

## Benchmarking filière découverte : Riga, ville-destination émergente

Tirer profit des expériences des concurrentes déjà implantées sur le marché international



	Stratégie orientations	Outils marketing	Partenariats	Structuration de l'offre	Autres
Riga, ville-destination émergente	X		X		Liens avec les TO

# Riga, capitale culturelle

## Présentation

Depuis l'an 2000, Riga connaît une augmentation spectaculaire de la fréquentation touristique du fait des touristes étrangers essentiellement. **Entre 2002 et 2005, la fréquentation touristique a augmenté de plus de 50%.**

En 2002, la ville de Riga concentre ses efforts sur les touristes étrangers et crée Riga Tourism Co-ordination and Information Centre.

**Riga est donc un acteur relativement récent sur la scène du tourisme urbain, qui a choisi un positionnement de capitale culturelle.** La ville possède en effet de nombreux atouts, dont un patrimoine culturel riche, en particulier sur le thème de l'**Art Nouveau**.



Image du site [www.rigatourism.com](http://www.rigatourism.com)

- **Personne contactée :**

Mrs Sandra Inkena, Riga Tourism Co-ordination and Information Centre

- Contact : +371 7026073

## Riga – capitale culturelle

### **Mettre en tourisme une nouvelle destination de tourisme urbain**

- Depuis l'an 2000, Riga connaît une augmentation spectaculaire de la fréquentation touristique du fait des touristes étrangers essentiellement.  
**En 2002, la ville crée un organe dédié à cette clientèle et choisit un positionnement de capitale culturelle.**
- **Les premiers pas d'une ville qui s'éveille au tourisme par la création :**
  - **d'un organe touristique spécifique** à Riga pour répondre à la demande d'information des touristes
  - **d'une image qui s'appuie sur l'atout principal de la ville** : son patrimoine culturel et *l'Art Nouveau* en particulier
  - **d'une stratégie de communication** : différenciation des marchés principaux pour élaborer **une communication ciblée par marché**
- Des efforts à faire pour **professionnaliser** la stratégie touristique
- La ville joue la carte de la **proximité avec les TO** :
  - **réunions une fois par mois, avec feedback de la part des TO**
  - **la structuration de l'offre est faite par les TO**
- **La ville travaille en étroit partenariat avec l'office de tourisme de Lettonie**

**OPT → Ville-destination émergente, tirer profit des expériences des concurrentes déjà implantées sur le marché international**

# Riga, capitale culturelle

## 1. Stratégie et objectifs poursuivis

Les premiers pas d'une ville qui s'éveille au tourisme, création :

- d'un organe touristique spécifique à Riga
- d'une image
- d'une stratégie de communication

- **En 2002, la ville de Riga a pris conscience de l'importance du tourisme** sur ses terres et a mis en place une stratégie de promotion touristique.
  - **Le premier pas a été de créer « Riga Tourism Co-ordination and Information Centre »** dont les principales missions sont la promotion de la coordination touristique, le développement touristique, et la construction d'une image positive et attractive de la ville en Lettonie et à l'étranger.
- **Riga choisit d'être « capitale culturelle » de la Lettonie**
  - Riga a décidé de mettre l'accent sur son plus grand atout pour construire son image, **son patrimoine culturel** : Old Riga, la vieille ville, est classée au patrimoine mondial de l'UNESCO, l'offre Art Nouveau est exceptionnellement importante, Riga accueille la 2<sup>ème</sup> plus grande place du marché d'Europe, elle concentre des vestiges de l'ère soviétique...
  - Tous les outils de promotion marketing, notamment les brochures, toutes les démarches de promotion de la ville, vont dans ce sens pour construire une image cohérente.
- Riga choisit de **différencier sa communication selon les attentes de ses différents marchés**
  - Grâce à ses **études** marketing, Riga Tourism Co-ordination and Information Centre a identifié des attentes diverses selon ses clientèles.
    - Par exemple, les **clientèles européennes** sont davantage attirées par l'offre culturelle de la ville : l'architecture, les monuments, Old Riga...
    - Il existe encore des différences plus fines entre les marchés européens. Ainsi, le centre met davantage l'accent sur les produits spa et échappées au bord de la mer pour les **Allemands** tandis que pour les **Français**, l'accent est mis sur les restaurants, les cafés...
  - La ville différencie également ses moyens de **communication** selon les marchés.
    - Exemple : 70% des touristes anglais qui sont venus à Riga ont utilisé la télévision comme moyen d'information. De plus, les chaînes de la BBC sont celles qui ont la plus grande audience auprès des Anglais. Riga assure donc la promotion de la ville à travers un clip télévisé sur le thème « Riga, capitale culturelle ».

# Riga, capitale culturelle

## 1. Stratégie et objectifs poursuivis (suite)

La ville a encore beaucoup de chemin à parcourir en matière de tourisme, en témoignent les projets qui sont actuellement à l'étude

- **Professionaliser la stratégie touristique**
  - Actuellement, la stratégie touristique est élaborée par un working group dédié au tourisme qui réunit les chefs de département de la ville de Riga et les différents acteurs de l'offre touristique.
  - La volonté de professionnaliser la démarche a été ressentie et par exemple, d'ici un ou deux ans, un document officiel de stratégie devrait être créé.
- **Développer l'événementiel ?**
  - La ville pense à développer son offre avec une stratégie événementielle, en commençant par des événements sportifs, puis des événements culturels (Sing and Dance festival par exemple).
    - En effet, ce type d'événements attire des touristes étrangers, qui sont surtout des clientèles de proximité.
    - Cependant, ces événements ne sont pas assez mis en valeur à l'heure actuelle.

## 2. Outils marketing mis en place

### Des moyens de communication variés :

- un site Internet
- une démarche active auprès des TO
- une participation aux salons internationaux

- **Un site Internet qui évolue pour répondre à la demande**

- La version actuelle du site ([www.rigatourism.com](http://www.rigatourism.com)) a été mise en ligne courant 2002.
- Le site offre une information exhaustive sur le logement (sélection d'hôtels labellisés), les transports pour aller à Riga et se déplacer dans Riga (avec possibilité de réservations en ligne), l'offre divertissement (restaurants, shopping, boîtes de nuit...) et l'offre culturelle.
- Pour les TO, le site met à disposition toute une série de photographies et d'informations sur les événements.
- Des améliorations sont régulièrement apportées au site. Une nouvelle version devrait être en ligne d'ici à la fin de l'année.

- **Des liens étroits avec les TO**

- Riga Tourism Co-ordination and Information Centre convie tous les mois les TO à des réunions d'information sur l'offre touristique de la ville.
- Il oriente l'offre des TO en mettant particulièrement l'accent sur certains aspects fondamentaux de Riga tels que l'architecture, l'art nouveau, la vieille ville...
- **Il favorise également le feedback** des TO au cours de ces réunions pour savoir quels produits ont le mieux fonctionné.
- Il organise des voyages de découverte de la ville pour les TO et la presse.

- **Une présence sur la scène internationale pour s'affirmer en tant que capitale**

- Participations aux plus grands salons du tourisme en Europe et en Lituanie.
- Participation aux workshops dans les pays étrangers qui font la clientèle de la ville.

### 3. Structuration de l'offre



Le choix  
d'une image  
de capitale  
culturelle  
orienté  
fortement  
l'offre de  
Riga, qui est  
structurée par  
les TO

- **Riga Tourism Co-ordination and Information Centre ne structure pas l'offre touristique** à proprement parler.
  - **Le centre fait la promotion des atouts de Riga** auprès des touristes et des acteurs du marché. **Il organise également des visites guidées.**
  - **L'offre est véritablement structurée par les TO**, mais elle est orientée par Riga à travers les réunions d'information.
- **L'offre Art Nouveau : plus d'un tiers des immeubles du centre ville sont des immeubles Art Nouveau.**
  - Aucune autre ville d'Europe ne peut rivaliser avec Riga de ce point de vue. **C'est un avantage comparatif dont la ville cherche à tirer parti un maximum.**
  - L'offre actuelle que propose Riga Tourism Co-ordination and Information Centre pour découvrir l'Art Nouveau est un **parcours commenté en 12 langues** et la **visite du musée** Latvian Museum of Architecture.
  - L'outil marketing majeur actuel pour promouvoir l'Art Nouveau est un **clip vidéo** d'une vingtaine de minutes sur ce thème. Riga Tourism Co-ordination and Information Centre édite également une **brochure** spécifique sur l'Art Nouveau. Les autres brochures abordent également toutes ce thème.
  - L'Art Nouveau est un des thèmes sur lesquels Riga insiste lors des réunions avec les **TO**. Il est également mis en avant lors de l'édition de guides sur la ville.
  - La ville compte créer un **centre d'informations dédié à l'Art Nouveau** d'ici à la fin de l'année.
- **Autres offres** : parcours sur le classicisme et les bords de fleuves et des excursions autour de Riga en 4 langues.

### 4. Autres éléments pertinents

- Riga Tourism Co-ordination and Information Centre suit de près l'évolution de la **fréquentation touristique** à travers des statistiques et des études marketing.
  - Riga Tourism Co-ordination and Information Centre a mené pour la première fois cette année sa propre étude marketing.
  - Il utilisait avant celles de l'office de tourisme de Lettonie.
- Riga Tourism Co-ordination and Information Centre travaille en étroit **partenariat** avec l'office du tourisme de Lettonie car 18% des touristes qui viennent en Lettonie visitent Riga.
- **Les facteurs de succès** de la destination Riga auprès des touristes étrangers :
  - L'entrée dans l'**Union Européenne** qui a accru la notoriété de la ville
  - **L'accessibilité** : la ville est desservie notamment par des compagnies low-cost
  - L'effet **destination nouvelle** : l'héritage culturel de la ville surprend, son folklore étonne
  - La **satisfaction** des touristes qui ont visité la ville : ils découvrent « a so charming city », dont la population parle russe, anglais, allemand.
- **Le positionnement de Riga est cohérent par rapport à ce que les touristes préfèrent de la ville** : ils disent avoir particulièrement apprécié Old Riga, l'architecture, l'Art Nouveau et le patrimoine culturel dans son ensemble après leur séjour.
- Riga est une **destination de city-break** : les touristes y restent 2 à 3 jours.

# Riga, capitale culturelle

## Annexes : Le parcours Art Nouveau



1. The first Art Nouveau building in Riga, at Audēju Street 7
2. Teātra Street 9, building decorated with images of mythological gods
3. Kalēju Street 6. In the façade of the building, an engraved ornament of flowers, typical of later Art Nouveau
4. 7. Kaļķu Street 11, façade that includes several typical Art Nouveau ornaments
5. Smilšu Street 2. This building is a masterpiece of Art Nouveau architecture in Riga. The façade is decorated with a depiction of a peacock, which was one of the key elements of beauty and self-confidence in Art Nouveau. The bay is supported by trees which turn into the figures of Atlantis and Cariatide. The reliefs on the building depict various hybrid beings, while the dormers are decorated with the motifs of the sun. The building is “guarded” by masks of dogs.

...

Source : [www.rigatourism.com](http://www.rigatourism.com)

## Riga, capitale culturelle

### Annexes : Riga Card

Discover Riga with Riga Card!

Riga Card is the easiest way to get acquainted with Riga.

A sightseeing tour and many other most popular cultural and tourist attractions are included in Riga Card offer. You can use a Riga Card as a transport ticket in trams and trolleybuses and as an entrance ticket to most museums in the city. In addition Riga Card is also a bonus card, bringing you price reductions on different services in Riga.



Riga Card price:	24h	48h	72h
Adults	Ls 8,00 / EUR 11,38	Ls 12,00 / EUR 17,08	Ls 16,00 / EUR 22,78
Child (until 16)	Ls 4,00 / EUR 5,69	Ls 6,00 / EUR 8,54	Ls 8,00 / EUR 11,38

#### You can buy your Riga Card at:

- Riga Tourist Information Centre, Rātslaukums 6;
- Travel agencies:

- "Latvia Tours", 8 Kaļķu Street;
- "Eurotravel", 29 Lāčplēša Street;



Exposition dans ce cadre :  
*Decoration in Art Nouveau*  
(Riga, 20 October 2006)



A large group of institutions from various European cities with a rich Art Nouveau heritage - from Helsinki to Barcelona, and from Glasgow to Budapest - decided to come together to form an initial European co-operation network. Research, conservation, and proper exposure are the key objectives of the ambitious programme which the 'European Art Nouveau Network' has set itself for the coming years. Enterprise and commitment are the Network's chief hallmarks; as well as championing a rigorously scientific approach, it aims to keep professionals informed and to make the general public aware of the cultural significance and European dimension of this heritage on our very own doorstep.

## Riga, capitale culturelle

### **Annexes : La presse française parle de l'Art Nouveau à Riga**

**P**ourquoi crie-t-il ce visage d'homme à la barbe en tiges de nénuphar ? L'étrange fixité du regard contredit le rictus de la bouche. Peut-être l'expression de ce masque de plâtre, niché sous une fenêtre d'un immeuble de la rue Gertrude, à Riga, vise-t-elle simplement à attirer l'attention du passant sur cette façade Art nouveau. Une parmi les milliers qui bordent les rues du centre de la capitale lettone. Plus du tiers des immeubles qui s'y dressent reflètent le style qui s'imposa ici à l'orée du XXe siècle.

A moins que ce visage nimbé de lumière ne proteste contre l'injustice faite à Riga. Son patrimoine architectural disparut complètement de la mémoire ouest-européenne lorsque la jeune République lettone, indépendante depuis 1918, fut absorbée par l'Union soviétique après la seconde guerre mondiale. Une fois l'Art nouveau réhabilité sur le Vieux Continent, au début des années 1980, les guides et les livres spécialisés ignorèrent les splendeurs de cette ville oubliée, faisant la part belle à Bruxelles, Vienne, Barcelone ou Nancy.

Pourtant, peu d'endroits peuvent, comme elle, se prévaloir d'une telle richesse, d'une telle intensité. Cette erreur commence à être réparée. En 1997, l'Unesco a classé quelque 475 hectares du centre de Riga dans sa liste du patrimoine mondial de l'humanité. La zone protégée embrasse le cœur historique de la ville - fondée en 1201 par des Allemands, venus y faire du commerce et convertir des peuplades à la foi chrétienne - et les quartiers l'entourant, sur la rive droite de la Daugava.

Adopté simultanément dans d'autres ports de la mer Baltique, tels Helsinki et Stockholm, le style Art nouveau s'imposa plus encore à Riga, grâce à un concours de circonstances et à la volonté de ses édiles. La cité venait alors de raser les remparts médiévaux destinés à protéger son centre historique, suivant avec retard un mouvement survenu dans le reste de l'Europe. Riga avait besoin de prendre ses aises. Les architectes de la ville disposaient alors d'un immense espace libre, encombré seulement de grosses maisons en bois, dont un bon nombre furent brûlées pour laisser place à un gigantesque chantier, qui ne s'acheva qu'avec la Grande Guerre.

« On assista à une transformation urbaine exemplaire, typique de la méthode russe, en vigueur à l'époque », raconte Janis Krastins, le principal expert de l'Art nouveau en Lettonie. Tout comme les provinces avoisinantes, Riga était en effet passée sous tutelle tsariste depuis 1721, après un siècle de domination suédoise.

*Extrait d'un article du Monde, paru dans l'édition du 08.07.04*

### Annexes : La presse française parle de l'Art Nouveau à Riga



Au bord de la mer Baltique, la pimpante capitale lettonne exhibe fièrement ses façades Art nouveau. Un style qui s'imposa ici à l'orée du <sup>xx</sup>esiècle. Pourtant, ce patrimoine disparut complètement de la mémoire ouest-européenne lorsque la jeune république fut absorbée par l'Union soviétique après la Seconde Guerre mondiale. Aujourd'hui, Riga s'offre au regard curieux qui peut, loin des hordes touristiques, jouir tranquillement de ses trésors: édifices gothiques, frontons baroques, maisons en bois, colonnes néoclassiques. Mais la ville réserve d'autres réjouissances. Comme pour forcer le destin européen du pays, les Lettons se livrent à tous les plaisirs de la consommation occidentale. La capitale regorge de boutiques de créateurs, de cafés à l'ambiance rétro ou techno. La nuit, la ville dort peu, elle bouge. Elle devient cette métropole cosmopolite envahie de restaurants ethniques et de boîtes branchées où se déchaîne la jeunesse russe et lettonne.

Dorane Vignando

Week-end 3 jours-2 nuits à partir de 555€ avec Norvista.

Mais la ville réserve d'autres flash-back. Comme le café Nostalija, rue Kalku, qui cultive une ambiance rétro adorée des touristes: lustres, dorures et tubes années 1980 en toile de fond. Quant au marché central, installé le long de quais dans les anciens gigantesques hangars des zeppelins, il dégage un pur parfum soviétique avec son bataillon de vendeuses en uniforme et ses rayons de produits au détail.

La nuit, pourtant, Riga change radicalement de visage. Elle redevient cette métropole cosmopolite, connectée sur Internet, garnie de restaurants, de bars et de boîtes ultramodernes où se déchaîne, le week-end, la jeunesse russe et lettonne. «Depuis 1991, il n'est pas un mois sans qu'une nouvelle adresse s'ouvre, toujours plus sophistiquée, plus mode», confirme Agnese Rudzite, 28 ans, rédactrice en chef du journal *Riga This Week*. Déco industrielle et platines de DJ au Colonel, design épuré au Café Nation, néons et cuir rouge au Martini, gogo-danseuses ultrasexy au Pupu Lounge («nichon», en argot letton), ailleurs un bar tendance chemises hawaïennes, colliers de fleurs et faux palmiers... Européens du Nord en mal de soleil, les Lettons savent se concocter des ambiances exotiques spéciales nuits chaudes. Un remède infallible pour le dégel.

#### ***Pays Baltes pratiques***

*Directours propose des formules de week-ends de 4 jours-3 nuits dans les trois capitales baltes.*

***Week-end à Riga, hôtel Bergs \*\*\*\*, vols, transfert, hébergement et petits déjeuners inclus, à partir de 559 € par personne.***

***Week-end à Tallinn (Estonie), à partir de 481 € par personne.***

***Week-end à Vilnius (Lituanie), à partir de 405 € par personne. Directours: 01-45-62-62-62; de province: 08-11-90-62-62***

*Extrait d'un article de L'Express du 19/04/2004*