



EVALUATION 2015

-MARCHE D'ARTISANS D'ART :

Pas de Marché d'artisans d'art suite au manque de lieu disponible et à un manque de temps de préparation (décision tardive de la Mairie de Carcassonne)

-PRESTATAIRES TOURISTIQUES :

Suite à un manque de temps de préparation, pas de stands avec les prestataires mais un accord passé avec l'agence « Autour de Carcassonne » avec la mise en place d'ateliers gratuits (Montolieu Village du Livre, Atelier du Livre, Moulin à Papier).

-MARCHE DE PRODUCTEURS DE PAYS

Ce marché a été géré par La Chambre d'Agriculture de l'Aude et le Village des Producteurs, dans le respect de la démarche nationale « Marchés de Producteurs de Pays (MPP) :

-Points forts de la Manifestation :

- Site magnifique
- Lieu stratégique pour la vente : excellente visibilité !
- CA réalisé : leur meilleur Marché !
- Bonne organisation
- Diversité des produits
- Animation dynamique de la Chambre d'Agriculture
- Assistance technique (tous services confondus)

Un rendez-vous devenu incontournable pour les Producteurs !

-Points à améliorer :

- Prévoir des programmes en anglais et en espagnol.
- Proposer à nouveau la dégustation de l'omelette aux asperges le lundi de pâques : réclamé par les « habitués » !
- Augmenter le nombre de producteurs.

-FÊTE NATIONALE DES CAFES DE PAYS (Pâques) :

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

-L'Auberge des Ardeillès à Lespinassière : pas d'évaluation.

-Le Café de Pays « La Marbrerie » à Caunes Minervois : bonne fréquentation.

-Le Salon de Vauban aux Cammazes : fermé pour cause de santé.

-Le Rivassel à La Redorte : Toute la clientèle de ce week end là est venue pour les énigmes vigneronnes et seul le programme de la Fête du Pays en parlait : bonnes retombées, à continuer.

-L'Arbre du Voyageur à Palaja : clientèle locale, bonnes retombées mais accentuer la communication sur l'Aude.

-ANIMATIONS :

-Animations médiévales : seule la troupe du Mât du Perroquet a participé bénévolement en réalisant des fabliaux dans les douves (beaucoup de succès).

-Salon du Livre à Montolieu : bonne fréquentation.

-Pas d'animations dans la cité à la différence de 2013 (le piano voyageur devant le théâtre, concert d'accordéons le dimanche : environ 600 personnes, concert le lundi : 250 personnes, ce qui est un exploit au vu de la météo !!! Théâtre de rue avec le Théâtre d'Elodie dans plusieurs endroits de la Cité)

-Journées du Bien-Être à la Calandreta : nombreux ateliers qui ont attiré autant de carcassonnais, d'autois que de touristes : la 1^{ère} année avait été un succès car la calandreta avait pu bénéficier de la forte communication de la Fête du Pays, ce qui leur a fait maintenir cette date.

Pas de participation des stagiaires Tourisme du Centre AFPA de Carcassonne :

Manque de temps de préparation et pas assez d'animations justifiant du personnel d'accueil supplémentaire.

Préconisations pour 2016:

Cette manifestation a porté ses fruits car il y a une forte fréquentation touristique notamment de la part d'une clientèle touristique de proximité avec un pouvoir d'achat plus important que la clientèle espagnole.

Cependant, cette clientèle a été déçue de ne pas trouver plus d'animations dans les rues comme les années précédentes ni d'artisans d'art...le Marché de Producteurs ne se suffisant pas pour marquer un événement fort.

De plus, pour qu'il y ait un relais sur le territoire rural, il faut proposer des activités (comme les années précédentes) : visites-promenades-conférences, randonnées pédestres, balades vigneronnes, concerts, ateliers....et cela demande un temps de préparation conséquent.

La manifestation réalisée en 2013 avait atteint un bon niveau et il est regrettable d'avoir baissé en qualité car cela sera difficile à remonter.

Avis général sur la clientèle :

- 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 autoise (elle achète !!) qu'il reste encore à développer par de la communication.