



Etude opérationnelle "centres-villes et centres-bourgs"

Lot n°2 – Etude des marchés de plein air

Bilan – Fab Lab « Marchés de plein air »
Mardi 07 Mai 2019



LESTOUX &
ASSOCIÉS

3 rue Villedeneu / 22400 Lamballe
126 bd Haussmann / 75800 Paris

Tel. 02 96 50 55 01
www.lestoux-associes.com

Le mardi 07 Mai 2019, le Fab Lab « Marchés de plein air » a réuni 15 participants en présence d'élus, placiers et producteurs. Dans un premier temps, il leur a été présenté les principaux enseignements issus du diagnostic réalisé depuis Novembre 2018 dans le cadre du lot 2 de l'étude DYNACOM.

Dans un second temps, les participants se sont répartis en trois groupes afin de faire émerger des idées liées aux 3 enjeux stratégiques identifiés dans l'étude :

1

Développer une communication spécifique aux marchés

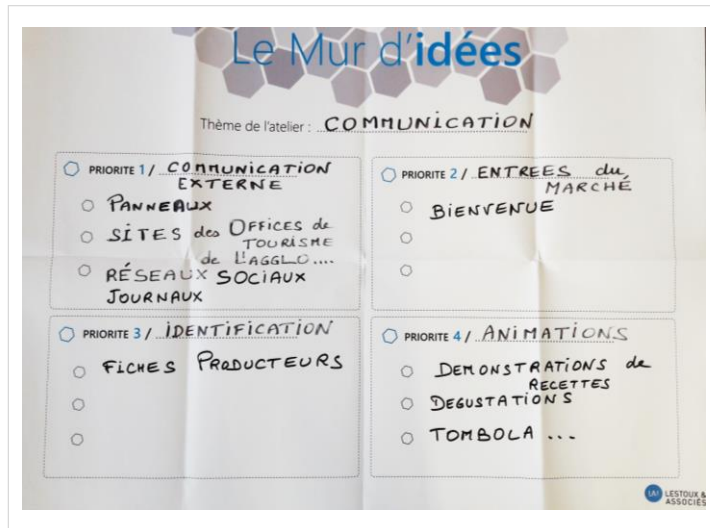
2

Valoriser l'environnement urbain et travailler la convivialité des espaces

3

Créer un réseau de marchés du Pays de l'Isle en Périgord

Comment mieux communiquer sur les marchés afin d'offrir une meilleure lisibilité et visibilité sur l'offre proposée ? Quels outils ? Quels moyens ?



Les priorités identifiées par le groupe de travail sont les suivantes :

Priorité 1 / Créer une communication externe

- Implanter des panneaux (pré-enseignes) sur les axes routiers aux abords des entrées de bourgs/villes.
- Relayer l'existence des marchés sur les sites internet des offices de tourisme, communautés de communes, d'agglomération.
- Développer une communication multicanale : réseaux sociaux, presse et radio locales...

Priorité 2 / Développer une communication positive

- Afficher des messages accueillants aux entrées des marchés, par exemple : « Bienvenue sur notre marché !... »

Priorité 3 / Faciliter l'identification producteurs et revendeurs

- Faciliter la reconnaissance des producteurs locaux situés dans un périmètre à proximité du marché (50km) en créant des fiches sur les producteurs (mettre la photo du producteur sur son site de production en différentes langues).

Priorité 4 / Encourager les animations sur les marchés

- Créer des démonstrations de recettes avec des producteurs, restaurateurs. Par exemple : faire le marché puis cuisiner les produits achetés.
- Offrir des dégustations culinaires.
- Organiser une tombola.

Comment valoriser l'environnement urbain pour renforcer l'attractivité des marchés ? Comment créer davantage d'ambiance ? Avec qui ?



Les priorités identifiées par le groupe de travail sont les suivantes :

Priorité 1 / Veiller à l'organisation physique et matérielle des marchés

- Créer des cheminements confortables et de qualité.
- Faciliter la proximité entre les espaces de stationnement et les marchés.
- Créer des dérogations pour agrandir les terrasses des cafés en fonction des saisons.
- Être attentif à l'environnement du marché : fleurissement, espaces ombragés...
- Implanter du mobilier urbain : bornes, parc vélos...
- Faciliter l'accessibilité pour les bagages roulants.
- Mettre les commerçants et les clients à l'abri du mauvais temps notamment pour les « petits » marchés.

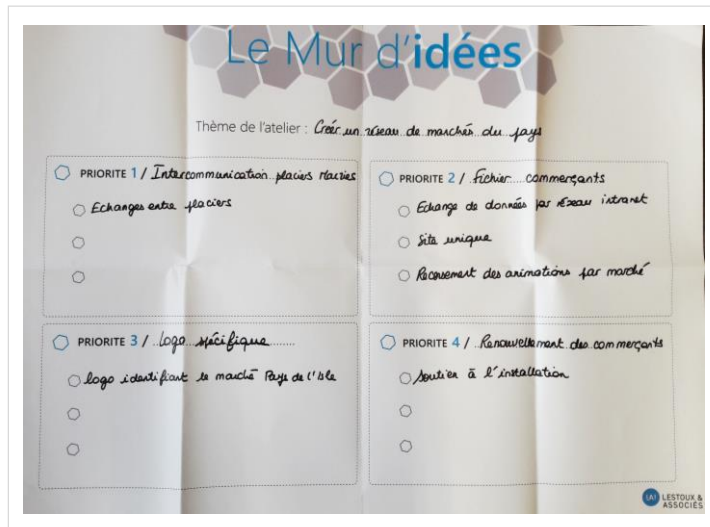
Priorité 2 / Ambiance et animation des marchés

- Créer un cœur de marché avec les commerçants présents toute l'année afin d'éviter un mitage en basse saison.
- Organiser des ateliers culinaires avec des produits locaux et de saison.
- Inciter les cafetiers à créer un « happy hour » en fin de marché.
- Inciter les restaurateurs à proposer des « menus du marché »
- Diffuser une musique d'ambiance le temps du marché.
- Impliquer les associations locales dans l'animation des marchés.

Priorité 3 / Encourager les coopérations

- Faire le lien avec les écoles, ALSH, EPHAD et les marchés.
- Favoriser les rencontres entre les commerçants sédentaires et non sédentaires.
- Veiller à la propreté des marchés et notamment à travers le tri des déchets, par exemple : comment anticiper l'interdiction des plastiques ?...

Comment créer un réseau de marchés du Pays de l'Isle en Périgord ? Comment ? Avec qui ?



Les priorités identifiées par le groupe de travail sont les suivantes :

Priorité 1 / Encourager l'interconnaissance entre les placiers

- Inciter les placiers et élus référents « marché » à se rencontrer pour échanger des conseils afin d'optimiser les organisations de marchés, par exemple : technique d'implantation, noms de producteurs...

Priorité 2 / Créer un fichier commerçants non sédentaires

- Créer une base de données commune sur réseau intranet pour trouver plus facilement des commerçants.
- Élaborer un site unique référençant les commerçants.
- Recenser et communiquer les animations organisées sur les marchés.

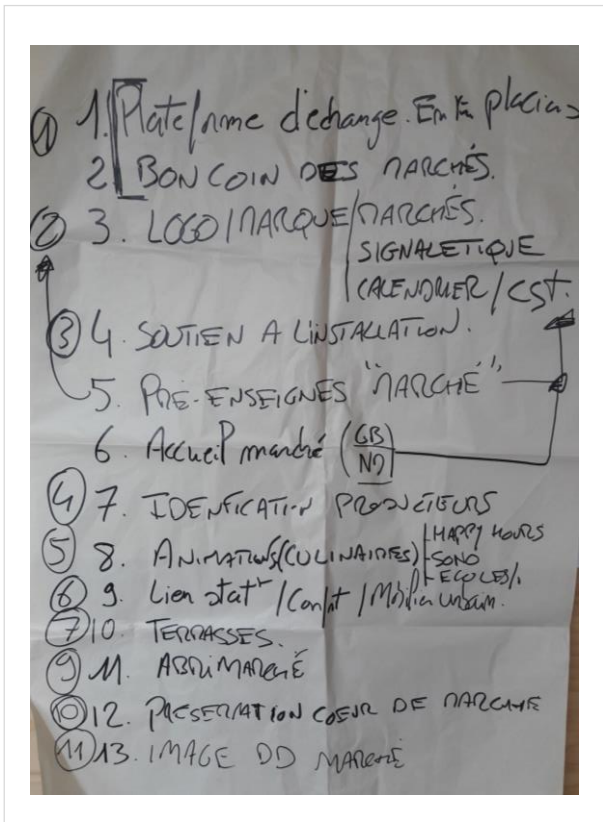
Priorité 3 / Charte graphique spécifique

- Créer un logo spécifique aux marchés du Pays de l'Isle en Périgord (le logo indiquerait un niveau de services présents sur le marché)
- Afficher un calendrier sur les stands pour indiquer les jours et lieux de présence des commerçants.

Priorité 4 / Veiller au renouvellement des commerçants

- Soutenir l'installation agricole en créant des dispositifs adaptés aux producteurs.

4
priorités
transversales



L'INTERCONNAISSANCE ENTRE LES PLACIERS

Faciliter la communication entre eux afin d'optimiser l'implantation du marché, la recherche de producteurs, la communication avec les commerçants non sédentaires...

UNE COMMUNICATION POSITIVE ET ACCUEILLANTE

Structurer la communication à différents niveaux : extérieure aux bourg/ville, sur les marchés, l'identification des producteurs locaux à travers un logo...

RENOUVELEMENT DES PRODUCTEURS

Quels outils et dispositifs mettre en place pour encourager l'installation et la production agricole pour garantir la pérennité de producteurs présents sur les marchés ?

AMBIANCE, CONVIVIALITE DANS UN ESPACE AGREABLE

Réunir toutes les conditions pour favoriser un accueil réussi aussi bien pour les clients que les commerçants non sédentaires et sédentaires.