

dossiers de cdac  
études de marché  
assistance commerciale

**POLYGONE**

STIMULONS VOTRE CROISSANCE

## Etude CHARENTE MARITIME

Etude sur le comportement d'achats sur les marchés



# Sommaire

dossiers de cdac  
études de marché  
assistance commerciale  
**POLYGONE**  
STIMULONS VOTRE CROISSANCE

Données théoriques

page 3

Etude par sondage

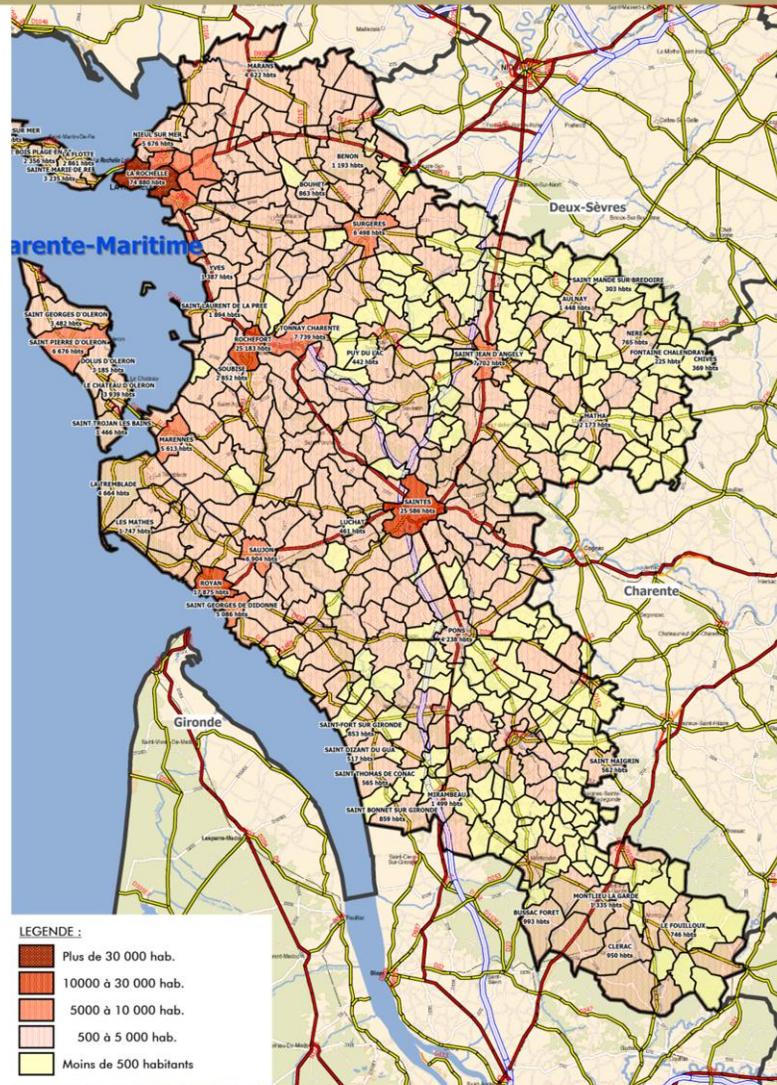
page 7

# Données théoriques

dossiers de cdac  
études de marché  
assistance commerciale  
**POLYGONE**  
STIMULONS VOTRE CROISSANCE

Densité de population par commune	page 4
Evolution de la population entre 1999 et 2014	page 5
Revenus nets fiscaux du département	page 6

# DENSITE DE POPULATION PAR COMMUNE : 625 682 habitants

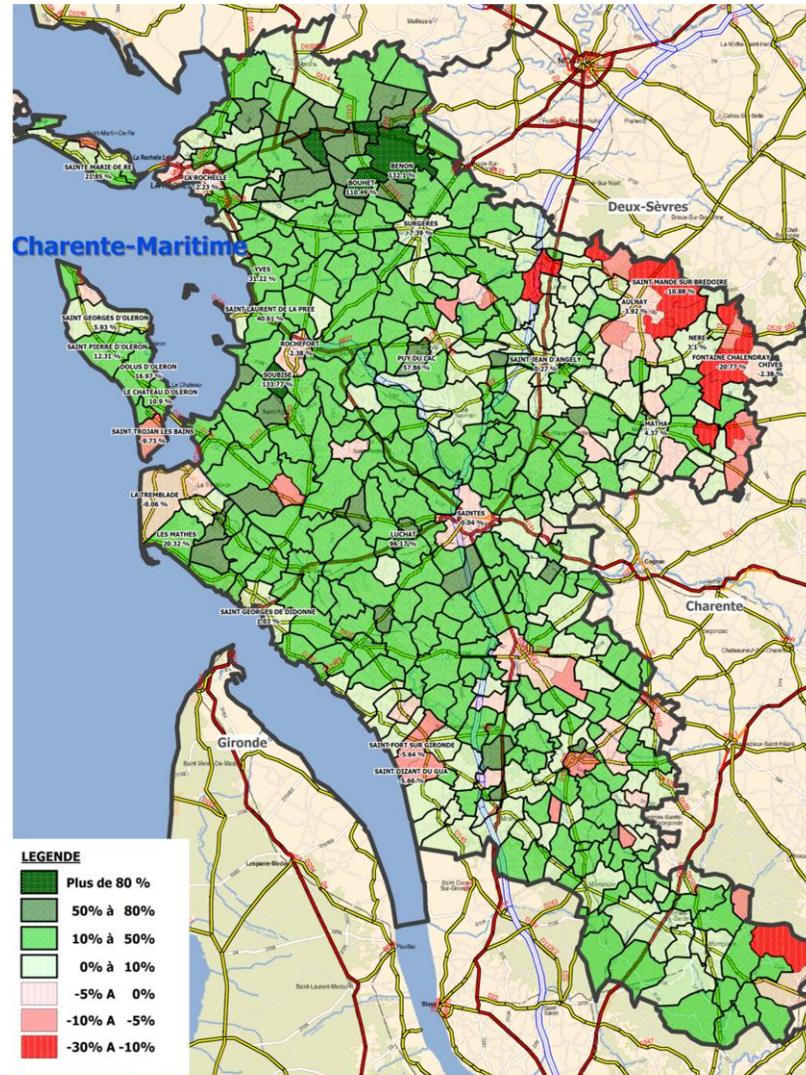


L'étude :  
1 024 foyers interrogés

Temps minimum : 3 minutes  
Temps maximum : 32 minutes  
Temps moyen : 12 minutes

TEMPS GLOBAL : 205 h 37

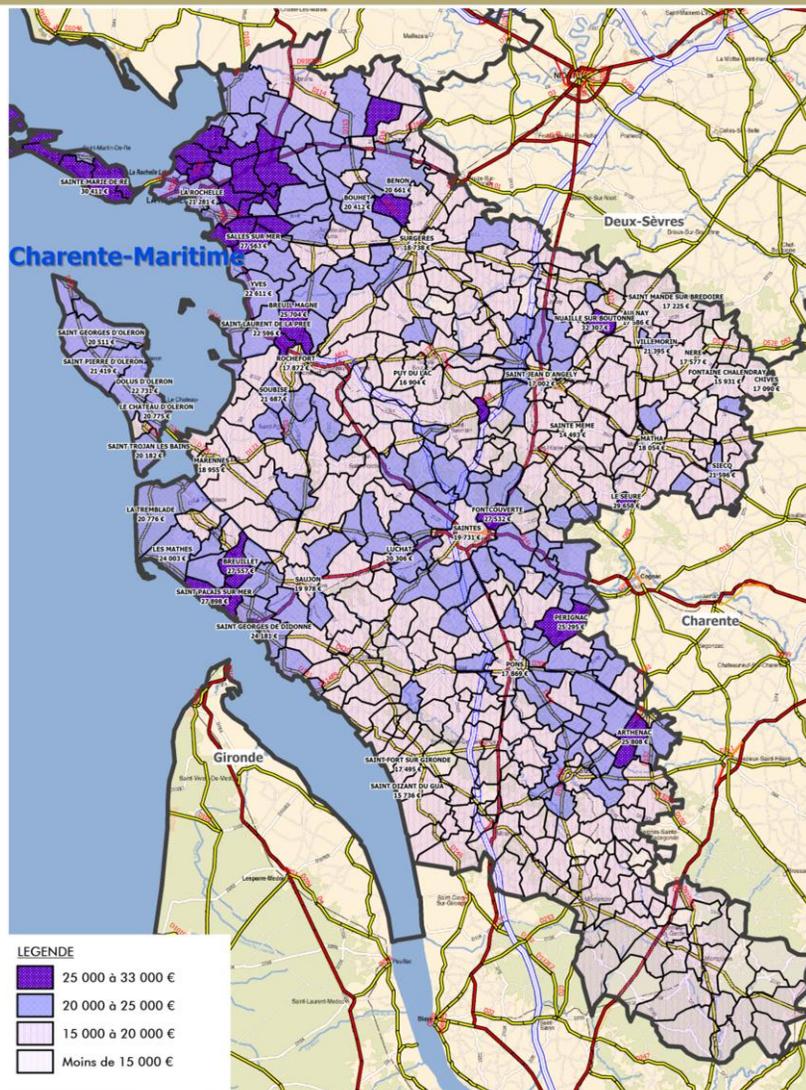
# EVOLUTION DE LA POPULATION ENTRE LES RECENSEMENTS DE 1999 et 2014



Global département :  
+ 12,23 %

De 2014 à 2020 :  
+ 5,44 %

# REVENUS NETS FISCAUX DEPARTEMENT : 21 193 € - France : 23 230 €



Département 17 :  
53,1 % de foyers  
fiscalisés

France :  
56,2 %.

# Etude auprès des consommateurs

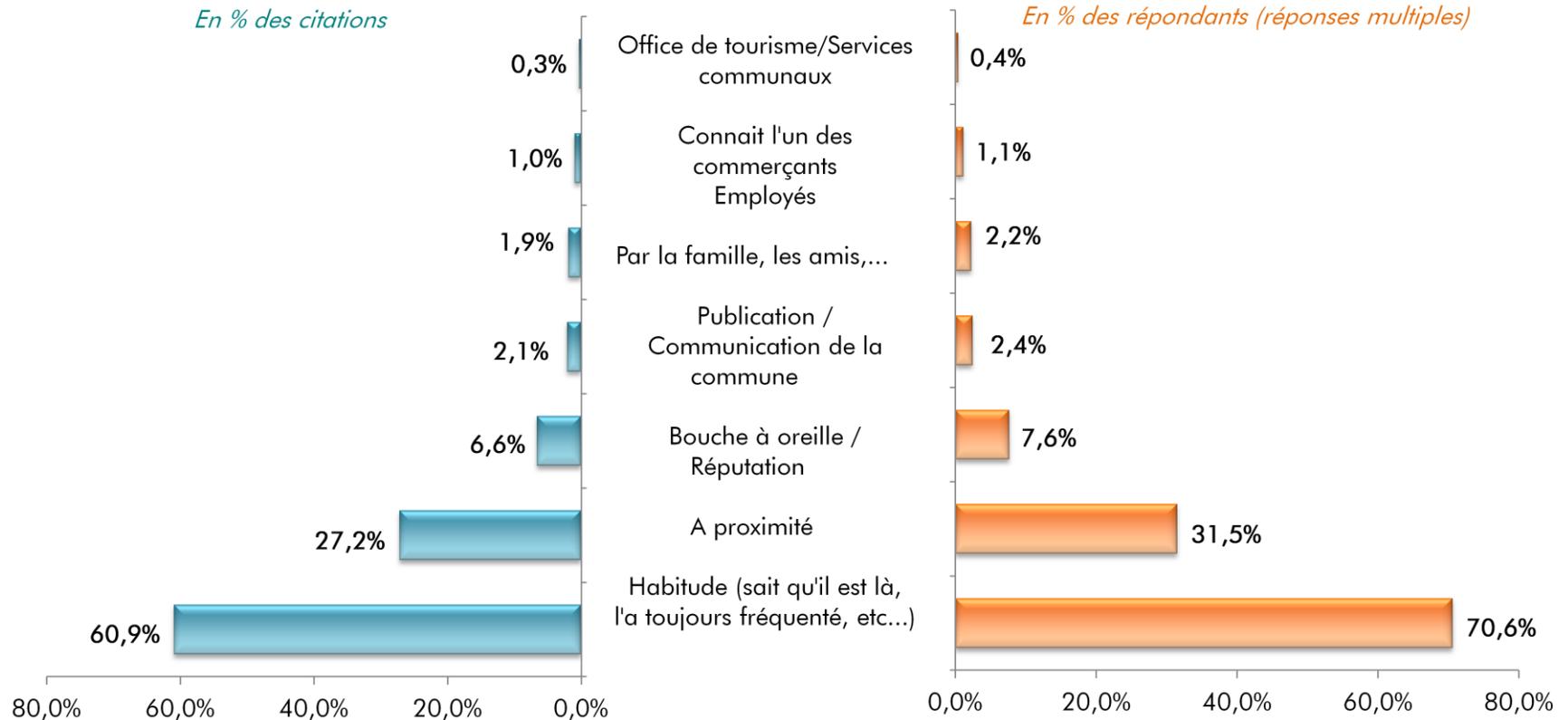
dossiers de cdac  
études de marché  
assistance commerciale  
**POLYGONE**  
STIMULONS VOTRE CROISSANCE

Les marchés fréquentés	page 8
Types de produits alimentaires achetés en priorité	page 9
Types de produits non-alimentaires achetés en priorité	page 10
Autres commerces / services fréquentés les jours de marché	page 11
Motifs de non-fréquentation	page 12
Avenir du marché	page 13
Pérenniser le marché	page 14
Pourcentage de clients et non-clients des marchés	page 15
Profils des clients et non-clients des marchés	page 16

# LES MARCHES FREQUENTES

## Comment avez-vous connu les marchés que vous fréquentez ?

(Base : foyers fréquentant les marchés pour l'achat des produits frais)



## TYPES DE PRODUITS ALIMENTAIRES ACHETES EN PRIORITE SUR LES MARCHES

Quel(s) type(s) de produits achetez-vous en priorité ?  
Par ordre de préférence – Sur moyenne pondérée en fonction du classement

*(Base : foyers fréquentant les marchés pour l'achat de produits alimentaires)*



Les fruits et légumes sont les produits alimentaires les plus achetés sur les marchés : 23,4 % en moyenne pondérée.

# TYPES DE PRODUITS NON ALIMENTAIRES ACHETES EN PRIORITE SUR LES MARCHES

Quel(s) type(s) de produits achetez-vous en priorité ?  
Par ordre de préférence – Sur moyenne pondérée en fonction du classement

*(Base : foyers fréquentant les marchés pour l'achat de produits non alimentaires)*

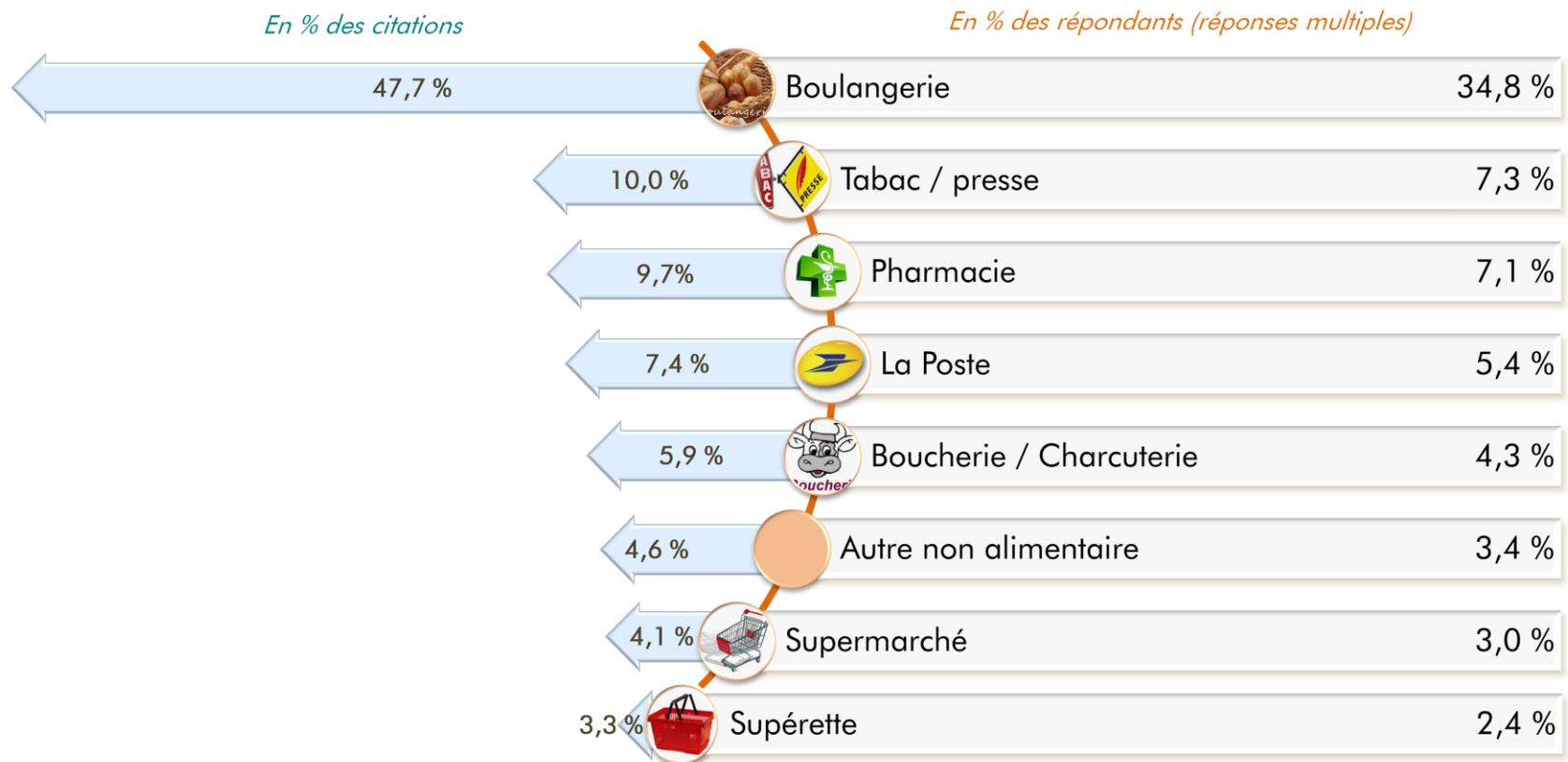


Le prêt-à-porter est le produit non alimentaire le plus acheté sur les marchés : 47,1 % en moyenne pondérée.

# AUTRES COMMERCES / SERVICES FREQUENTES LES JOURS DE MARCHÉ

Quels autres commerces/services fréquentez-vous les jours de marché ?

(Base : foyers fréquentant les marchés pour l'achat de produits frais)

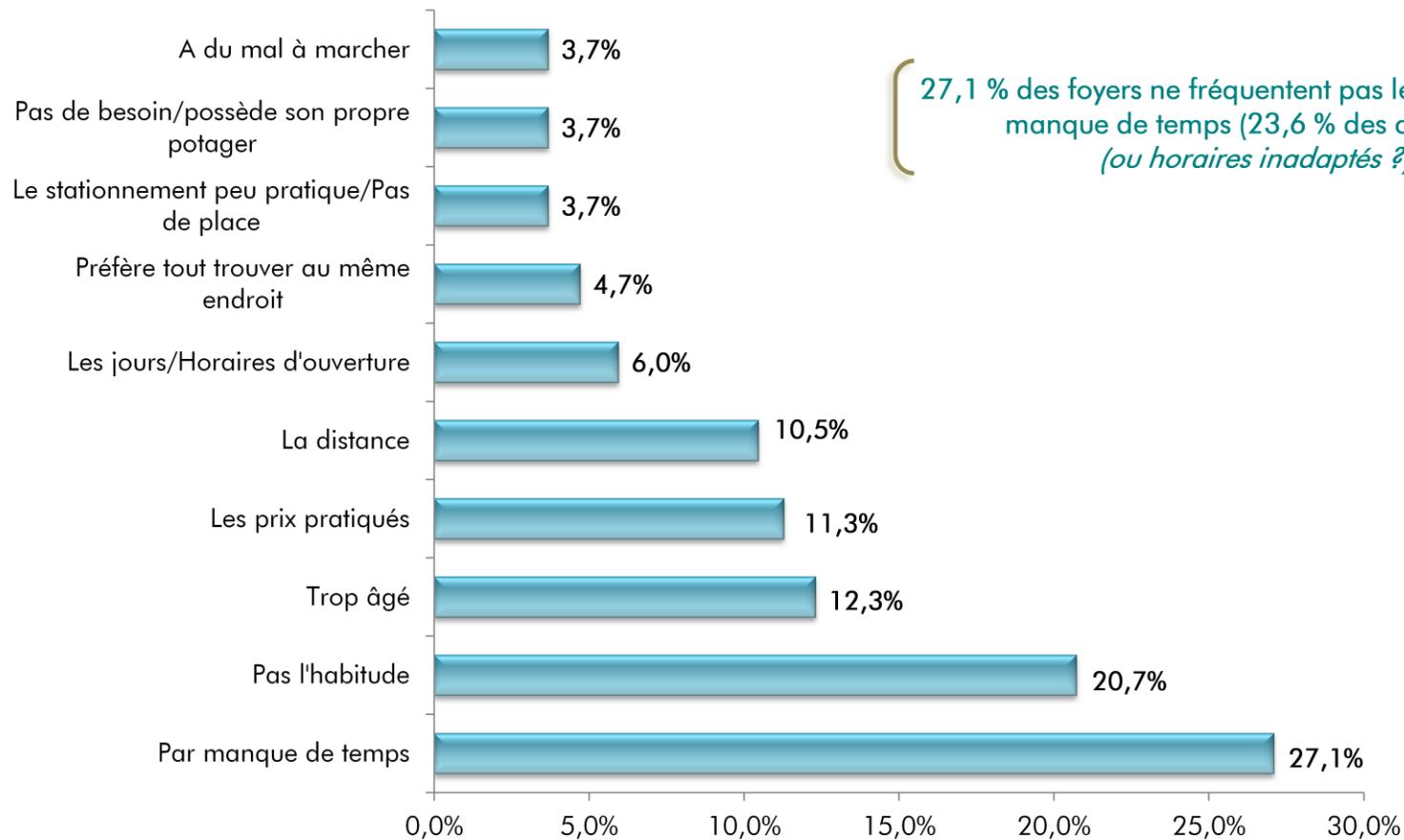


[ La boulangerie est le commerce le plus fréquenté les jours de marché. ]

# MOTIFS DE NON-FREQUENTATION DES MARCHES

## Pour quelles raisons ne fréquentez-vous pas les marchés ?

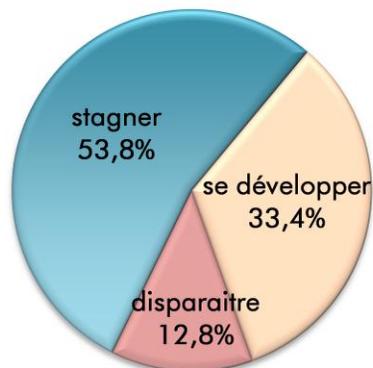
(Base : foyers ne fréquentant pas les marchés pour l'achat des produits frais)



## AVENIR DU MARCHÉ

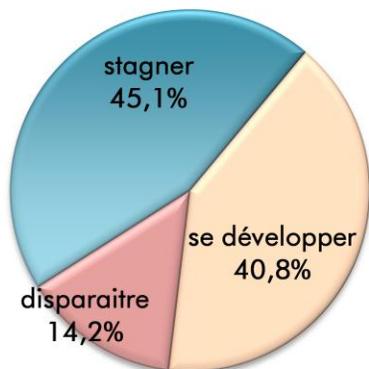
Dans l'avenir, le marché est-il un mode de commerce qui est voué à disparaître/voué à stagner/voué à se développer ?

Base : au global

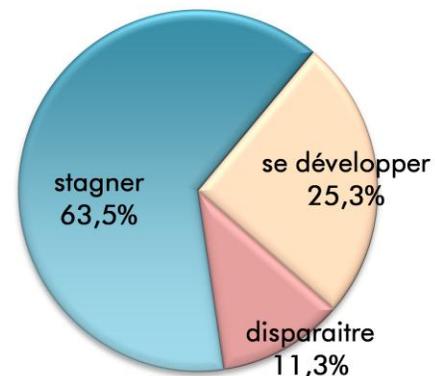


Au global, pour 53,8 % des foyers interrogés, le marché est voué à stagner. Pour 33,4 % d'entre eux, à se développer et 12,8 %, disparaître.

(Base : foyers fréquentant les marchés pour l'achat des produits frais)



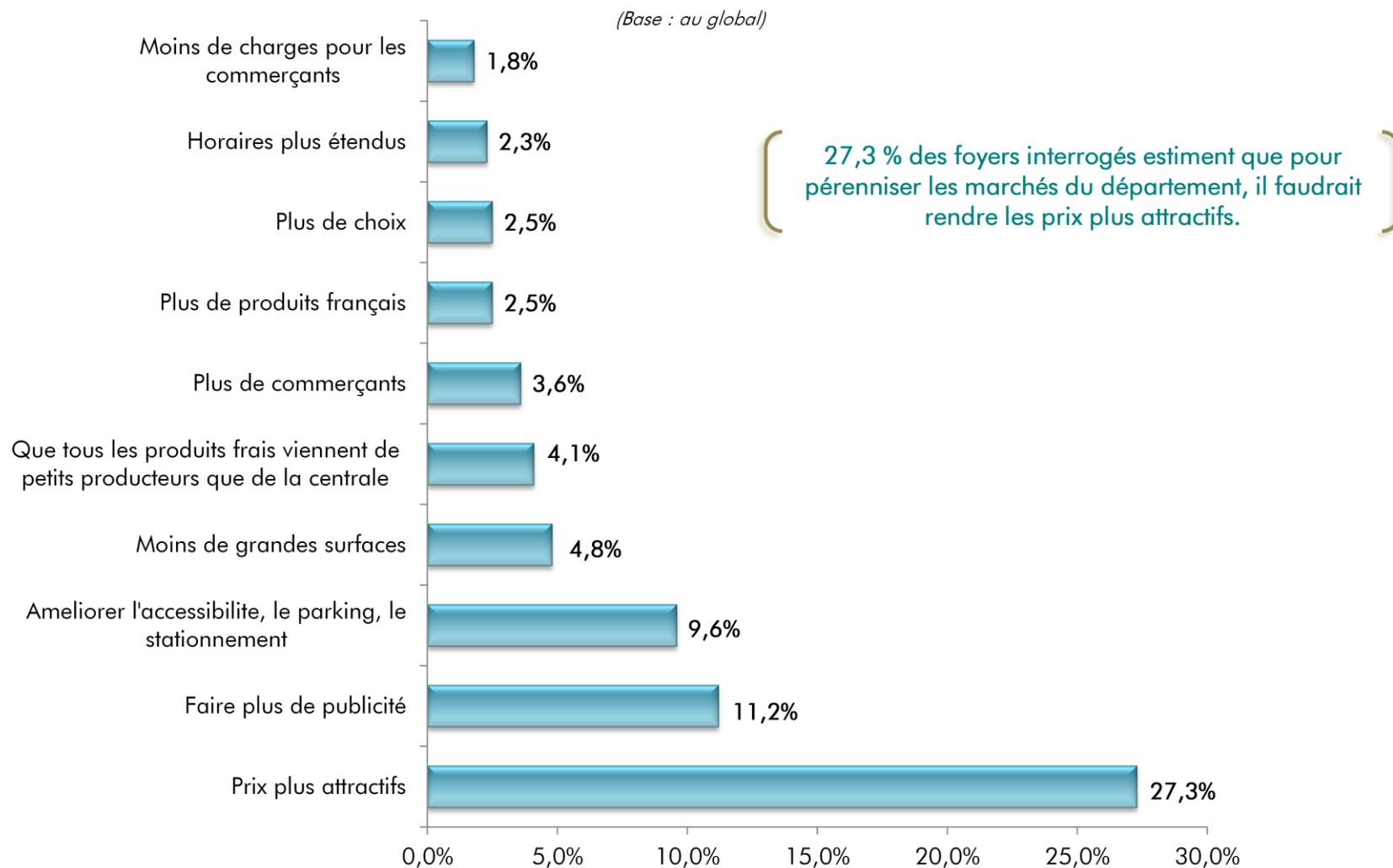
(Base : foyers ne fréquentant pas les marchés pour l'achat des produits frais)



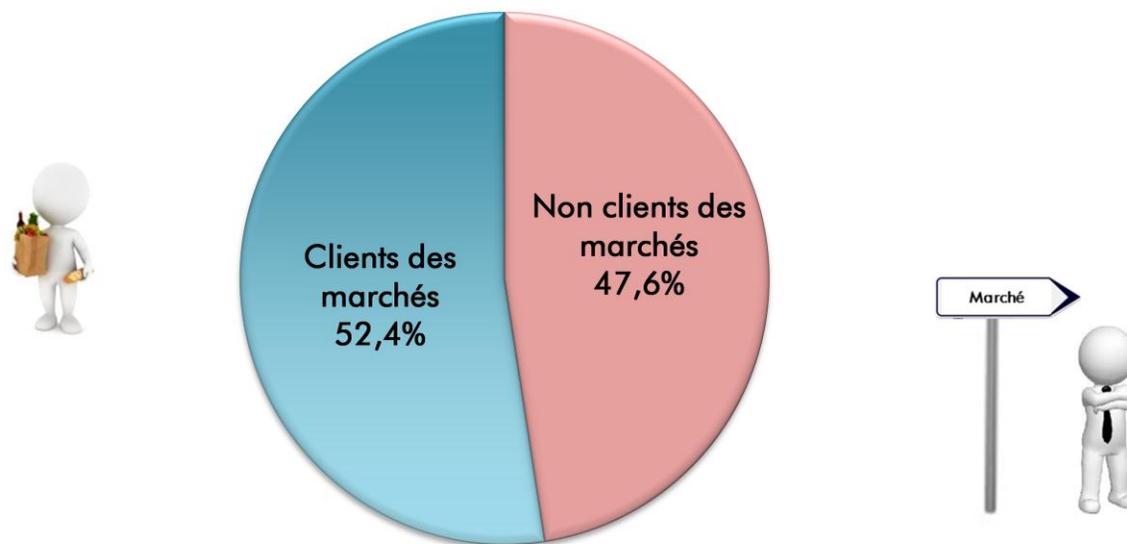
POLYGONE

# PERENNISER LES MARCHES

Que faudrait-il mettre en œuvre pour pérenniser les marchés du département ?



## POURCENTAGE DE CLIENTS ET DE NON-CLIENTS DES MARCHES



52,4 % des foyers interrogés fréquentent les marchés pour l'achat de produits frais.



# Etude de comparaison

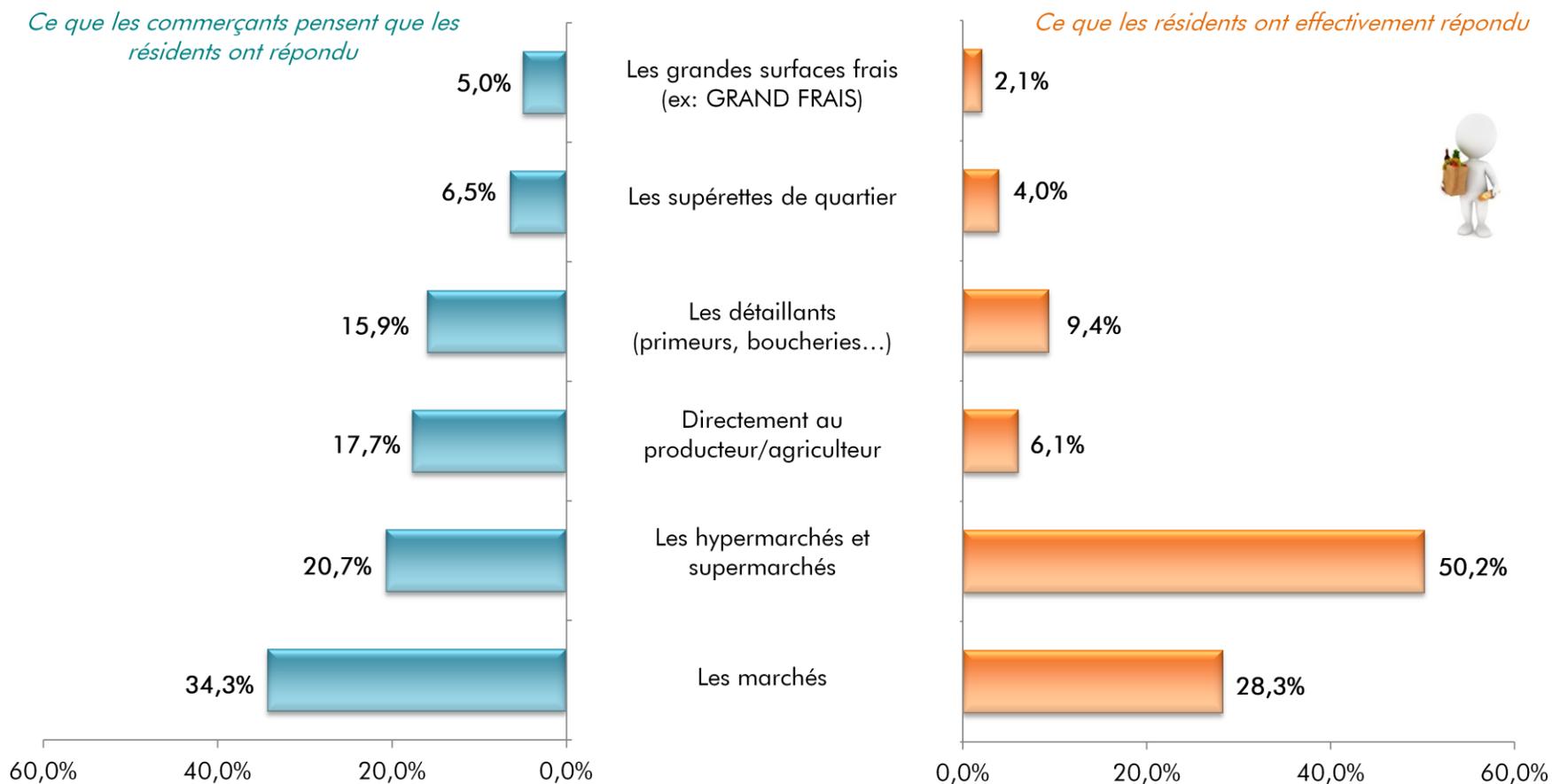
dossiers de cdac  
études de marché  
assistance commerciale  
**POLYGONE**  
STIMULONS VOTRE CROISSANCE

Lieux privilégiés pour les achats de produits frais	page 18
Motifs de fréquentation des marchés	page 19
Motifs de fréquentation d'un commerçant en particulier pour les produits alimentaires	page 20
Notoriété des commerçants	page 21
Motifs de fréquentation d'un commerçant en particulier pour les produits non-alimentaires	page 22
La relation et l'échange avec les commerçants	page 23
La qualité des produits vendus sur les marchés	page 24
Motifs de non-fréquentation des marchés pour les produits frais	page 25
Améliorations pouvant inciter les clients à fréquenter les marchés pour les produits frais	page 26
Evolutions du métier de commerçant non-sédentaire	page 27
Mesures de nature à pérenniser les marchés de CHARENTE-MARITIME	page 28

# LIEUX D'ACHATS DES HABITANTS

Q 1. Quels sont les lieux privilégiés des habitants de CHARENTE-MARITIME pour les achats de produits frais ?

*Lissage sur 100 % des réponses exprimées*



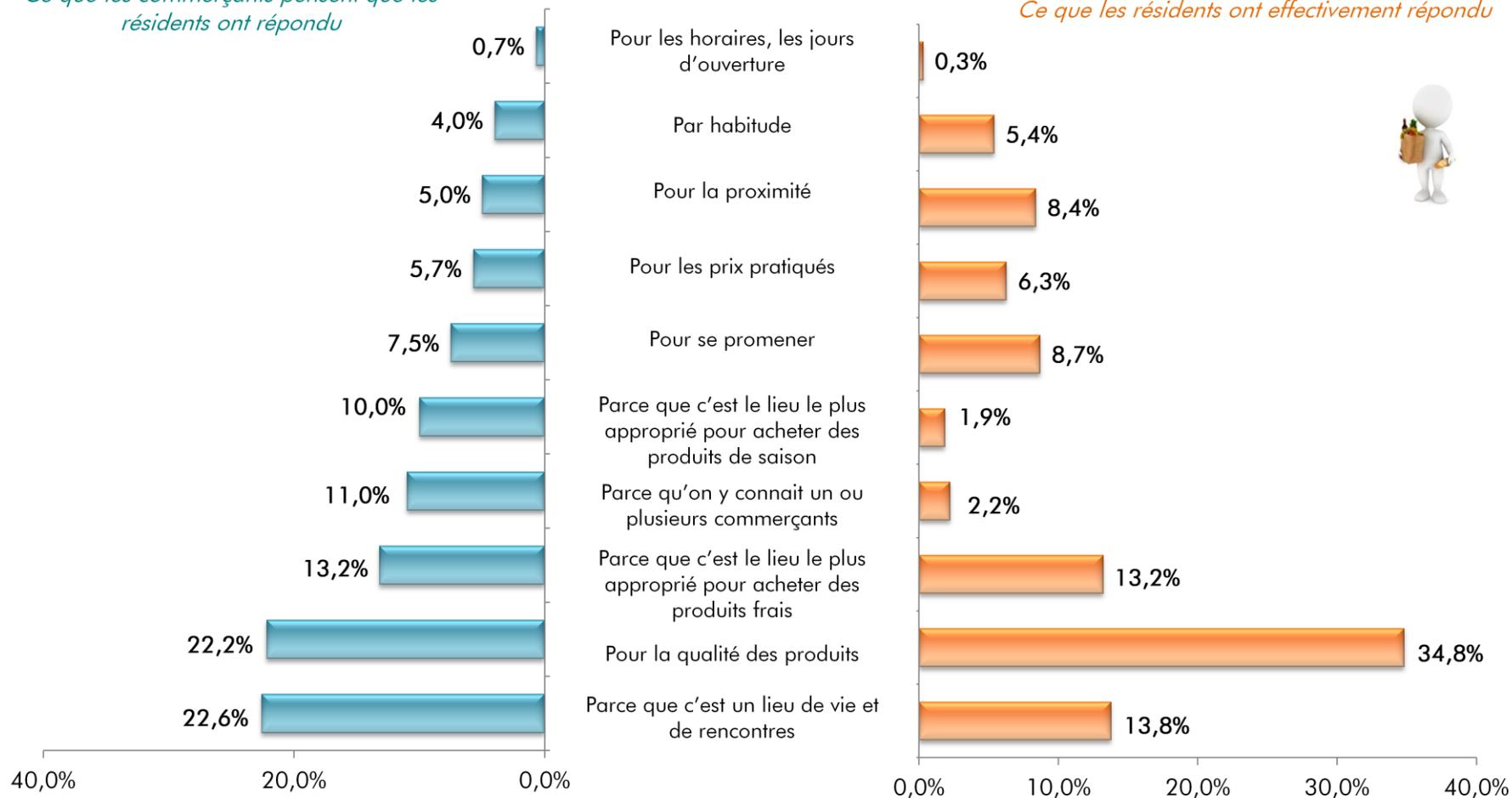
# MOTIFS DE FREQUENTATION DES MARCHES

## Q 2. Pour quels motifs les habitants de CHARENTE-MARITIME fréquentent-ils les marchés ?

Lissage sur 100 % des réponses exprimées

Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu

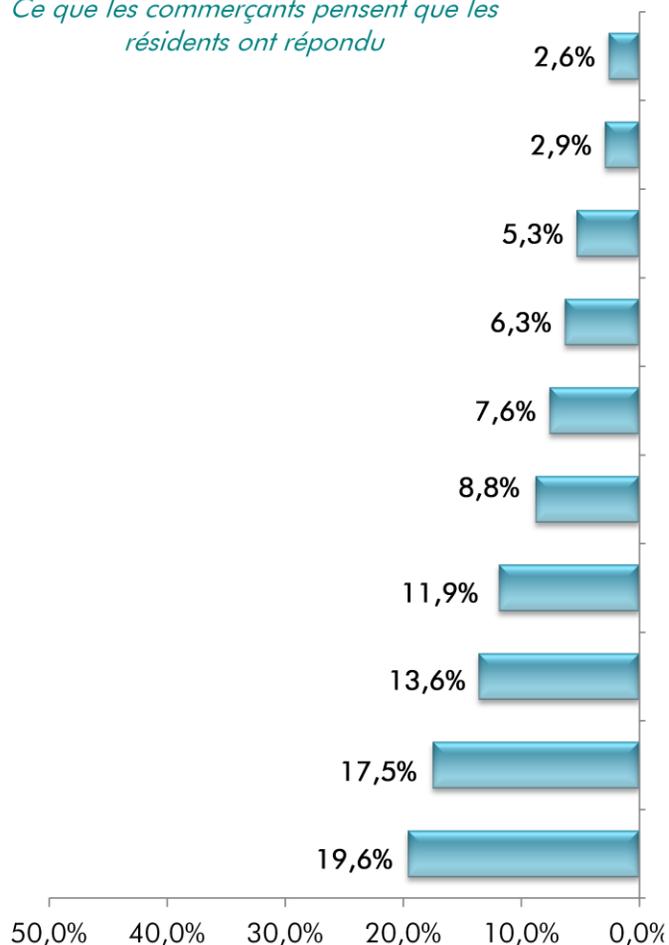
Ce que les résidents ont effectivement répondu



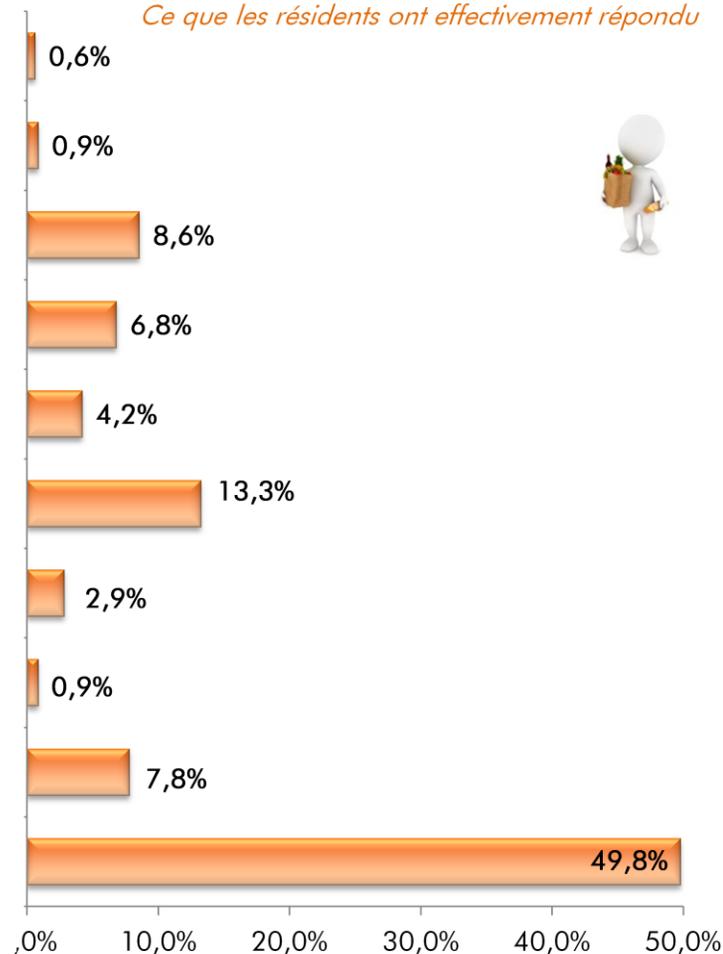
# MOTIFS DE FREQUENTATION D'UN COMMERÇANT EN PARTICULIER POUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES

Q 3. Pour les produits alimentaires, pour quels motifs les clients des marchés choisissent-ils un commerçant en particulier?  
*Lissage sur 100 % des réponses exprimées*

*Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu*



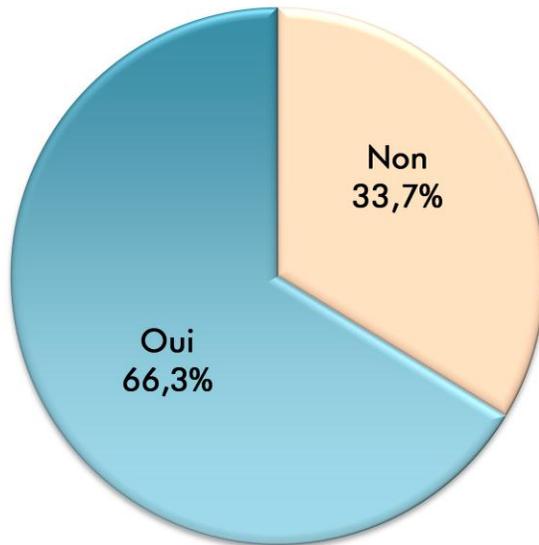
*Ce que les résidents ont effectivement répondu*



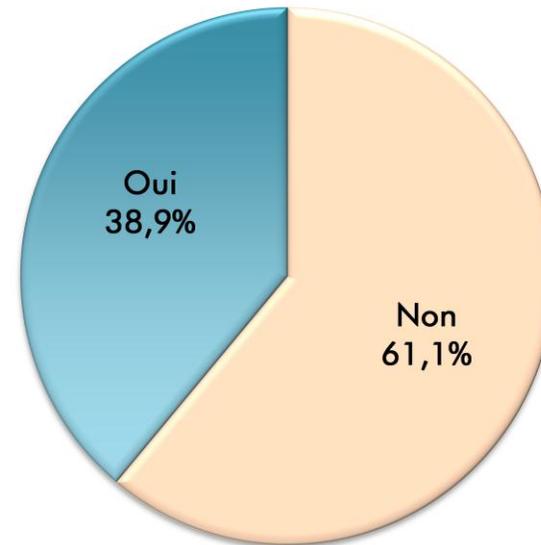
## NOTORIETE DES COMMERCANTS

Q 4. Les clients des marchés connaissent-ils le nom des commerçants chez qui ils achètent leurs produits ?

*Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu*



*Ce que les résidents ont effectivement répondu*

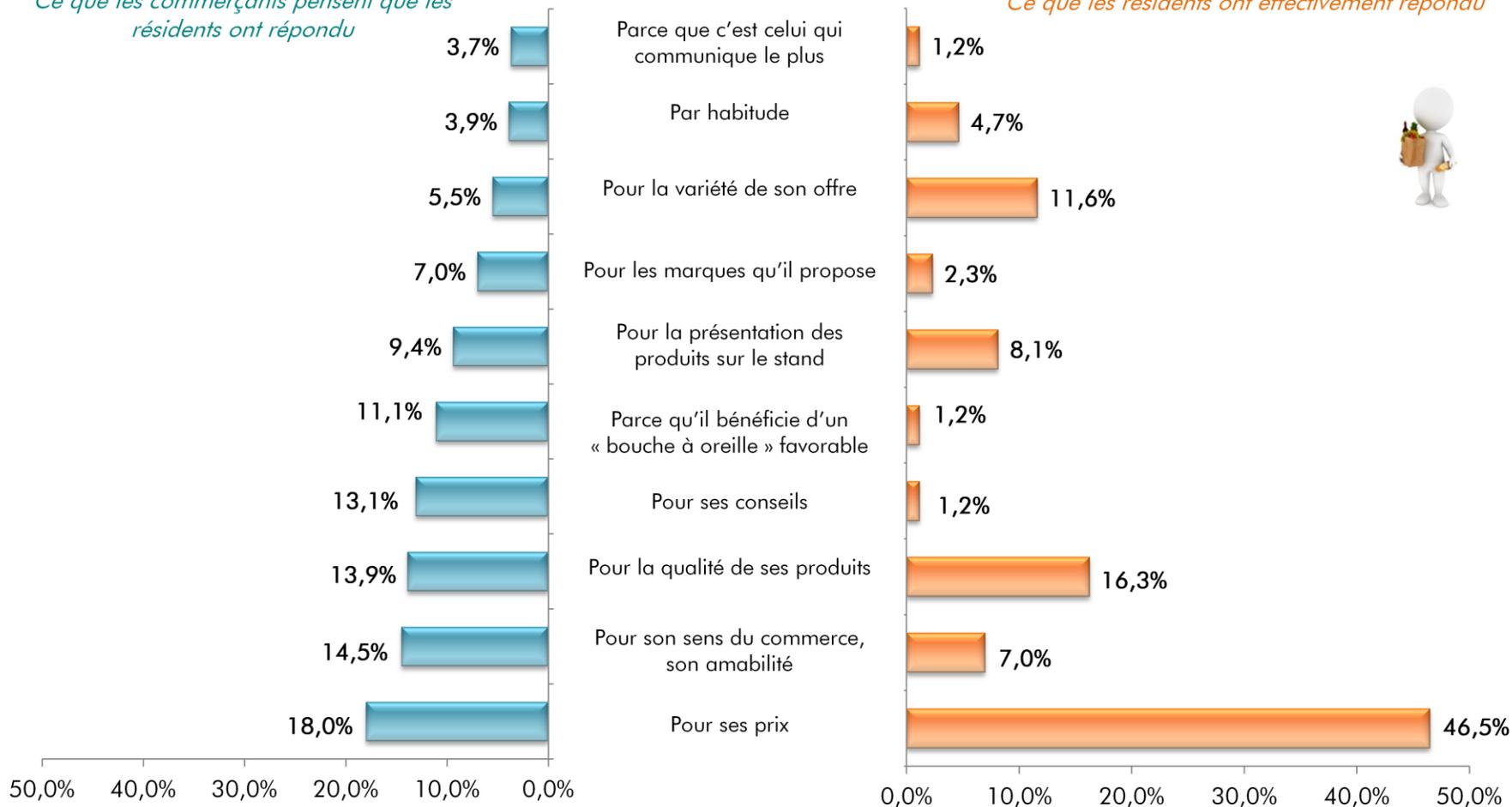


# MOTIFS DE FREQUENTATION D'UN COMMERÇANT EN PARTICULIER POUR LES PRODUITS NON ALIMENTAIRES

Q 5. Pour les produits non alimentaires, pour quelles motifs les clients des marchés choisissent-ils un commerçant en particulier? *Lissage sur 100 % des réponses exprimées*

*Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu*

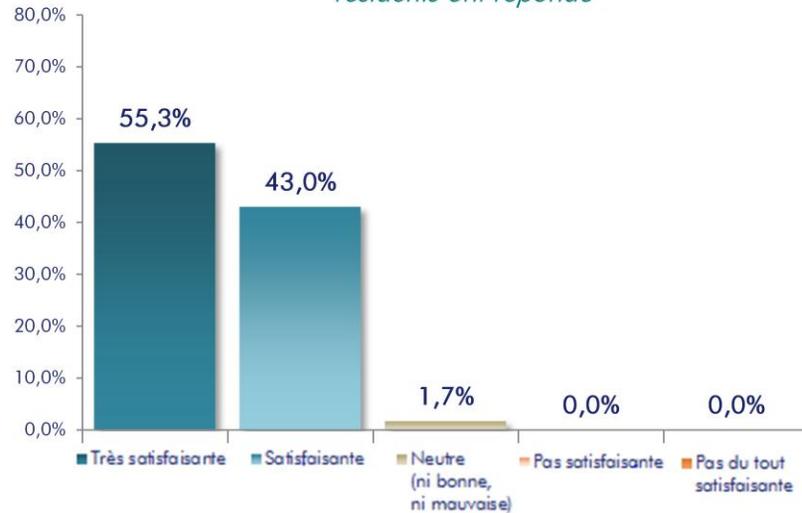
*Ce que les résidents ont effectivement répondu*



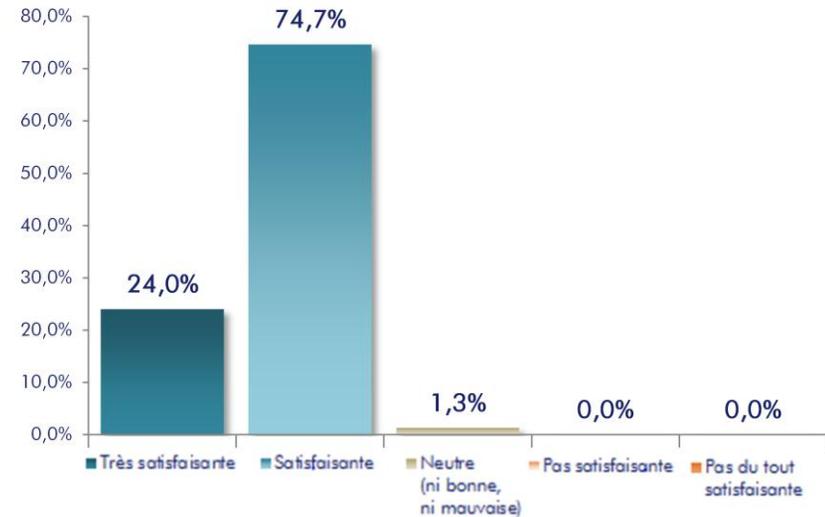
# LA RELATION ET L'ÉCHANGE AVEC LES COMMERCANTS

## Q 6. Comment qualifieriez-vous la relation que vous entretenez avec vos clients sur les marchés ?

*Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu*



*Ce que les résidents ont effectivement répondu*



Très satisfaisante + satisfaisante  
98,3%



Pas satisfaisante + pas du tout satisfaisante  
0,0%

Très satisfaisante + satisfaisante  
98,7%

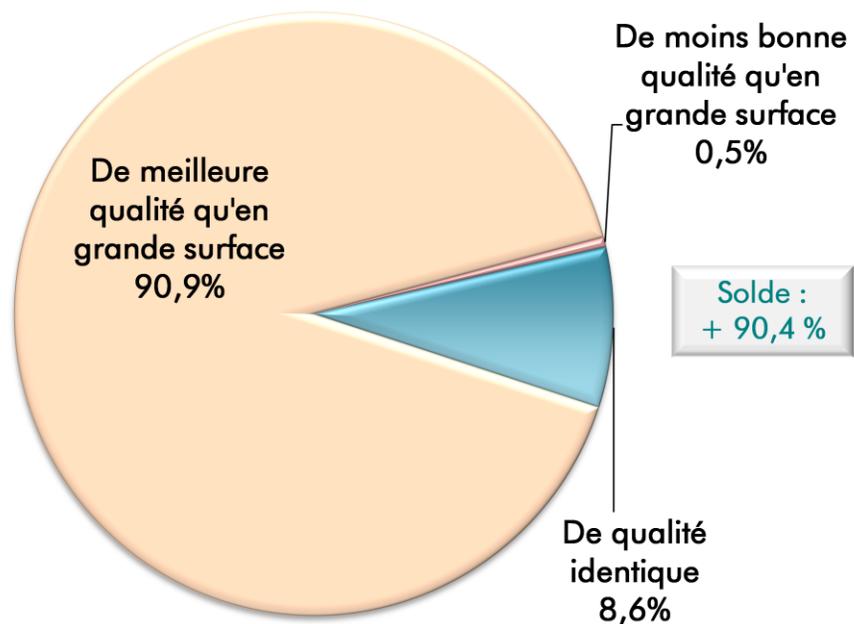


Pas satisfaisante + pas du tout satisfaisante  
0,0%

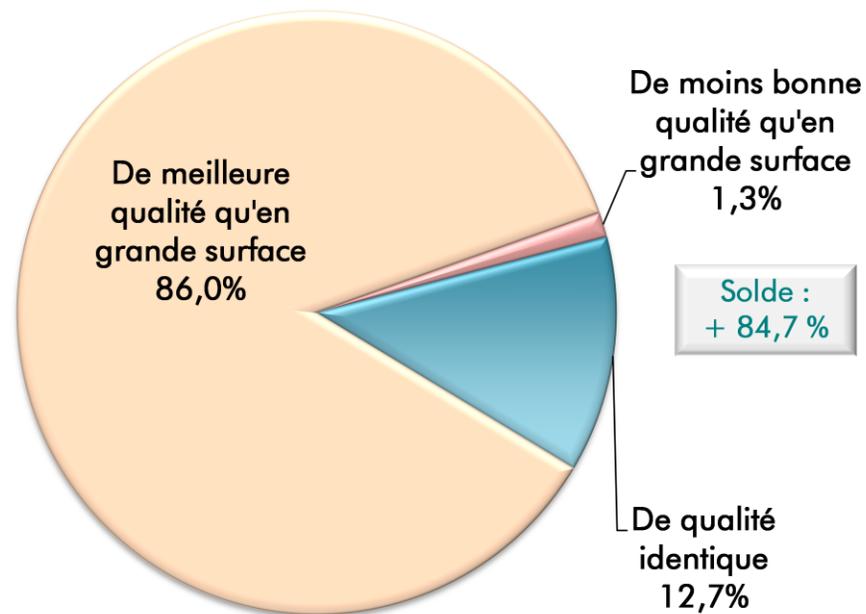
POLYGONE

## LA QUALITE DES PRODUITS VENDUS SUR LES MARCHES

Q 7. Les produits vendus sur les marchés sont ...



*Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu*



*Ce que les résidents ont effectivement répondu*

**POLYGONE**

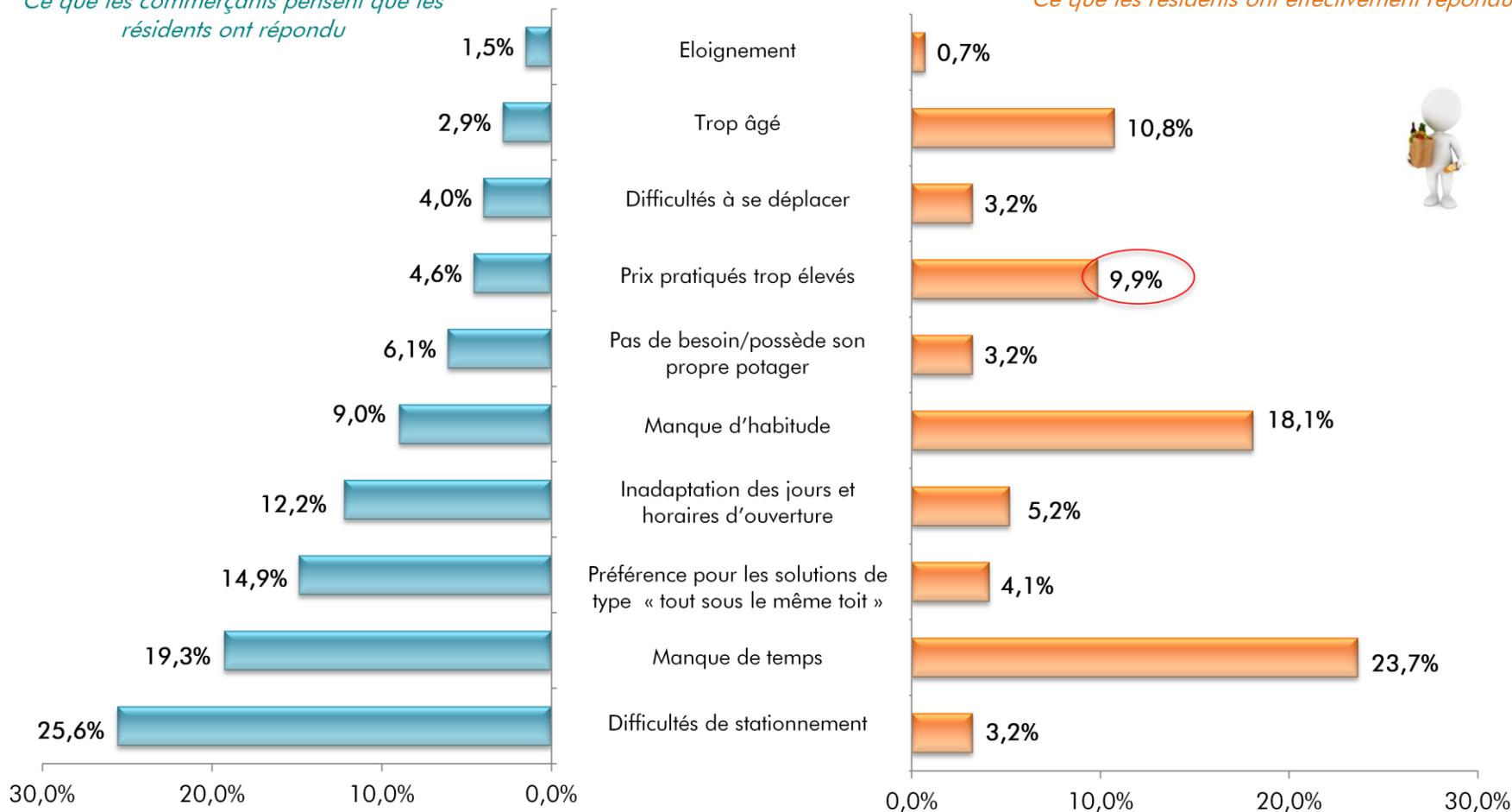
# MOTIFS DE NON-FREQUENTATION DES MARCHES POUR LES PRODUITS FRAIS

Q 10. Pour quelles raisons certains habitants ne fréquentent-ils pas les marchés pour les produits frais ?

Lissage sur 100 % des réponses exprimées

Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu

Ce que les résidents ont effectivement répondu

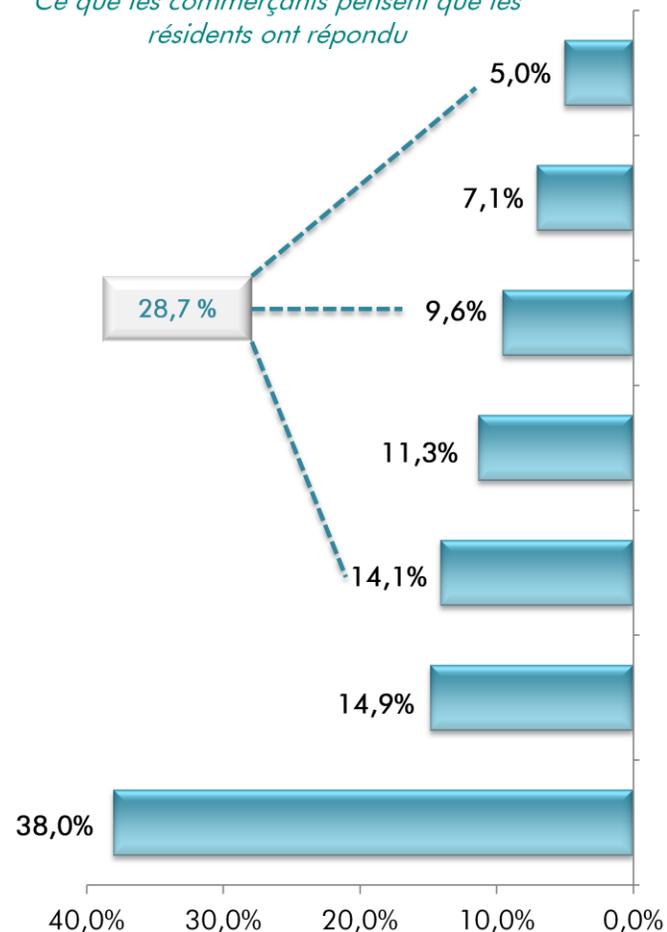


# AMELIORATIONS POUVANT INCITER A FREQUENTER LES MARCHES POUR LES PRODUITS FRAIS

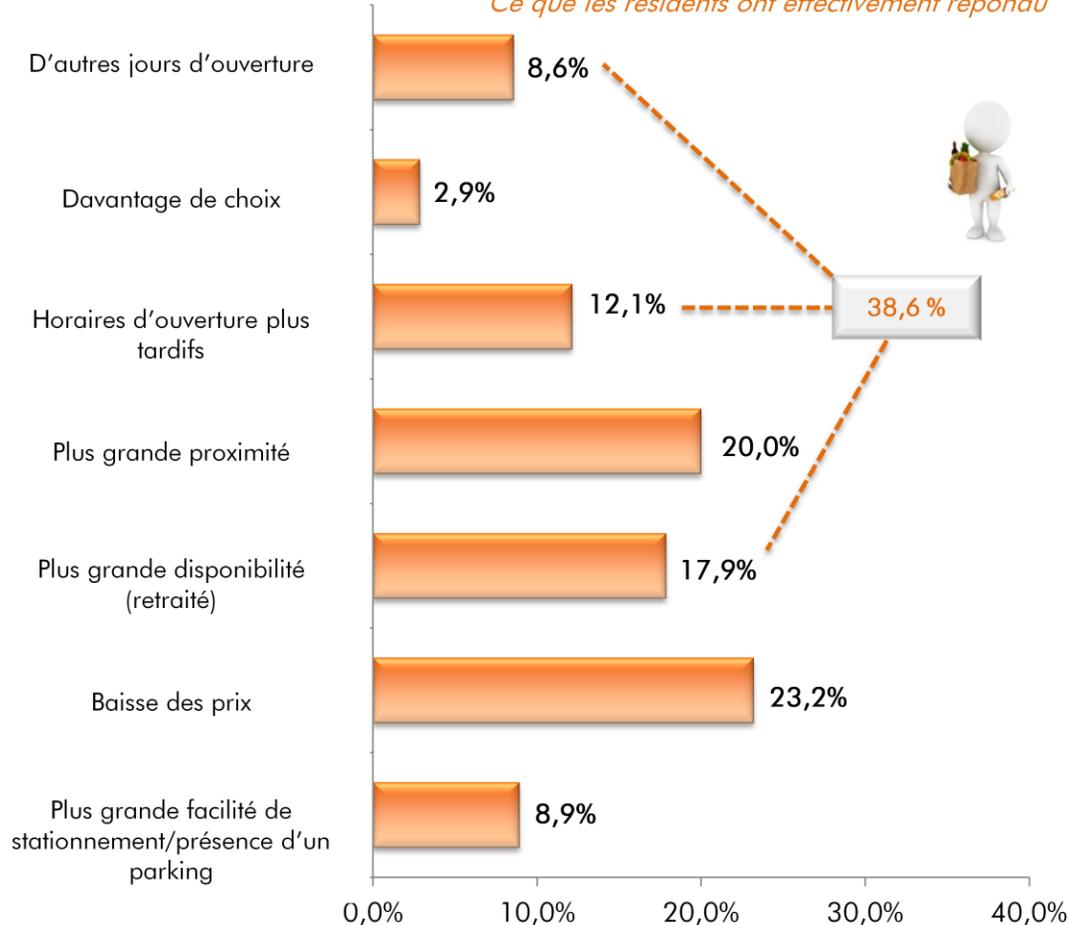
Q 11. Quels changements/ quelles améliorations inciteraient les non-clients à fréquenter les marchés pour les produits frais

Lissage sur 100 % des réponses exprimées

Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu



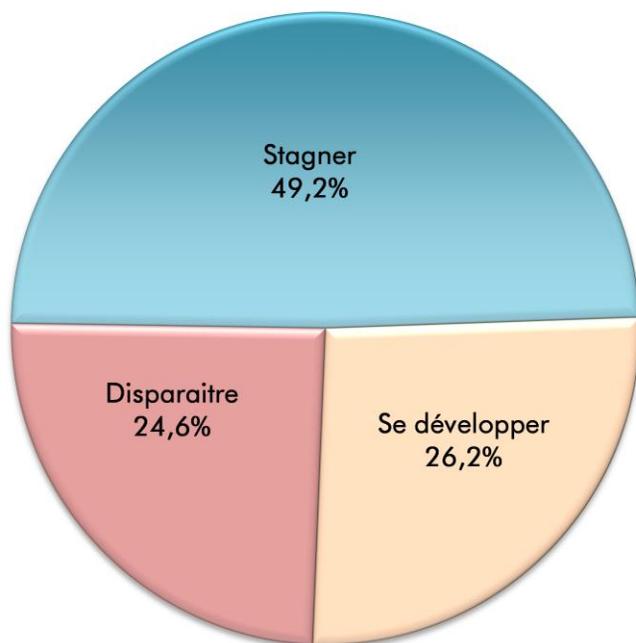
Ce que les résidents ont effectivement répondu



## EVOLUTION DU METIER DE COMMERÇANT NON SEDENTAIRE

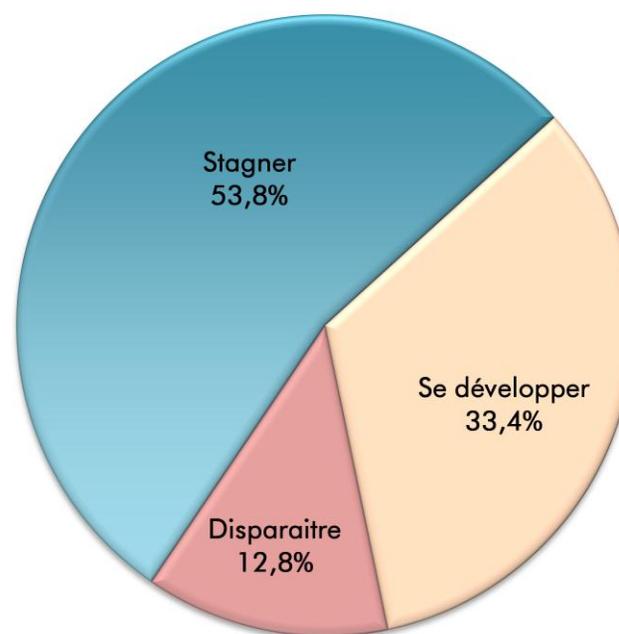
Q 12. Le métier de commerçant non-sédentaire est voué à ...

*Ce que les commerçants pensent que les résidents ont répondu*



Solde :  
+ 1,6 %

*Ce que les résidents ont effectivement répondu*



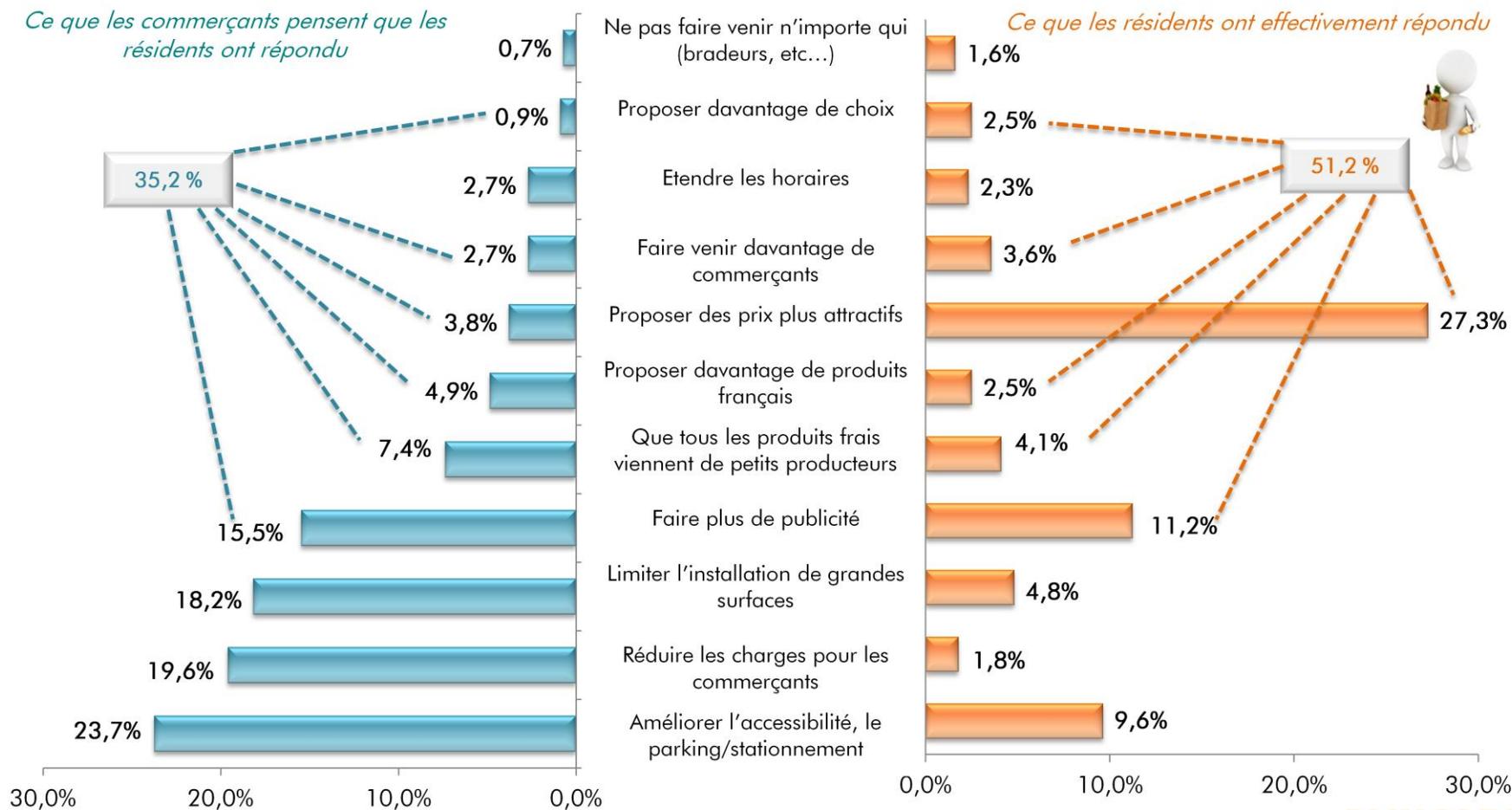
Solde :  
+ 20,6 %

POLYGONE

# MESURES DE NATURE A PERENNISER LES MARCHES DE CHARENTE-MARITIME

Q 13. Que faudrait-il mettre en œuvre pour pérenniser les marchés de CHARENTE-MARITIME ?

Lissage sur 100 % des réponses exprimées



# Synthèse

dossiers de cdac  
études de marché  
assistance commerciale  
**POLYGONE**  
STIMULONS VOTRE CROISSANCE

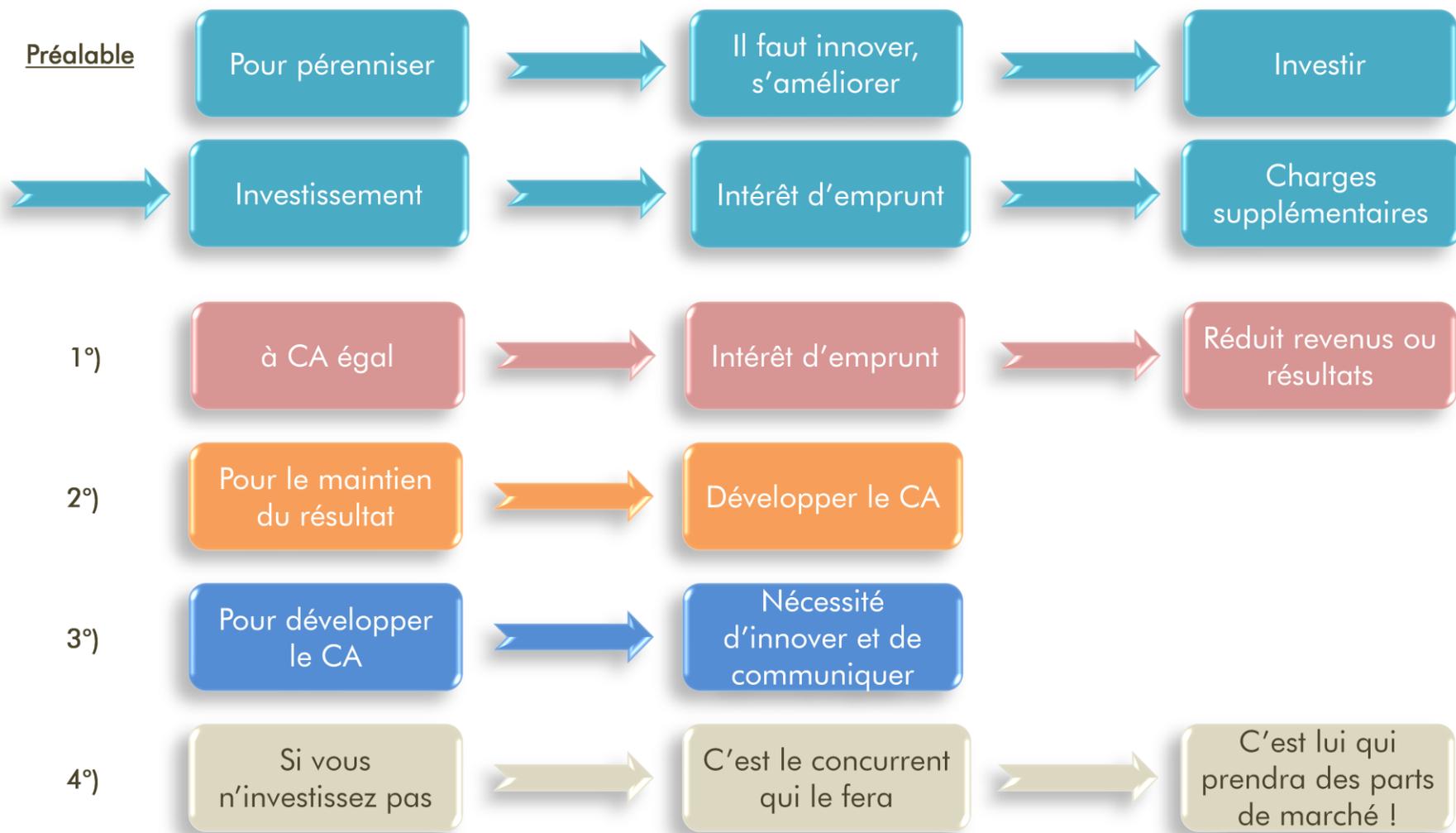
L'investissement est facteur de croissance

page 30

Synthèse

page 31

# L'INVESTISSEMENT EST FACTEUR DE CROISSANCE



*« Inventons le marché de 22<sup>ème</sup> siècle »*

*mais nous n'avons pas jusqu'au 22<sup>ème</sup> siècle pour le faire !*

*« Profitons des organisations et des structures actuelles pour renforcer l'attractivité des marchés et leur redonner le sens social que le marché doit avoir et que tout le monde lui concède »*

## Quelques pistes ...

### Plusieurs niveaux d'actions vis-à-vis des commerçants existants :

- Une refonte des contrats avec les municipalités, leur proposant une alternative :
  - un stand occupé 12 mois,
  - un stand libéré pendant la période de congé pour qu'il soit occupé par des tiers
  
- Optimiser les stands vacants pendant les congés pour les proposer gratuitement à des structures économiques, commerciales, sociales ou artistiques de la commune.
  
- Chaque commerçant s'engage à mettre en œuvre au moins deux promotions par jour de marché (deux produits mis en avant) pour améliorer l'image Prix des commerçants.
  
- Communiquer sur les marchés

## *Quelques suggestion pour vitaliser les stands libérés ...*

### Les invités du monde économique

Les restaurateurs de la commune pourraient venir y faire des dégustations de leurs dernières recettes, le libraire y exposer « les dix derniers livres » venant d'être édités.

### Les invités du monde artistique

Le peintre local peut y exposer ses peintures.

L'écrivain local y dédicacer ses livres.

### Les invités du monde social

Le CCAS de la Mairie pourrait venir sur ces stands pour renseigner, prendre des rendez-vous. Le Pôle Emploi pourrait prendre ces stands pour afficher des offres d'emploi, prendre des rendez-vous.

### Les invités du monde politique

On peut imaginer que :

- le Conseil Général au Régional y expose sur les grands chantiers menés sur le département, ou la Région,
- le député vienne y prendre des permanences,
- la Coopérative Agricole locale y expose les produits, les semences, les techniques de cultures.
- les écoles viennent exposer des informations pour leurs portes ouvertes.
- toutes les associations financées par les Mairies : l'école de musique, les clubs du 3<sup>ème</sup> âge, ... viennent utiliser ces stands pour montrer ce qu'ils font, recruter des nouveaux membres,
- l'école de musique vienne avec ses guitaristes jouer pendant les marchés plutôt que d'avoir des stands vides.

## *Et pour finir !*

L'instauration d'une cotisation sur la communication permettrait de communiquer sur ses évènements tout en maintenant l'attractivité des marchés et leurs donnant un autre rôle, et en même temps, d'éviter que les commerçants qui ne sont pas en congés soient pénalisés par une offre moindre des commerçants.

Passez du mode « Marché » au mode « Monger ».

Dans l'avenir, il faut prévoir des halles dans lesquelles on pourra y trouver des tables pour s'asseoir, manger par exemple la demi-douzaine d'huitres que l'on a pris à l'écailleur et le verre de vin blanc que l'on aurait pris au caviste, ou l'assiette de fromages, ... de façon à ce que cela soit aussi un lieu de vie et de restauration.

*Voilà le marché du 22<sup>ème</sup> siècle !!!*

*Construire des halles en centre ville, n'est-il pas aussi nécessaire qu'une salle de sport ?*

*Quand démarrer ?*

*Mais ... tout de suite !*