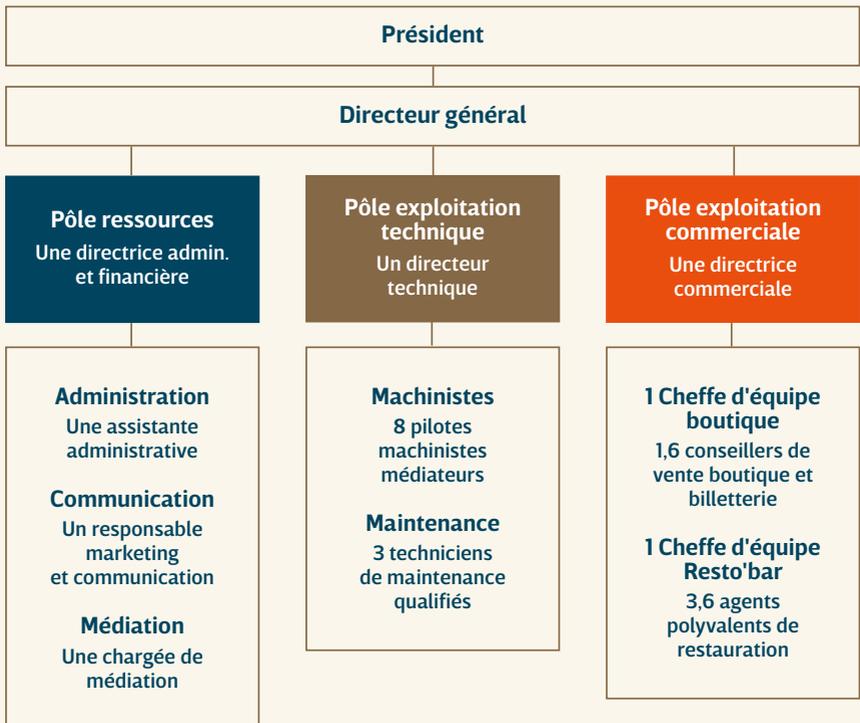
Organigramme de l'entreprise

La Compagnie du Dragon s'appuie sur une équipe permanente de 26 personnes répartie sur 3 pôles d'exploitation : technique, commerciale et support.

Afin d'en assurer le pilotage, Jean-Philippe JAVELLO a été nommé Directeur Général en Avril 2019 et assure le mandat social de la société.

ORGANIGRAMME DE LA SOCIÉTÉ

▼ FIGURE 1



MISSIONS ET SERVICE DÉLÉGUÉ

Le contrat de délégation de service public

La Société Publique Locale Grand Calais Tourisme & Culture est attributaire d'une Délégation de Service Public conclue pour une durée de quinze années. Dans le cadre de cette DSP elle exploite le Dragon de Calais, l'Iguane Sentinelle, le Resto-Bar l'Antre du Dragon et une boutique de produits dérivés. L'ensemble des machines et bâtiments reste la propriété de la Ville de Calais qui lui en délègue la gestion et l'exploitation.

Celle-ci met tous les moyens en œuvre pour assurer l'équilibre des comptes de son exploitation. Elle est rémunérée par les résultats d'exploitation du service délégué et en supporte l'ensemble des dépenses. Une compensation financière pour la mise en œuvre des obligations de service public est accordée par le délégant dans le respect de la réglementation européenne et nationale.

Avenant

La SPL a souhaité la révision de ce contrat de délégation compte tenu du décalage des différentes phases de livraisons des équipements et des machines et des contraintes d'exploitation techniques du Dragon de Calais

expérimentées sur les 18 mois d'activités. Les modifications dans l'exécution de cette délégation de service public concernent la révision de six articles et trois annexes et portent principalement sur :

- La précision du calcul de la compensation financière exceptionnelle pour les besoins du délégant ;
- Le calcul du montant et de la révision de la compensation financière annuelle et les modalités de versement de cette compensation ;
- La mise à jour du calendrier prévisionnel de la mise à disposition des machines et des aménagements ;
- La mise à jour du Compte d'exploitation prévisionnel et indicateurs d'activité ;
- La mise à jour des équipements et machines mis à disposition.

Le Conseil Municipal de la Ville de Calais du 14 septembre 2021 a approuvé les termes de l'avenant qui a été signé le 10 octobre 2021.



Budget de l'exercice

Le budget prévisionnel a été fixé à 1 857 254 euros pour l'exercice 2021. Le compte de résultat laisse apparaître : 1 831 774 euros de recettes et 1 826 488 € de dépenses. La méthode de calcul de la compensation définitive versée par la Ville pour assurer le service public délégué permet, cette année, de présenter un résultat d'exploitation excédentaire de 5 285 €.

Si la période de fermeture liée à la crise sanitaire a généré une perte de chiffre d'affaires, elle a également entraîné une baisse des charges et l'encaissement de subventions (notamment les aides au paiement des cotisations sociales).

RÉPARTITION PRODUITS ET CHARGES 2021

Produits



- Vente de marchandises (17%)
- Billetterie et ateliers (10%)
- Compensation financière (66%)
- Subventions d'exploitation (dont aides Covid) (6%)
- Transfert de charges, produits divers (1%)

Charges



- Achat de marchandises vendues (9%)
- Achat et charges externes (34%)
- Charges de personnel (49%)
- Impôts et taxes (1%)
- Amortissements et provisions (6%)
- Autres charges (1%)

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

Une politique d'achats responsable

La Compagnie du Dragon privilégie les entreprises locales et les circuits courts que ce soit pour la maintenance du Dragon ou pour l'approvisionnement du restaurant-bar-café. C'est notamment dans le cadre d'un appel à projet mis en place au démarrage de l'entreprise qu'est né le projet de la bière Dragon de Calais. La recette et le brassage de cette bière sont le fruit du travail d'un calaisien, Vincent Nagot, qui utilise pour ce faire les installations de la Brasserie du Pays Flamand.

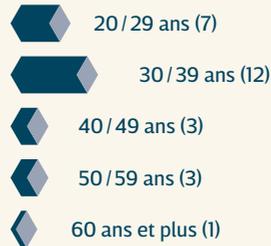
À noter dans un registre plus technique que l'huile hydraulique utilisée par le Dragon est une huile bio qui offre une excellente tenue dans le temps, limitant ainsi les vidanges et la pollution en cas de déversement accidentel.



CHIFFRES CLÉS RESSOURCES HUMAINES

▼ FIG.3

Répartition des salariés par tranche d'âge



Répartition des salariés par sexe



Répartition des salariés par pôle



Contribution à la formation des jeunes

Cette année encore la Compagnie du Dragon s'est impliquée dans l'insertion des jeunes en milieu professionnel en accueillant des stagiaires.

La variété des métiers au sein de la Compagnie permet de répondre à des demandes de stage très variées allant du stage d'observation pour des collégiens jusqu'au stage tutoré.

Grace, Louis, Julie, Josette, Devlon, Julien et Robin ont ainsi rejoint nos rangs pendant quelques temps.

Grace s'est vu confier la mise en place d'un anémomètre afin de pouvoir mesurer la force du vent depuis le balcon situé sur le dos du Dragon. Ce stage lui a permis de valider son année de DUT Génie électrique et informatique industrielle auprès de l'Université de l'ULCO.

Notre responsable communication a pu accueillir Louis pendant 8 semaines pour lui faire découvrir les ficelles du métier : accueil de presse, stratégie de communication puis rédaction, développement et diffusion publicitaire.

Julie et Josette sont venues renforcer l'équipe de médiation pendant 6 semaines afin de travailler sur le développement de contenus pour les individuels et les scolaires. Elles ont ainsi pu valider leur titre professionnel de guide accompagnateur touristique auprès de l'AFPA de Calais.

En préparation de son diplôme dans les métiers de l'hôtellerie restauration, Devlon nous a sollicité afin de pouvoir réaliser 3 semaines d'immersion au sein de notre resto bar.

Nous avons également reçu Julien au bar (4 semaines) envoyé par La Mission Locale de Saint-Omer dans le cadre de sa période de mise en situation professionnelle.

Enfin, nous avons accueilli Marius et Robin, deux jeunes collégiens, pour leur séquence d'observation de 3e provenant respectivement du collège Saint-Pierre de Calais et du collège Saint-Jude d'Armentières.

A l'issue de leur période de stage, Grace, Julie, Josette et Louis se sont tous trois positionnés afin d'obtenir un poste saisonnier. Ils ont ainsi prolongé leur aventure à nos côtés pendant quelques temps. L'occasion pour chacun d'entre eux d'acquérir une nouvelle expérience professionnelle.

Recrutement

La politique de recrutement mise en œuvre au sein de la structure vise à trouver un équilibre entre les collaborateurs juniors et expérimentés d'une part, et entre les hommes et les femmes d'autre part.

En 2021, trois collaborateurs permanents ont quitté l'entreprise, remplacés par trois nouveaux salariés en CDI. Dix-huit personnes ont été embauchées dans le cadre de contrats à durée déterminée (saisonnier, surcroît d'activité, remplacement) et deux personnes en intérim. Huit stagiaires ont également été accueillis au sein de la structure.

Plan de formation

Le plan de formation se poursuit en 2021 : habilitation électrique, formation management et formation métiers ont été mis en place.

A large crowd of people is gathered at a festival during sunset. In the foreground, a person in a blue shirt is holding up a smartphone to take a photo. To the right, a large, ornate dragon float is visible, illuminated by warm lights. The sky is a mix of orange, pink, and purple. A large orange number '2' is overlaid on the left side of the image.

2

**FAITS MARQUANTS
DE L'EXERCICE**



CHRONOLOGIE ET VUE D'ENSEMBLE

03

janvier

Démarrage de la maintenance annuelle du Dragon de Calais pour 6 semaines.

13

février

Report de l'ouverture de saison en attente des recommandations gouvernementales.

19

mai

Ouverture de la saison 2021 de la Compagnie du Dragon et reprise des voyages à bord du Dragon de Calais.

19

juin

Lancement des "Rendez-vous de l'été" en restaurant avec happy-hours le vendredi, barbecue le samedi et brunch le dimanche.

Nouveaux horaires de soirée en été avec des plages prolongées jusqu'à 22:00 les vendredis et samedis.



Janv.
à fév.

Opérations de maintenance annuelle du Dragon de Calais.



Juin à
sept.

Nouveaux rendez-vous en restaurant tout l'été : barbecues et brunchs.



Juillet

Spectacle inaugural de Calais La Plage



Déc.

Programmation hivernale avec les "Rendez-vous de l'hiver"

03

juillet

Lancement de la marque "Calais la Plage" avec un assortiment de produits conçus grâce au savoir-faire de la Compagnie du Dragon et ses équipes.

14

juillet

Spectacle inaugural du front de mer de Calais avec le concours du Dragon de Calais et des équipes machinistes de la Compagnie du Dragon.

17

juillet

Lancement de l'exploitation des voyages du Dragon de Calais sur sa voie dédiée jusqu'à Blériot plage et naissance des nouveaux arrêts et parcours.

30

nov.

Organisation de la semaine de l'Industrie en partenariat avec l'UIMM, AFPI Formations et la Fabrique Défi avec près de 300 visiteurs venus découvrir la réalité des métiers de l'industrie autour de la conception du Dragon de Calais

04

déc.

Lancement des Rendez-vous de l'hiver, déclinaison des événements estivaux autour d'ateliers et temps forts en restaurant tout au long du mois de décembre.

20

déc.

Nocturne des "Rendez-vous de l'Hiver" qui accueille 2500 visiteurs sur le premier week-end de vacances scolaires.

TEMPS FORTS DE L'EXERCICE

Réouverture

Pour la seconde année consécutive l'exploitation du Dragon de Calais a été fortement impactée par la crise sanitaire de la Covid 19. L'ensemble des activités est resté fermé du 1er janvier jusqu'à la mi-mai date à laquelle les activités ont pu reprendre progressivement :

Reprise des voyages en Dragon

Du 19 mai au 21 juin : reprise des voyages en Dragon avec une jauge à 25 passagers.

Du 21 juin au 2 juillet : la jauge passe de 25 à 32 personnes.

À partir du 2 juillet : jauge à 48 personnes, le Dragon voyage du mardi au dimanche.

Du 11 au 16 juillet 2021 : privatisation du Dragon par la ville de Calais pour le spectacle inaugural du front de mer.

17 juillet : début des voyages sur la totalité du nouveau front de mer "Calais la Plage".

Réouverture du Resto'Bar et de la Boutique

Du 19 mai au 9 juin : ouverture du resto'Bar uniquement sur la terrasse

Du 3 juillet au 29 août : ouverture d'une boutique éphémère sur la placette événementielle.

Les Rendez-vous de l'été

Cette année a permis le développement de nouveaux axes de communication avec pour objectif la dynamisation de la fréquentation sur site et/ou d'augmenter le temps de visite et le panier moyen. 'Les Rendez-vous' de l'Été ont été conçus et imaginés pour porter l'offre événementielle du restaurant. Trois nouveaux temps forts quadrillent la fin de semaine : les Happy-hours le vendredi, les barbecues le samedi et enfin le brunch le dimanche. Ce cadencement a été l'occasion d'inaugurer la grille horaire estivale qui prolonge l'ouverture de la Cité du Dragon de 20:00 à 22:00 les vendredis et samedis.



Le Spectacle inaugural du front de mer

La Ville de Calais a organisé avec la Compagnie La Machine le 13 et 14 juillet un spectacle afin d'inaugurer le nouvel aménagement du front de mer et plus particulièrement la voie dédiée au dragon. Malgré le contexte sanitaire le spectacle s'est déroulé dans de bonnes conditions et a accueilli plus de 40 000 visiteurs sur 2 jours.

La Compagnie du Dragon a été fortement impliquée dans ce spectacle puisque ce sont ses machinistes (Dragonniers) qui ont donné vie au dragon sous la direction artistique de François Delarozière et ses équipes, affirmant toujours plus le rôle capital de nos recrues dans la démarche de théâtre urbain de l'exploitation quotidienne.

Les Voyages du dragon sur le front de mer

À compter du samedi 17 juillet 2021, la Compagnie a débuté l'exploitation des voyages du Dragon de Calais sur son parcours complet longeant la digue Gaston Berthe. Les voyageurs peuvent ainsi choisir parmi six parcours en haute saison et trois en basse saison.

- De la *Cité du Dragon* en aller-retour pour permettre l'embarquement des PMR,
- De la *Cité du Dragon* au *Skate Park*,
- Du *Skate Park* à la *Promenade*,
- De la *Promenade* en aller-retour en passant par le point de vue de Blériot-Plage,
- De la *Promenade* au *Skate Park*,
- Du *Skate Park* à la *Cité du Dragon*.



PERFORMANCES
ESTIVALES 2021

▼ FIG.4

95%

Taux de remplissage des voyages
Dragon de Calais en juillet-août

195 346 €

Chiffre d'affaires HT
cumulé sur juillet et août



Trophée des Entreprises Publiques Locales

Lors du Congrès National des Entreprises Publiques Locales qui s'est tenu à Toulouse en octobre 2021, la Compagnie du Dragon s'est vue remettre le trophée des EPL dans la catégorie Tourisme, Culture Loisirs. Ce trophée récompense des projets particulièrement innovants ayant de forts impacts sur le développement territorial local. Le jury a notamment apprécié l'originalité de la démarche qui associe aménagement urbain, projet culturel et reconquête de l'image de la ville.

Les Rendez-vous de l'Hiver

La Compagnie du Dragon a organisé durant tout le mois de décembre des ateliers, des concerts, etc. L'ensemble de ce programme a connu son apogée le 18 décembre (date anniversaire de l'ouverture au public du Dragon de Calais) par une soirée festive. Après une retraite au flambeau animé par la rosalie de la Compagnie du Tire Laine, le public était invité à venir écouter des moments musicaux et des comptes pour enfants autour des bulles mises en place et animées par les musiciens et conteurs du Tire Laine. Le Dragon faisait son cabot au son de la musique tandis que les visiteurs profitaient du spectacle en dégustant boissons chaudes ou fraîches, gaufres, crêpes, marrons chauds autour des braseros installés pour l'occasion. Ce temps fort de l'hiver a vu passer dans la soirée un peu plus de 2 500 spectateurs.

Impact de la crise sanitaire

Cette année encore, la Compagnie a dû procéder à la modification du calendrier d'ouverture. Du 2 janvier au 18 mai 2021, 80 jours d'exploitation ont été supprimés pour un total de 400 voyages annulés en raison des mesures gouvernementales liées à la pandémie de Covid-19. Cela représente 27% des voyages prévus sur l'année.

L'activité a pu reprendre progressivement (jauge limitée sur le Dragon et au Resto'bar) pour revenir à une situation "normale" au 2 juillet 2021.

Des adaptations ont encore été nécessaires au gré des annonces de nouveaux protocoles sanitaires, à commencer par une jauge limitée à bord des voyages du Dragon de Calais du 19 mai au 2 juillet 2021. L'accès à l'essentiel de nos espaces a été possible sur présentation du pass sanitaire uniquement.





3



FONCTIONNEMENT ET EXPLOITATION



VOYAGES & BILLETTERIE

Visiteurs

Les tarifs de voyages en dragon sont votés en conseil municipal et sont restés les suivants pour la saison 2021 :

Adulte : 9,50 €
Enfant (4 à 11 ans) : 6,50 €
Moins de 4 ans : gratuit

Fréquentation

23 921 voyageurs ont embarqué à bord du Dragon de Calais entre le 19 mai et le 31 décembre 2021. Cela représente 814 voyages sur 151 jours d'ouverture. La billetterie des voyages a ainsi généré un chiffre d'affaires de 169 653 euros HT.

Taux de remplissage

Le taux de remplissage moyen est de 64% et de 95% durant les deux mois d'été, marquant pour ce nouvel exercice, un intérêt toujours présent des visiteurs et notamment des touristes pour le voyage en dragon.

Satisfaction

Les clients qui nous ont rendu visite sont très satisfaits. Notre note sur *Google* est de 4,6/5 avec 1908 avis. Quant à *Tripadvisor*, elle est de 4,5/5 sur un total de 26 avis.

Groupes et grands comptes

Réservations de groupe

Adultes : 7,50 €
Enfant de 0 à 12 ans : 5,00 €

L'accueil de groupe est resté largement impacté par la crise mais la proportion augmente puisqu'ils représentent aujourd'hui 20% de notre fréquentation contre 12% en 2020.

179 groupes ont été accueillis pour un total de 4811 passagers. Les groupes scolaires et centres aérés représentent 55% de l'ensemble des groupes.

Billetterie non datée (CSE et entreprises)

Adulte : 7,50 €
Enfant (4 à 11 ans) : 5,00 €
Moins de 4 ans : gratuit

Au total 10 clients ont commandé 1202 billets pour un chiffre d'affaires de 6 854,54 € HT. La nette diminution de ce canal de vente s'explique par la demande générale du secteur de proposer des échelonnements sur les dates de fin de validité des vouchers qui n'ont pu être commercialisés par les CSE sur les mois de fermeture.

Répartition des tarifs

- Adultes (61%)
- Enfants (33%)
- Gratuits (6%)



Répartition indiv. / groupes

80% des voyageurs
le sont à titre individuel

20% des voyageurs ont réservé
en groupe

Chiffre d'affaires

169 653 €

Chiffre d'affaires HT total billetterie



BOUTIQUE CONCEPT STORE

L'activité et les nouveautés

Au premier semestre 2021, les équipes commerciales restent mobilisées au service des clients grâce à la boutique en ligne lancée en décembre 2020 et à la présence de l'assortiment Dragon de Calais sur la plateforme « Mon shopping c'est Calais », avec des ventes à distance en France et en Europe mais aussi en « click and collect » pour la clientèle locale.

L'année 2021 voit l'arrivée en boutique de produits phares comme le CD et vinyle des musiques de Mino Malan, ainsi que le très attendu DVD du spectacle inaugural. La figurine du Dragon de Calais, également plébiscitée de la clientèle depuis 2019, est lancée à l'été. Son succès est immédiat avec pas moins de 300 exemplaires écoulés en dix jours.

PERFORMANCES BOUTIQUE 2021

▼ FIG. 7

Répartition du chiffre d'affaires par typologie de produits



- Produits à l'effigie du Dragon de Calais (54%)
- Achat-revente de produits (20%)
- Produits artisans locaux (16%)
- Produits Calais la Plage (10%)

ÉVOLUTION CA HT BOUTIQUE ▼ FIG. 8



Un catalogue de vente aux professionnels

La période de fermeture administrative imposée par la crise sanitaire a été mise à profit pour élaborer un catalogue de revente aux professionnels avec des conditions et tarifs dédiés, comportant les articles emblématiques phares du Dragon de Calais, permettant de générer un chiffre d'affaires complémentaire de 23 356 € hors taxes sur l'année et ainsi d'accroître la visibilité du projet à l'extérieur de la Cité du Dragon.

La naissance d'une marque de territoire

À l'été 2021, dans l'optique d'accompagner la stratégie d'attractivité de la Ville de Calais par le lancement de la station balnéaire, est née la marque de territoire « Calais LA Plage », produite par la Compagnie du Dragon pour l'Office de Tourisme Intercommunal, en étroite collaboration avec l'artiste illustrateur Stéphane Muntaner. Commercialisée lors des festivités de lancement du front de mer dans un chalet de la placette événementielle, la gamme de produits dérivés des illustrations de Stéphane Muntaner se veut ludique, vitaminée et abordable, à l'image de la station balnéaire.

Accessible et populaire, la gamme Calais LA Plage permet à la Compagnie de réaliser un chiffre d'affaires hors taxes de 18 573 €.

La bière Dragon de Calais, le best-seller

Le succès de la bière Dragon de Calais ne se dément pas, avec pas moins de 90 hectolitres produits en local à la Brasserie du Pays Flamand, vendus en ligne et en boutique, mais aussi dans notre réseau de revendeurs (cavistes et boutiques du territoire). Elle se décline depuis février 2021 dans sa version 33cl, disponible en consommation sur place au bar, ou en vente à emporter côté boutique.

Les ventes de l'univers de la bière s'élèvent au total à 49 458 € HT.

PERFORMANCES BIÈRE DRAGON DE CALAIS EN 2021

▼ FIG. 9

Répartition du chiffre d'affaires bière en 2021



- Pros (40%)
- Particuliers (38%)
- Produits dérivés (14%)
- Coffrets cadeaux (8%)

26 %

du chiffre d'affaires HT total boutique

RESTAURANT BAR L'ANTRE DU DRAGON

En immersion dans l'univers des machines

Avec son ambiance singulière et sa vue imprenable, l'Antre du Dragon accueille dès 10h passagers, touristes et habitués, proposant une offre sucrée, le service de boissons à toute heure et un service restauration le midi. En écho à l'achalandage de la boutique, nos équipiers mettent en lumière des productions locales de qualité, suscitant toujours un bel engouement du public.

Rythmé par les flux de voyageurs, le restaurant développe cette année encore deux cartes - été et hiver - qui évoluent pour s'adapter aux besoins saisonniers mais toujours des produits frais, locaux et des recettes imaginées puis cuisinées sur place par nos « véritables nourriciers ». En semaine, le restaurant propose différentes formules à prix abordables pour fidéliser sa clientèle d'habitueés.

Naturellement, l'Antre du Dragon n'échappe pas aux aléas d'un secteur frappé de plein fouet par la crise sanitaire doublée d'une météo maussade en saison estivale, mais tout au long de l'année le "resto'bar" s'adapte aux recommandations gouvernementales et se ré-invente pour rebondir et continuer d'accueillir le public dans les meilleures conditions.

PERFORMANCES RESTO'BAR ▼ FIG. 10

Répartition des ventes en volume

- Boissons (69%)
- Plats (15%)
- Desserts 11%
- Formules (5%)



ÉVOLUTION CA HT RESTO ▼ FIG. 11

◆	6 625 €	2019
◆	109 553 €	2020
◆	126 865 €	2021

Une nouvelle terrasse vue mer

La fermeture administrative du premier trimestre 2021 a été mise à profit pour aménager une terrasse vue mer, très plébiscitée des clients, et répondant également à divers besoins liés à l'orientation du bâtiment. La terrasse donne ainsi une visibilité depuis le parvis de la Cité du Dragon, invitant passants et voyageurs à la convivialité et la détente.

Aux beaux jours, elle devient désormais la terrasse de prédilection de nos clients, avec sa vue inégalable sur la mer, le dragon et le ballet des ferrys.

Des rendez-vous pour créer du trafic

Dans l'optique de mettre en lumière la vie à la cité du Dragon pendant ses pérégrinations sur le front de mer, les équipes ont donné cette année des premiers rendez-vous réguliers au public via des horaires étendus les week-ends d'été avec les happy-hours, le barbecue, le brunch dominical hebdomadaire ; et l'hiver, durant tout le mois de décembre, en misant sur la convivialité et l'accès à la culture par le biais d'ateliers de pratique artistique, de moments de découverte artisanale, d'après-midi jeux en famille, de lecture de contes...

Ces rendez-vous perdureront désormais chaque année afin de créer du trafic régulier sur place, palliant ainsi à la perte de flux due à l'absence du dragon, et d'instaurer des habitudes pour le public.

Les premières privatisations

L'Antre du Dragon se mue en espace privatisable pour les groupes en quête d'originalité et de convivialité pour leurs événements.

La salle, disposée sur 50m², est modulable et permet d'accueillir jusqu'à 50 couverts en hiver. A l'été, les terrasses (plus de 300 m², avec au choix "vue mer" ou "vue dragon") deviennent elles aussi des espaces privatisables pour des cocktails et événements conçus sur mesure en étroite collaboration avec nos équipiers.

En 2021, l'Antre du Dragon a ainsi été sollicitée par des entreprises comme des particuliers et les équipiers s'adaptent à chaque demande pour proposer des formats sur mesure : cocktails, apéritifs dinatoires, formules dégustations, anniversaires etc.



TECHNIQUE ET MAINTENANCE

L'élaboration du plan de maintenance

C'est avec l'acquisition de données numériques sur l'année 2020 via nos outils informatiques installés sur le dragon, l'expérience et l'expertise de nos équipes techniques et celle de nos fournisseurs, que nous avons pu mettre en place sur l'année 2021 un plan de maintenance préventive.

Notre plan de maintenance s'est fondé sur les critères suivants :

- Les dispositions réglementaires qui imposent des contrôles périodiques sur certains équipements pour répondre aux normes.
- Les préconisations constructives, ceci afin de contrôler si l'état d'usure de l'équipements est conforme aux prévisions.
- Les observations pendant l'utilisation, sur le comportement technique des éléments (via des rapports sur GMAO), sur le retour d'expérience des équipes techniques et les technologies embarquées.

Nous retrouvons donc, sur notre calendrier annuel d'exploitation, trois périodes de maintenance préventive :

En janvier - février un arrêt de 5 semaines est consacré au contrôle périodique des quatre pattes, des vertèbres du cou et de tous les éléments de la tête. Nous déposons donc sur chacun des éléments toutes les coques.

Par leur complexité, chaque vertèbre fait l'objet d'un contrôle minutieux par les équipes techniques dont toutes les compétences en mécanique, hydraulique et électrique sont nécessaires à la bonne réalisation de cet examen.

En juin, un arrêt de 12 jours est lui nécessaire pour préparer le dragon à la période estivale. Cette période est en grande partie consacrée à la dépose de toutes les coques de la queue afin de diagnostiquer avec précision tout signe d'usure qu'il faut traiter sur les vertèbres (usure mécanique, frottement des flexibles, corrosion ...). Durant cette période, nous procédons également au changement périodique de tous les organes de puissance présents dans les armoires électriques, à l'entretien du moteur thermique et à l'analyse des différentes huiles.

En octobre, c'est également sur une période de 12 jours que nous déposons de nouveau toutes les coques de la queue afin de corriger chaque petite défaillance relevée durant l'exploitation. L'accueil du public se faisant uniquement par cet ouvrage, une grande attention y est donc portée.

En parallèle du plan de maintenance préventive précédemment cité, nous développons également au sein de la Compagnie un plan de maintenance prédictive.

L'importance de la maintenance prédictive

L'émergence des solutions de traitement et d'analyse des données a permis de planifier la gestion de la maintenance prédictive qui se base sur la prédiction des pannes et des dysfonctionnements.

Ce type de maintenance nous permettra d'anticiper les problèmes en planifiant les actions de maintenance nécessaires basées sur les prédictions. Cette politique de maintenance permet ainsi de limiter les dépenses causées par les pannes inattendues et la perturbation de l'exploitation.

C'est avec un système de collecte de données installé sur la partie hybride du dragon, que nous avons pu procéder au remplacement précis d'une des 48 batteries nous signalant un défaut présent dans une des cellules. Cette opération nous a permis d'éviter un dysfonctionnement total du système pendant

l'exploitation.

La pompe hydraulique utilisée pour les mouvements, est, elle aussi, équipée d'un système de collecte des données nous permettant d'analyser son rendement, et donc sa fiabilité, et de planifier en fonction des données relevées une opération de maintenance.

C'est avec tous ces éléments : plan de maintenance préventive, plan de maintenance prédictive, un stock de pièces de plus en plus important et une étroite collaboration avec les services techniques de la compagnie la Machine que la durée de certains arrêts techniques a été réduite de plus de 70%.



DISPONIBILITÉ ET PERFORMANCE TECHNIQUE DU DRAGON DE CALAIS EN 2021

▼ FIG. 12

Répartition des voyages par statut

- Réalisés (55%)
- Fermeture admin. (Covid) (27%)
- Autres (Ex. spectacle) (4%)
- Annulés pour incident technique (8%)
- Annulés pour météo défavorable (6%)



814
Voyages réalisés

MÉDIATION ET ACTION CULTURELLE



Ateliers ludiques et créatifs pour tous

La Compagnie du Dragon perpétue une tradition de transmission culturelle et pédagogique. En voyage, les visiteurs découvrent tous les détails de l'œuvre de François Delarozière avant qu'elle ne se mette en mouvement. À bord, les voyageurs découvrent la relation étroite entre le dragon et les machinistes. Pendant 45 minutes, un médiateur accompagne les voyageurs dans la découverte du saurien, leur expose la richesse de notre projet, leur conte son histoire et dévoile le lien qui l'unit à la ville

99 ateliers pédagogiques et animations ont été menés en 2021 pour un total de 1995 bénéficiaires.

Réalisation de croquis, création de badges, lecture de contes, jeux de société, ... Pour tous les âges, entre amis ou en famille, un large panel d'activités est proposé au cours des va-

cances scolaires pour permettre au public en visite à la Cité du Dragon chacun de découvrir nos machines à leur manière.

18 animations pédagogiques programmées sur l'année avec un total de 113 participants

6 goûters d'anniversaire organisés avec un total de 46 enfants

Des ateliers ludiques ont également été mis en place avec plusieurs structures jeunesse.

6 interventions pour les centres de loisirs et dispositifs jeunesse pour 130 enfants sensibilisés.

Interventions en milieu scolaire

La Compagnie du Dragon s'est donnée pour mission d'accompagner les élèves dans la découverte de nos machines afin que leur première rencontre soit riche. Le Dragon de Calais est un prétexte à la découverte artistique et culturelle, un sujet d'étude hors du commun qui favorise l'échange et qui donne l'occasion aux élèves d'aiguiser leur sens de l'observation. De la maternelle aux organismes de formation, notre offre pédagogique est construite en lien avec les cycles d'apprentissage de l'Éducation Nationale.

57 interventions dispensées en milieu scolaire, 389 jeunes en formation en accueil spécifique à la Cité du Dragon

Cité Éducative

Le projet dans le cadre de la Cité Éducative « Quand le Dragon s'invite à l'école » permet aux établissements situés dans les quartiers prioritaires de bénéficier de la gratuité des ateliers puisqu'ils sont financés dans le cadre de la Politique de la Ville par l'État et la Ville de Calais. Le projet est articulé en deux actions distinctes : des ateliers délocalisés de la Compagnie du Dragon ou des ateliers couplés avec l'École des Langues et la Maison du Numérique et de l'Innovation du Calaisis.

Projets au collège

Une succession de deux à trois ateliers différents ont été programmés pour les mêmes classes permettant ainsi de lier le dragon à l'enseignement de différentes matières dispensées au collège : français, art plastique, histoire et technologie.

Participation au forum d'entrée en 6^e au collège Martin Luther King de Calais en septembre 21 - 35 parents et 105 élèves reçus au stand.

Découverte métiers et mathématiques avec les lycéens

Participation au projet ICARRES avec le lycée professionnel de Coubertin pour une découverte des métiers en janvier 2021 avec 195 élèves accueillis.

Semaine des maths au cœur de la Cité du Dragon en mars 2021 avec 398 lycéens accueillis.

Formation des jeunes

Atelier 'De l'idée à la machine de ville' en juin 2021 avec 16 jeunes de l'AFPA.

Quizz autour du Dragon de Calais en décembre 2021 avec 30 jeunes de la Fabrique Défi.

Semaine de l'industrie en partenariat avec l'UIMM, la Fabrique Défi et l'AFPI en décembre 2021 avec 7 ateliers pour 313 étudiants et demandeurs d'emplois.

Trois sessions de formation organisées pour les 'Jeunes Ambassadeurs du Calaisis' d'Unis-Cité avec 30 jeunes.

COMMUNICATION ET MARKETING

L'exercice 2021 s'est déroulé de façon très séquencée à la manière du précédent. Les contraintes liées aux obligations gouvernementales sont moins importantes cette saison puisque nous disposons depuis 2020 de réflexes pour relancer des canaux de communication les plus efficaces. Lorsque les espaces traditionnels sont eux aussi à l'arrêt, nous appuyons toujours plus notre stratégie de contenus qui fait ses preuves depuis 2019.

Plan média

L'astuce de créer un visuel clé intemporel a permis de conserver les matières premières inutilisées pendant les périodes de fermeture administrative. Aussi, les négociations avec nos partenaires ont permis de conclure au report des campagnes générant ainsi une économie importante dans le budget, mais également un grand dispositif de reprise le 19 mai 2021. En compensation des campagnes annulées de début d'année (février et avril) nous avons exploité la période des vacances de Toussaint. Les performances confirment la pertinence du plan média pour les années à venir avec un focus évident à conserver sur les cibles familiales aux intérêts de loisirs ravivés par les contraintes pandémiques.

Un taux d'occupation annuel de 64% avec les pics constatés aux périodes dédiées à la promotion : 67% sur le mois de réouverture, 95% sur juillet/août, 78% sur la Toussaint.

Les investissements communication réalisés trouvent donc une réelle réponse dans le flux de réservations des voyages à bord du Dragon de Calais. Notre expérience et les campagnes réalisées valident les corrélations présumées entre périodes de disponibilité de nos cibles et le fonctionnement traditionnel d'un équipement culturel et de loisirs. Aussi, les vacances scolaires de notre zone sont des valeurs incontournables dans le budget média et doivent continuer de porter la communication de saison.

Hausse de 55% de la fréquentation du site web de la compagnie pour une période d'ouverture équivalente (6 mois), malgré une réduction de 33% de l'investissement média par rapport à 2020.

Stratégie de contenus

L'exercice précédent nous permettait de confirmer l'appétence des visiteurs pour un storytelling qui s'étend au-delà de l'esthétique du Dragon de Calais. L'un des axes de développement pour 2021 était donc de poursuivre les efforts en ce sens et d'élargir le territoire d'expression de la Compagnie. Afin de sensibiliser toujours plus le public au savoir-faire de nos équipes, mais aussi de saisir les enjeux quotidiens de l'exploitation de l'œuvre de François Delarozière, nous produisons une série de portraits qui mettent en lumière les

moments clés de la vie de nos sauriens et nos équipes. Nous affichons donc l'actualité de notre structure toute entière au public à raison de un à deux contenus hebdomadaires, y compris lors des périodes d'entretien. Les deux premiers épisodes ont rencontré un succès certain sur les réseaux sociaux et développent clairement de nouveaux canaux comme notre chaîne Youtube.

Abonnés à nos réseaux sociaux en hausse de 48% par rapport à 2020.
Vues et couverture de nos contenus sociaux et média en hausse de 136% par rapport à 2020

La saison estivale ayant été largement promue par l'inauguration du nouveau front de mer au moyen d'un spectacle impliquant le Dragon de Calais et nos équipes, très peu de dépenses média ont été consenties par notre structure. Pour capitaliser sur la visibilité générée par l'événement, nous avons opté pour un travail intense de couverture par l'image (photo et vidéo) qui a fait perdurer l'opération sur l'ensemble de la saison.

Plus de 2 millions de vues de nos contenus dédiés à l'ouverture de Calais La Plage sur la période estivale (pour 4 millions de vues sur l'année).

Relations publics

L'intérêt pour nos machines se confirme et ne se tarit pas. Les médias nous suivent dans les temps importants de notre Compagnie comme dans le quotidien de notre exploitation. Si nous n'avons pas organisé de conférence de presse cette année, elle a été néanmoins largement marquée par les accueils de presse dans le

cadre du lancement de Calais La Plage et le démarrage des voyages du Dragon de Calais sur l'ensemble de la digue rénovée.

Fait marquant de cette année, des médias étrangers se sont intéressés à la Compagnie du Dragon dans le cadre de sujets plus génériques du territoire des Hauts-de-France (notamment le Sunday Times dans un dossier spécial voyage) ou encore dans le cadre d'opérations d'image comme l'illumination du Dragon de Calais lors des Global Greenings à la Saint Patrick et en lien avec l'Ambassade d'Irlande.

136 reprises de presse constatées sur l'exercice dont une douzaine à l'échelon national et international tels que France 2, France 5 (Échappées Belles), M6 ou encore le Sunday Times

120 188 €

Budget pub. et insertions 2021

4 003 265

Impressions cumulées réseaux sociaux

116 537

Visiteurs sur le site web en 2021

PERFORMANCES DE LA
STRAT. DE COMMUNICATION

▲ FIG. 13

EXPÉRIENCE & SATISFACTION CLIENT

Démarche qualité et satisfaction voyageur

La Compagnie du Dragon veille à améliorer la qualité du service qu'elle rend à ses usagers. Pour ce faire, nous sommes engagés dans la mise en place d'un système de management de la qualité qui vise la certification ISO 9001. Le travail d'organisation, de planification et de mise en œuvre de la démarche a débuté à la fin de l'été 2021 pour aboutir à une certification en 2022.

La société est accompagnée par le cabinet France Certification.

Une enquête satisfaction proposée à l'ensemble des clients de la Compagnie sera diffusée au cours de la saison 2022.

Parcours voyageur en dragon

Après deux années d'exploitation, la prise en main d'une machine monumentale en front de mer s'avère être un format inédit qui impose de s'attarder sur les usages des visiteurs et d'assurer une expérience sans heurts. Le prolongement des tronçons de voyage du Dragon de Calais a nécessité l'élaboration d'un système de signalétique répondant à la problématique saisonnière, identifiable et qui trouve écho dès l'achat du billet.

Mise en place d'un système d'affichage dynamique en points de vente et de 8 nouveaux panneaux d'information voyageur grands format sur la Cité du Dragon et le front de mer.

Cartes, plans et arrêts sont donc matérialisés sur place comme en ligne et prennent en compte les modalités horaires inhérentes à l'exploitation des machines. Si les supports tels que les billets ou la plateforme de réservation en ligne ont pu être 'détournés' pour informer au mieux le voyageur, le système de vente nécessite une adaptation pour prendre en compte les spécificités du voyage et ses arrêts.

En décembre 2021, la Compagnie acte la transition vers un nouveau prestataire afin d'inclure le parcours visiteur au centre de notre réflexion pour une meilleure immersion dans l'univers des machines au prochain exercice.

Attribution d'un nouveau marché pour notre logiciel de gestion billetterie et boutique en décembre.

Signalétique

Dans l'optique de valoriser l'éventail de nos activités au visiteur, la Compagnie a rhabillé entièrement la Cité du Dragon afin d'en faire émerger les parties commerciales. Identifiées comme peu visibles du public sur le précédent exercice, l'ensemble de la Cité a fait l'objet de recherches internes pour accompagner la visite du client au moyen de repères esthétiques et fonctionnels plus marqués, répondant à la charte générale de la Compagnie. L'attention est portée sur la création de nouveaux points de contact clients, générateurs d'attractivité, comme des espaces d'affichage géants en extérieur ou encore des plans et panneaux thématiques grand format aux abords de la Cité. Ils apportent une nouvelle manière de sensibiliser le visiteur à la fois à l'information de voyage comme à la communication commerciale.

Nouvelles enseignes et éléments de signalétique forts

5 espaces de communication dédiés aux grands formats d'affichage sur la Cité du Dragon





SYNTHÈSE ET PERSPECTIVES



SYNTHÈSE ET PERSPECTIVES



Une saison estivale encourageante

L'attrait pour le Dragon est toujours présent et se confirme avec pour preuve la fréquentation estivale durant les 2 jours de spectacle inaugural de Calais La Plage. Les arts de rue, l'arpentation de machines monumentales, les interactions qu'elles créent avec le public fascinent et confortent la stratégie de mutation urbaine entreprise par la Ville. Les voyages du Dragon sur le Front de Mer connaissent un véritable engouement.

Une nouvelle année marquée par les restrictions sanitaires

L'exercice a été, une nouvelle fois, fortement impacté par la crise sanitaire puisque ça n'est que le 19 Mai que l'équipement a pu ouvrir ses portes au public. Les mesures de restrictions ont perduré toute l'année : limitation des jauges, protocole d'accueil strict, port du masque, désinfection, entrée en vigueur du pass sanitaire, puis du pass vaccinal... autant de freins qui ont considérablement limité nos possibilités de développement. L'année 2021 ne pourra, tout comme 2020, pas servir d'étalon de mesure de notre activité.

De nouvelles offres plébiscitées

L'année 2021 marque également le développement de nos offres de prestations « annexes ». Les ateliers, animations, programmations artistiques, demandes de groupes et offres de privatisation sur-mesure se sont largement développés cette année. Ils permettent de toucher de nouveaux publics et d'envisager de nouvelles opportunités pour le développement culturel et commercial de notre activité.

Notre réseau de partenaires est en progression et permet un ancrage durable sur le territoire.



Une année 2022 qui s'annonce prometteuse

Deux ans après sa création, la SPL entre dans une dynamique de progression qui vise une plus grande satisfaction de la clientèle. La démarche qualité entreprise avec l'objectif de la certification ISO 9001 va nous permettre d'améliorer nos processus pour mieux maîtriser les actions développées et améliorer notre organisation interne. C'est en effet ce processus qui permettra à l'entreprise d'avoir une organisation efficace, dans laquelle les salariés participeront à l'atteinte des objectifs de développement.

De nombreux axes de développement en cours, tant dans les processus interne que dans les développements futurs du territoire nous encourageant à penser sereinement

l'avenir. Calais La Plage offre un nouveau visage pour notre cité et la fréquentation de ses équipements est indiscutable. L'arrivée des bars de plages en 2022 devrait permettre de renforcer l'attractivité du front de mer et de favoriser l'attrait de nos offres dans leur globalité.

Le projet est en constante évolution. L'arrivée future des Varans de voyage pour un ancrage toujours plus large sur le territoire est d'ores et déjà dans nos esprits. Les conditions de leur arrivée sur le territoire, les parcours dans la Ville et les modalités de leur accueil sont à l'étude et occupent déjà notre réflexion. Leur arrivée devrait marquer un second souffle pour le projet.

PLANS STRATÉGIQUES

RÉSERVATIONS ET BILLETTERIE



Implémenter une nouvelle solution de vente en ligne et au guichet,

Développer la réservation dite 'privative' avec les offres établies fin 2021,

Développer la réservation groupe sur les créneaux les moins prisés par le public individuel.

EXPLOITATION TECHNIQUE



Consolider le plan de maintenance,

Améliorer le taux de disponibilité technique du Dragon de Calais,

Assurer la pérennité et l'évolution de l'équipe technique pour les machines à venir.

ACTIONS CULTURELLES



Développer des temps forts de programmation artistique,

Élargir le réseau de partenaires aux équipements culturels de la Ville et de l'agglomération : musées, école d'art, conservatoire,

Définir les orientations stratégiques de développement de nouveaux publics culturels.

COMMUNICATION ET MARKETING



Construire une nouvelle expérience de réservation et un parcours client soumis au contrôle ISO 9001,

Évaluer et rendre compte de la satisfaction client dans le cadre de la norme ISO 9001,

Poursuivre l'élargissement de la ligne éditoriale pour amplifier les communications après 3 ans d'activité.

BOUTIQUE ET VENTE



Renouveler et étoffer la gamme de produits dérivés,

Développer la vente en B2B des produits dérivés (vitrines « hors les murs »),

Booster la vente aux particuliers avec la vente en ligne.

RESTAURANT ET BAR



Créer du flux grâce à un calendrier événementiel (RDV, ateliers, anniversaires),

Développer l'offre restauration à destination des groupes, des entreprises (afterwork, séminaires...),

Attirer et fidéliser la clientèle locale en basse saison.

ADMINISTRATION ET FINANCES



ACHÈVEMENT DES TRAVAUX EN VUE DE LA CERTIFICATION ISO 9001,

ANCRAGE ET TERRITOIRE



Préparer l'arrivée des Varans de voyage et les futurs parcours,

Développer les partenariats réseaux entreprises,

Participer au développement de l'offre touristique du territoire en lien avec les opérateurs de promotion touristique.

Démarrez le voyage sur

compagniedudragon.com

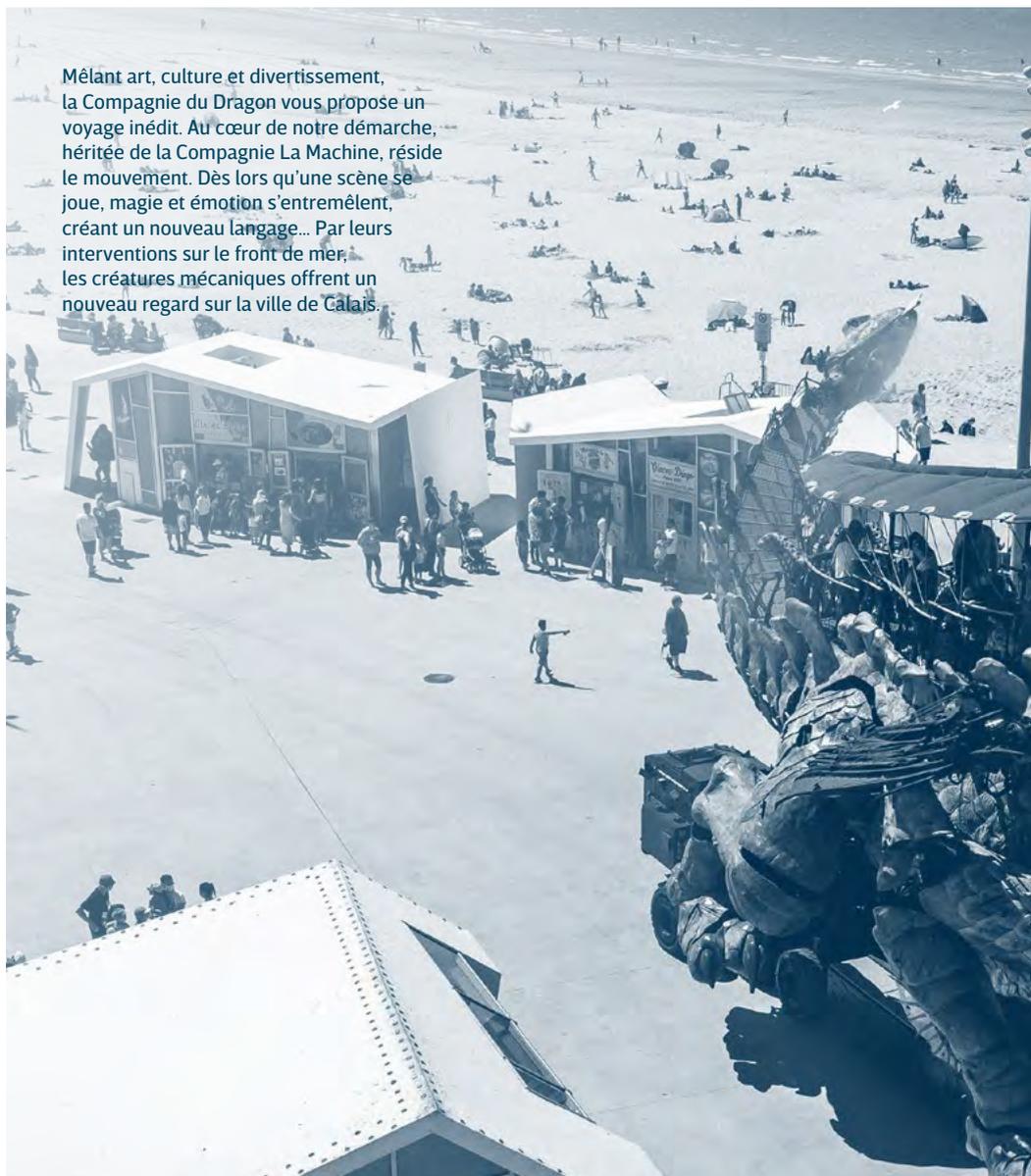
Une histoire portée par



VILLE
de
Calais



Mélant art, culture et divertissement, la Compagnie du Dragon vous propose un voyage inédit. Au cœur de notre démarche, héritée de la Compagnie La Machine, réside le mouvement. Dès lors qu'une scène se joue, magie et émotion s'entremêlent, créant un nouveau langage... Par leurs interventions sur le front de mer, les créatures mécaniques offrent un nouveau regard sur la ville de Calais.



SPL Grand Calais Tourisme & Culture – Compagnie du Dragon
201 Avenue Winston Churchill, 62100 Calais, France
+33 (0)3 66 62 60 00 – contact@compagniedudragon.com

Photos : Fred Collier, Ville de Calais p. 1, 3, 4, 7, 14, 40, 42, 43 – Carine Anot p. 23, 33, 34
Stéphane Ribeiro Da Ascencao p. 6, 13, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 27, 28, 31, 39
Conception graphique : Stéphane Ribeiro Da Ascencao - Édition : avril 2022



VILLE
Calais

