



LA COMPAGNIE
DU DRAGON



RAPPORT D'ACTIVITÉ

2022

ÉDITO

Le projet Dragon de Calais est définitivement sur les rails après un départ réussi. Les deux années de pandémie n'ont pu venir à bout de notre œuvre d'art qui enchante toujours touristes comme calaisiens.

Avec son nouveau parcours sur le front de mer entièrement réinventé, le Dragon de Calais continue à séduire un public toujours plus nombreux. Avec près de 40 000 visiteurs ayant fait le voyage à bord en 2022, on peut dire que le succès est au rendez-vous.

L'année 2022 est venue couronner le travail réalisé tant en matière de rénovation urbaine qu'en terme d'image avec le lancement de Calais LA plage et le spectacle inaugural de l'été 2021.

L'étude de mesure de retombées économiques réalisée par la CCI Hauts de France à la demande de la Compagnie du Dragon permet à ce jour de mesurer de façon tangible et concrète l'ampleur du retour sur investissement de ce projet touristique, culturel, social et économique.

En effet, ce ne sont pas moins de 15 millions d'euros de retombées économiques annuelles qui sont générées, sur le territoire de Grand Calais Terres et Mers, par la Compagnie du Dragon. Ce chiffre prend en compte l'ensemble des retombées économiques qu'elles soient directes, générées directement par l'activité de la compagnie, indirectes, générées par les touristes qui viennent et consomment (hébergement, restauration, activités, shopping) sur le territoire ou encore induites.

Ces données confortent le bienfondé du projet que j'ai confié à François Delarozieri et qui entre pleinement en adéquation avec l'ambition que je porte pour notre territoire. Elle me permet aussi d'annoncer les travaux d'étude nécessaires à l'arrivée de Varans de Voyage et ainsi poursuivre la trajectoire initiée il y a trois ans déjà.



**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

Cette première année complète d'exploitation nous démontre que l'engouement pour le Dragon de Calais ne faiblit pas. Le taux d'occupation estival du dragon de 91 % est là pour en attester. Le dynamisme dont ont su faire preuve les équipes de la Compagnie du Dragon dans les périodes de pandémie, mais aussi leur capacité à rebondir encore cette saison 2022 en sont le résultat.

La Compagnie du Dragon s'appuie sur la qualité du spectacle permanent que constitue l'exploitation quotidienne du Dragon de Calais et le riche programme d'animation qui permet de faire vivre la Cité du Dragon tout au long de l'année. Solstice durant l'été avec concerts, happy-hours et barbecues, ou encore la traditionnelle nocturne hivernale durant la période des vacances de Noël.

Le restaurant - bar - café a su adapter sa carte en fonction des saisons. Il a complété son offre avec un plat du jour, et devant le succès rencontré, a pérennisé une formule brunch familiale tous les dimanches matin. Ces évolutions répondent à l'arrivée progressive d'une clientèle de plus en plus fidèle.

À noter l'apparition d'une boutique en ligne qui permet aux calaisiens expatriés et aux touristes de se procurer les produits à l'effigie du Dragon de Calais.

Un redoutable travail de médiation réalisé auprès des publics scolaires permet à nos jeunes de s'approprier notre saurien et de développer un sentiment d'appartenance et de fierté envers la ville et plus largement le territoire.

Enfin, les équipes techniques ont relevé le défi en 2 ans de fiabiliser le dragon, un prototype unique au monde, pour faire descendre le nombre de voyages annulés sous la barre des 1%.



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



1

**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 Delarozière 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.

Capitalisée à hauteur de 1,3 millions d'euros, l'actionariat 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 2022 : le 25 avril, le 24 juin, le 07 octobre et le 9 décembre.

L'Assemblée Générale Ordinaire s'est réunie le 18 mai 2022 :

- Approbation du rapport d'activité et du rapport de gestion ;
- Lecture des rapports du commissaire aux comptes : comptes annuels et conventions réglementées ;
- Approbation des comptes de l'exercice et affectation du résultat ;
- Quitus aux administrateurs ;
- Approbation du changement d'administrateur ;
- Questions diverses.

Président : M. Pascal PESTRE

Administrateurs ville de Calais :

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

Administrateurs Grand Calais Terres et Mers

M. Guy ALLEMAND
M. Michel HAMY
Mme Corinne NOEL

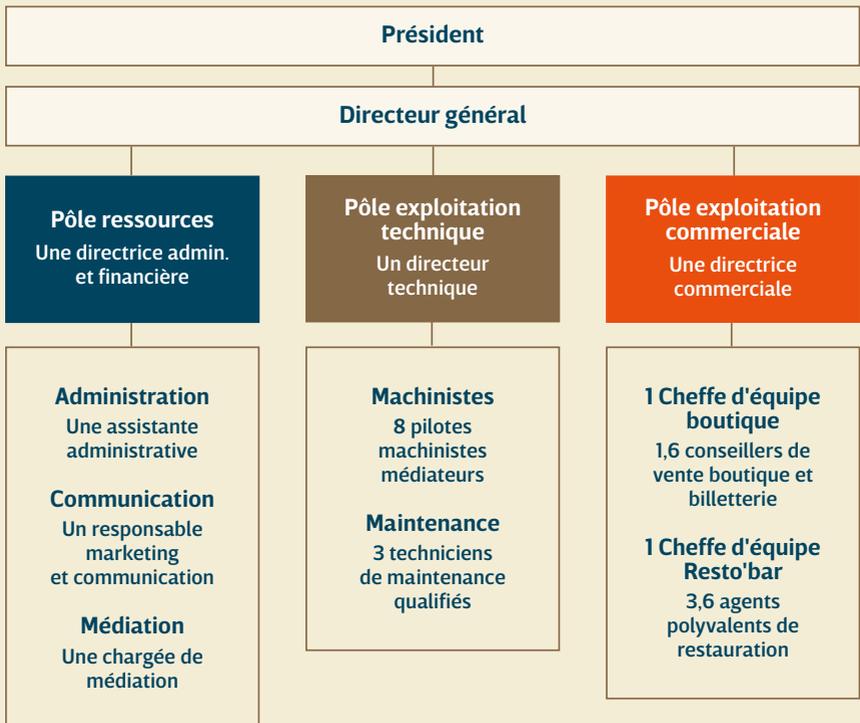
Organigramme de l'entreprise

La Compagnie du Dragon s'appuie sur une équipe permanente de 25 personnes répartie sur 3 pôles d'exploitation : technique, commercial 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.

La DSP qui avait été signée en 2019 a fait l'objet d'un avenant en septembre 2021 afin de prendre en compte les décalages intervenus entre le projet initial et les ajustements nécessaires dus à la mise en œuvre opérationnelle.

Les exercices 2020 et 2021 ont été fortement impactés par la crise sanitaire du Covid 19, l'année 2022 constitue donc la première année complète d'exploitation.

Amélioration continue

La direction de la Compagnie du Dragon a choisi de s'engager avec son équipe dans la mise en œuvre d'un système de management de la qualité ISO 9001 afin d'accompagner et de soutenir son développement futur.

L'objectif est d'améliorer les performances, satisfaire les clients et les partenaires et faire reconnaître la qualité de son organisation grâce à un processus d'amélioration continue permettant d'assurer la pérennité de l'entreprise.

Elle est le reflet de son engagement à progresser continuellement.

Dans ce cadre ce sont l'ensemble des processus et procédures de travail qui ont été revus, améliorés et formalisés. Un panel d'indicateurs de performance a été déterminé et permet d'évaluer mensuellement la qualité de service rendu. Le suivi de ces indicateurs permet de mettre en place des actions d'amélioration en continue.



Budget de l'exercice

Le budget prévisionnel a été fixé à 2 038 626 euros pour l'exercice 2022. Le compte de résultat laisse apparaître : 1 918 957 euros de recettes pour 2 038 961 € de dépenses.

RÉPARTITION PRODUITS ET CHARGES 2022

▼ FIGURE 2

Produits



- Ventes boutique (8,85%)
- Ventes restaurant - bar (9,66%)
- Billetterie et ateliers (14,38%)
- Compensation financière (62,53%)
- Subvention d'exploitation (1,44%)
- Autres produits divers (3,13%)

Charges



- Achat marchandises vendues (7,73%)
- Achat et charges externes (35,41%)
- Impôts et taxes (0,92%)
- Charges de personnel (48,71%)
- Dotation aux amortissements (6,07%)
- Autres charges divers (1,16%)

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

Plan de formation

Le plan de formation est principalement dédié à faire évoluer les compétences des équipes dans le cadre de la stratégie de développement de l'entreprise, mais aussi au déploiement d'une politique de prévention. Ainsi, le plan de formation de 2022 a été axé sur la santé et la sécurité de nos collaborateurs.

L'ensemble du personnel a été formé :

- SST (Sauveteur Secouriste au Travail), formation initiale pour certains et recyclage pour les autres
- Manipulation des extincteurs / Guide File-Serre File

Trois collaborateurs ont été formés et habilités au travail en hauteur CACES R386-3B

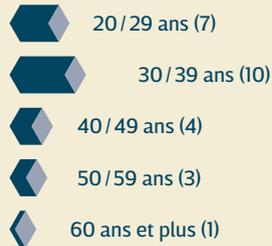
Deux collaborateurs ont pu bénéficier d'une habilitation électrique HOV/B2V/BR/BC, nécessaire à la maintenance du Dragon.

Le deuxième axe du plan de formation a été dédié à la formation sur les logiciels de caisse en billetterie/boutique et au resto'bar pour les équipes concernées, suite au changement de solution.

CHIFFRES CLÉS RESSOURCES HUMAINES

▼ FIG.3

Répartition des salariés par tranche d'âge



Répartition des salariés par sexe



Répartition des salariés par pôle

- Technique (48%)
- Commercial (32%)
- Ressources (20%)



Recrutement

Sur l'année 2022, 52 collaborateurs (dont 23 CDI) ont été salariés, tout type de contrat confondus. L'année 2022 a notamment vu l'embauche de deux contrats d'apprentissage et un contrat de professionnalisation pour renforcer les équipes grâce aux aides à l'embauche des jeunes mises en place par le gouvernement.

Contribution à la formation des jeunes

Huit stagiaires ont été accueillis au sein de la structure : les collégiens Alexandre, Joseph, Kylian, Chemsy et Adrien ont pu effectuer un stage d'observation tandis que Zakary, Noémie, Lamine et Alexandre ont pu approfondir leurs compétences professionnelles de façon plus poussée dans le cadre de leurs études supérieures.

Le renouvellement des partenariats avec l'UIMM dans le cadre de la semaine de l'Industrie, avec le lycée du Détroit ou avec Unis-Cité a également permis de contribuer à la formation des jeunes en proposant une découverte des métiers de l'industrie que l'on retrouve dans la construction et l'exploitation du Dragon à près de 500 élèves.

Politique d'achats responsable

En tant que Société Publique Locale (SPL), la Compagnie du Dragon est soumise à la réglementation du Code des marchés publics. Elle se conforme aux règles de la commande publique, aux procédures et règles de publicité. Elle veille à la mise en concurrence avec des règles qui varient en fonction du montant et/ou de la nature du marché. Ces règles sont définies dans le guide des procédures d'achat adopté en CA en 2020.

La Compagnie du Dragon privilégie les circuits courts lorsque cela se révèle possible et compatible avec la réglementation.

Fournisseurs

- Pour le resto'bar : Leconte, Prise Direct', Fournil des Saveurs, Brasserie du Pays Flamand, La Gosse, Le Chênelet, Herborus
- Pour les vêtements de travail et EPI : Clivia Nobili, BIA
- Pour l'outillage, les pièces et prestations de maintenance du Dragon : Trénois Décamps, Lefranc, Retouche à Tout, Opale Hydraulique, etc...
- Pour la boutique : mise en avant d'artisans et créateurs locaux par un système d'achat-revente ou de dépôt-vente : Un bijou par amour (bijoux) , Félicie Colin (bijoux), Georges & Cie (bijoux) , Laura Danoot (accessoires, bijoux), Les Folles Marquises (bijoux), Colibri Minéraux (bijoux), Vanouchkaia (accessoire et BD), L'Atelier de Claire (accessoires), Stéphanie & Cie (accessoires), Kmy Eskaria (vaisselle céramique et bijoux), Relimage (papeterie), La Forge d'Ursa (coutellerie)





2

**FAITS MARQUANTS
DE L'EXERCICE**

CHRONOLOGIE ET VUE D'ENSEMBLE

03

janvier

Démarrage de la maintenance annuelle du Dragon de Calais pour 5 semaines.

05

février

Reprise des vols du Dragon de Calais et réouverture de saison du restaurant et de la boutique.

01

avril

Démarrage de l'échantillonnage enquêtes de satisfaction dans le cadre de la norme ISO 9001.

18

juin

Première édition de 'Solstice', le festival d'été qui complète la proposition culturelle du théâtre urbain avec une pléiade d'animations satellites.

Confirmation du succès des formules barbecue, happy-hour et brunch en horaires étendus chaque week-end.



Janv.
à fév.

Opérations de maintenance annuelle du Dragon de Calais.



Juin à
sept.

Solstice, le programme d'été qui étire les soirées à l'ombre du dragon.



juillet

Spectacle inaugural de Calais La Plage



Déc.

Grand nocturne traditionnelle des vacances de Noël

28
juin

Concert exceptionnel de fin d'année des 100 élèves du Conservatoire à Rayonnement Départemental du Calais sous la nef du Dragon de Calais.

05
juillet

Plateau national de la radio France Bleu délocalisé à la Cité du Dragon à l'occasion de Solstice et de l'arrivée du Tour de France à Calais.

10
juillet

Lancement par la Compagnie de l'étude portant sur les retombées économiques du projet Dragon de Calais avec la CCI Hauts-de-France.

15
juillet

Organisation des premiers after-work du restaurant à l'occasion de Solstice, avec la complicité de Calaisfornia.

30
nov.

Reconstruction de la semaine de l'Industrie en partenariat avec l'UIMM, AFPI Formations et la Fabrique Défi avec près de 500 visiteurs venus découvrir la réalité des métiers de l'industrie autour de la conception du Dragon de Calais

17
déc.

Nocturne hivernale traditionnelle le premier week-end de vacances scolaires de Noël avec Undersonic et Mortal Combo.

TEMPS FORTS DE L'EXERCICE

Nouvelle saison, nouveaux outils

La nouvelle saison s'est ouverte traditionnellement sur les vacances scolaires de zone B au sortir d'une période de maintenance annuelle qui s'est étendue du 3 janvier au 4 février.

La Compagnie a opéré une transition de son système de billetterie en une période tout aussi courte pour permettre un lancement des nouveaux outils dès la nouvelle saison. Cela se traduit par l'ouverture d'un nouveau site internet réalisé totalement en interne qui simplifie le parcours de réservation en 3 étapes. Ce format offre une meilleure compréhension du fonctionnement 'Voyage' du Dragon de Calais et affiche clairement les lieux de départs avec une billetterie pensée et conçue également sur-mesure.

Le nouvel outil concerne aussi la gestion de stock produits en boutique, dessinant ainsi un nouveau schéma global de gestion de nos données. Ce projet donne grande satisfaction sur la saison et a, sans nul doute, permis de développer le chiffre d'affaires par la complémentarité et la simplicité des fonctions. Le tout apporte fluidité, disponibilité et accompagnement dans la relation que nous entretenons avec nos visiteurs et ouvre la voie à la gestion des voyages à bord des futures machines, comme des futurs points de vente.



Première édition de 'Solstice'

Cette année a marqué le lancement d'un agenda estival foisonnant autour de notre bestiaire. Les rendez-vous en restaurant et en boutique ont trouvé leur public grâce à la vaste proposition artistique et festive que nos équipes et partenaires ont porté tout l'été. Un peu plus de 3000 personnes ont bénéficié de nos actions culturelles, nos animations ponctuelles telles que les concerts ou nos ateliers d'été.

Conçus pour faire vivre la Cité du Dragon, activer nos réseaux et diversifier nos propositions et nos cibles, le concept vise à s'amplifier sur les années à venir pour s'ancrer durablement sur le territoire.

De façon plus pragmatique, cet agenda complémentaire de notre activité traditionnelle est un formidable outil de positionnement marketing. Nous avons opté pour le développement d'une pléiade d'animations satellites lorsque les voyages à bord du Dragon de Calais affichent mécaniquement complet en raison du succès touristique de la station de juin à septembre. La Compagnie du Dragon s'inscrit donc aussi dans l'effort collectif au côtés des acteurs culturels pour ajuster la disponibilité des offres au flux de visiteurs.

L'appellation 'Solstice' est le fruit d'un travail imaginé au long cours, comme un embryon de festival de l'art et du théâtre urbain qui pourra évoluer au fil de l'arrivée des machines. Ce nom international, qui marque le début de la saison estivale pour les machines fait à la fois écho à l'univers de François Delarozzière, énonce clairement une période et offre un territoire d'expression nouvelle qui peut évoluer indépendamment du storytelling des machines, au gré de la programmation.



PERFORMANCES
ESTIVALES 2022

▼ FIG.4

91%

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

250 037 €

Chiffre d'affaires HT
cumulé sur juillet et août



Démarrage de l'administration des questionnaires de satisfaction

L'enquête de satisfaction vise à découvrir si les clients sont satisfaits des produits/ services et de l'expérience client fournis par l'entreprise. Elle est administrée par mail et envoyée à tous les clients qui ont voyagés à bord du Dragon de Calais depuis Avril 2022. Elle permet d'identifier et de corriger les points d'insatisfaction décelés.

Succès renouvelé de la Semaine de l'Industrie

À l'occasion de la 11^e édition de la Semaine de l'Industrie, l'UIMM Littoral Pas-de-Calais, l'AFPI Formation Alternance Nord-Pas-de-Calais, La Fabrique Défi, Pôle Emploi et la Compagnie du Dragon se sont à nouveau mobilisés autour de la deuxième édition de l'opération baptisée « l'Odysée du Dragon ». Du 16 au 18 novembre, près de 500 personnes ont pu découvrir les métiers de l'industrie au moyen d'un double dispositif. D'une part, des ateliers interactifs et de 'scoring' permettent de tester l'adéquation des visiteurs à la diversité des métiers. D'autre part le témoignage des techniciens en charge de la manipulation et les contrôles quotidiens du Dragon de Calais offre une vue concrète des débouchés possibles constituant le socle de l'exploitation de cet équipement culturel et artistique d'exception.



Étude de retombées économiques par la Chambre de Commerce et d'Industrie

La Compagnie du Dragon a souhaité commander et prendre en charge la réalisation d'une étude afin d'évaluer les retombées économiques et sociales du projet sur le territoire. Il nous a semblé essentiel de pouvoir mesurer, analyser et rendre compte de l'impact de l'arrivée du Dragon de Calais. L'étude a été menée par la CCI Hauts-de-France qui a mis à disposition son savoir-faire, ses méthodologies et sa connaissance du tissu économique.

L'étude couvre les retombées économiques et sociales liées à l'activité du Dragon de Calais sur l'ensemble de l'année 2022 et pour le territoire de la Communauté d'agglomération Grands Calais Terres & Mers.

L'étude a été menée en étroite collaboration entre les équipes de la CCI et celles de Compagnie du Dragon qui a notamment pris en charge l'administration des questionnaires en face et face et par adressage e-mail.

L'analyse se base sur une série de données, collectées de différentes manières :

Pour l'impact direct :

Analyse des données comptables et sociales de l'exercice 2022

Pour l'impact indirect :

- Collecte des dépenses des voyageurs et des observateurs via l'administration de deux enquêtes
- Estimation du nombre d'observateurs via un outil de données de flux

Pour l'impact induit :

Calcul à partir d'un coefficient multiplicateur qui mesure l'effet boule de neige résultant des impacts directs et indirects.



FONCTIONNEMENT ET EXPLOITATION

3



VOYAGES & BILLETTERIE

Visiteurs

Les tarifs de voyages en dragon sont votés en conseil municipal et sont restés les suivants pour la saison 2022 :

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

Fréquentation

38 970 voyageurs ont embarqué à bord du Dragon de Calais pour cette première année d'exploitation sans interruption. Cela représente 1387 voyages sur 239 jours d'ouverture. La billetterie a généré un chiffre d'affaires de 271 058 euros HT.

Taux de remplissage

Le taux de remplissage moyen est stable, à 64% et culmine à 91% durant les mois d'été.

Satisfaction

La note globale affectée sur 5, affiche une excellente moyenne de 4,6 sur l'ensemble de l'année. La réputation en ligne de la Compagnie du Dragon est équivalente et constante d'une année sur l'autre (4,6/5 sur Google). l'enquête interne décerne une note de 4,57/5, concordant aux avis décernés en ligne.

Profils des voyageurs

La nouvelle solution billetterie adoptée en 2022 permet désormais de connaître l'origine géographique des visiteurs du Dragon. La clientèle est à 68% originaire des Hauts-de-France (dont 15% de la communauté d'agglomération). La clientèle étrangère représente 11% des voyageurs.

Le questionnaire de satisfaction mis en place en avril nous permet une meilleure évaluation et une analyse plus fine de la satisfaction de nos clients mais aussi une meilleure connaissance des profils qui nous rendent visite. Ainsi on sait que 83% des répondants nous rendent visite dans le cadre d'une sortie familiale. Les profils sociaux-professionnels sont variés puisqu'une part équilibrée de cadres, employés et retraités prennent part au questionnaire. Toutes les générations sont également représentées, à l'exception des plus jeunes, le questionnaire étant logiquement adressé au payeur de la visite.

Répartition des tarifs

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



Répartition indiv. / groupes

79% des voyageurs
le sont à titre individuel

21% des voyageurs ont réservé
en groupe

Chiffre d'affaires

271 058 €

Chiffre d'affaires HT total billetterie

Évolution de la fréquentation (voyageurs Dragon de Calais)

◆	2 145	2019
◆	27 046	2020
◆	23 921	2021
◆	38 970	2022

Groupes et grands comptes

Réervations de groupe

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

La proportion de groupes sur l'ensemble des voyageurs est stable avec un taux de 21% mais leur nombre est en forte progression: 287 groupes (contre 179 en 2021) ont été accueillis sur le dos du Dragon pour un total de 8032 passagers (contre 4811 en 2021). Les groupes de jeunes (scolaires et centre de loisirs) représentent à eux seuls plus de 50% de la fréquentation groupe.

Répartition

- Scolaires (30%)
- Centres loisirs (21%)
- Associations (9%)
- Entreprises (9%)
- Seniors (1%)
- Individuels regroupés (1%)
- Autres (30%)
(Ex. Pros du tourisme, médico-social)



BOUTIQUE CONCEPT STORE

L'activité et les nouveautés

Le concept store de la Compagnie du Dragon a pour objectif de proposer des produits accessibles, populaires et le plus éthique possible. En franchissant la porte de cette boutique, l'objectif est que les visiteurs soient plongés dans un tout autre univers et qu'ils puissent prolonger leur expérience à travers l'achat d'un produit souvenir.

La volonté est de proposer toujours plus de produits à l'effigie du Dragon de Calais. Afin de compléter cette gamme, au cours de l'année 2022, de nouvelles boîtes à savon ont fait leur apparition. Le rayon textile a également été étoffé en ciblant les jeunes de 3 à 14 ans en proposant un tee-shirt au couleur de notre saurien.

Solstice 2022 a aussi été, un moteur pour présenter aux visiteurs, une nouvelle gamme dédiée à cet évènement. Le visuel s'est donc décliné en affiche, carte postale, carnet A5, gobelet ou encore magnet.

PERFORMANCES BOUTIQUE 2022

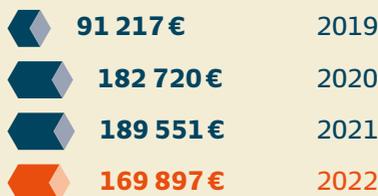
▼ FIG.7

Répartition du chiffre d'affaires par typologie de produits



- Produits à l'effigie du Dragon de Calais (54%)
- Achat-revente de produits (19%)
- Calais la Plage (9%)
- Librairie (7%)
- Éditions La Machine (7%)
- Créateurs et artisans locaux (4%)

Évolution du chiffre d'affaires



La Bière Dragon de Calais, un produit phare

Depuis sa sortie le 17 octobre 2020, la bière Dragon de Calais reste un des best-seller parmi la gamme de produits dérivés. Se déclinant en 33cl et en 75cl, les visiteurs peuvent la retrouver en boutique physique et en ligne ainsi qu'au bar restaurant « L'Antre du Dragon » et dans notre réseau de revendeurs, cavistes et boutiques du territoire.

Les ventes de l'univers de la bière s'élèvent au total à 31 200 € HT.

Refonte de la boutique en ligne

Le nouveau site internet / système de gestion de la billetterie-boutique a permis de simplifier l'acte d'achat en ligne et la gestion des stocks, désormais unifié dans un seul et même système. Un travail important sur l'uniformisation des visuels afférent aux produits a également été mis en œuvre. L'acte d'achat est ainsi simplifié. L'offre est diversifiée. Le visiteur peut retrouver des produits à l'effigie du Dragon de Calais, des produits créés sous la marque du territoire « Calais la Plage » mais aussi des produits uniques émanant des artisans-créateurs des Hauts-de-France. L'e-shop offre un panel de produits abordables allant d'objets à moins de 5 € aux objets de collection à plus de 50€.

Les actions pour créer du trafic

Deux opérations commerciales ont été menées au cours de l'année 2022 afin de gagner en visibilité et de générer du passage en boutique.

Durant l'été 2022, à partir de 70€ d'achat boutique, la Compagnie du Dragon offrait à ses visiteurs, un tote-bag Calais la Plage.

Cette opération ayant lieu du 1er juillet au 3 septembre a permis de remettre 103 tote-bags et par la même occasion de mettre en lumière cette marque territoriale.

La Compagnie du Dragon s'est également mise au diapason de l'opération « vendredi mécanique ». Dans le même esprit que les blacks Fridays, le concept-store et la boutique en ligne proposaient durant 4 jours des promotions avec un rabais pouvant aller jusqu'à -50% sur certains produits.

L'opération a ainsi engendré un chiffre d'affaires de 2 500 € HT.

RESTAURANT BAR L'ANTRE DU DRAGON

Un chiffre d'affaires en progression

2022 a été la première année d'ouverture continue du bar-restaurant sans aucune mesure restrictive, ni port du masque. La bonne fréquentation de lieux trouve sa source dans le programme évènementiel important, sur la mise en place d'un certain nombre de nouveautés et sur le toilettage de nos cartes d'hiver et d'été.

Cette année a vu une bonne progression du Chiffre d'affaires qui est passé de 126 865 € en 2021 à 185 437 € en 2022.

Une belle carte sucrée

L'Antre du Dragon propose tout au long de l'année une carte de desserts variés cookies, brownies, tiramisu, cafés gourmands, crêpes et gaufres.

On retrouve d'ailleurs les spécialités sucrées comme l'un des best-seller avec près de 36% de ventes de plats.

Les classiques et de la nouveauté

Dès son ouverture la Compagnie du Dragon a souhaité se distinguer en offrant des cocktails spécifiques aux couleurs du Dragon : le cocktail Dragon des mers et le Dragon des airs continuent à séduire la clientèle tout comme la bière du Dragon qui reste un des best-seller du resto-Bar.

De la même façon les brunchs du dimanche matin ont continué à attirer une clientèle toujours plus nombreuse et représentent désormais 29% des ventes de menus.

Le menu « Petit Dragonnier » représente 45% des ventes de menus et conforte notre positionnement visant la clientèle familiale.

L'équipe du restaurant a lancé un plat du jour et un dessert du jour afin de proposer une alternative à la carte habituelle.

Le plat du jour et les desserts du jour ont rencontré un véritable succès et seront pérennisés en 2023.

Un programme évènementiel renforcé

En 2022, le programme évènementiel a été dense et vise, en parti, à générer du flux et du chiffre d'affaires pour le restaurant - bar. Ainsi, la Compagnie alterne entre une série d'évènements dans le Nef et d'autres animations directement au resto'bar ou en terrasse en s'appuyant sur le tissu local.

18 et 19 juin : Réveils du Dragon de Calais orchestrés par Mino Malan sur l'ensemble du Parvis de la Cité du Dragon

28 juin : Concert de 100 cuivres avec le Conservatoire à Rayonnement Départemental dans la Nef du Dragon

15 juillet et 12 août : afterwork et DJ set avec Calisfornia en terrasse extérieure

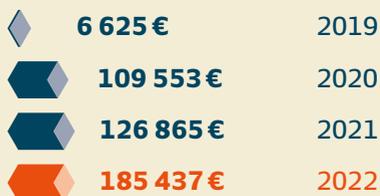
8 juillet et 26 août : concerts de groupes locaux en restaurant

Enfin, la Nocturne du Dragon le 17 décembre est l'occasion pour les équipes de l'Antre du Dragon de proposer aux visiteurs de déguster sa Carte Gourmande de Noël avec crêpes, gaufres, marrons et vin chaud servis sous la Nef de verre dans une animation dédiés entre musique, déambulations et performances artistiques.



PERFORMANCES RESTO'BAR ▼ FIG. 8

Évolution du chiffre d'affaires



TECHNIQUE ET MAINTENANCE



La consolidation du plan de maintenance

L'année 2022 a été riche en expériences techniques pour les équipes d'exploitation et de maintenance. Elle est la première sans obligation de fermeture administrative à cause de la pandémie de Covid. Elle a permis de mettre en évidence les forces mais aussi les faiblesses de la santé du Dragon. La consolidation du plan de maintenance a été nécessaire pour garantir la continuité d'exploitation et la maîtrise des coûts.

Le plan de maintenance établi à partir des dispositions réglementaires, des préconisations du constructeur et sur les retours d'expériences des équipes du pôle exploitation technique a été mis à l'épreuve durant cette année pleine. Le dragon est passé d'un temps de fonctionnement de 602 heures en 2020 et 610 heures en 2021 à 1387 heures en 2022 (soit une augmentation de plus de 70%). L'objectif a été d'augmenter l'exploitation tout en diminuant le nombre de pannes de manière à satisfaire les utilisateurs.

Total Productive Maintenance

La méthode TPM appliquée est basée sur :

- les améliorations à apporter dans le cadre de la fiabilisation du dragon ;
- l'autonomie et la maîtrise des collaborateurs intervenants sur le dragon ;
- la gestion et le suivi de la maintenance au quotidien pendant les arrêts planifiés ;
- la maintenance préventive ;
- un choix judicieux des matériels de remplacement ;
- un plan de formation efficace ;
- une gestion en matière de Santé et Sécurité ;
- une conduite proactive du pôle administratif.

Des actions d'amélioration continue

Les améliorations apportées sont de natures diverses tels que la modification de programmes automates, la modification d'une partie des mécanismes de l'iguane Sentinelle, la mise en place d'indicateurs visuels pour faciliter et fiabiliser l'exploitation ...

L'autonomie et la maîtrise des collaborateurs entrent dans le cadre d'une formation continue interne et externe. De plus, les partenariats développés avec le concepteur (La Machine) et les fournisseurs ont permis de mettre en place un processus de formation pour les équipes afin de maintenir le fonctionnement et l'aspect artistique de l'œuvre.

La gestion et le suivi de la maintenance est assuré via un logiciel de GMAO au quotidien, et par un calendrier et une planification rigoureuse lors des arrêts. Les arrêts sont aussi l'occasion de parfaire les formations des équipes exploitantes. La maintenance préventive a été modifiée par rapport aux différentes observations réalisées pendant les phases de maintenance. À titre d'exemple, nous avons observé la dégradation du vernis de protection sur les coques du dragon et de l'iguane à cause des conditions extérieures assez difficiles sur le front de mer avec le sable, la pluie et le sel. Les conséquences pouvaient aller de la dénaturation de l'œuvre jusqu'à sa dégradation. Un plan d'action a été mis en place allant de la formation au vernissage jusqu'à sa mise en application suivant un mode opératoire défini en collaboration avec le fabriquant des machines et des produits.

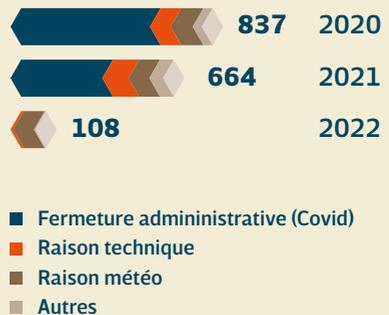
Le choix des matériels prend en compte les expériences et problématiques rencontrées avec les équipements existants. Cela peut aller de la modification de matériaux à celui d'un système mécanique.

Le plan de formation du pôle exploitation technique tourne autour de 2 axes :

- La sécurité et la maîtrise technique avec des formations qui ont pour but d'assurer la maîtrise du dragon tout en garantissant la sécurité.
- La gestion de la santé et de la sécurité qui représente un enjeu majeur. Les actions mises en œuvre dans un esprit de prévention permettent de protéger la santé des collaborateurs et contribuent à leur bien-être. La maîtrise de l'environnement de travail, favorise l'efficacité et la qualité des interventions de maintenance.

Tout ceci ne peut se faire sans une gestion administrative efficace qui se penche sur la logistique pour le matériel et sur une planification des équipes pour optimiser les interventions de maintenance et l'exploitation.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VOYAGES ANNULÉS DE 2020 À 2022 ▼ FIG. 9



MÉDIATION ET ACTION CULTURELLE

Que ce soit directement sur le dos du Dragon, en école ou sur le front de mer lors d'un atelier artistique, favoriser une démocratisation culturelle, développer la curiosité, générer des échanges et des partages d'émotions restent une priorité à la Compagnie du Dragon.

174 actions ont été mises en place cette année.

Éducation artistique et culturelle auprès des scolaires

De nombreuses ressources ont pu voir le jour ces dernières années proposant une offre pédagogique complète pour encourager l'éducation culturelle et artistique. Les enseignants disposent d'un large choix d'activités pour leurs élèves : des ateliers pour se familiariser avec notre animal hybride, une sortie culturelle au cours de laquelle les élèves pourront échanger avec les pilotes sur le dos du Dragon de Calais ou encore des visites techniques pour découvrir les rouages de la machine.

1784 élèves ont bénéficié d'ateliers pédagogiques. Le nombre a quasiment doublé en 2022 passant de 57 interventions à 102.



NOMBRE DE PARTICIPANTS
AUX ACTIONS EN 2022

▼ FIG.10

Par type d'accueil / atelier

- Manifestations (50 %)
Ex. Solstice, nocturnes...
- Ateliers groupes (26 %)
- Animations grand public (15 %)
- Accueils spécifiques (6%)
Ex. JEP, Éductour enseignants...
- Salons (3%)



Accompagner les enseignants

Un premier éducteur a été organisé en novembre afin de promouvoir l'offre culturelle auprès des enseignants. Des rendez-vous privilégiés avec voyage en Dragon et présentation de l'offre pédagogique sont mis en place pour les accompagner dans le développement de leur projet culturel autour du Dragon de Calais et de l'univers de François Delarozière.

Un premier livret pédagogique a vu le jour cet été afin de proposer une alternative aux ateliers pour les centres de loisirs et les groupes scolaires qui viennent découvrir le Dragon de Calais sur le front de mer. Ce "mode d'emploi" à glisser dans la poche, a vocation, à aider les plus jeunes à développer leur sens de l'observation et à aborder les spécificités du Dragon de Calais. Les enseignants du second degré peuvent, quant à eux, compter sur des visites techniques d'une heure avec les pilotes et techniciens de la Compagnie pour appréhender toute la complexité de la machine avec leurs élèves.

Démarche partenariale

Depuis deux ans déjà, la Compagnie du Dragon a intégré le dispositif Cité Éducative afin de favoriser la mise en place d'ateliers pédagogiques dans les établissements des quartiers prioritaires. Nos actions ont été renforcées mais aussi notre démarche partenariale en travaillant avec d'autres structures culturelles pour proposer une offre complémentaire :

- 14 journées thématiques programmées avec l'École des Langues et la Maison du Numérique ;

- 6 ateliers au Musée des Beaux-Arts autour du croquis et du bestiaire de François Delarozière pour faire le lien avec les genres littéraires présentés durant l'exposition « Créatures » ;
- 4 temps de médiation pour les enfants aux abords de la voie dragon en collaboration avec la médiathèque de plage.

46 animations grand public et manifestations ont pu être proposées sur l'année 2022.

Nouvelles expériences

Il n'est pas commun de fêter son anniversaire sur le dos d'un dragon. L'engouement autour des anniversaires a amené la compagnie à enrichir ses formules. Au restaurant ou sur le dos du Dragon, nos offres permettent d'offrir un moment convivial aux enfants autour d'un gâteau, de jeux de société ou d'énigmes à résoudre. Armé d'un bouclier spécialement conçu pour l'occasion les jeunes aventuriers emmènent leurs petits camarades dans l'univers fantastique du Dragon de Calais.

L'année 2022 a également vu le lancement des journées apprentis soigneurs. Une journée complète créée pour accompagner les enfants dans la découverte de notre saurien : rencontre avec les dragonniers, voyage en Dragon, déjeuner à l'Antre du Dragon puis activités créatives et jeux de société.

77 enfants accueillis sur les 9 journées apprentis soigneurs et 75 enfants pour les anniversaires en fin d'année.

COMMUNICATION ET MARKETING

La saison 2022 marque la première saison complète d'exploitation du Dragon de Calais, le plan de communication s'en trouve adapté pour assurer une visibilité à l'année. Pour autant, le budget alloué reste proche de l'enveloppe de l'exercice précédent grâce au recours à nos ressources internes pour la création graphique, le savoir-faire de marque et la production du début à la fin de chaîne.

Plan média

Le plan de communication s'échelonne à nouveau dans le rythme d'une exploitation touristique et culturelle avec différents temps clés de prise de parole. Nous capitalisons sur la période de réouverture aux vacances scolaires d'hiver de notre zone, les vacances de printemps, la reprise estivale en horaires allongés avec pour la première fois 'Solstice', les vacances de Toussaint et enfin, la période des fêtes de Noël.

Chaque période est construite autour d'achat de médias traditionnels, à commencer par l'affichage et l'insertion presse. Nouveauté pour cette année, deux temps sont à distinguer :

- La notoriété de la marque Compagnie du Dragon / Dragon de Calais au moyen de visuels à la photo plein format ;
- La proposition événementielle portée par un travail soigné de l'illustrateur attiré des machines : Stéphane Muntaner.

Les campagnes de notoriété ciblent des profils familiaux en quête d'une sortie sur les périodes de congés, situés dans la région avec un focus sur les bassins de population. Pour la promotion de la première édition de 'Solstice', la cible est plus jeune, consommatrice de culture, concerts, sorties entre amis ou en famille et surtout, en vacances sur le littoral ou résidente de la Côte d'Opale.

Ce tandem permet d'attirer un flux de visiteurs extérieurs sur l'ensemble de la saison, ainsi qu'un flux de festivaliers, touristes balnéaires ou administrés gravitant sur le littoral au moyen d'une programmation annexe lorsque le Dragon de Calais est déjà victime de son succès au cœur de l'été.

5 vagues de communication dont 2 à vocation événementielle (été et Noël)
Taux de remplissage annuel des voyages en dragon de 64% (91% l'été)
40 000 visiteurs uniques sur notre site web sur la seule période estivale.

Stratégie de contenus

Ce nouvel exercice a été l'occasion d'intensifier la production de contenus sur notre site web et sur nos réseaux sociaux. Le rythme s'accélère avec une à deux publications par semaine, rendu possible par la prise de vues et de vidéos en interne. Les anecdotes, photos, pastilles vidéos... sont captées, montées,

diffusées en toute fluidité et permettent de faire vivre la communication de la compagnie en quasi instantanéité.

Le nombre d'abonnés à la newsletter des machinistes est en progression et permet une sollicitation régulière de près de 17 000 contacts autour des événements et annonces de la Compagnie avec un ton éditorial inscrit dans l'histoire des machines. Poursuivre les efforts de storytelling en 2022 a permis d'installer définitivement notre compagnie comme un incontournable du tourisme en Hauts-de-France. La série vidéo débutée à l'exercice précédent affiche déjà cinq épisodes et offre une vue complète des métiers de la SPL par le prisme de l'actualité.

Abonnés à nos réseaux sociaux en hausse de 17% par rapport à 2021.

Près de 45 000 visionnages des épisodes de notre série 'En Immersion'

CHIFFRES CLÉS PLAN MÉDIA 2022

▼ FIG.11

Répartition du budget

- Insertions (78 %)
- Impression (20 %)
- Prestations ext. (2%)



3 006 958

Impressions cumulées réseaux sociaux

107 136

Visiteurs sur le site web en 2022

Relation publics et partenariats

L'année 2022 marque déjà la troisième saison d'exploitation et nous oblige à davantage d'inventivité. Un travail de communication tout particulier a permis la présentation et l'émergence de 'Solstice', consistant en un calendrier foisonnant de rendez-vous à découvrir autour du voyage traditionnel à bord du Dragon de Calais. Cet embryon de festival est le fruit d'un long travail de positionnement de notre offre, conçu pour réactiver nos réseaux et partenaires et qui permet d'agréger le travail de nos pôles. Restaurant, boutique, médiation, artistes, musiciens se réunissent en une proposition savamment illustrée par Stéphane Muntaner sur le modèle éprouvé des "Printemps aux Nefs" que l'on trouve à Nantes.

Solstice 2022 a bénéficié du soutien de France Bleu, BFM TV, LM Magazine et Calaisfornia qui ont partagé la volonté de voir naître un événement culturel d'ampleur sur le littoral.

1 plateau France Bleu en direct et couverture média BFMTV sur Solstice

113 reprises de presse sur l'année dont 11 nationales et internationales (TF1, Europe 1, VivaCité, La Une en Belgique, FranceToday...)

EXPÉRIENCE & SATISFACTION CLIENT

Enquête de satisfaction dans le cadre ISO 9001

Afin de mesurer le taux de satisfaction client, une enquête de satisfaction permet de mesurer les retours des voyageurs à dos de dragon, du restaurant - bar et de la boutique. C'est ainsi l'ensemble du parcours client qui est analysé, permettant de corriger les points d'insatisfaction identifiés, comme l'impose le cadre de la norme ISO 9001. L'administration des questionnaires a débuté au 1^{er} avril 2022.

Sentiment général

En amorce de nos questionnaires, nous recueillons une note globale à vif pour obtenir une première vue de l'expérience proposée. La note globale affectée sur 5 affiche une excellente moyenne de 4,57 sur l'ensemble de l'année. Elle est inférieure à celle constatée sur les différentes plateformes d'avis en ligne mais s'avère plus fine puisqu'elle inclut les avis négatifs au travers de l'administration systématique du questionnaire.

Motif de visite

Pour identifier les profils qui ont répondu à l'enquête, quelques questions concernent la provenance, les données sociodémographiques ou encore la raison de la visite. La cible de la stratégie marketing principale se vérifie dans l'échantillon : 83% des répondants nous rendent visite dans le cadre d'une sortie familiale.

Recommandation à un tiers

À la question 'Dans quelle mesure est-il probable que vous recommandiez la Compagnie du Dragon à un proche ?' 975 personnes sont prêtes à noter 9 la confiance qu'ils témoignent à notre compagnie pour divertir leurs proches. 22% des répondants nous rendent visite par l'intermédiaire d'une recommandation.

Voyage à bord du Dragon de Calais

Le voyage apporte une nette satisfaction sur l'ensemble des critères, se soldant par une note de 8,91/10 pour 1007 réponses. L'accueil prodigué par les machinistes et le commentaire dispensé à bord font partie des éléments les plus valorisés dans les réponses et témoignent de leur importance. Point de vigilance : l'identification du lieu d'embarquement. Toutefois, cet aspect a fait l'objet de refontes profondes au fil de la saison, à commencer par le système de billetterie et de cartes associées, ainsi que les nouveaux panneaux à indications géographiques du parcours dragon.

Parcours d'achat en boutique

Au total, 211 répondants attribuent une note moyenne de 8,63/10 à leur expérience en boutique. L'accueil et le conseil très bien notés affichent encore la compétence et le

soin apporté par les équipes des surfaces de vente. Plus nuancés, les avis sur la variété de l'offre et la gamme de prix révèlent des freins possibles à l'achat, ou une compréhension insuffisante de la valeur de l'assortiment.

Expérience de restauration

À l'image de toutes les composantes le l'entreprise, les valeurs d'hospitalité et d'accueil apportent grande satisfaction. Le restaurant bénéficie d'une note de 8,33/10 pour 202 réponses. Le délai d'attente est bon et la disponibilité des équipiers également. L'un des axes d'amélioration possible réside dans la variété de la carte proposée (celle-ci a d'ailleurs déjà été retravaillée en octobre 2022).

Structuration des procédures

La saison 2022 a permis la finalisation de nombreuses procédures qui nous font tendre vers la certification ISO 9001. Technique, vente, suivi, plans de crises, ont fait l'objet de développements avec l'accompagnement de l'organisme France Certification. Un premier audit blanc a été conduit à la fin de l'exercice, avec une seule non-conformité mineure. Le travail est sur le point d'aboutir et devrait définitivement permettre à la compagnie d'obtenir la certification au cours de l'année 2023.

Cette démarche témoigne de notre volonté de nous inscrire dans une logique d'amélioration continue afin de proposer encore et toujours la meilleure expérience de l'univers de François Delarozzière, dans le respect des attentes clients du XXI^e siècle.

Fin des travaux de structuration et certification prévue mi-2023.





4

SYNTHÈSE ET PERSPECTIVES



SYNTHÈSE ET PERSPECTIVES

Une première année de référence

Le projet du Dragon de Calais est un projet innovant et atypique qui vise à accompagner, mettre en valeur, sublimer, la rénovation urbaine de la ville. De par son ampleur eu égard à la taille de la ville et de l'agglomération, il constitue un défi tant en matière d'exploitation que de retombées médiatiques et économiques. 2022 a été la première année complète d'exploitation et permet de mieux entrevoir les forces et les faiblesses du projet.

Une année qui marque aussi la fiabilisation de la machine avec un taux de disponibilité extrêmement élevé et prometteur pour le développement futur.

Un engouement aux retombées économiques avérées

Avec plus de 38 000 visiteurs qui ont embarqués sur le Dragon en 2022, le succès et l'engouement du public pour le Dragon ne s'essouffle pas. La fin des mesures sanitaires et la normalisation des relations avec le Royaume-Uni ont permis un retour des clientèles étrangères durant l'été 2022.

Les actions culturelles sont toujours fortement plébiscitées, si bien qu'il devient difficile de pouvoir répondre à toutes les demandes.

Les résultats de l'étude sur les retombées économiques révèlent d'importantes retombées sur le territoire de l'agglomération, à hauteur de 15 millions d'euros sur l'année 2022. Le pari est gagné et l'analyse démontre que l'impact positif sur l'économie du territoire est réel.



Des perspectives de développement pour 2023

L'année 2023 sera pour la Compagnie du Dragon une année de réflexion et d'initiation de grands changements.

Tout d'abord, par une large participation de l'équipe de la SPL, au projet d'attractivité du territoire initié à la demande de Madame le Maire – Présidente de Grand Calais Terres et Mers. Ce travail vise à assurer la définition et la mise en place d'un projet de territoire partagé entre l'ensemble des acteurs publics et privés du territoire. Il permettra d'assurer un développement harmonieux du territoire tout en renforçant sa compétitivité.

Ensuite dans le cadre du projet de fusion entre la SPL et l'Office De Tourisme Intercommunal. Cette fusion permettra d'optimiser le développement et la promotion touristique du territoire intercommunal. Il sera la phase opérationnelle de pilotage du projet de territoire et à ce titre permettra de consolider et de renforcer sur le long terme l'attractivité du territoire voulue au travers de la rénovation urbaine de Calais et du projet du Dragon de Calais.

Dans le cadre du projet des machines et de la rénovation urbaine de la ville quatre points seront en étape de finalisation en 2023 :

- La définition et le lancement des études de conception réalisation d'un nouveau bâtiment commercial et administratif pour la Compagnie du Dragon. Avec une meilleure position le long de l'avenue Winston Churchill et le front de mer, des surfaces commerciales et techniques augmentées, ce nouveau bâtiment devrait renforcer l'attractivité de la Cité du Dragon.
- Le lancement des études et des marchés de construction d'un ensemble hôtel-bureaux quatre étoiles d'une centaine de chambres ainsi qu'une cinquantaine d'appartements de standings à l'arrière de la Cité du Dragon.
- Le lancement des travaux de réfection du fort Risban.
- Le résultat de l'étude de faisabilité administrative, technique et financière du Varan de Voyage.

PLANS STRATÉGIQUES

RÉSERVATIONS ET BILLETTERIE



Développer la réservation et l'accueil de prestations dites « privatives ».

Développer une stratégie commerciale à destination des professionnels,

Développer les réservation groupes adultes sur les périodes de basse saison.

EXPLOITATION TECHNIQUE



Maintenir le taux de disponibilité du Dragon actuel (minimum 96 %),

Assurer la pérennité du Dragon de Calais sur le moyen et long terme,

Assurer l'employabilité et la formation des équipes.

ACTIONS CULTURELLES



Développer les temps forts et de programmation artistique (Solstice) pour favoriser la fréquentation,

Continuer à élargir le réseau de partenaires culturels locaux et faire valider nos offres en vue d'accepter le Pass Culture,

Favoriser l'accès des classes de collèves et lycées aux ateliers de visites.

COMMUNICATION ET MARKETING



Assurer la progression de la fréquentation au travers des actions menées avec un budget équilibré,

Assurer la continuité de la communication sur les actions de programmation artistique et la cohérence de l'image,

Élargir progressivement la zone de chalandise de la Compagnie au travers des supports utilisés en investissant de nouveaux canaux.

BOUTIQUE ET VENTE



Renouveler et étoffer la gamme de produits dérivés à l'effigie du dragon,

Réduire le phénomène de stockage pour renouveler et étoffer la gamme,

Développer la vente aux professionnels tout en poursuivant les efforts sur la vente aux particuliers avec la vente en ligne et les opérations de promotions.

RESTAURANT ET BAR



Développer les privatisations,

Fidéliser la clientèle locale,

Anticiper la réorganisation liée au changement de bâtiment futur.

ADMINISTRATION ET FINANCES



Faire certifier la démarche Iso 9001 et la faire vivre au quotidien,

Participer à la mise en œuvre du projet de fusion avec l'Office de Tourisme Intercommunal (volets juridique, économique et social).

ANCRAGE ET TERRITOIRE



Positionner la Compagnie du Dragon dans le cadre de la fusion SPL – OTI ,

Participer pleinement à la démarche attractivité de la Destination Calais,

Poursuivre et finaliser les projets de nouveau bâtiment et du Varan de voyage,

Promouvoir la SPL auprès des entrepreneurs locaux .

Démarrez le voyage sur

compagniedudragon.com

Une histoire portée par



VILLE
de
Calais



Mêlant 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. 3, 4 — Kewin Lecoindre p. 6, 8, 13, 21, 22, 23, 24, 43
Stéphane Ribeiro Da Ascencao p. 1, 16, 18, 19, 20, 31, 32, 39, 40 — Carine Anot p. 34
Conception graphique : Stéphane Ribeiro Da Ascencao - Edition : avril 2022



VILLE
Calais

