

COMMERCE ■ Le congrès national des marchés de France donne les clés pour redynamiser les marchés

Les marchés veulent se réinventer

Mardi, une table ronde, intitulée « Ensemble, réinventons les marchés », s'est déroulée dans le cadre du congrès national des marchés de France à Vals-près-Le-Puy. L'occasion pour les professionnels d'échanger des clés pour redynamiser les marchés.

Antoine Michelet
antoine.michelet@centrefrance.com

Il s'étaient une centaine dans le palais des Congrès de Vals-près-Le-Puy mardi, en fin de matinée. Tous sont des commerçants ambulants en quête de conseils pour réinventer les marchés. En face d'eux, ce sont huit hommes et femmes d'expérience, élus dans différentes CCI, président d'association, grossiste, ou encore la présidente de la fédération nationale en personne, Monique Rubin, qui ont partagé leurs expériences et idées. Si les marchés se portent bien, ces lieux de commerce ont, sans aucun doute, besoin de se réinventer pour faire face aux problématiques actuelles.

L'accent sur la communication

Depuis quelques années, le marché est redevenu à la mode et se confronte aux changements de consommation des clients. Fini la quantité, c'est bien la qualité que les consommateurs recherchent sur les étals des commerçants. Produits



DYNAMISME. Les marchés veulent se réinventer pour garder leur attrait auprès des consommateurs. PHOTO D'ARCHIVES

locaux, de saison et même issus de l'agriculture biologique, les commerçants non-sédentaires doivent s'adapter aux goûts de leurs clients.

Autre tendance sociétale : internet. Dans un monde ultra-connecté, les marchés pourraient le devenir pour attirer plus de clients. En tout cas, c'est l'idée que le directeur général de la structure Centre-ville en Mouvement, Pierre Creuzet, a souhaité mettre en avant. « Il est important de s'attarder sur la question du réseau WiFi public dans les centres-villes. On

pourrait également penser à mettre en place un répertoire des marchés où, en un clic, on pourrait connaître le lieu, la date et l'heure d'un marché ». En réalité, cet outil existe déjà. L'association « M'ton Marché » et son président Denis Mosnier ont mis en place, sur leur site internet, une carte interactive avec l'emplacement des marchés, leur date et horaires, ainsi que le type de produits que l'on peut trouver. Malgré les centaines de marché répertoriés dans la base de données, l'outil n'est pas encore développé dans tou-

te la France. Informer le consommateur sur les dates et lieux des marchés c'est le fer de lance de la Chambre de commerce et d'industrie de Haute-Loire. Novateur dans le domaine, deux tiers des villes du département ayant un marché sont équipées d'un panneau à l'entrée de leur commune indiquant les informations essentielles à savoir pour les personnes adeptes des commerces ambulants.

« C'est absolument indispensable de communiquer. On a une large population de touristes, il faut qu'ils soient informés

sur les différents marchés lorsqu'ils traversent notre département », affirme Louis-Pierre Descours, trésorier à la CCI de Haute-Loire. Si les commerçants non-sédentaires sont friands d'innovations pour attirer le client, ils sont également demandeurs de clés pour améliorer leur travail au quotidien, sur leur emplacement, par exemple. Depuis peu, des formations ont été mises en place pour former les « placiers » et assurer un niveau de compétence afin qu'il y ait une répercussion positive sur les emplacements des commerçants non-sédentaires.

Un aménagement urbain adapté pour les marchés

L'aménagement urbain est également un axe de réflexion pour redynamiser les marchés. « Les politiques doivent prendre conscience de l'atout que possède leur territoire lorsqu'ils possèdent un marché. Il faut donc le placer dans les meilleures conditions », affirme le trésorier de la CCI Haute-Loire.

Parmi les nombreux échanges pour « réinventer les marchés de demain » un mot d'ordre : la transversalité entre les différents acteurs d'un marché, du commerçant à la CCI en passant par les présidents de fédération des marchés locaux. « On ne pourra pas avancer si chacun reste dans sa case », a conclu la présidente de la Fédération nationale, Monique Rubin. ■

Un guide à destination des commerçants non-sédentaires

Un guide de recommandations à destinations des commerçants non-sédentaires va être disponible dans les CCI.

L'initiative avait été prise par la CCI de Paris en 2015. Un guide de recommandations va être mis à disposition dans la plupart des CCI de France afin d'épauler les commerçants non-sédentaires. « On veut accompagner les commerçants, affirme Louis-Pierre Descours de la CCI Haute Loire. Ce guide est un ensemble d'outil pour les conseiller ».



MARCHÉ. L'objectif du guide : épauler les commerçants. PHOTO D'ARCHIVES

Un guide, trois thèmes

Ce guide devrait s'inspirer de celui de la CCI de Paris. Décliné sous 33 recommandations, le recueil de conseils aborde trois grands thèmes : « comment faire du marché un pôle de dynamisation de la ville ? », « Comment répondre aux nouvelles attentes des consommateurs ? », « Comment garantir une gestion performante du marché ? ».

La place du marché dans un centre-ville, le défi du e-commerce, les exigences environnementales, l'instauration d'une

charte de qualité, autant de thèmes variés pour relancer une dynamique dans le secteur des marchés. À travers ce guide, c'est également la professionnalisation des acteurs du marché qui est voulue. En mettant à disposition des conseils, des clés pour développer son activité, cela participe au maintien du secteur comme forme de distribution importante.

Le guide sera disponible à la Chambre de commerce et d'industrie de la Haute-Loire sous forme matérielle ou en ligne. ■