



EVALUATION 2012

-MARCHE D'ARTISANS D'ART :

Nombre d'artisans présents : **34**

Nombre d'artisans ayant répondu au questionnaire : **24**

Chiffre d'affaire réalisé sur ces 3 jours : **13 000€**

- 540€ en moyenne sur 3 jours (maxi : 2800€, mini : 30€)

ATTENTION : il faut aussi tenir compte des retombées dans les ateliers sur le reste de l'année.

Points forts de la manifestation :

- **Qualité des produits exposés, diversité des produits, nombre d'exposants en hausse : bonne attractivité pour la clientèle.**
- **Espace agencé de façon conviviale et attractif, qualité des tentes et de l'équipement fourni par la Mairie de Carcassonne.**
- **Site magnifique**
- **Gratuité des emplacements**
- **Gardiennage de nuit**
- **Bonne organisation, ambiance chaleureuse.**

- Les animations de musique et de danse (quand ce n'est pas « statique » devant les stands !)
- Beaucoup de monde : clientèle étrangère (anglais, australiens, brésiliens, espagnols, japonais, canadiens, allemands, belges, américains...) française pour la grande majorité (tant locale que de toutes régions de France), beaucoup d'intérêt pour le côté créatif et pédagogique de l'artisanat.

Points à améliorer :

- Musique de fond + dynamique
- Pas de concert au milieu des stands : empêche la clientèle de s'approcher des artisans.
- Manque de signalétique (encore et toujours !) ce qui est primordial vu le côté excentré du Marché.
- Affichage dans les magasins du centre ville (partenariat ??) et intensifier la publicité en centre ville de manière générale.
- Tentes sur la place devant la Basilique pour faire rentrer la clientèle par la petite porte de l'espace.
- Faire une nocturne, au moins le samedi (22h ?)
- Prévoir un petit déjeuner le 1^{er} jour pour les artisans (voir commerçant du coin) + un stand café/thé/eau/sandwichs pour les exposants. De même, prévoir un « repas » convivial entre tous les exposants (MPP, artisans d'art et prestataires, ce qui renforcerait le réseau !
- Intensifier les animations culturelles de qualité : spectacles de rue, concerts, conférences, visites guidées..à proximité de la Basilique pour faire venir une clientèle diversifiée et intéressée par l'Art (à la différence des « promeneurs »).
- Tréteaux de TRES mauvaise qualité !!!!

- Intensifier le partenariat avec les commerçants de la Cité : nous sommes tous là dans le même but !
- Rapprocher le marché de producteurs du marché d'artisans.

-PRESTATAIRES TOURISTIQUES :

Nombre de prestataires : 12

Nombre de prestataires ayant répondu au questionnaire : 12

Chiffre d'affaire réalisé sur ces 3 jours* : 300€

***Les prestataires étaient là pour promouvoir leur site en priorité, seuls certains prestataires vendaient des produits dérivés de leurs activités.**

Remarques spécifiques des Prestataires Touristiques:

- Les renvois sur sites ont été immédiats (le jour même ou le lendemain, pour certains, ils ont même bénéficié de retour clientèle durant une quinzaine de

jours! Et cela aurait pu être mieux en intensifiant la communication de cette fête plus en amont et plus largement au niveau géographique.

- Choix de la date très pertinent, à maintenir.

- 1 personne de l'OT de Carcassonne doit être présente sur le stand infos Pays sur les 3 jours avec ses collègues du Pays.

- Prévoir une réunion technique (explication du programme des manifestations sur le territoire) avec le personnel OTSI.

- Rappeler aux artisans que s'ils sont présents sur le Guide des 8 Circuits, ils ont l'obligation de le distribuer sur leur stand (et dans leur atelier !).

-MARCHE DE PRODUCTEURS DE PAYS

Ce marché a été géré par La Chambre d'Agriculture de l'Aude (bilan en cours) mais voici déjà quelques données :

-Points forts de la Manifestation :

- Site magnifique
- Lieu stratégique pour la vente : excellente visibilité !
- Le nombre de touristes
- Bonne organisation
- Diversité des produits
- Animation dynamique de la Chambre d'Agriculture
- Assistance technique (tous services confondus)

-Points à améliorer :

- Peu de Carcassonnais étaient au courant : intensifier la communication.
- En cas de pluie la veille de l'installation, prévoir une équipe technique municipale pour « sécher » l'endroit.
- Travailler le renvoi entre le Marché de Producteurs et le Marché d'Artisans.
- Veiller à ne pas augmenter la proportion stands vins/stands autres produits
- Possibilité de vente au verre tant la demande a été grande de la part de gens qui pique-niquaient aux abords de la Cité, quitte à limiter cette autorisation sur l'heure du déjeuner.
- Prévoir l'apéritif institutionnel avec les producteurs présents sur le Marché.
- Pas d'animation le dimanche : très dommageable !!! à éviter l'année prochaine.
- Prévoir une équipe à l'entrée de la Cité pour distribuer le programme.

Dégustation de l'omelette géante :

700 parts distribués en 30 minutes !

Cette animation a eu beaucoup de succès et le public a demandé les flyers expliquant cette tradition et beaucoup étaient intéressés pour la consommer le midi dans les restaurants de la Cité : un flyer était prévu à cet effet et il a été distribué massivement (personnel de l'OT de Carcassonne présent pour cette distribution) mais il semble que les gens ont eu du mal à trouver ces établissements (signalétique ? inscription sur carte ?) : à améliorer.

Apparemment, le CA du Marché est beaucoup plus important que celui du Marché d'Artisans d'Art.

-FÊTE NATIONALE DES CAFES DE PAYS (Pâques) :

Durant cette Fête, les Cafés de Pays doivent proposer des animations.

-Le Café de Pays « Auberge des Ardeillès » à Lespinassière a proposé un concert de chansons françaises sur la journée du samedi avec un repas le soir : 60 personnes y ont participé (audois, carcassonnais mais aussi touristes français et étrangers) : au vu de l'éloignement géographique et de la météo défavorable, cela montre que le transfert de clientèle depuis la Cité a parfaitement fonctionné.

-Le Café de Pays « La Marbrerie » à Caunes Minervois a proposé un concert pour la soirée du dimanche soir : plus de 60 personnes avec la même diversité de clientèle ! mêmes remarques que précédemment.

-ANIMATIONS SUR LE TERRITOIRE :

-Sur les OT du rural : la clientèle était en hausse par rapport à 2011.

-Succès sur les visites guidées de monuments/sites : 60 personnes à la Cathédrale St Vincent (moitié adhérents de l'association organisatrice, moitié touristes/excursionnistes), 40 personnes aux carrières de marbre, 100 personnes pour les Orgues de St Nazaire, 30 personnes pour le village de Caunes.

-Randonnées pédestres : du mal à prendre SAUF celle organisée par les Amis du Patrimoine de Grèzes Herminis le lundi qui était très complète : découverte du canal et du patrimoine bâti remarquable, dégustation au caveau et dégustation gratuite de l'omelette soit 35 randonneurs et plus de 80 personnes au repas dont la moitié de touristes !

-L'atelier cours de cuisine, les danses folkloriques, les concerts, les animations médiévales ainsi que les goûters organisés ont également beaucoup plu : à intensifier.

Préconisations pour 2013 :

-Intensifier les « visites-promenades-conférences ».

-Maintenir les randonnées pédestres (attention à l'organisation !) en privilégiant les dégustations (vins ou autres produits) en lien avec le producteur et les visites de sites.

-Circuits thématiques dans la cité : circuit gastronomique avec les restaurants présentant l'omelette ou des plats traditionnels où on retrouverait les produits du Marché des Producteurs ; circuit artistique avec la découverte des Artisans dans la Cité, circuit du terroir avec la découverte des boutiques du Terroir et des produits régionaux...etc. Cela demande une forte implication des commerçants de la Cité avec une coordination réalisée tant par l'Office de tourisme de Carcassonne que par les associations de la Cité.

AVIS GENERAL SUR LA CLIENTELE :

- Clientèle française majoritaire : toutes régions !
- Clientèle étrangère : tous les pays sont représentés avec toujours, malgré la crise, une forte fréquentation catalane mais avec un pouvoir d'achat pratiquement inexistant !
- Clientèle intéressante car forte motivation pour les activités culturelles et traditionnelles.
- Importance de la clientèle audoise (elle achète !!) qu'il reste encore à développer par de la communication

FREQUENTATION SITE INTERNET

WWW.PAYSCARCASSONNAIS.COM

Trafic sur 15 jours pendant la Fête de Pays et 1 mois avant :

La différence est marquante :

Les visiteurs ont augmenté **de 50%** et les pages vues de **46 %**.

La fête ayant été annoncée dans les actualités on voit que la fréquentation des actualités a augmenté de **143 %**.

Au niveau des sources de trafic, l'augmentation est visible sur :

- Ideego (+933%)
- Trafic direct (+135%)
- Payscathare.org (+112%)
- google (+83%)

Le plus important ici est le trafic direct qui découle de personnes ayant saisi l'adresse du site directement et de Google (les gens utilisent souvent google même quand ils ont l'url d'un site).

Ces augmentations sont à attribuer aux actions de promotion offline.

CONCLUSION :

Avis favorable des participants pour recommencer la même opération en 2013.



PAYS CARCASSONNAIS / Valérie Lafon :
14. rue du 04 septembre BP30168 11004 Carcassonne cedex
secretariat@payscarcassonnais.com