Étude des marchés et des halles du Pays de l'Isle en Périgord

2024

- Sommaire -

Préambule : Le Pays de l'Isle, une agence de développement

Contexte de l'étude 3

Le cadre de l'étude

Objectifs de l'étude

Résultats attendus

Définition du marché de plein air et des halles de producteurs 5

Principe et organisation

Le fonctionnement financier

La clientèle et la promotion des marchés et halles

La logistique des marchés

Les atouts, les limites et perspective d'avenir des marchés

L'offre des marchés et halles sur le territoire en 2024 :

Quelles évolutions ? 9

L'offre des marchés sur le territoire en 2017

L'offre de marché et halles sur le territoire actuellement

L'ancienneté des marchés

Recensement des jours et types de marchés

L'activités des marchés

Prix et équipements

La communication

Analyse de questionnaire 22

Les cas d'étude : zoom sur les marchés de Périgueux,

de Saint-Astier et de Montpon-Ménestérol 27

Les marchés de Périgueux

Le marché de Saint-Astier

Le marché de Montpon-Ménestérol

Analyse et préconisations 31

Préambule

Le Pays de l'Isle en Périgord est situé le long de la vallée de l'Isle, dans le département de la Dordogne, en Nouvelle Aquitaine. Il regroupe quatre établissements de publics de coopération intercommunale (EPCI) et compte 93 communes. Sa superficie s'étend sur 1 943 km² et il abrite 148 769 habitants (INSEE 2024).

Le Pays de l'Isle en Périgord, par ses missions, s'engage à améliorer la qualité de vie des habitants en favorisant un équilibre entre ville et ruralité. Il permet d'assurer une cohérence de certains projets, de porter des actions de transformation du territoire au-delà des limites administratives existantes, de permettre des économies d'échelle dans la mise en œuvre de certaines missions et de prétendre à certains dispositifs.

Source : Pays de l'Isle en Périgord

Contexte de l'étude

Les marchés de plein air et les halles de producteurs ont une longue tradition en France. Bien qu'ils aient connu un certain déclin au cours des derniers siècles, ils restent présents dans le paysage commercial français. Ces marchés font d'ailleurs partie intégrante du quotidien de nombreuses personnes.

Il est donc essentiel de comprendre leur rôle dans la vie des populations ainsi que leur impact sur la dynamique locale. Les différentes stratégies commerciales mises en œuvre par les vendeurs et les producteurs permettent également de mieux cerner les spécificités de l'économie locale. Par ailleurs, ces dernières années, certains marchés de plein air ont connu un renouveau, porté par une demande croissante en produits locaux et de qualité. Étudier ces nouvelles tendances et les attentes des consommateurs peut ainsi contribuer à anticiper les évolutions futures.

En somme, ils constituent des terrains d'étude riches d'enseignements sur l'économie, la culture et la vie quotidienne. Leur analyse peut aider à mieux comprendre les dynamiques commerciales locales et à soutenir leur développement.

Le cadre de l'étude

Cette étude a pour objectif de proposer une analyse stratégique de l'attractivité des marchés de plein air et des halles de producteurs au sein des 19 communes identifiées. Elle s'inscrit dans une démarche pédagogique visant à évaluer l'attractivité de ces zones économiques à partir d'indicateurs stratégiques, recueillis par le biais d'enquêtes quantitatives et qualitatives.

L'enjeu principal est de produire une étude opérationnelle permettant de mieux comprendre le fonctionnement, les besoins et les contraintes de ces espaces marchands. Une telle analyse contribuera à la mise en œuvre d'actions concrètes en faveur de leur amélioration, tout en soutenant les producteurs locaux.

Objectifs de l'étude

L'objectif principal de cette étude opérationnelle est de mieux comprendre le fonctionnement des marchés de plein air et des halles de producteurs, afin d'identifier des leviers d'amélioration. Cette analyse approfondie porte sur plusieurs aspects clés : l'offre et la demande, les pratiques commerciales, les attentes des producteurs et des consommateurs, ainsi que les contraintes spécifiques auxquelles ces marchés sont confrontés.

En cernant ces éléments, il devient possible de proposer des actions concrètes pour soutenir les producteurs locaux, faciliter l'accès à des produits frais et de qualité pour les consommateurs, et renforcer les liens entre les acteurs de la filière agricole et les habitants du territoire. L'objectif ultime est de favoriser un environnement propice au développement économique local, à la préservation de l'agriculture traditionnelle et à la promotion d'une alimentation saine, durable et de proximité.

Résultats attendus

Parmi les résultats attendus, cette étude pourrait permettre une meilleure organisation des marchés de plein air et des halles de producteurs, une optimisation des pratiques commerciales, ainsi qu'une diversification et une valorisation accrue de l'offre en produits locaux et de qualité. L'objectif est également d'améliorer l'expérience des consommateurs, en rendant ces espaces plus attractifs, accessibles et adaptés à leurs attentes.

Par ailleurs, l'étude vise à renforcer les liens entre les acteurs de la filière agricole et les habitants du territoire, en favorisant les échanges directs et la confiance mutuelle. Ce rapprochement contribuerait au développement économique local, tout en promouvant une alimentation saine, durable et ancrée dans les savoir-faire traditionnels.

Définition du marché de plein air et des halles de producteurs

Principe et Organisation

D'après la loi, **un marché de plein** air est défini comme un lieu de vente temporaire en extérieur ou des producteurs et des commerçants proposent leurs produits directement aux consommateurs. Ils sont normalement classés selon la loi en trois types, selon leur activité soit "alimentaire", "non alimentaire" et équipement de la personne, bio (produits biologiques qu'ils soient alimentaires ou non), fleurs, timbres, livres, oiseaux, art, brocante, etc. **Les halles de producteurs** sont souvent des espaces spacieux et couverts ou les producteurs peuvent présenter et vendre leurs produits. Elles sont conçues pour favoriser les échanges directs entre les commerçants et les consommateurs. Ces lieux sont une alternative aux supermarchés traditionnels, offrant des produits locaux et de qualité. Les marchés de plein air et les halles de producteurs sont généralement soumis à des règlementations similaires.

Règles

Ce type de marché est directement géré par les mairies. Celles-ci fixent le nombre de stands et définissent le règlement des marchés municipaux qui s'applique à tous les marchés et halles de la commune. Dans certains cas, elles établissent un règlement spécifique par marché.

Contrôle

Le contrôle est généralement effectué par les autorités compétentes, telles que les services d'hygiène, les services municipaux ou les agents de règlementation. Ils veillent au respect des règles et des normes établies pour assurer la sécurité et la qualité des produits proposés. Il est important de souligner que les contrôles varient en fonction des réglementations locales et des pratiques spécifiques de chaque commune.

Initiatives des marchés

Ce sont les conseils municipaux qui décident de l'emplacement des marchés. Mais, une association ou un comité de quartier peuvent aussi être à l'origine de la création d'un marché, et en faire la demande à la mairie. Lors de la création d'un nouveau marché municipal, les placiers peuvent proposer des emplacements aux professionnels déjà connus de leurs services (car déjà présents sur d'autres marchés de la ville). Des associations de développement agricole soumettent parfois la candidature de leurs adhérents aux services municipaux. Elles peuvent aussi faire connaître le marché à leurs adhérents.

Ces marchés ne bénéficient pas d'accompagnement spécifique. Des comités de quartier peuvent toutefois jouer un rôle de soutien, en cas de divergences avec la mairie, des riverains ou des commerçants sédentaires aux alentours.

Les conditions d'entrée :

Pour participer en tant que vendeur sur un marché, il est généralement nécessaire de remplir certaines conditions d'entrée. Cela peut varier en fonction des règlementations locales.

Il peut être nécessaire de s'inscrire auprès des autorités compétentes ou des organisateurs du marché. Certains marchés peuvent exiger que les vendeurs détiennent des autorisations spécifiques, comme un permis de vente ou une licence commerciale.

Les vendeurs doivent généralement respecter des normes d'hygiène strictes pour assurer la sécurité des produits alimentaires, cela peut inclure des règles sur la manipulation des aliments, la propreté des stands et le respect de la chaine du froid. Certains marchés peuvent avoir des restrictions sur les types de produits autorisés à être vendus, par exemple certains marchés peuvent se spécialiser dans des produits alimentaires locaux, artisanaux ou biologiques.

Conditions d'exclusion :
Les conditions d'exclusion d'un marché peuvent varier en fonction des règles et des règlementations spécifiques du marché en question Mais cela peut inclure un non-respect des règles, des produits non conformes, comportement inapproprié ou encore un non-paiement des frais.

Le fonctionnement financier

Les investissements collectifs

Les frais généraux nécessaires à la mise en place d'un marché sont directement pris en charge par les mairies : frais d'installation (eau, électricité), frais publicitaires (banderole, plaquettes, affiches…).

Les investissements individuels

Le matériel nécessaire aux exposants est le même pour tous les marchés de plein vent. Il varie en fonction des produits. Pour l'alimentaire : un stand, une balance contrôlée, un véhicule utilitaire… Pour les fromages ou la viande : une banque réfrigérée, un module frigorifique selon la distance au marché pour le poissonnier. Pour le non alimentaire : un stand, des portants et une cabine d'essayage pour l'habillement.

La gestion des prix

Chaque exposant fixe librement les prix de ses produits. En pratique, il y a une relative homogénéité entre commerçant sur un même marché et une stabilité des prix dans le temps.

Les frais de fonctionnement

Les frais liés au marché, à la charge des exposants, concernent le prix de l'emplacement, généralement peu élevé et leur déplacement. Les tarifs des frais d'expositions sont variables suivant les communes et sont l'objet d'une délibération du conseil municipal. Ces tarifs comprennent ou pas, l'accès à l'utilisation de l'eau, de l'électricité et des W.C. publics ou ceux de la mairie. Ils peuvent inclure des frais de publication.

La clientèle et la promotion de ces marchés et halles

Le type de clientèle

Les marchés de plein air attirent généralement une clientèle variée et diversifiée. On peut y trouver des habitants locaux à la recherche de produits frais et de qualité ainsi que des touristes curieux de découvrir les spécialités locales.

La gestion de la communication

La promotion des marchés est assurée par les mairies, la presse municipale ou privée, souvent relayée par les offices de tourisme en zone rurale. Indirectement, les associations agricoles indiquent les lieux de vente de leurs producteurs adhérents.

La fréquentation

L'affluence est irrégulière et différente selon les saisons. Pendant l'été, la fréquentation avec les touristes est supérieure.

La logistique de ces marchés

La gestion du placement

Les places des stands sont aléatoires mais souvent fixes pour les exposants présents sur le marché depuis longtemps ou les exposants abonnés. Pour les autres, elles peuvent changer d'une semaine sur l'autre.

Les dates et horaires

Ces marchés se tiennent en général le matin, une ou plusieurs fois par semaine.

Les atouts, les limites et perspectives d'avenir des marchés

Avantages >

Les marchés de plein air et les halles de producteurs offrent de nombreux avantages tel que d'offrir des produits frais et de saison, directement du producteur au consommateur, par conséquent cela garantit une qualité supérieure. De plus, en achetant directement auprès des producteur locaux, les acheteurs soutiennent l'économie locale et favorise le maintien e certaines exploitations. Par la suite, ces points de vente proposent une grande variété de produits, c'est pour cela que les utilisateurs peuvent découvrir de nouvelles saveurs et trouver des produits uniques. Les marchés et halles offrent un environnement convivial en discutant avec les producteurs, cela permet d'en apprendre davantage sur les méthodes de production. Puis ces lieux mettent en avant des pratiques agricoles durables, telles que l'agriculture biologique ou raisonnée, cela permet de sensibiliser les consommateurs à l'importance de choisir des aliments respectueux de l'environnement. Enfin les marchés et halles attirent durant la période estivale un grand nombre de visiteurs, ce qui peut stimuler l'activité commerciale dans les environs et cela permet aussi aux producteurs de vendre leurs produits sans intermédiaire, leur permettant d'obtenir une rémunération plus juste pour leur travail.

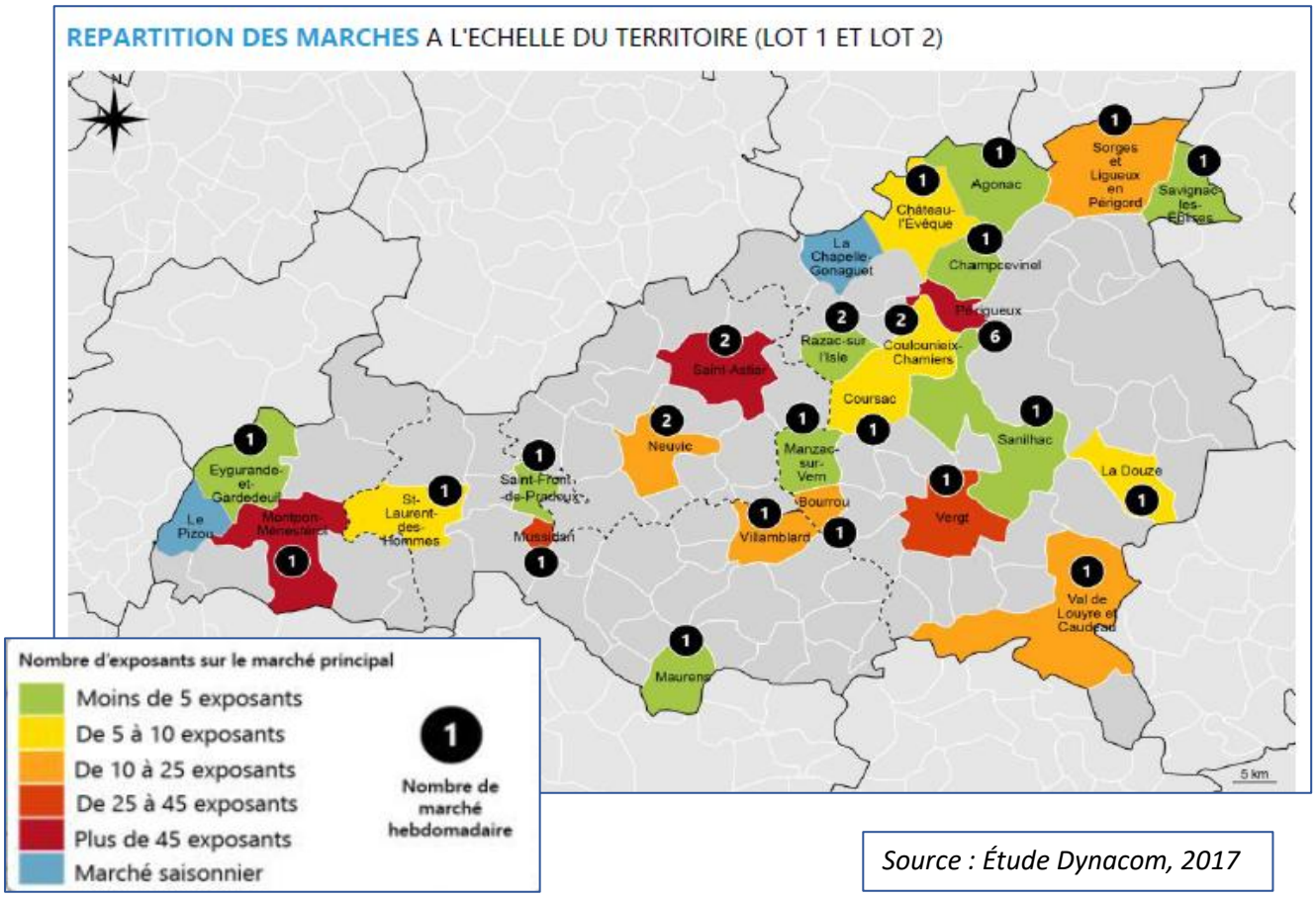
< Inconvénients

Bien qu'il existe de nombreux avantages au sujet de ces marchés et de ces halles, des inconvénients demeurent tel qu'un chiffre d'affaires relativement fluctuant entre les saisons, une dépendance aux conditions météorologiques, une concurrence possible entre divers exposants, des contraintes logistiques en termes de transport et d'installation.

Les clés de réussite des marchés sont d'offrir une variété de produits et de qualité, créer une atmosphère accueillante, faire la promotion et communiquer en utilisant divers canaux de communication, impliquer la communauté locale et établir des partenariats. Toutes ces clés peuvent conduire à une plus grande réussite.

L'offre des marchés et halles sur le territoire en 2024 : quelles évolutions ?

L'offre des marchés en 2017



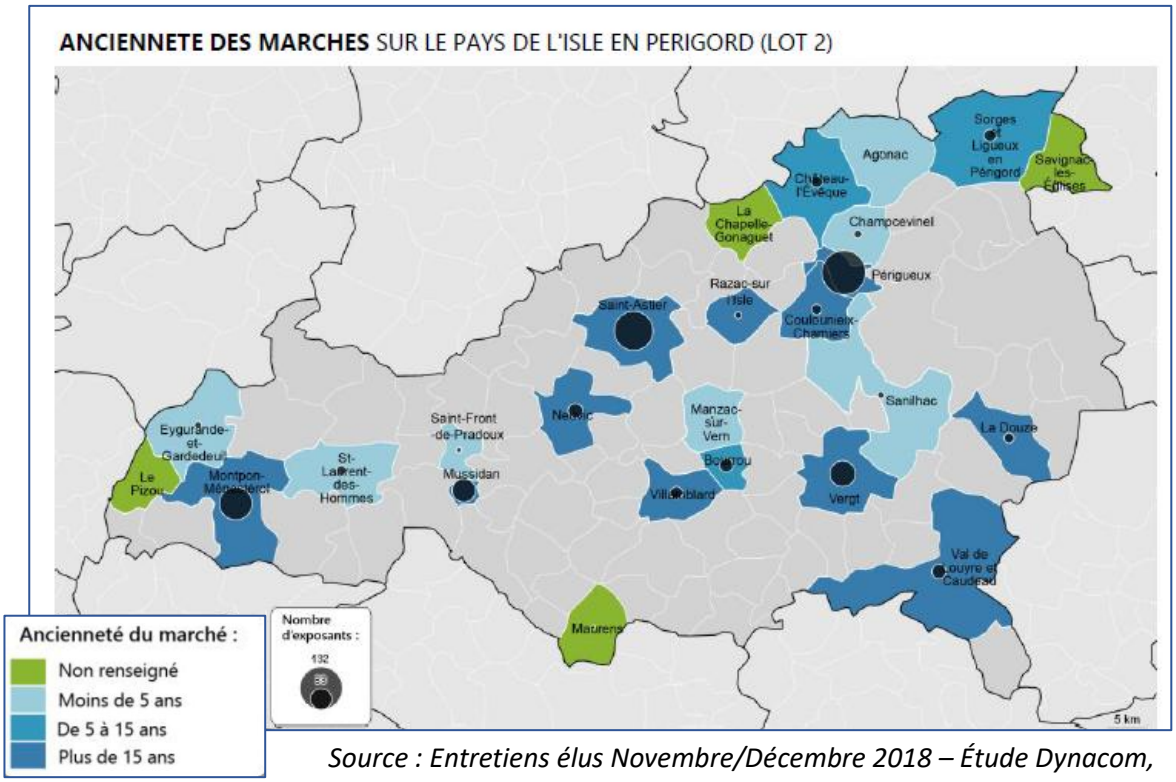
Source : Étude Dynacom, 2017

A retenir

- **Une offre de marchés bien répandue** à l'échelle du Pays de l'Isle en Périgord
- **Des petits marchés de proximité qui souffrent de difficultés** à se maintenir et/ou se développer

[Voir étude lot 2 en complément]

En 2017, il avait été recensé 33 marchés hebdomadaires à l'année organisés sur 24 communes différentes. Ces marchés constituaient l'essentiel de l'offre existante à l'échelle du Pays de l'Isle en Périgord, dont 5 marchés étaient « polarisants » au regard du nombre d'exposant recensés en basse saison, permettant de proposer une offre complémentaire aux commerces de proximité sédentaires.



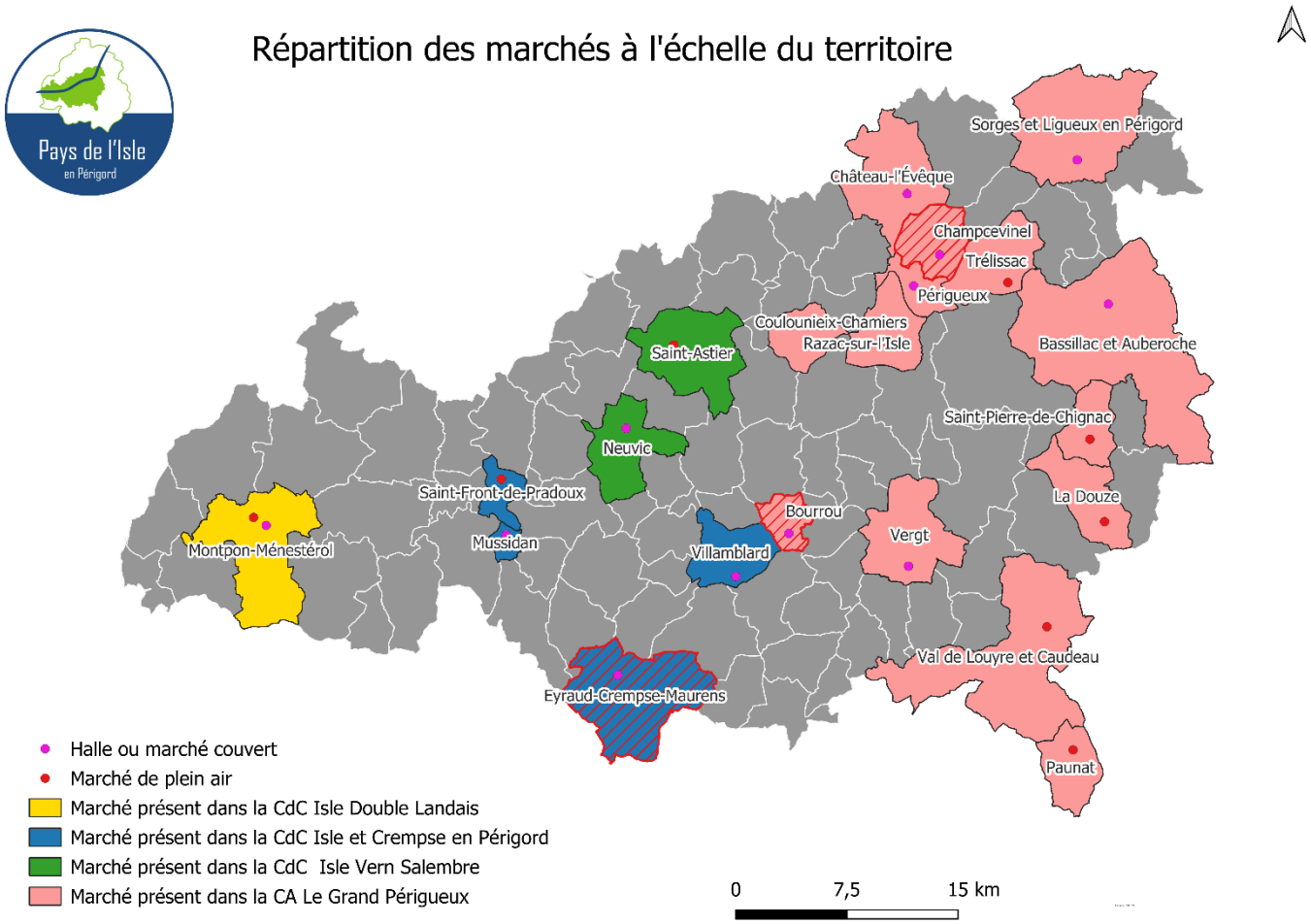
Source : Entretiens élus Novembre/Décembre 2018 – Étude Dynacom,

Sur les marchés étudiés en 2017, 13 avaient une ancienneté de plus de 15 ans. La plupart d'entre eux étaient des marchés structurants et reconnus sur le territoire : Saint-Astier, Périgueux, Montpon-Ménestérol, Mussidan, Neuvic, Saint-Alvère, Vergt, La Douze et Villamblard. Les marchés de plus petites tailles (moins de 5 exposants) étaient tous des marchés récents initiés au cours des 5 dernières années : Agonac, Champcevinel, Eygurande-et-Gardedeuil, Saint-Front-de-Pradoux, Manzac-sur-Vern et Notre-Dame-de-Sanilhac.

L'offre de marché sur le territoire actuellement

En 2024, l'offre des marchés et halles a légèrement diminué comptabilisant 21 implantations sur le territoire :

- La communauté d'Agglomération Le Grand Périgueux : 14 marchés dont 6 halles dont 8 marchés de plein air et 2 marchés du soir.
- La communauté de communes Isle et Crempse en Périgord : 4 marchés dont 3 halles dont 1 marché de plein air et 1 marché du soir.
- La communauté de communes Isle Vern Salembre : 2 marchés dont une halle et 1 marché de plein air.
- La communauté de communes Isle Double Landais : 1 marché de plein air

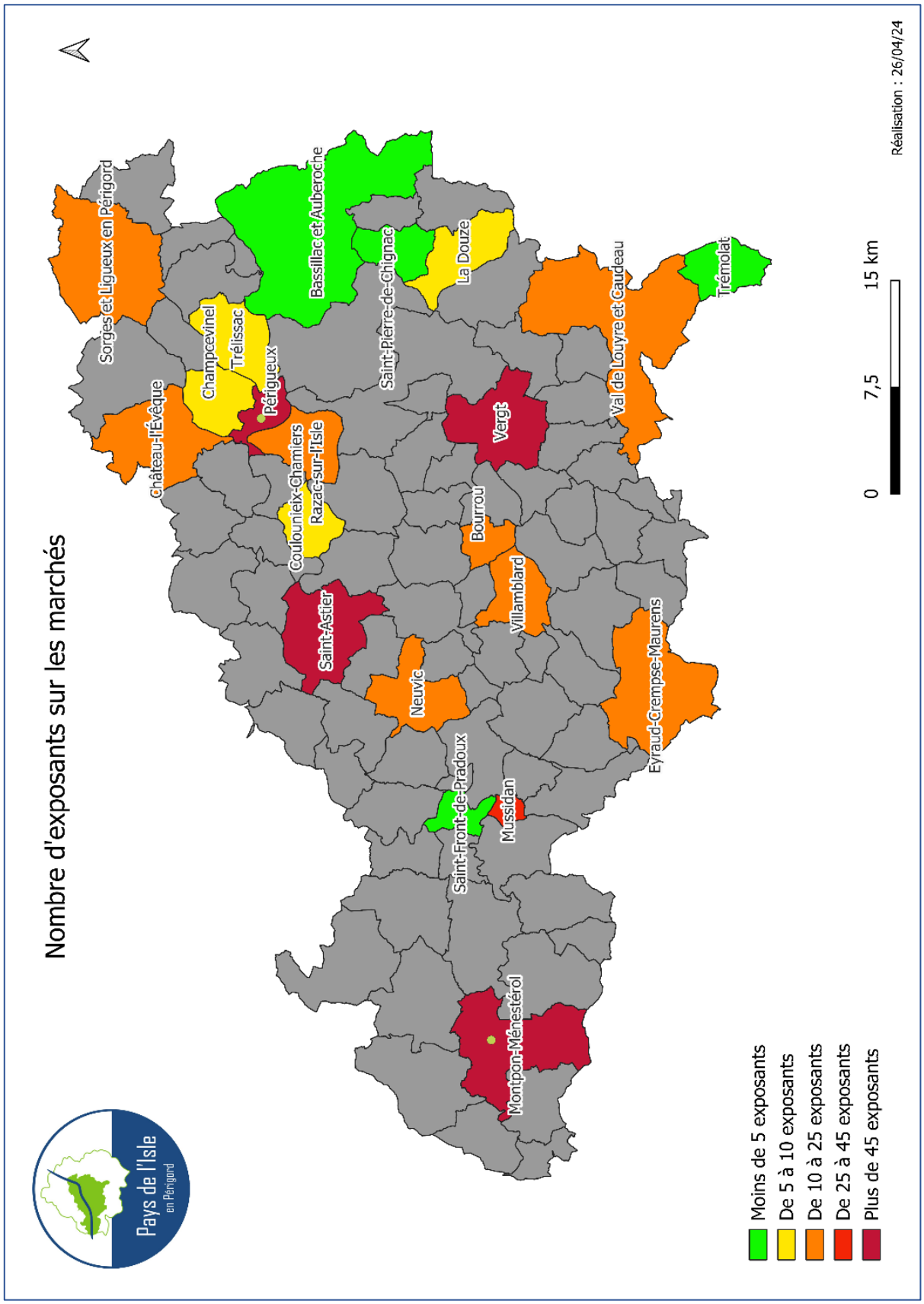


Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Il y a 4 marchés structurants à l'échelle du Pays de l'Isle en Périgord au regard du nombre d'exposants :

- Périgueux : 130 exposants en basse saison, le samedi matin
- Saint-Astier : 100 exposants en basse saison, le jeudi matin
- Vergt : 63 exposants en basse saison, le vendredi matin
- Montpon-Ménestérol : 60 exposants en basse saison et le mercredi matin

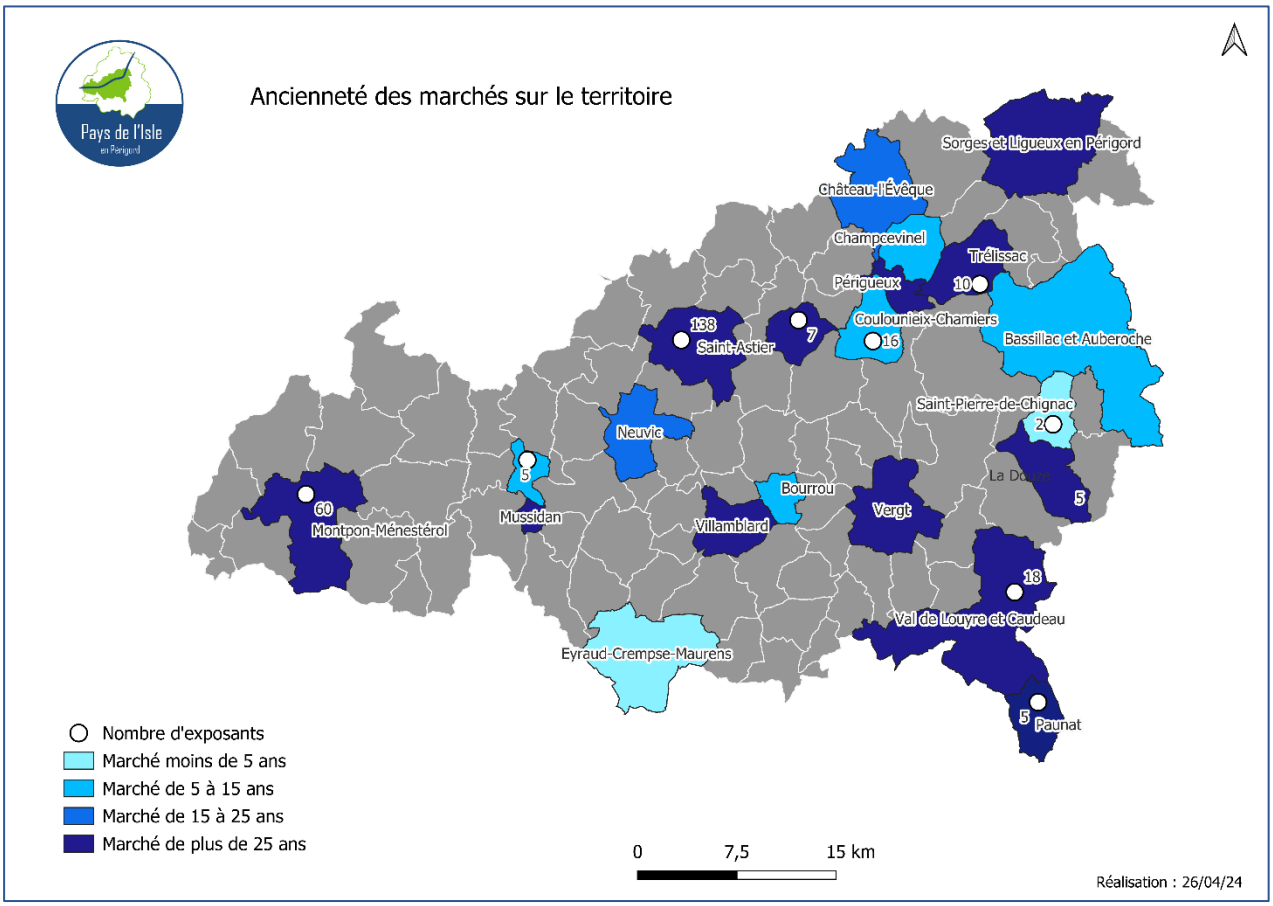
Le marché hebdomadaire de Mussidan représente une offre importante, avec environ 30 exposants en basse saison. À l'inverse, quatre autres marchés recensés comptent moins de cinq exposants. Il s'agit, pour la plupart, de marchés fragiles, soit parce qu'ils sont récents, soit parce qu'ils proposent une offre peu diversifiée, ce qui limite leur capacité à attirer une large clientèle. Leur pérennité repose souvent sur la fidélité de la clientèle locale.



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

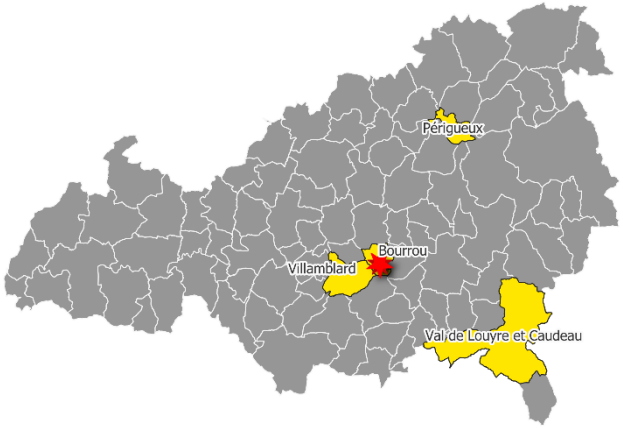
L'ancienneté des marchés

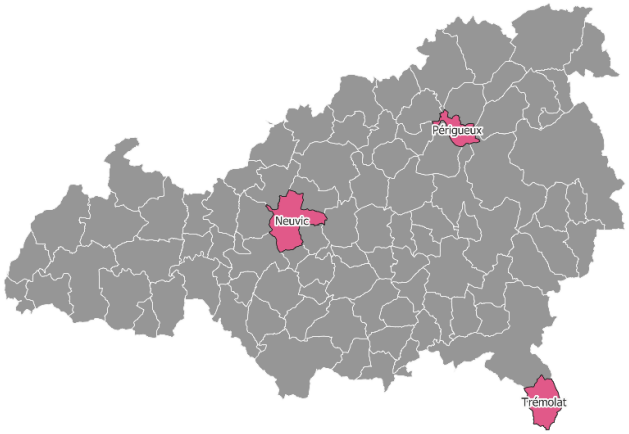
Sur les 21 marchés étudiés dans le cadre de cette analyse, 11 présentent une ancienneté de plus de 25 ans. La plupart d'entre eux sont des marchés structurants et bien ancrés dans le territoire, à l'image de ceux de Saint-Astier, Périgueux ou Vergt. À l'inverse, seuls deux marchés ont été créés au cours des cinq dernières années : celui de Maurens, qui rassemble 18 exposants, et celui de Saint-Pierre-de-Chignac, plus modeste, avec seulement deux exposants.



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

1 Recensement des jours et types de marché par commune

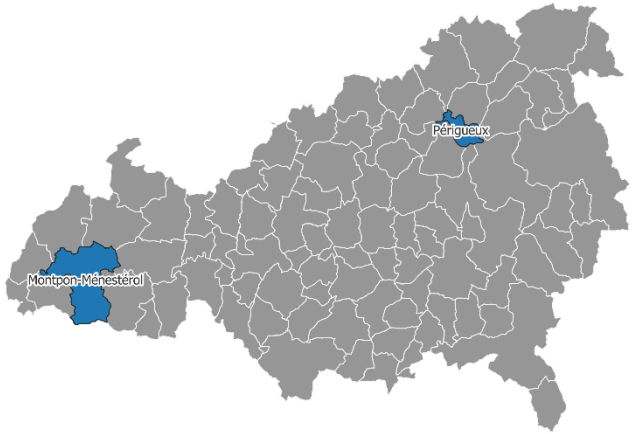


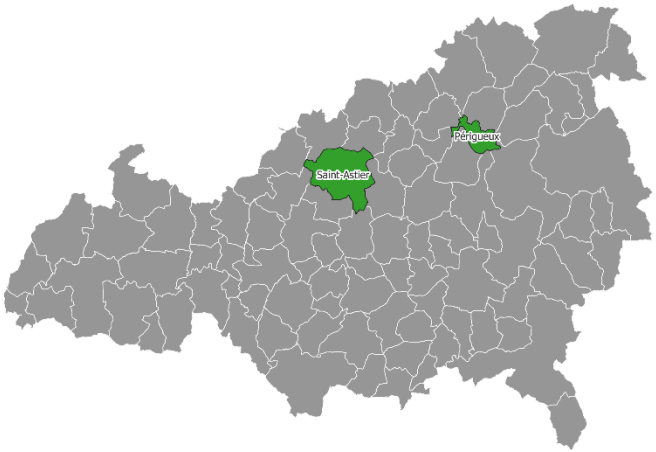


Marché soir

Communes avec un marché le Lundi

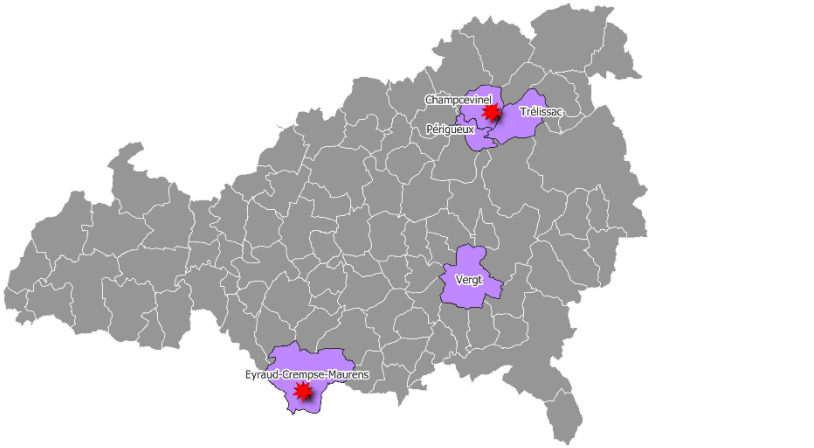
Communes avec un marché le Mardi





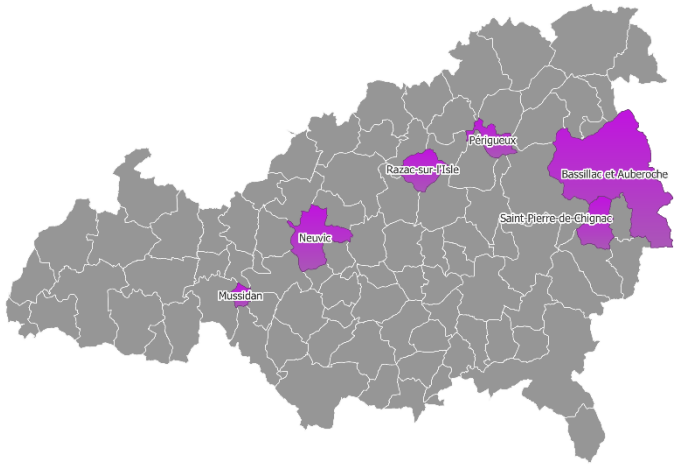
Communes avec un marché le Mercredi

Commune avec un marché le Jeudi

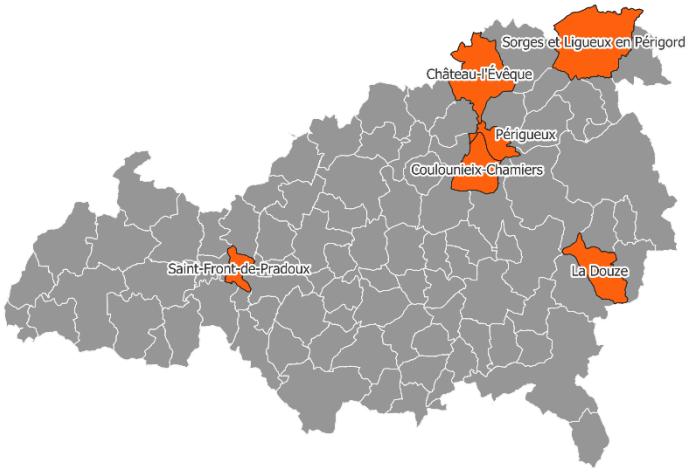


Marché soir

Communes avec un marché le Vendredi



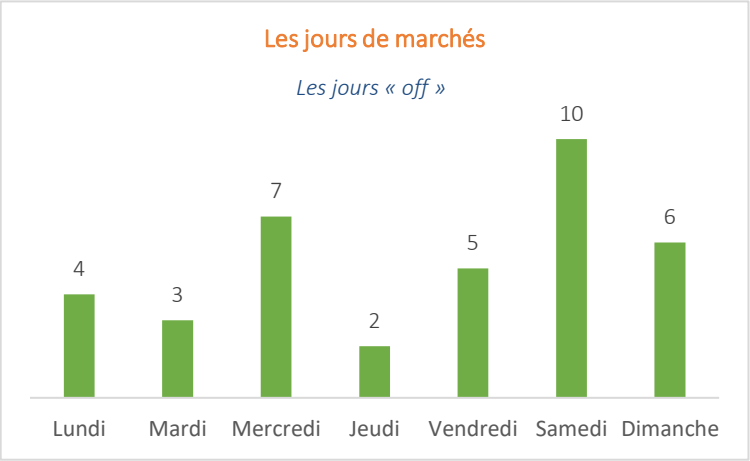
Communes avec un marché le samedi



Communes avec un marché le Dimanche

1

On constate une offre importante de petits marchés de proximité organisés le week-end, notamment sur la couronne périphérique de Périgueux. Par ailleurs, les marchés les plus fréquentés ont lieu principalement le mercredi et le samedi, à l'image de ceux de Périgueux, Mussidan et Montpon-Ménestérol. Enfin, deux marchés ont la particularité de se tenir l'après-midi : ceux de Champcevinel et de Maurens, positionnés stratégiquement à la sortie des écoles. Le marché de Bourrou, quant à lui, se déroule en soirée.

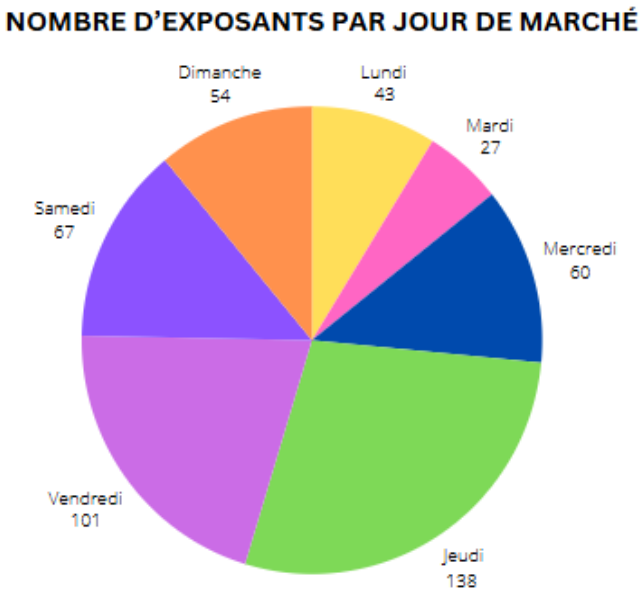


Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Périodicité des exposants sur les marchés

Il convient de rappeler que le jour de marché est fixé par arrêté du maire de chaque commune. Le graphique ci-dessous met en évidence une concentration notable du nombre d'exposants en fin de semaine et le week-end, tandis que le début de semaine enregistre une fréquentation nettement plus faible.

À noter que ces chiffres n'incluent pas les marchés de Périgueux (cf. étude de cas) ni la présence ponctuelle de commerçants non sédentaires ou saisonniers, dont la participation varie selon les périodes de l'année. Certains n'interviennent qu'un ou deux jours par semaine.



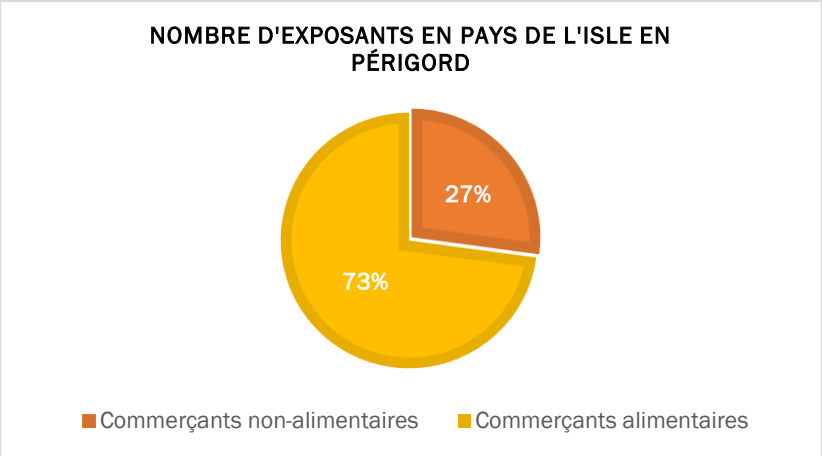
Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

La provenance des commerçants

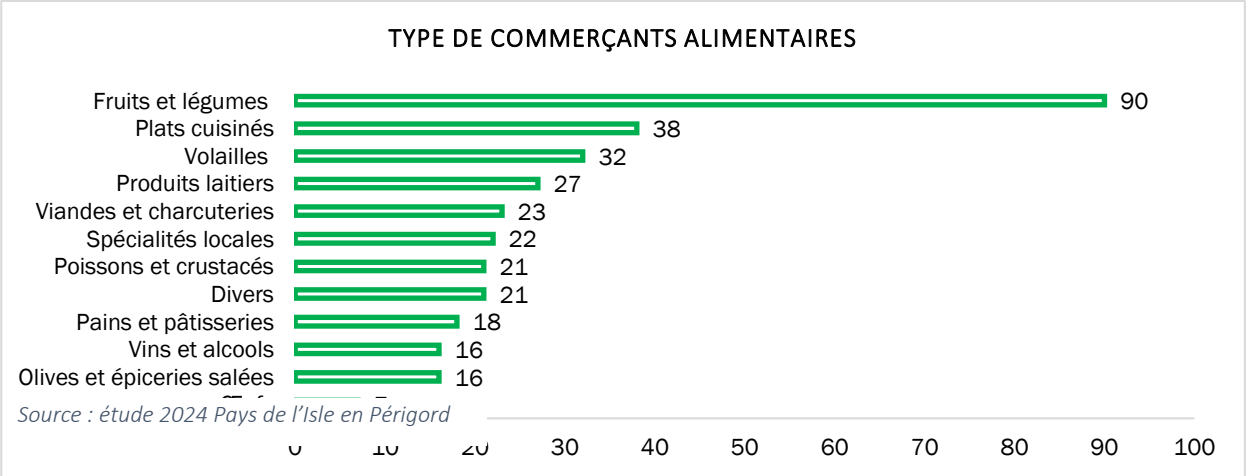
Il est difficile de connaître précisément l'origine géographique de l'ensemble des commerçants présents sur les marchés. Toutefois, d'après les observations de terrain et les échanges menés avec plusieurs placiers, il ressort que plus de la moitié des commerçants intervenant sur les marchés du Pays de l'Isle en Périgord proviennent du territoire ou des zones voisines.

L'activité des marchés

L'activité des marchés et des halles de producteurs sur ce territoire est majoritairement centrée sur l'alimentaire, avec 73 % des 457 exposants proposant des produits de cette filière. Les fruits et légumes, ainsi que les produits carnés, sont les plus fréquemment commercialisés. De plus, une augmentation significative du nombre de commerçants proposant des plats préparés est observée. Concernant les commerçants non-alimentaires, sur les 124 exposants, une forte concentration de stands concerne les plantes et fleurs, ainsi que les vêtements.

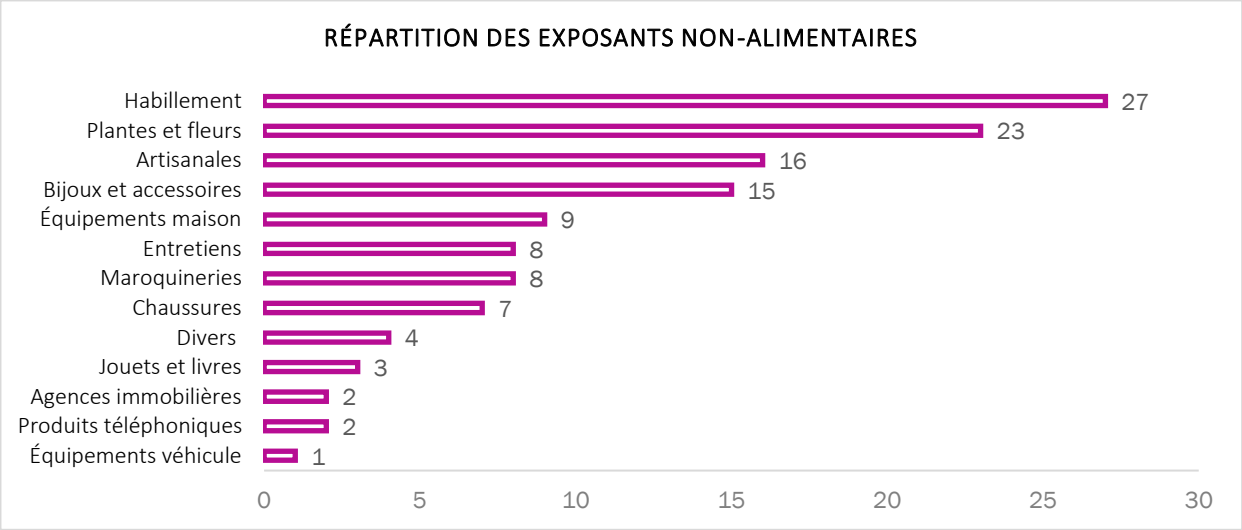


Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

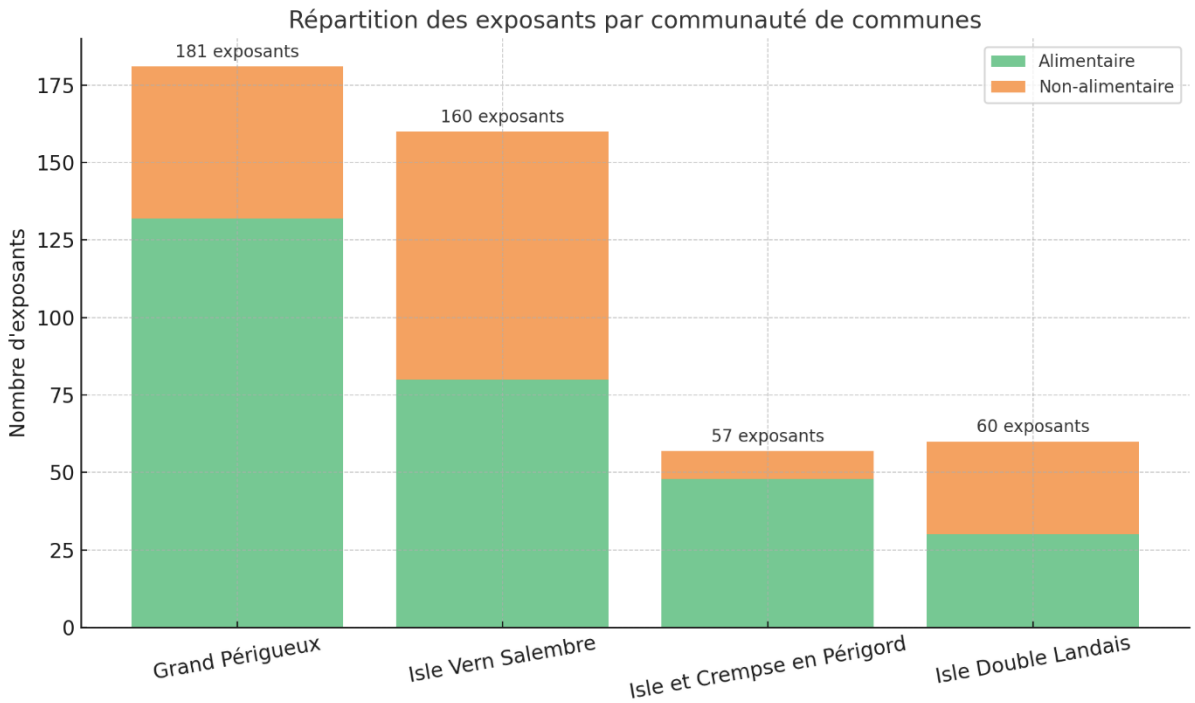


Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

La Communauté d'Agglomération Le Grand Périgueux regroupe 14 marchés (Bassillac et Auberoche, Bourrou, Champcevinel, Château-l'Évêque, Coulounieix-Chamiers, La Douze, Razac-sur-l'Isle, Sorges, Trémolat, Val de Louyre, Vergt, Trélissac et Saint-Pierre-de-Chignac), totalisant 181 exposants, avec une nette prédominance de commerces alimentaires (les marchés de Périgueux ne sont pas inclus ici). La Communauté de Communes Isle Vern Salembre compte, quant à elle, 2 marchés (Saint-Astier et Neuvic) réunissant 160 exposants. On y observe un équilibre entre les commerces alimentaires et non-alimentaires. La Communauté de Communes Isle et Crempse en Périgord regroupe 4 marchés (Maurens, Mussidan, Saint-Front-de-Pradoux et Villamblard), avec un total de 57 exposants majoritairement issus du secteur alimentaire. Enfin, la Communauté de Communes Isle Double Landais dispose d'un seul marché, à Montpon-Ménestérol, qui rassemble 60 exposants. L'offre y est équilibrée entre produits alimentaires et non-alimentaires.

📊 Synthèse des marchés par communauté de communes

Intercommunalité	Nombre de marchés	Nombre d'exposants	Répartition alimentaire / non-alimentaire
Le Grand Périgueux	14	181	Majoritairement alimentaire
Isle Vern Salembre en Périgord	2	160	Équilibre entre alimentaire et non-alimentaire
Isle et Crempse en Périgord	4	57	Principalement alimentaire
Isle Double Landais	1	60	Équilibre entre alimentaire et non-alimentaire

Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Prix et équipements

Les prix | Les tarifs appliqués varient considérablement selon les communes. La facturation peut se faire au mètre carré, à l'emplacement ou encore au mètre linéaire. Il n'existe donc aucune harmonisation tarifaire à l'échelle du territoire.

COMMUNES	JOURS DE MARCHE	TARIF
Bassillac et Auberoche	Samedi 8H-12h	Gratuit
Bourrou	Lundi 18H30-19h30	Gratuit
Champcevinel	Vendredi 14H30-18H30	10€/année
Château-l'Evêque	Dimanche	4€/jour
Coulounieix-Chamiers	Dimanche 7H-13H	10€/mois
La Douze	Dimanche	Gratuit
Maurens	Vendredi 16H-19H	1€/jour
Montpon-Ménestérol	Mercredi 7H30-13H	Abonné : 0,90€/m Saisonnier : 1,20€/m Ponctuel : 1,80€/m
Mussidan	Samedi 7H-13H	1€/m avec min 3m
Neuvic	Mardi et Samedi 8H-13H	2€/m avec min 2m + 0,25€/m supplémentaire
Périgueux	Mercredi 7H-19H Mercredi et Samedi 7H-14H	Passager : 0,60€/m² Abonné : 1jour/semaine : 1,40€/m² 2 jour/semaine : 2,60€/m² 3 jour/semaine : 3,70€/m² 4 jour/semaine : 4,70€/m² 5 jour/semaine : 5,90€/m²
Razac-sur-l'Isle	Samedi 8H-13H	Gratuit
Saint-Astier	Jeudi 8H-12H	2,50€/ml +0,20€/ml supplémentaire
Saint-Front de Pradoux	Dimanche 8H-13H	10€/mois
Saint-Pierre-de-Chignac	Samedi 9H-13H	Gratuit
Sorges	Dimanche 8H30-12H30	Gratuit
Trélissac	Vendredi 8H-13H	Journalier : 0,80 € Mensuel : 2,50€ Annuel : 13,00€
Trémolat	Mardi 8h-13H	Gratuit
Val de Louyre et Caudeau	Lundi 7H-13H	Abonné : 2,53€/ml Passager : 1,58€/ml avec min de 4,20€
Vergt	Vendredi 9H-13H	3m : 4,50€ 3 à 4m : 5€ 4 à 6m : 5,50€ Plus de 6m : 0,40€ le m
Villamblard	Lundi 8H13H	2€/jour

Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

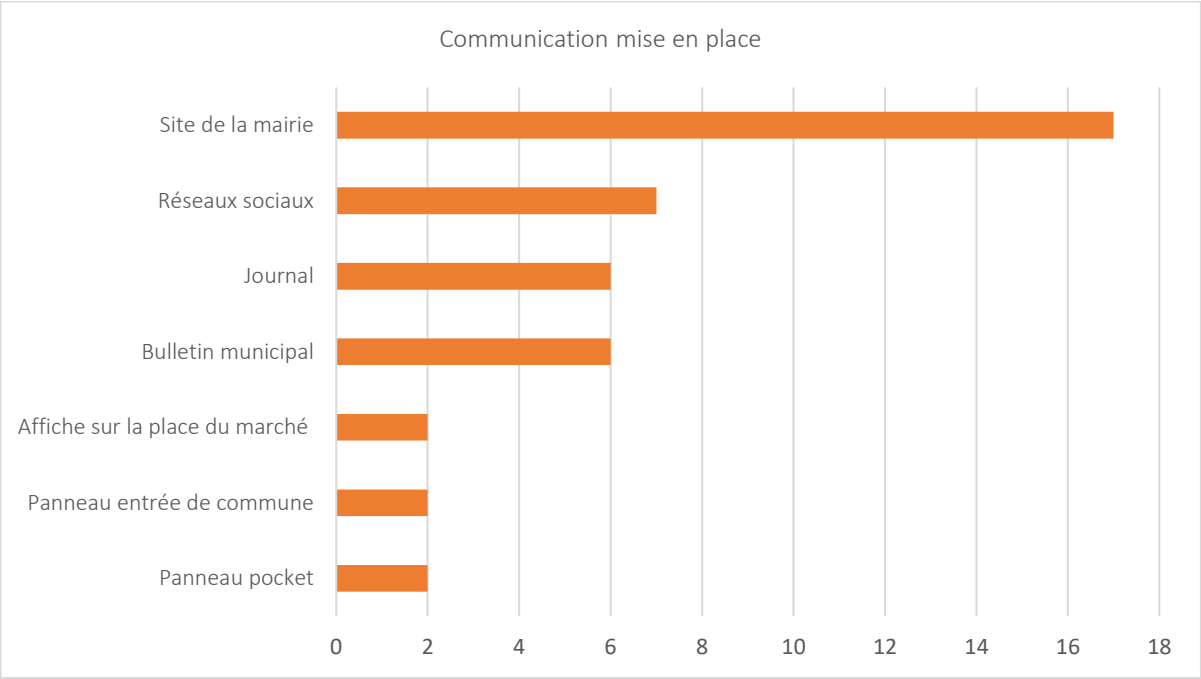
Les équipements | L'analyse des données recueillies montre que la majorité des exposants disposent d'un accès à l'eau, à l'électricité et aux sanitaires. Une exception notable est le marché de Saint-Pierre-de-Chignac, où les commerçants ne bénéficient pas d'un accès à l'eau. Par ailleurs, sur certains marchés, l'eau et l'électricité sont des services facturés : le coût de l'électricité peut varier de 1 € à 4,50 € selon les sites.

COMMUNES	JOURS DE MARCHE	EQUIPEMENT
Bassillac et Auberoche	Samedi 8H-12h	Accès eau, électricité, WC gratuit
Bourrou	Lundi 18H30-19h30	Accès eau, électricité, WC gratuit
Champcevinel	Vendredi 14H30-18H30	Accès eau, électricité, WC compris dans le tarif
Château-l'Evêque	Dimanche	Accès eau et WC gratuit +2€ pour l'électricité
Coulounieix-Chamiers	Dimanche 7H-13H	Accès eau, électricité, WC compris dans le tarif
La Douze	Dimanche	Accès eau, électricité, WC gratuit
Maurens	Vendredi 16H-19H	Accès eau, électricité, WC compris dans le tarif
Montpon-Ménestérol	Mercredi 7H30-13H	Accès eau et WC gratuit +1€ pour l'électricité
Mussidan	Samedi 7H-13H	Accès eau et WC gratuit +1€ pour l'électricité
Neuvic	Mardi et samedi 8H-13H	Accès eau et WC gratuit +2,50€ pour l'électricité
Périgueux	Mercredi et samedi 7H-14H	Voir annexe
Razac-sur-l'Isle	Samedi 8H-13H	Accès eau, électricité, WC gratuit
Saint-Astier	Jeudi 8H-12H	Accès électricité 4€ et eau et WC gratuit
Saint-Front de Pradoux	Dimanche 8H-13H	Accès eau et WC gratuit +4,50€ pour l'électricité
Saint-Pierre-de-Chignac	Samedi 9H-13H	Accès électricité et WC gratuit, pas d'accès à l'eau
Sorges	Dimanche 8H30-12H30	Accès eau, électricité, WC gratuit

Trélissac	Vendredi 8H-13H	Accès électricité gratuit, pas d'accès à l'eau et WC
Trémolat	Mardi 8h-13H	Accès eau, électricité, WC gratuit
Val de Louyre et Caudeau	Lundi 7H-13H	Accès eau et WC gratuit +2,10€ pour l'électricité
Vergt	Vendredi 9H-13H	Accès +0,50€ pour l'eau, + 2€ pour l'électricité, WC gratuit
Villamblard	Lundi 8H13H	Accès eau, électricité, WC compris dans le tarif

Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

La communication mise en place |

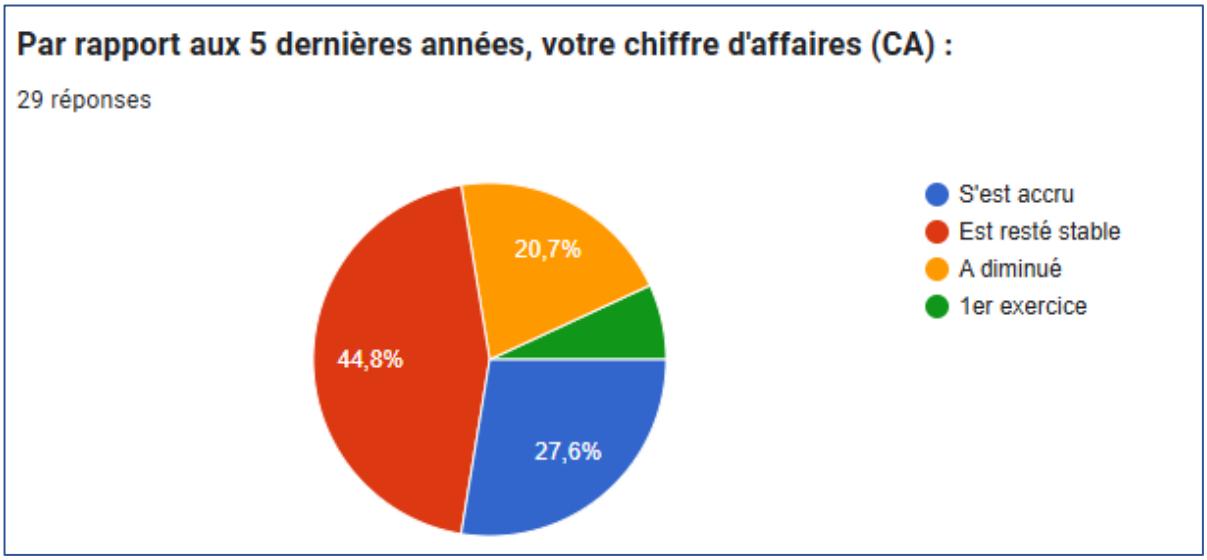


Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Les marchés du territoire s'appuient sur une diversité de moyens de communication pour se faire connaître. La plupart d'entre eux utilisent le site internet de la mairie comme principal canal d'information. À cela s'ajoutent les réseaux sociaux, le bulletin municipal ainsi que la presse locale, permettant de toucher un public varié, qu'il ait ou non accès à internet.

Un questionnaire conçu pour venir enrichir et illustrer les résultats de l'étude

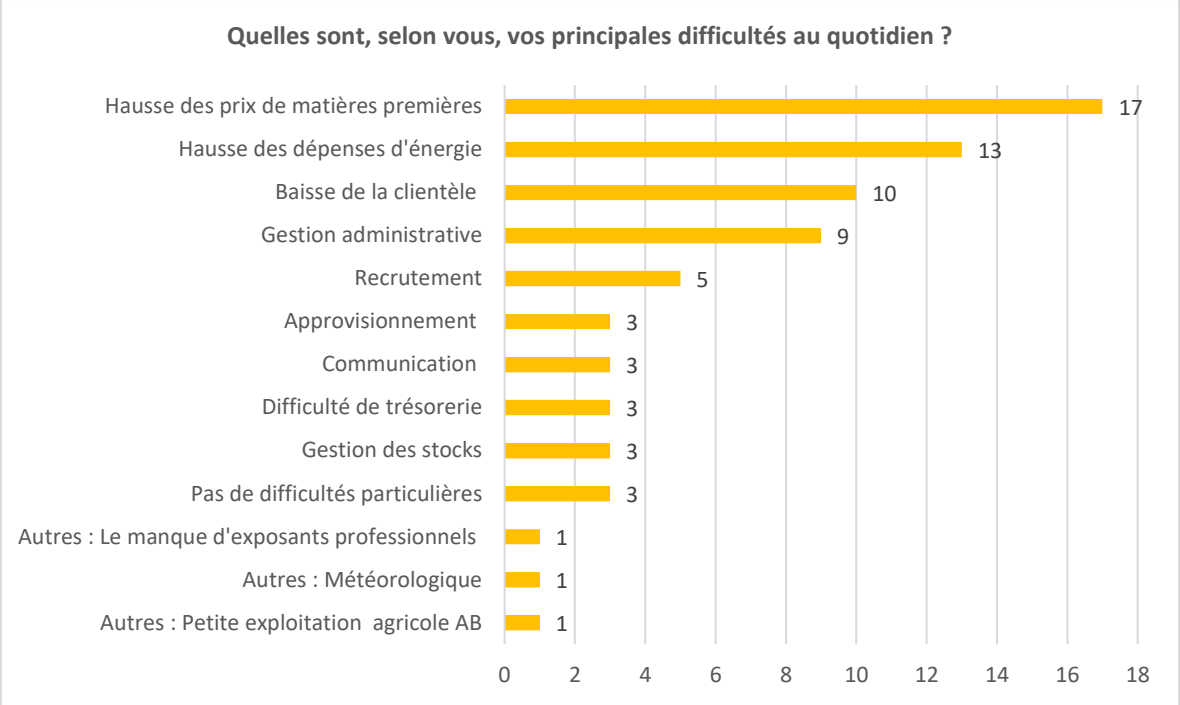
Au mois d'avril 2024, une enquête qualitative a été menée auprès des commerçants non sédentaires, dits « exposants », par l'intermédiaire des communes sollicitées. Cette étude visait à recenser les marchés et halles de producteurs afin de mieux comprendre leur fonctionnement et leur composition. Au total, 30 réponses ont été collectées, assurant une représentativité satisfaisante des commerçants et marchés du territoire. Par ailleurs, des entretiens ont été réalisés directement sur les lieux, lors de visites de marchés. La majorité des répondants sont des exposants intervenant à Périgueux, Vergt et Saint-Astier.



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Sur la base des réponses recueillies, il ressort que 44,8 % des exposants déclarent un chiffre d'affaires stable, indiquant qu'une part significative d'entre eux n'a pas constaté d'évolution notable de leurs ventes. Parmi les autres répondants, 27,6 % font état d'une hausse de leur chiffre d'affaires, traduisant une dynamique de croissance de leur activité. À l'inverse, 20,7 % signalent une baisse, suggérant des difficultés économiques pouvant compromettre la pérennité de leur présence sur les marchés.

Interrogés sur les causes de cette diminution, la plupart évoquent l'impact de la crise sanitaire, qui aurait modifié les comportements d'achat : les consommateurs, devenus plus prudents, ont revu leurs priorités et ajusté leurs dépenses. À l'opposé, les exposants ayant connu une croissance expliquent ce succès par une fidélisation renforcée de leur clientèle, notamment grâce à la qualité de leurs produits. Cette satisfaction client favorise non seulement la récurrence des achats, mais aussi le bouche-à-oreille positif, attirant ainsi de nouveaux consommateurs et générant un effet bénéfique sur leur chiffre d'affaires.



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

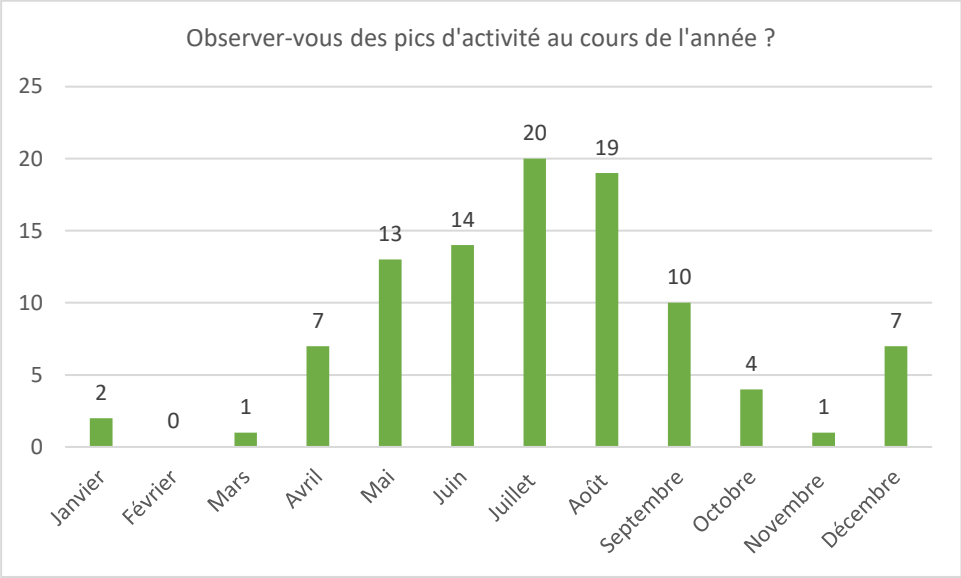
Concernant le graphique relatif aux principales difficultés rencontrées au quotidien, il ressort que parmi les 29 répondants, 58,6 % des commerçants pointent la hausse des prix des matières premières comme un facteur majeur de préoccupation. Cette augmentation a un impact direct sur les coûts de production, réduisant leurs marges bénéficiaires.

La hausse des dépenses énergétiques est également citée par 44,8 % des répondants, soulignant une pression supplémentaire sur les charges d'exploitation, avec des conséquences possibles sur la rentabilité globale de leur activité.

Par ailleurs, 34,5 % évoquent une baisse de la clientèle, entraînant une diminution des ventes et, par conséquent, du chiffre d'affaires. Cette tendance, observée depuis 2023, s'inscrit dans un contexte plus large touchant l'ensemble des entreprises à l'échelle du territoire.

L'analyse des réponses montre que 92,9 % des commerçants interrogés (26 sur 28) observent des pics d'activité au cours de l'année, contre seulement 7,1 % qui n'en constatent pas. Cela traduit une forte saisonnalité de l'activité commerciale chez les exposants non sédentaires.

Parmi les 27 répondants ayant précisé les périodes concernées, les mois de juillet (74,1 %) et août (70,4 %) sont les plus fréquemment cités comme périodes de forte activité, ce qui correspond à la saison estivale, particulièrement propice aux marchés et à l'affluence touristique.

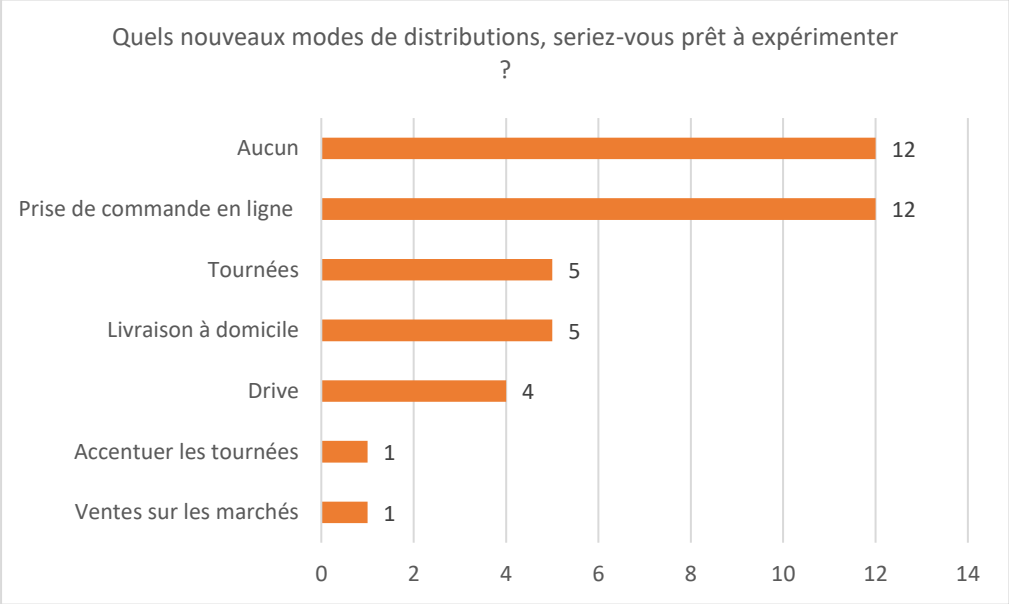


Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Les mois de juin (51,9 %) et mai (48,1 %) suivent également, traduisant une montée en puissance dès le printemps. Les mois de septembre (37 %) et avril/décembre (25,9 %) sont aussi mentionnés, bien que de manière moins marquée.

En revanche, les mois d'hiver (janvier, février, mars, novembre) sont très peu cités, ce qui confirme une baisse d'activité en période hivernale, probablement liée à une fréquentation plus faible des marchés.

Ces résultats mettent en évidence une dynamique saisonnière forte, avec un pic d'activité concentré entre mai et septembre. Cette tendance souligne l'importance de ces périodes pour le chiffre d'affaires des exposants, et peut également orienter les politiques de soutien, de communication ou de logistique des marchés en fonction de leur fréquentation.

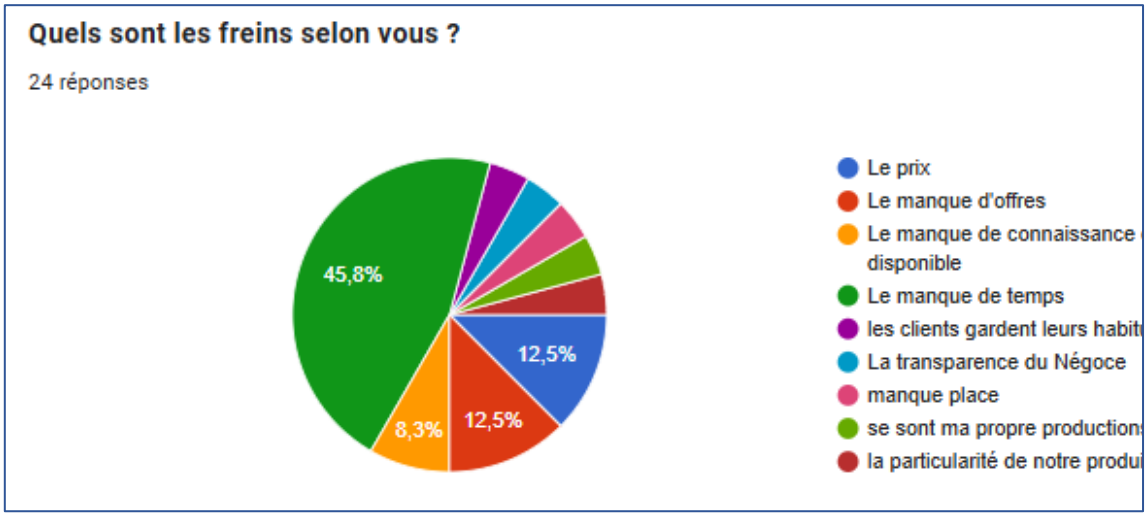


Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Interrogés sur leur disposition à expérimenter de nouveaux modes de distribution, les commerçants présentent des avis partagés. La prise de commande en ligne émerge comme l'option la plus envisagée, avec 12 répondants prêts à l'expérimenter, à égalité avec ceux qui déclarent n'être intéressés par aucune nouvelle modalité. Cette dualité traduit à la fois une ouverture à l'innovation pour certains, et une préférence pour les pratiques traditionnelles chez d'autres.

Des solutions de proximité comme les tournées (5 répondants) et la livraison à domicile (5 répondants) suscitent également un certain intérêt. Le mode "drive" est légèrement moins plébiscité (4 répondants), tandis que les options d'intensification des tournées ou de maintien de la vente exclusive sur les marchés recueillent chacune une seule mention, traduisant un faible enthousiasme pour ces alternatives.

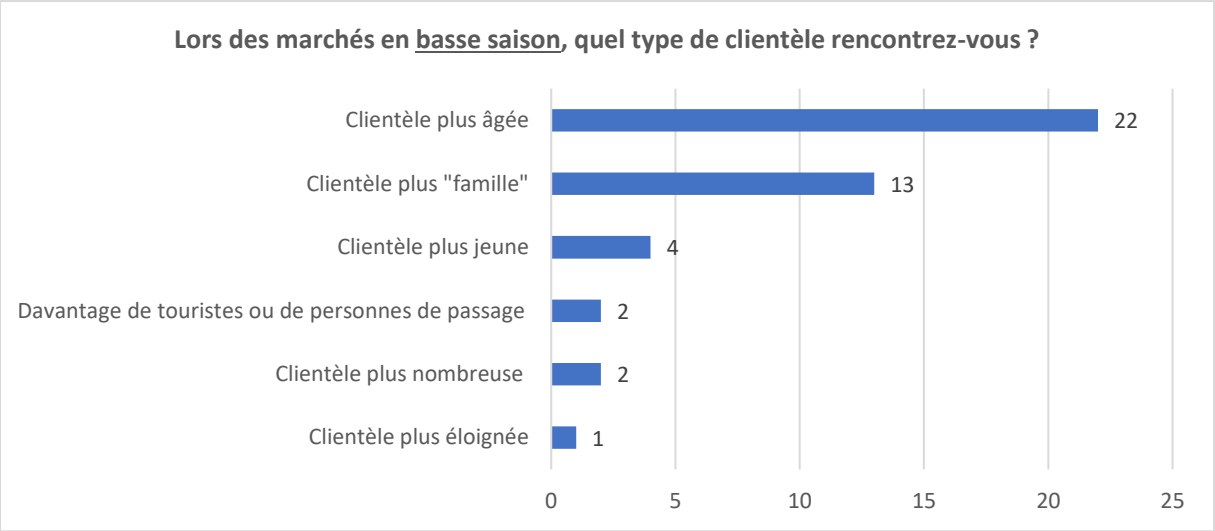
Dans l'ensemble, si une partie des exposants est prête à explorer de nouveaux canaux de distribution, notamment numériques, une proportion équivalente reste réticente à toute évolution de leur modèle actuel.



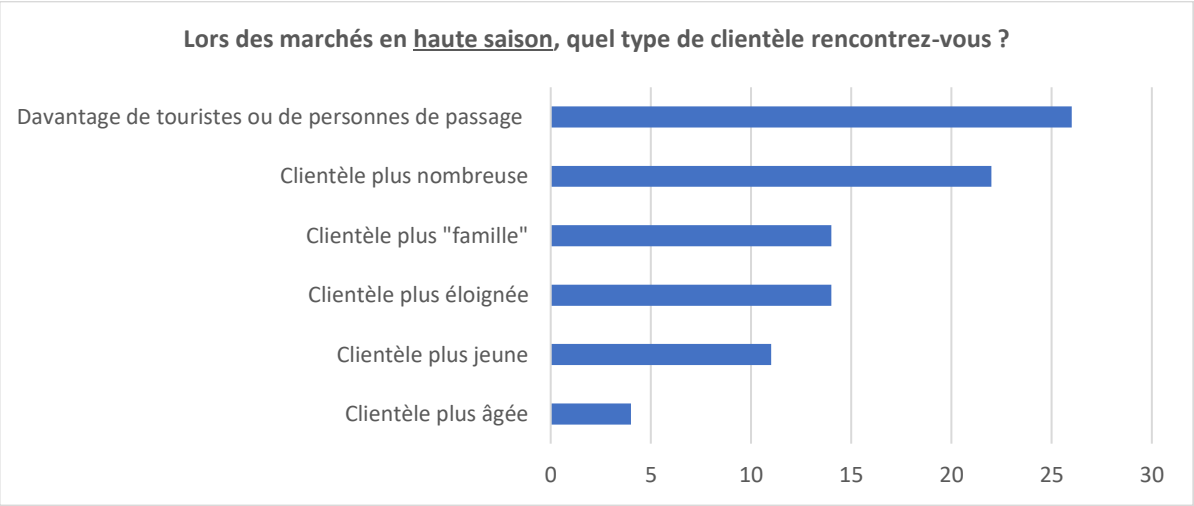
Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Parmi les 24 commerçants interrogés, 66,7 % expriment leur volonté de développer la part des produits dans leur offre, tandis qu'un tiers (33,3 %) ne souhaitent pas s'engager dans cette démarche. Ce résultat traduit une dynamique majoritairement favorable à une diversification ou valorisation de l'offre, mais aussi la présence de freins bien identifiés.

En effet, lorsqu'il leur est demandé de préciser les obstacles rencontrés, le manque de temps apparaît comme le principal frein (45,8 % des réponses), reflétant la difficulté pour ces professionnels à concilier production, vente et éventuel développement d'activité. D'autres facteurs sont également significatifs : le prix (12,5 %) et le manque d'offres disponibles (12,5 %) soulignent les limites économiques et logistiques, tandis que le manque de connaissance des produits (8,3 %) et les habitudes d'achat des clients freinent aussi cette évolution. Des contraintes plus spécifiques, comme le manque de place, l'inadéquation avec leur propre production, ou encore la particularité de leur offre actuelle, sont également évoquées, bien que plus marginalement.



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

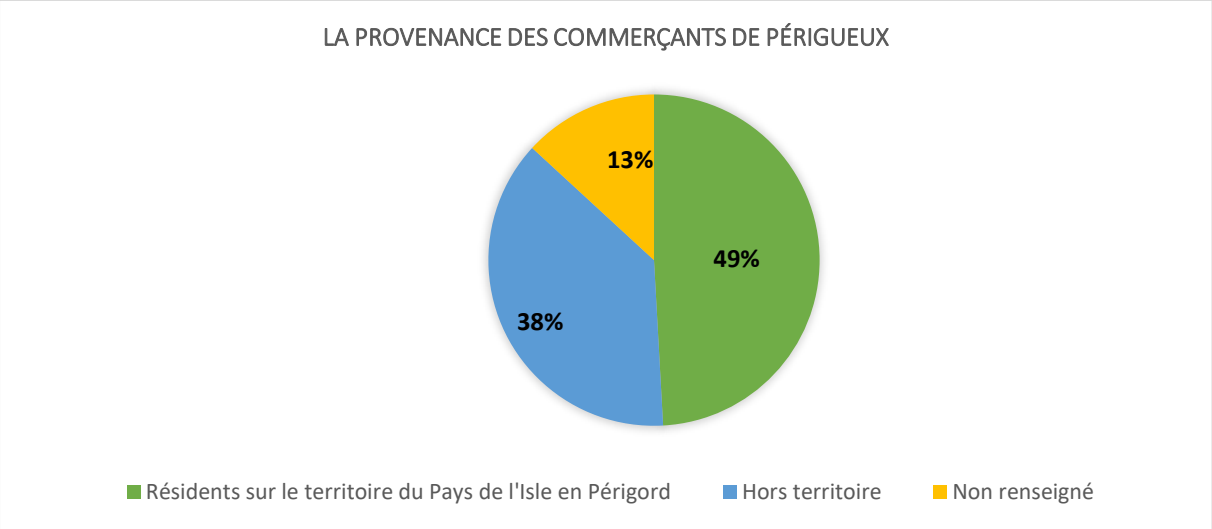
Ces graphiques indiquent que à la basse saison, la clientèle présente est plus âgée, un fait avéré lors des déplacements sur sites. Alors que lors de la période estivale se sont davantage de touristes ou de personnes de passage.

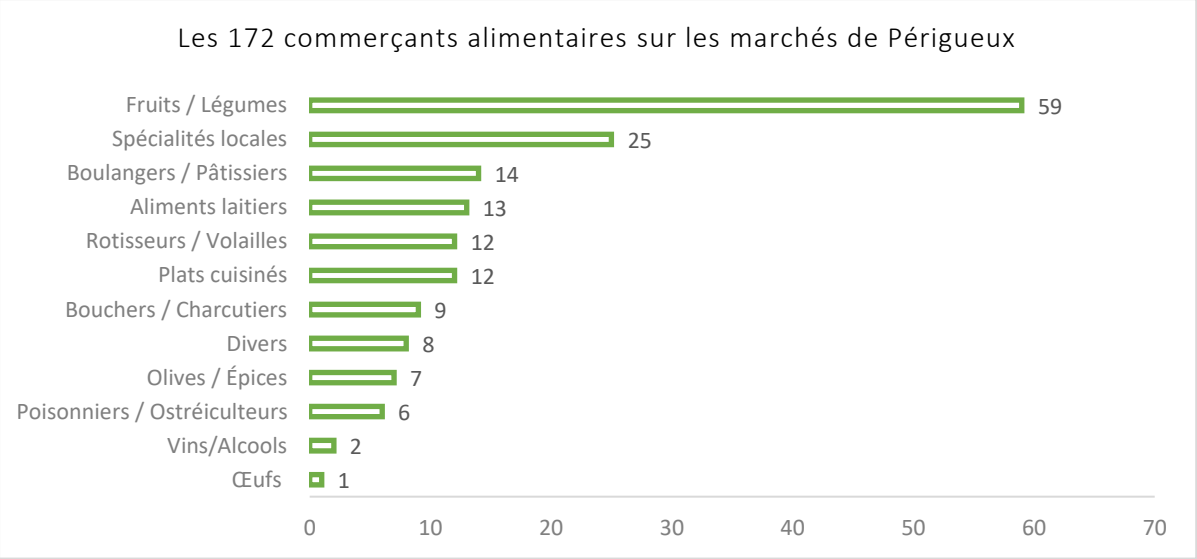
Enfin, au sujet de la question de l'amélioration pour renforcer l'attractivité des marchés, on constate à travers les réponses que de nombreux commerçants souhaitent avoir des animations sur le marché, ainsi qu'une communication plus prononcée et des stationnements à plus grande quantité et ce sur l'ensemble de l'année.

Les cas d'étude : zoom sur les marchés de Périgueux, de Saint-Astier et de Montpon-Ménestérol

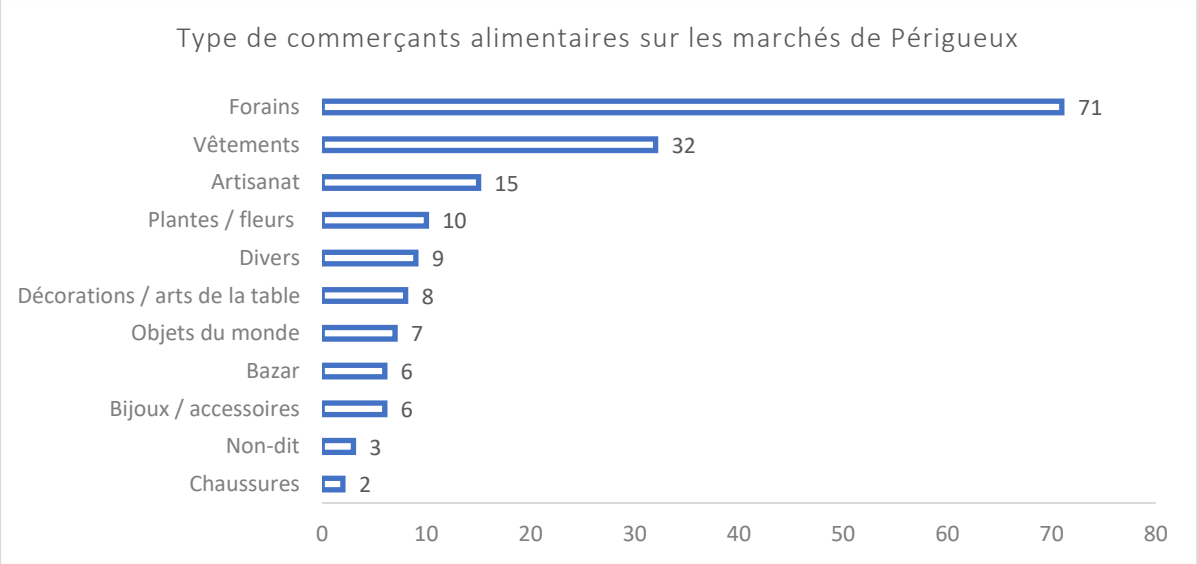
Les marchés de Périgueux

La ville de Périgueux regroupe six marchés, considérés comme parmi les plus importants du territoire. D'après les données communiquées par le placier municipal, ces six marchés accueillent 342 exposants, répartis entre abonnés, passagers et titulaires. L'analyse de ces données met en évidence une forte représentativité locale. En effet, 49,1 % des commerçants sont originaires du territoire du Pays de l'Isle en Périgord, qui constitue ainsi la principale zone d'origine. Cette concentration territoriale illustre le rôle central que joue Périgueux dans la dynamique commerciale locale, en tant que pôle d'attractivité majeur pour les acteurs économiques de proximité. De plus, une homogénéité est constatée entre les catégories de commerçants : 172 alimentaires (50.3%) et 170 non-alimentaires (49.7%).



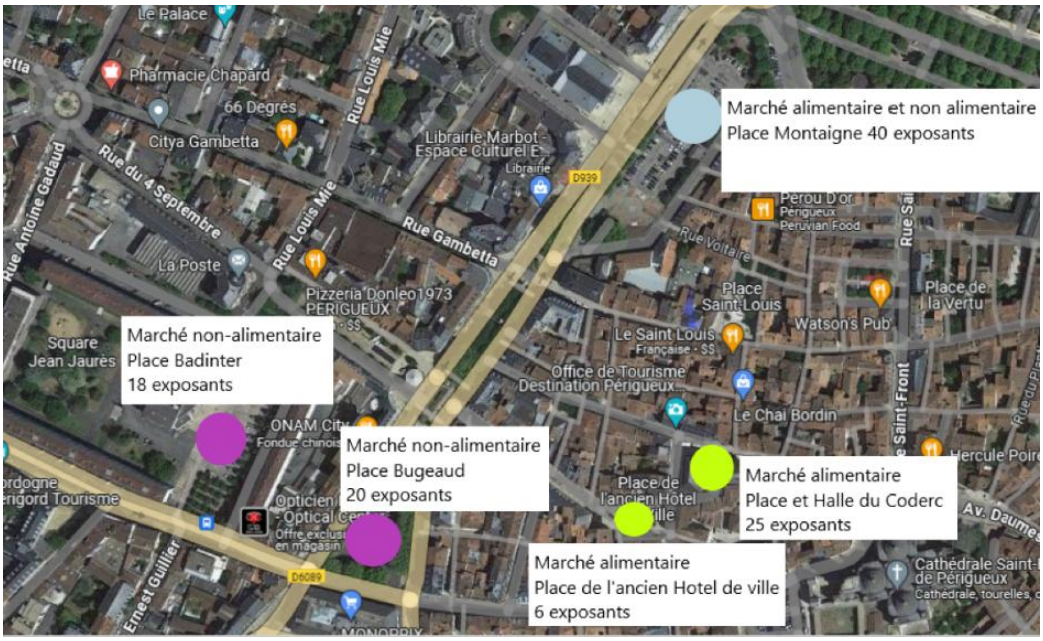


Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord



Source : étude 2024 Pays de l'Isle en Périgord

Quatre des marchés de Périgueux sont les plus anciens du territoire, lieux emblématiques de la ville, reflet de son patrimoine et de son authenticité où se rencontrent les habitants et les producteurs locaux.



Source (cf : graphique)

La Halle de la place du Coderc est un lieu central entourée de commerçants. La localisation de ce marché est son principal atout. Un commerçant témoigne : "*Les gens qui viennent sur ce marché font leurs courses et s'arrêtent boire un café dans le bar d'à côté ça permet de faire vivre les commerces de proximité*".

Sous la halle, les commerçants présents sont protégés du froid et des intempéries, favorisant une fréquentation régulière à l'année.

Le marché Place Montaigne, est agencé en forme rectangulaire avec deux allés principales. L'agencement du site permet de se déplacer facilement et observer aisément les produits. De nombreux exposants proviennent du territoire Pays de l'Isle en Périgord et propose des produits frais et locaux à leur clientèle, qui, d'après l'étude est également majoritairement locale et régulière. Les travaux récents réalisés sur la place Montaigne, ont fait déplacer ce marché pendant plusieurs mois sur la place de la Clautre et la rue Taillefer. Ce changement a eu des répercussions négatives sur certains commerçants qui d'après leurs dires *« ont perdu la clientèle qui venait à pied, notamment les clients les plus âgés »*. Hormis ce changement, peu d'éléments négatifs se font ressentir à cet endroit.

Les marchés non-alimentaires de la place Bugeaud et la place Badinter, sont très peu fréquentés. Les stands du marché non-alimentaires sont très espacés. Plusieurs commerçants, ont expliqué que la période estivale était plus favorable pour leur activité, mais que le reste de l'année l'activité était très faible, presque inexistante. Une exposante interrogée explique que "*maintenant la plupart des gens préfèrent acheter leurs vêtements dans des grandes enseignes*".

Le marché de Saint Astier

Le marché de Saint Astier est l'un des plus ancré sur le territoire puisqu'il existe depuis plus de quarante ans. 138 exposants sont recensés aujourd'hui et peut être considéré comme un marché à forte fréquentation.

Ces exposants sont composés de 17 maraichers, avec des offres de fruits et légumes variés, ainsi que des produits régionaux tels que des produits à base de canard, des noix et des champignons. De nombreux commençants proposants des produits non alimentaires sont également présents. En effet sur 138 commerçants, 47% sont des commerçants proposent des produits non alimentaires, représentant une forte diversité des offres de produits.

Le marché de Saint Astier se situe dans le centre-ville à différents emplacements : la place de l'église, la place de la République, le passage du marché, la rue Lafayette et la place du 14 juillet.

D'après le panel de commerçants interrogés, *« la clientèle est accueillante et fidèle et il y a de bonnes relations entre les différents commerçants ».*

Les difficultés évoquées par un panel de commerçants sur ce marché sont :

- Les emplacements sont variables, d'après les commerçants, ils peinent à fidéliser leur clientèle en raison des changements réguliers. Les commerçants habituels ne sont pas favorisés pour l'emplacement face aux commerçants saisonniers.
- L'agencement semble également être un frein à la fréquentation du marché de Saint Astier. Deux points sont évoqués par une commerçante :
    - La disposition des camions qui *« cachent le marché et met une barrière »*
    - La grande proportion de certains « grands stands », qui d'après la commerçante *« coupe le marché et empêche d'accéder facilement à certains commerçants ».*

Le marché de Montpon-Ménestérol

Situé au centre bourg, le marché de Montpon-Ménestérol, est l'unique marché actuellement de la Communauté de Commune de l'Isle Double Landais. Il compte 60 commerçants dont 35 commerces alimentaires comprenant 14 vendeurs de fruits et légumes dont certains proposent uniquement des produits locaux, de saison et certains produisent selon la réglementation de l'agriculture raisonnée. Ce marché compte 3 bouchers et 2 fromagers.

Concernant les emplacements alloués aux exposants, les abonnés annuels ont la priorité sur le choix des emplacements. Le marché est convivial et d'après les commerçants la clientèle reste fidèle.

Cependant, d'après le sondage, les commerçants regrettent l'absence de communication pour le marché et le développement d'une nouvelle clientèle.

Le marché est très proche de la route principale, rue Thiers. Celle-ci, ainsi que les autres routes, restent ouvertes à la circulation ce qui génère de l'insécurité, du bruit et sépare le marché en deux zones.

Analyse

Analyse

En analysant de façon générale les marchés de plein air et les halles de producteurs sur le territoire du Pays de l'Isle en Périgord, on peut voir que l'activité principale des marchands est centrée sur l'alimentaire.

Le fait que certains marchés aient plus de 45 exposants tels que Périgueux et Saint-Astier indique une forte attractivité et diversité des produits proposés et peut attirer un grand nombre de visiteurs.

Cependant, les marchés avec moins de 5 exposants comme Saint-Front-de-Pradoux et Bassillac et Auberoche pourraient offrir un cadre plus intimiste avec des propositions locales ; bien que nous notions que ces marchés sont susceptibles de disparaitre. En effet, la dernière étude Dynacom datant de 2019 (avant la période COVID-19), recensée 29 marchés, contre 21 aujourd'hui, soit 8 de moins en 5 ans. La plupart des marchés disparu étaient composés de moins de 5 exposants comme ceux de Sanilhac, Agonac et Savignac-les Eglises.

Les jours, les plus fréquentés sont le mercredi et le samedi, une opportunité pour les exposants d'augmenter leurs chiffres d'affaires. Il faut néanmoins rester vigilant les jours où la fréquentation est plus calme, comme le mardi et le vendredi.

Les défis liés aux dépenses énergétiques croissantes et à l'augmentation des prix des matières premières, soulignent la nécessité pour les exposants de gérer efficacement leurs coûts pour maintenir leur rentabilité. En répondant à la demande des exposants en matière d'animations, de communication accrue et de meilleures options de stationnement, les marchés pourraient renforcer leur attractivité, fidéliser davantage leur clientèle et attirer de nouveaux clients, contribuant ainsi au succès continu de ces événements locaux.

Préconisations

D'après l'analyse de cette étude, trois axes pourraient être développés pour dynamiser les marchés plein air et les halles de producteurs sur le territoire : la mise en place d'une stratégie de communication, la valorisation de l'environnement urbain et la création d'un réseau de marché du Pays de l'Isle en Périgord.

Il serait pertinent de mettre en place une stratégie de communication commune aux marchés dans le Pays de l'Isle en Périgord et offrir une meilleure lisibilité et visibilité à l'offre proposée. Cela pourrait inclure :

- La création d'une identité visuelle commune pour les marchés,
- La promotion des produits locaux et des animations sur les réseaux sociaux,
- La mise en place de panneaux d'information clairs et attrayants sur les lieux des marchés.

Nous notons que la valorisation de l'environnement urbain est un facteur important pour améliorer l'attractivité des marchés. Des projets pourraient être mis en place comme :

- Intégrer des éléments architecturaux et paysagers locaux pour renforcer l'attrait des marchés.
- Travailler la convivialité des espaces en aménageant des zones de détente et des aires de pique-nique afin que les usagers puissent consommer les plats préparés achetés sur le marché (deuxième type de vente le plus présent sur les marchés après les vendeurs de fruits et légumes).
- Mettre en place des animations culturelles qui contribuent à créer une atmosphère chaleureuse et accueillante.

Enfin, la création d'un réseau de marchés du Pays de l'Isle en Périgord permettrait de mutualiser les ressources, d'échanger les bonnes pratiques et de renforcer la cohésion entre les différents marchés pour répondre aux enjeux communs liés à leur fonctionnement.

En conclusion, face à la diminution du nombre de marchés et aux défis économiques actuels, le développement d'une communication commune, la valorisation des espaces urbains et la création d'un réseau de coopération apparaissent comme des leviers indispensables pour renforcer l'attractivité, soutenir la pérennité et préserver le rôle structurant des marchés dans l'identité et la dynamique du Pays de l'Isle en Périgord.