

BIENVENUE À TOUS !



Synthèse enquête CCI/OGS

➤ 2019 :

Le Syndicat Mixte de l'OGS a souhaité engager une enquête sur les aménagements des restaurants de la Cité de Carcassonne.

Chaque année => environs 2 millions de visiteurs.

➤ Les enjeux :

- Ce site patrimonial est encore habité et a développé une offre commerciale prédominante parfois au détriment du monument et de sa valeur universelle.
- Les commerçants = premières vitrines de l'esprit des lieux

Synthèse enquête CCI/OGS

➤ OBJECTIFS DE L'ENQUETE :

- Enquête terrain au cours de la saison 2019 (juin et juillet) pour :
 - ✓ réaliser un **état des lieux** à l'instant T des aménagements des restaurants de la Cité de Carcassonne.
 - ✓ travailler sur **une phase plus concrète et opérationnelle présupposant une évolution de l'image de la Cité**
- Cible : restauration traditionnelle et restauration de type rapide.
Ont donc été étudiés :
 - ✓ 39 établissements classés en 5610A
 - ✓ 9 établissements classés en 5610C
 - ✓ 8 établissements faisant uniquement de la restauration à emporterSoit un total de **56 établissements** (près de 37% des commerces de la Cité)

Synthèse enquête CCI/OGS

➤ Les grands thèmes des critères :

- PUBLICITES - COMMERCIALISATION
- ENSEIGNE (devanture, carte extérieure...)
- ELEMENTS D'AMENAGEMENTS ET D'AMBIANCE EXTERIEUR
- ELEMENTS D'AMENAGEMENTS ET D'AMBIANCE INTERIEUR
- LA TABLE
- LE DEVELOPPEMENT DURABLE VALORISATION DE LA CITE ET DE LA DISTINCTION UNESCO

Objectif : avoir une **perception de la qualité des infrastructures** des restaurants, notamment dans leur manière de **promouvoir « l'esprit » de la Cité de Carcassonne** et leur bonne **intégration dans l'ambiance de ce patrimoine classé à L'UNESCO.**

Synthèse enquête CCI/OGS

➤ Sites d'avis :

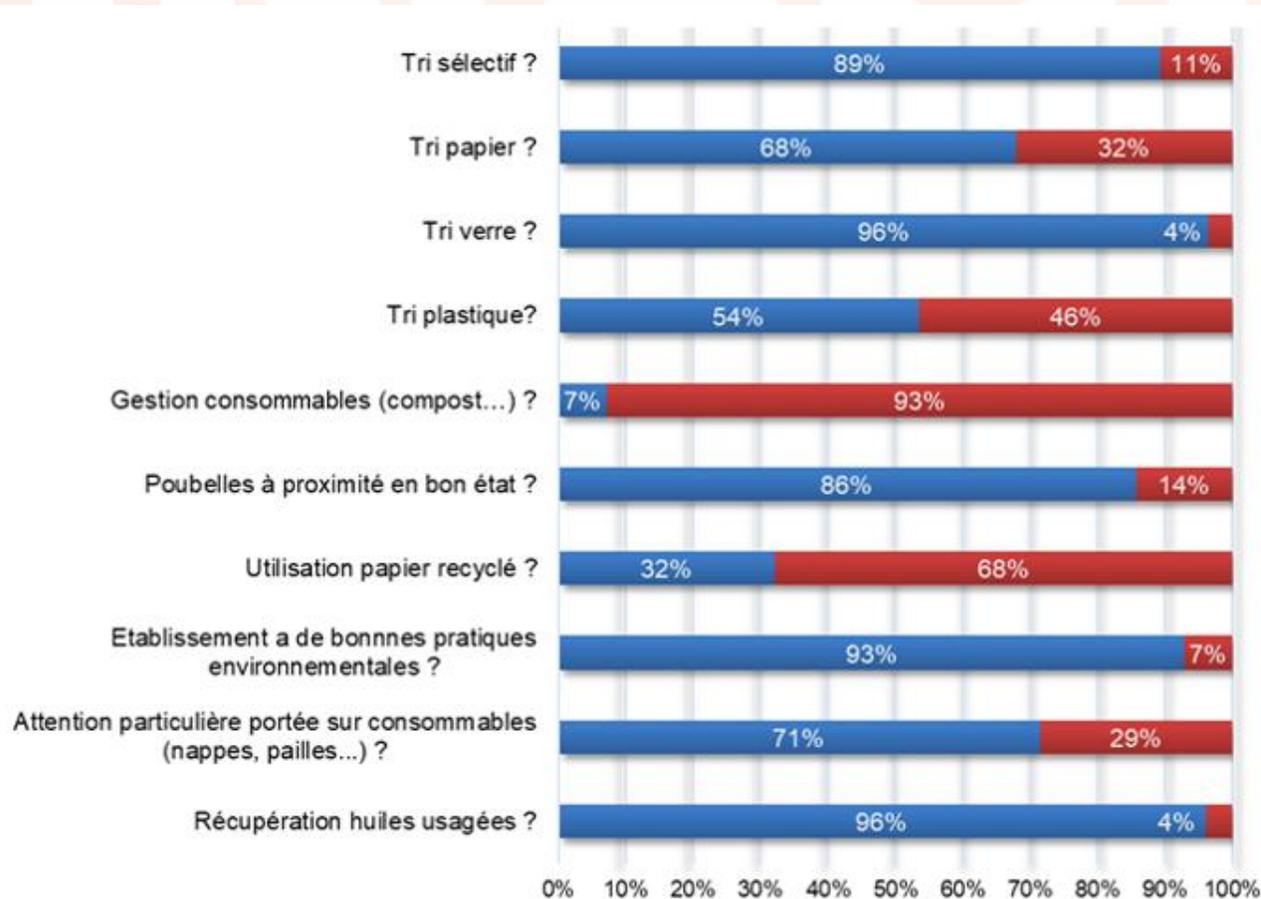
Afin d'affiner les résultats terrains, relevé systématique pour tous les établissements de leurs notes sur les sites d'avis, tels que Trip Advisor et Google My Business.

- ✓ Note moyenne Tripadvisor/Google: 3.7/5
- ✓ Note médiane Tripadvisor/Google: 4/5

Il y a bien évidemment des disparités dans les résultats mais, **la note moyenne est satisfaisante et démontre, selon le ressenti de leurs clients, que les restaurants traditionnels répondent assez bien à leurs attentes.**

Synthèse enquête CCI/OGS

➤ En complément : enquête en ligne sur les critères sur le développement durable.



Synthèse enquête CCI/OGS

➤ Pour la restauration traditionnelle :

- La grande majorité des restaurants traditionnels présents dans la Cité de Carcassonne **réalisent des efforts, aussi bien pour leurs enseignes et façades que pour la qualité des prestations offertes.**
- Indépendamment des zones, des rues, **les résultats sont homogènes** dans l'ensemble.

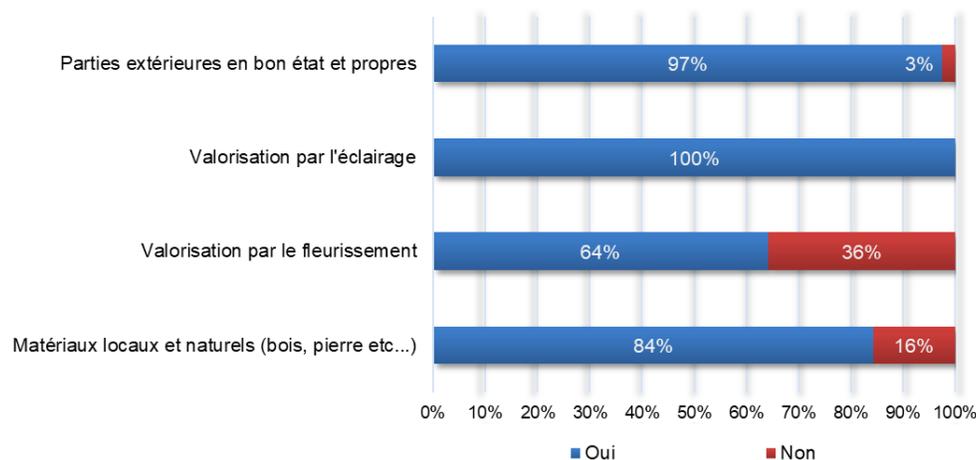
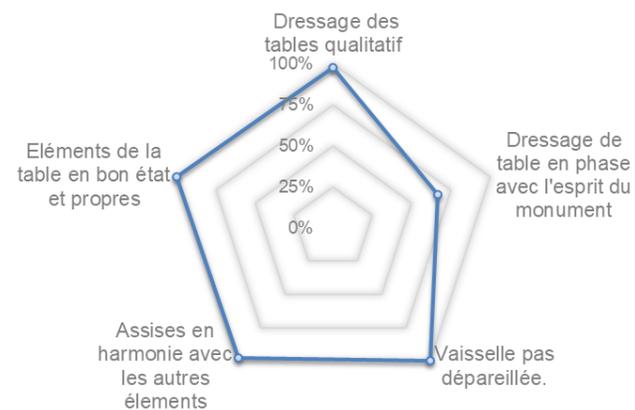
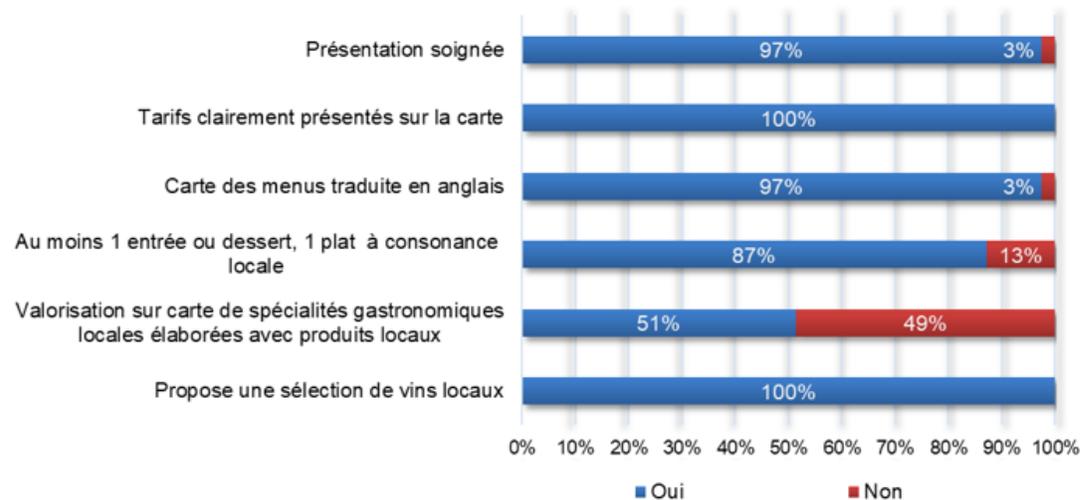
➤ Pour la restauration rapide :

Résultats plus mitigés et contrastés : il y a de très bons établissements, qui ont fait et font des efforts pour la qualité des enseignes et de l'affichage et d'autres qui ne s'inscrivent pas dans cette démarche.

Toutefois, il y a **certains critères**, notamment ceux de la valorisation du lieu et du label UNESCO qui **paraissent perfectibles** et qui pourraient être traités de manière commune à tous les établissements.

Synthèse enquête CCI/OGS

4.4 La carte du restaurant (menu)



Synthèse enquête CCI/OGS

Il est à noter pour ces deux types de restaurations :

- ✓ les retours clients sont dans l'ensemble **satisfaisants**.
- ✓ Les clients ont des attentes différentes en fonction du type de restaurants et il faut souligner **les efforts déjà réalisés par les professionnels de la Cité**.

Ce qui est préjudiciable, ce sont les **quelques exceptions qui ne réalisent peu ou pas d'efforts** et ce sont malheureusement ceux-là qui restent à l'esprit.

Nous sommes bien conscients qu'il est **parfois difficile d'allier une réalité commerciale avec des objectifs d'amélioration communs**, mais tous les efforts permettront d'obtenir une **cohérence de ce que le client s'attend à trouver en venant à la Cité**.

Synthèse enquête CCI/OGS

➤ Quelques pistes d'actions :

- ✓ Travailler sur une **présentation** de quelques lignes du **Monument et de la distinction UNESCO** avec mise à disposition aux entreprises pour qu'elles puissent l'inclure dans leur communication avec une photo emblématique. Cela permettrait aussi de mettre un lien pour renvoyer sur le site de l'OGS.
- ✓ Mettre à disposition des **sets de table** valorisant le Monument et la distinction UNESCO. Et dans la même optique, se doter d'un outil, comme un **cahier de coloriage**, que les restaurateurs pourraient donner aux enfants présents dans les restaurants. Ces outils peuvent sembler mineurs mais leur impact sur la clientèle peut être important.
- ✓ Travailler sur la **valorisation des produits locaux** : de nombreux professionnels travaillent avec des producteurs locaux. Les contraintes sont souvent plus importantes que d'aller s'approvisionner dans des centrales d'achats. Il est dommage que cela ne soit que rarement valorisé et mis en avant.
- ✓ **Les façades et enseignes** : ce sont les premières « vitrines » de la Cité. Certaines façades sont en totale contradiction avec l'esprit du Monument. Quelles actions à envisager?

MERCI À TOUS POUR VOTRE PARTICIPATION !

