

# GRILLE D'ÉVALUATION DÉTAILLÉE PORTANT SUR L'APPEL À PROJETS - MISE EN TOURISME DES ACTIVITÉS CARNAVALESQUES

Critères	Valeur en points
Qualité et structuration du groupe	20 points
Identité artistique et ancrage culturel	20 points
Potentiel touristique du projet	45 points
Motivation et engagement	15 points
<b>Total</b>	<b>100 points</b>

## A. Qualité et structuration du groupe (20 pts)

Critères	Points	Description	Modalités de Justification (Candidat)
<b>A1 – Organisation interne claire</b>	/7	Existence d'un bureau actif ; répartition des rôles ; réunions régulières (fréquence et participants).	Organigramme simplifié du bureau/structure. Description synthétique des rôles clés et de la fréquence des réunions.
<b>A2 – Stabilité et historique du groupe</b>	/6	Constance dans les activités ; mécanismes de transmission du savoir-faire.	Date de création (à titre indicatif). Liste des 2 dernières participations majeures au Carnaval. Note sur 5 lignes décrivant le processus de transmission interne.
<b>A3 – Maîtrise administrative et budgétaire</b>	/4	Situation administrative à jour. Maîtrise des outils de suivi budgétaire. Capacité à produire des documents financiers.	Statuts du groupe. Attestation sur l'honneur de la situation financière à jour. Les justificatifs de régularité fiscale et sociale sont à transmettre avant le début des ateliers. Liste des outils de suivi budgétaire utilisés.
<b>A4 – Existence de pratiques durables au sein de la structure</b>	/3	Pratiques durables (social, économique, environnemental) existantes et justifiables.	Descriptif des actions menées depuis la création du groupe

### **B. Identité artistique et ancrage culturel (20 pts)**

<b>Critères</b>	<b>Points</b>	<b>Description</b>	<b>Modalités de Justification (Candidat)</b>
<b>B1 – Authenticité carnavalesque</b>	/8	Respect des codes carnavalesques guadeloupéens. Cohérence esthétique et thématique. Maîtrise des fondamentaux (musique, chorégraphie, costumes).	Note d'intention sur la vision artistique du groupe. Documentation visuelle des 3 dernières thématiques (photos/vidéos).
<b>B2 – Originalité et créativité</b>	/7	Singularité du groupe. Innovation artistique dans la performance et la mise en scène. Capacité à se renouveler.	Mise en évidence d'un élément (musique, costume, chorégraphie) différenciant le groupe des autres. Justification par une note ou de la documentation visuelle (photos/vidéos).
<b>B3 – Contribution au patrimoine immatériel</b>	/5	Implication culturelle et sociétale hors Carnaval. Démarche de transmission et lien avec l'histoire/mémoire du groupe.	Description de 3 actions culturelles ou pédagogiques menées au cours des 2 dernières années.

### **C. Potentiel touristique du projet (45 pts)**

<b>Critères</b>	<b>Points</b>	<b>Description</b>	<b>Modalités de Justification (Candidat)</b>
<b>C1 – Pertinence de l'idée de produit</b>	/9	Clarté et unicité de l'idée. Adéquation de l'idée avec un segment de marché touristique (locaux, régionaux, internationaux).	Présentation d'une ou de plusieurs idées de concept de produit. Identification de la cible principale et du besoin touristique adressé.
<b>C2 – Valeur expérientielle et proposition</b>	/12	Niveau d'immersion, d'émotion et de participation du touriste (parcours client).	Scénarisation du parcours du touriste (ex : étapes de l'expérience, durée, rôle du groupe). Proposition de la fourchette de prix envisagée.
<b>C3 – Faisabilité Opérationnelle et Budget</b>	/12	Logistique minimale requise. Ressources humaines dédiées au projet. Identification réaliste des coûts de lancement.	Précisez les ressources techniques et humaines disponibles pour la mise en œuvre. CV ou références des référents pré-identifiés pour le suivi du projet. Liste des investissements à prévoir pour le projet.
<b>C4 – Vision et Ambition pour l'intégration au marché touristique</b>	/12	Clarté de la vision à long terme du produit. Ambition du groupe à faire de ce produit une source de revenus stable. Manifestation d'une compréhension de qui sont les clients potentiels et de comment le produit s'intègre dans l'offre touristique locale. Respect des principes de développement durable (social, économique, environnemental) dans la conception du produit.	Description de l'impact souhaité sur le groupe (économique, notoriété, structurel). Indication des premiers acteurs touristiques (hôtels, agences, offices de tourisme) que le groupe souhaite contacter en priorité. Description de ce qui est envisagé afin de respecter les critères de durabilité.

### **D. Motivation et engagement (15 pts)**

<b>Critères</b>	<b>Points</b>	<b>Description</b>	<b>Modalités de Justification (Candidat)</b>
<b>D1 – Cohérence Globale et Motivation</b>	/8	Compréhension approfondie des objectifs du projet. Cohérence entre le projet touristique proposé et les ambitions du groupe.	Note d'engagement motivée (1 page maximum) expliquant pourquoi ce projet est stratégique pour l'avenir du groupe.
<b>D2 – Disponibilité et engagement réel</b>	/7	Engagement formel à participer à l'ensemble des ateliers collectifs et individuels. Disponibilité d'un référent unique et joignable (temps dédié par semaine).	Signature d'une charte d'engagement (fournie par le consultant Conseil/Région). Nom, contact et rôle du référent désigné pour le projet.