

## **Analyse et propositions de « Sainte Maure 2020 » pour le Marché du vendredi.**

Le Marché de Sainte Maure de Touraine, comme tous les marchés de Touraine, connaît une baisse de fréquentation liée à plusieurs facteurs : développement des grandes surfaces, arrivée de nouveaux habitants avec des modes d'achats différents, raréfaction des commerçants non sédentaires, ... Cette baisse est encore plus sensible entre janvier et mars, période d'hiver.

Néanmoins ces marchés qui restent des lieux de vie et de convivialité se maintiennent et ceci d'autant mieux si les communes ont une politique de soutien volontariste et créative. Nous formulons des propositions dans ce sens car il convient surtout de ne pas baisser les bras ou prendre des initiatives improvisées allant à l'encontre de la pérennité du Marché.

### **Question préalable : quel jour ?**

Cette question revient régulièrement avec toujours une tendance affirmée pour maintenir le vendredi en regard de la disponibilité des commerçants. Néanmoins il semble judicieux, pour clarifier le problème, de faire une enquête rigoureuse qui pourrait être proposée à l'École de Commerce de Tours.

### **Un enjeu fort pour la commune qui appelle une politique volontariste**

Le Marché de Sainte Maure de Touraine est une tradition séculaire cohérente avec l'identité du Centre historique. Son cadre est original et cet événement hebdomadaire a été pris en compte dans le réaménagement des places. Si l'hiver la fréquentation chute, le printemps et surtout l'été elle reste intéressante avec en particulier l'apport de touristes. Le Marché fait partie du patrimoine communal immatériel qu'il convient de protéger de façon prioritaire.

### **Un projet global de soutien au Marché en 10 points.**

Nous préconisons 10 actions pour contribuer au maintien et à la relance du Marché :

- 1) Ouvrir un espace ou un label « producteurs locaux » ceci afin de répondre à une nouvelle tendance d'achat de la part des jeunes ménages en particulier. Quelques uns sont déjà présents avec des initiatives intéressantes dans le style « drive » qui consiste à passer sa commande la veille par téléphone ou Internet et à venir la chercher sur le Marché du vendredi. Un travail de prospection et de conviction est à faire mais il peut être positif.
- 2) Négocier avec les grandes surfaces pour les convaincre de restreindre leurs initiatives de promotion le vendredi matin.
- 3) En s'appuyant sur la dynamique d'un projet novateur, mobiliser, à travers le syndicat départemental et les réseaux professionnels, de nouveaux commerçants attractifs comme des bazars ou des soldes.
- 4) Développer un programme annuel d'animations avec l'objectif de deux animations par mois. Un certain nombre existe : chocolat, soupe, ... il faut faire preuve d'ingéniosité en associant les commerçants mais aussi les associations. Pourrait entrer dans cette logique l'installation pendant les vacances scolaires d'un espace jeu (plein air ou société) surveillé pour les enfants. Egalement des mini-brocantes, des foires aux livres. Des animations culinaires liées aux saisons comme la soupe ou le chocolat mais aussi les ateliers confitures ou conserves méritent d'être développées.
- 5) Renforcer l'accessibilité. Il convient d'abord d'effacer la mauvaise image donnée par la verbalisation à outrance. Elle a cessé mais n'est pas oubliée. Une campagne municipale sur le thème « grande tolérance de stationnement le jour du marché sans entraver la circulation » pourrait y contribuer. Il convient aussi de mieux mettre en valeur le service du bus à la demande.
- 6) Mobiliser les associations « au coin des halles ». Les subventions municipales pourraient être conditionnées à deux permanences dans l'année. Ce n'est pas contraignant et ce serait « gagnant – gagnant ». Un concours doté pour l'originalité des présentations pourrait y être associé.
- 7) Instaurer la gratuité des emplacements pour les commerçants qui s'engagent à une fréquentation minimale.
- 8) Négocier avec le nouvel Office de tourisme Azay – Chinon – Val de Loire une permanence sur le marché pendant les mois d'été.
- 9) Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication multiforme : Panneaux attractifs entrées de ville, article de presse à l'occasion des animations, encart spécial dans le journal municipal, ... et surtout reprendre l'animation sono sur le marché.
- 10) Décider d'un budget significatif pour soutenir le Marché

**Ce projet devra être débattu au sein de la commission du Marché, du Conseil municipal mais aussi avec les acteurs : commerçants sédentaires et non sédentaires, associations.**