

## LES MARCHES DANS LE PARC

*Rapport d'analyse à la suite du questionnaire distribué aux communes du Parc au 1<sup>er</sup> trimestre 2022*

*Durant la lecture de ce rapport il est important de prendre en considération que les résultats analysés sont réalisés sous l'angle spécifique du marché. Les communes concernées par cette analyse possèdent différents types de commerces et le marché n'est qu'un mode d'achat parmi de multiples autres (épicerie participative, supérette, achats via internet, etc.).*



## LES MARCHÉS DANS LE PARC

Aujourd'hui, les grandes surfaces alimentaires (Auchan, Carrefour, Leclerc...) détiennent une part importante de l'ensemble du commerce des produits alimentaires. En 2020, selon une étude de l'Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques (INSEE), le commerce dans les grandes surfaces d'alimentation générale représente 62,5% de l'ensemble du commerce des produits alimentaires. En janvier 2021 le chiffre d'affaires des grandes surfaces est en légère hausse. Mais alors quelle place laissent-elles aux autres modes de consommation des individus tels que les achats dans les marchés locaux ? Pourtant, les marchés représentent une activité commerciale précieuse pour les habitants et sont un moyen de dynamiser les communes. En effet, les marchés sont des espaces de partage, d'échange et de rencontre, ils créent du lien entre les habitants et permettent aux communes d'être plus attractives. Il s'agit donc d'un lieu de cohésion sociale, économique et territoriale.

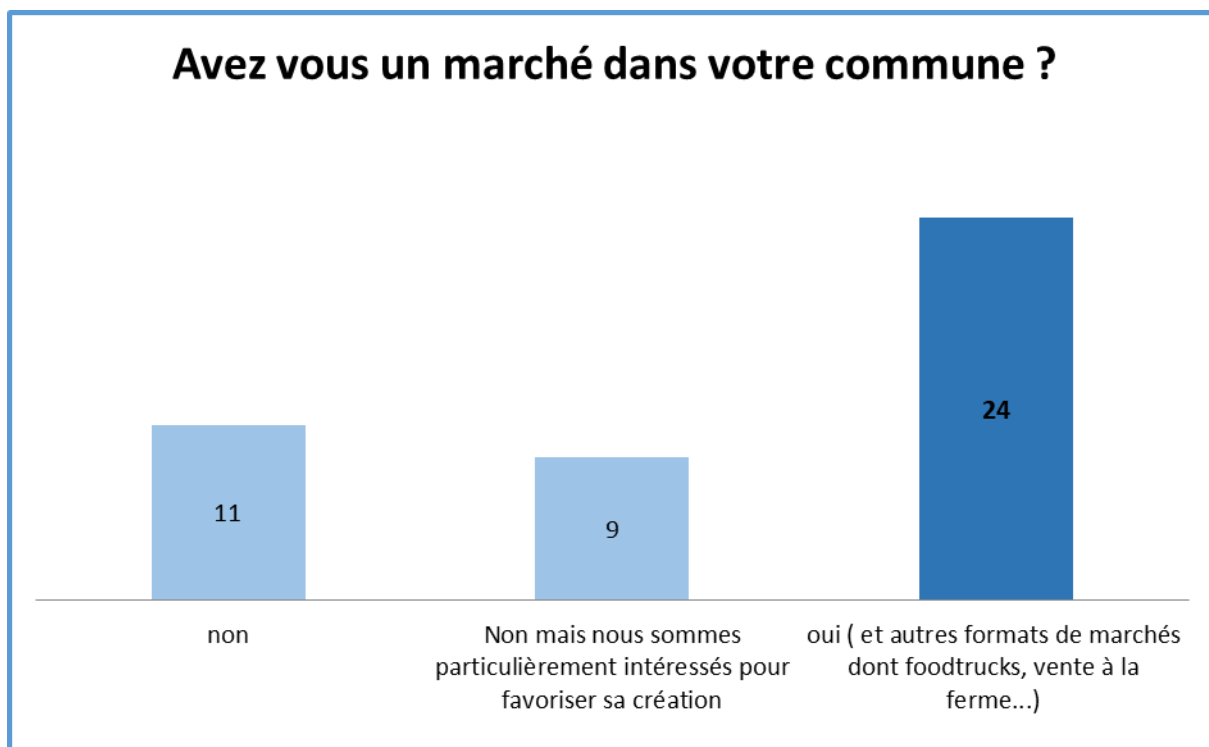
Suite à la sollicitation de plusieurs élus au sujet des marchés, le Parc a partagé un questionnaire aux communes afin de faire un état des lieux et avoir un aperçu des différentes tendances qui se profilent à ce sujet, dans l'optique d'établir un **premier diagnostic** et une **analyse** des besoins du territoire dans ce domaine.

Sur les 55 communes membres du Parc, **44 d'entre elles ont répondu au questionnaire**. Les **élus** de ces communes sont les principaux répondants, ils représentent 86%. Cependant, nous avons également obtenu une petite partie de réponses de la part **des agents de mairie** (14%).

Dans ce rapport nous allons vous présenter les différents résultats obtenus et analysés à la suite du questionnaire.

Nous traiterons les résultats des communes avec un marché, puis nous analyserons les réponses aux questions des communes qui n'en détiennent pas.

**Question 1** : Avez-vous un marché dans votre commune ?



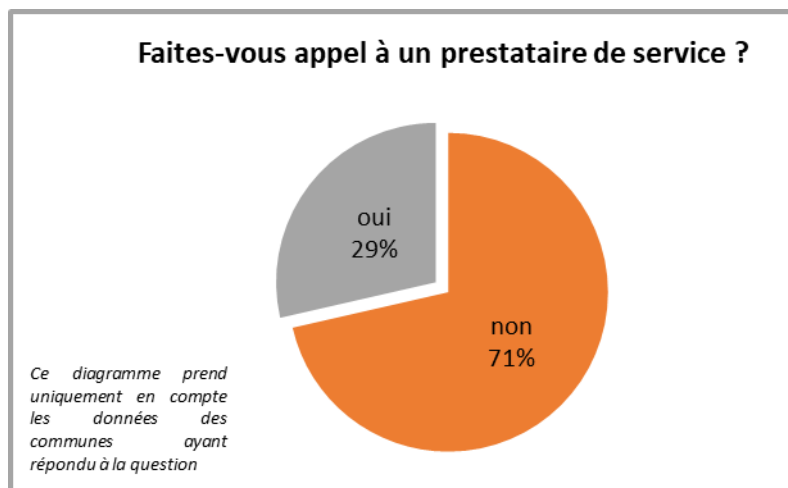
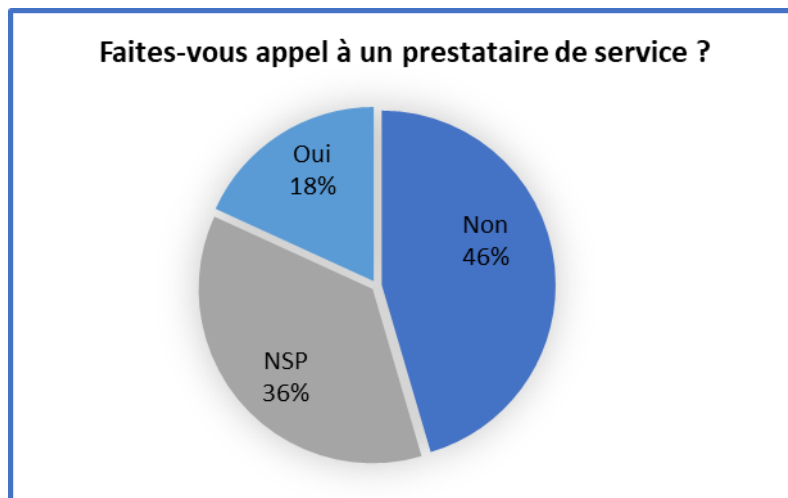
Sur les 44 communes qui nous ont répondu, plus de la moitié, soit **25 communes sur 44, ne possèdent pas de marché** à proprement parler. Certaines ont mises en place des formats s'en rapprochant, par exemple les foodtrucks, d'autre (9 communes) sont actuellement intéressées pour favoriser la création d'un marché. Enfin, 11 communes n'ont pas de marché et n'ont pas mentionné leur intérêt pour en créer un.

En comparaison, d'après une étude menée entre 2011 et 2017, en France seulement **37% des communes organiseraient un marché hebdomadaire**, ce qui correspond à environ 8 000 marchés sur le territoire<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Aurore NAVARRO, « Le marché de plein vent alimentaire, un lieu en marge du commerce de détail alimentaire français ? », *Géocarrefour*, p.11.

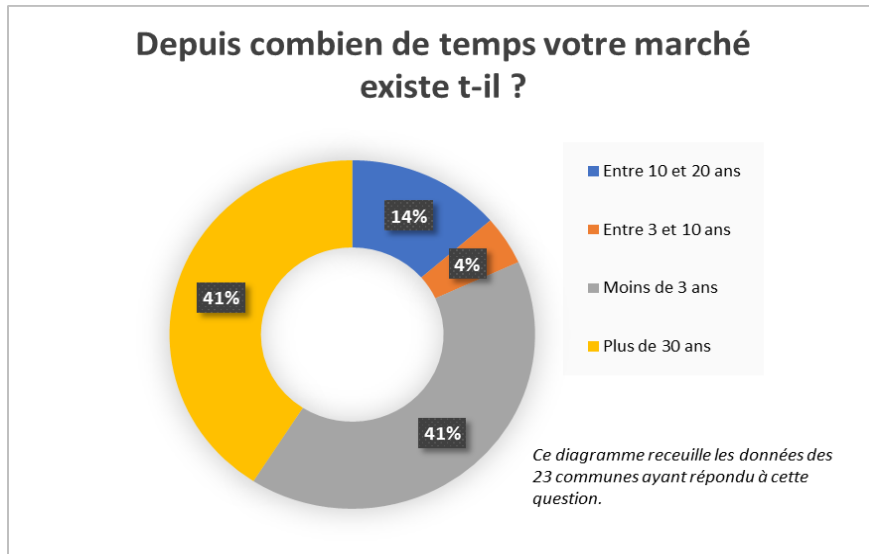
Les questions ci-dessous sont uniquement dédiées aux communes possédant un marché.

**Question 2** : Faites-vous appel à un prestataire de service ?



A travers ces deux diagrammes une tendance s'impose. En effet, les **communes ne font en grande majorité pas appel à un prestataire de service pour leur marché**. Cette donnée est encore plus flagrante lorsque nous nous concentrons uniquement sur les réponses précises des communes pour cette question (cf. diagramme 2). Par ailleurs, la part de commune ne sachant pas répondre à cette question représente tout de même une part importante qu'il ne faut pas négliger.

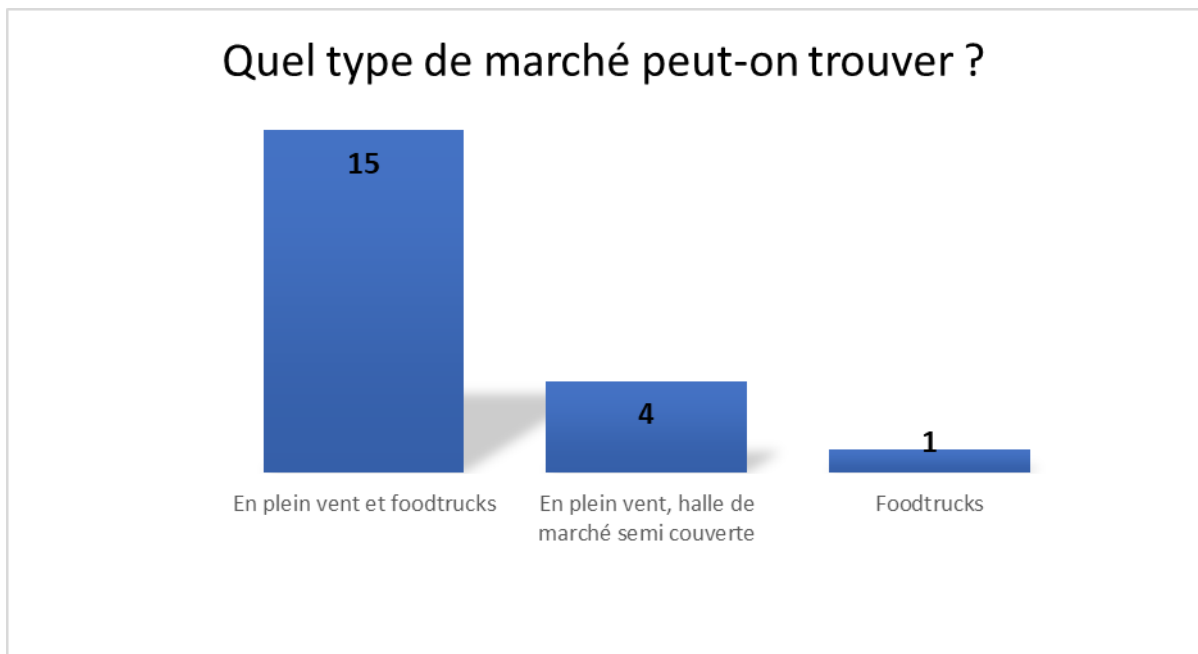
**Question 3** : Depuis combien de temps votre marché existe-t-il ?



Tout d'abord, 41% des marchés existants sur le Parc sont **relativement anciens** ( $\geq$  à 30 ans) montrant une certaine continuité de l'activité. A l'opposé, une autre grande partie des marchés sont **très récents**, 41% d'entre eux ont moins de 3 ans. Cela démontre qu'il existe toujours une dynamique autour du marché avec des communes qui ont envie d'en avoir un. Par exemple, le marché de **Courson-Monteloup** est extrêmement récent, il a été créé il y a 18 mois.

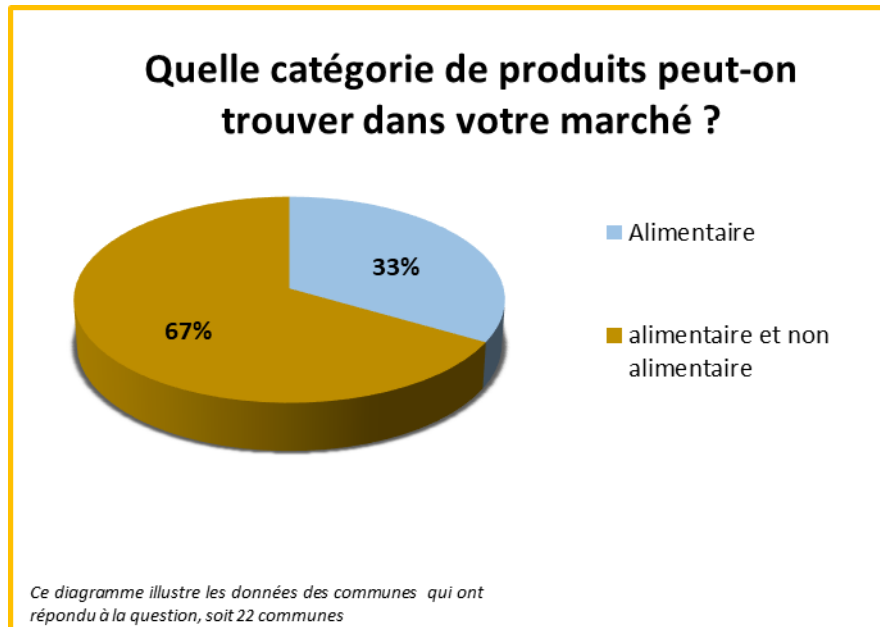
A cette question, une seule commune qui a un marché s'est abstenue de répondre.

**Question 4** : Quel type de marché peut-on trouver ?



Comme l'illustre ce graphique, au sein du Parc, les marchés en plein vents avec une composante foodtrucks sont majoritaires. Cette donnée est similaire à la tendance en France. En effet, **84,7% des marchés hebdomadaires français** sont en **plein air**, contre 13,3% de marchés mixtes et seulement 3% de marchés couverts<sup>2</sup>.

**Question 5** : Quelle catégorie de produits peut-on trouver dans votre marché ?



Ce diagramme démontre qu'une **majorité des marchés du Parc** sont **diversifiés** en termes de gamme de produits, nous retrouvons **16 marchés** qui distribuent à la fois des **produits alimentaires et non alimentaires**. Cependant, les marchés vendant uniquement des produits alimentaires sont quand même présents sur le Parc (33%).

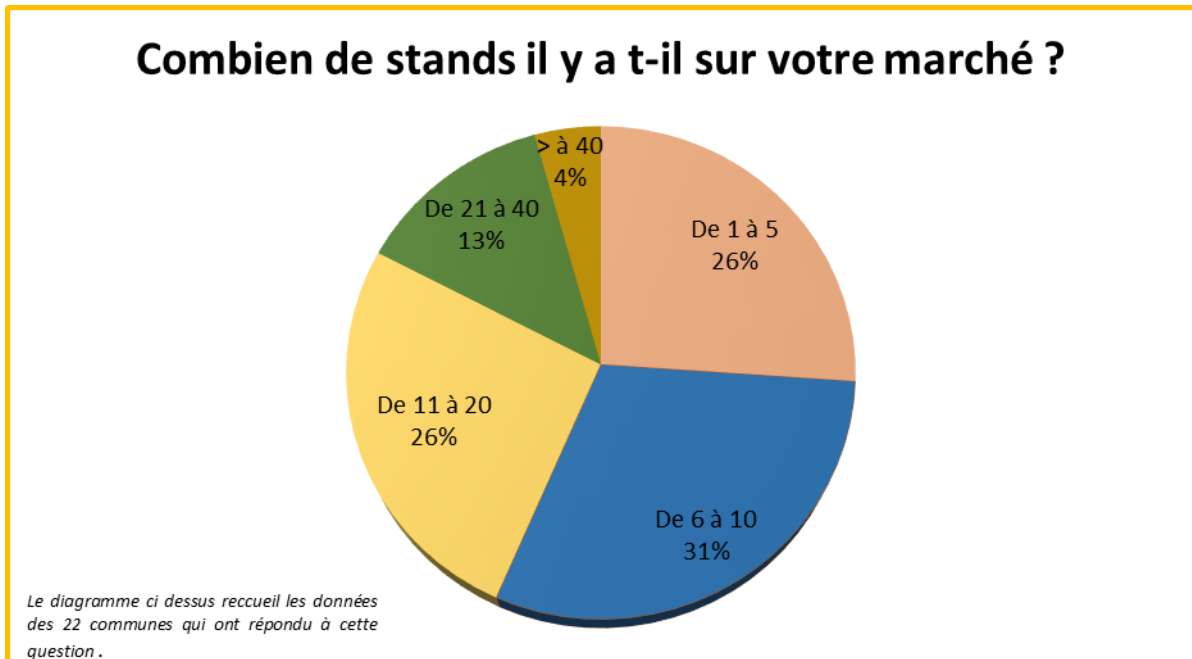
**Question 6** : Votre marché comprend-t-il les éléments suivants : de l'animation, un coin café, un espace jeux ?

Seulement 12 communes ont pu nous donner une réponse. Les réponses sont donc difficiles à analyser car les réponses sont très diverses. Toutefois, nous relevons que 5 communes ont indiqué proposer un coin café, 4 autres ont des animations durant le marché et 1 nous indique avoir un espace de jeux.

De ce fait, nous observons qu'il y a **quelques animations et des jeux proposés** au sein des marchés sur le Parc. Si l'on met en perspective ces réponses avec le nombre de marchés indiqués dans la question n°1 (24 marchés), alors, on observe que la moitié des communes qui ont un marché proposent au moins une animation ou espace café.

<sup>2</sup> Aurore NAVARRO, « Le marché de plein vent alimentaire, un lieu en marge du commerce de détail alimentaire français ? », *Géocarrefour*, p.11-12

**Question 7** : Combien de stands il y a-t-il sur votre marché ?



Les réponses données par les communes sur cette question nous permettent de constater que les marchés au sein du PNRHVC sont majoritairement de taille petite à moyenne (entre 1 à 20 stands). Les seuls marchés qui comptent un total de plus de 40 stands sont ceux de **Rambouillet** et de **Gif-sur-Yvette**. En revanche, la taille de chaque marché est relativement proportionnelle à la taille de la commune, en termes de nombre d'habitants, où il est implanté démontrant un **équilibre entre la taille de la commune et celle du marché**.

En effet, les **grandes villes** du Parc (< à 5000 habitants) sont celles qui ont les **plus grands marchés**, c'est-à-dire ceux avec entre **20 et plus de 40 stands**. Par exemple, **Rambouillet** compte environ 25000 habitants et son marché compte entre 40 et 80 stands. De même, **Le Perray-en-Yvelines**, ville d'environ 6600 habitants possède un marché de 22 stands. Cet équilibre peut donc se confirmer, excepté pour les communes de **Longvilliers** et **Méré** qui sont des communes comptant moins de 2000 habitants mais qui ont pourtant entre 15 et 20 stands par marché.

Les **communes de taille moyenne** (entre 4000 et 2000 habitants) ont des marchés entre **10 et 15 stands**. Par exemple, **Montfort L'Amaury**, commune d'environ 2900 habitants possède un marché avec 13 stands. La ville de **La-Queue-les-Yvelines** est une ville de 2100 habitants et a un marché qui compte 10 stands. Cet équilibre se confirme aussi pour la commune de **Bonnelles**.

Pour finir, les **petites communes** du Parc (< à 2000 habitants) ont des marchés entre **1 et 10 stands**, comme le village de **Roche fort en Yvelines** qui possède un marché avec 3 stands ou bien **Poigny-La-Forêt** avec son marché de 5 stands. Nous retrouvons aussi la commune des **Molières** qui

confirme cet équilibre avec son unique stand pour le moment (poissonnier) et qui cherche à consolider et diversifier son offre de marché.

Toutefois, nous remarquons des **exceptions**, le **Mesnil-Saint-Denis**, commune de plus de 6000 habitants à un marché avec seulement 4 stands. A l'inverse, le village de **Janvry** possède lui plus de 10 stands pour 600 habitants.

Par ailleurs, cette étude permet de voir que la **taille de la commune n'est pas déterminante pour la création d'un marché**. En effet, même si certaines communes sont relativement petites au sein du Parc cela n'empêchera pas la création d'un marché comprenant une dizaine de stands afin de dynamiser le centre bourg.

*Les données recueillies dans cette réponse sont tirées des statistiques de 2018 de l'INSEE.*

Si nous comparons ces données avec celles de la France, nous constatons que les **marchés de taille petite**, c'est-à-dire selon les classifications de l'INSEE les marchés avec **moins de 25 étals**, représentent **62% des marchés français** et sont donc majoritaires.

Sur le Parc, les marchés de **petite taille** sont au nombre de 17. Ce sont donc les plus courants si l'on se réfère au nombre 24 marchés indiqués par les communes.

De plus, en France les **marchés de taille moyenne**, c'est-à-dire les marchés entre **25 et 60 étals**, représentent **31% des marchés**, se sont les seconds marchés les plus répandus. Encore une fois, cette statistique se confirme aussi au sein du Parc. En effet, ces marchés sont de l'ordre de **22%**, soit 5 marchés sur 22 sont de taille moyenne sur le Parc.

**Question 8** : Pouvez- vous nous donner une fourchette du nombre de consommateurs que vous estimez à l'année ?

A la suite de cette question, seulement 11 communes sur les 24 possédant un marché ont pu nous donner une fourchette du nombre de consommateur à l'année dans leur marché. Cette analyse reste donc approximative, cependant nous avons pu relever quelques points importants grâce à cette question.

Tout d'abord, cela nous amène à l'idée que plus de **la moitié des communes avec un marché n'ont pas une idée précise sur le nombre de consommateurs annuels**.

Selon les réponses des communes, nous retrouvons au sein du Parc **quatre grandes catégories de marché** en fonction du nombre de consommateurs annuels : les marchés de petite taille comptent une cinquantaine de consommateurs, les marchés de taille moyenne qui reçoivent entre 500 et 1000 consommateurs puis les marchés de grande taille qui ont plus de 1000 consommateurs, tels que les marchés de Saint-Rémy-lès-Chevreuse et Rochefort-en- Yvelines. Pour finir, les très grands marchés ont environ 50 000 consommateurs par an comme celui de Gif-sur-Yvette.

En parallèle, en France, selon une étude du CREDOC (Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de vie) en 2005, **59% des consommateurs fréquentent les marchés au moins une fois par mois**, dont 33% sont des clients réguliers<sup>3</sup>.

**Question 9 :** Quels sont vos besoins vis-à-vis de votre marché ? Animation, Nouveaux produits... ?

Une grande majorité des communes ont répondu à cette question, nous faisant part de leur volonté à **développer leur marché, le faire évoluer et le rendre plus attractif**.

En effet, 12 communes souhaitent mettre en place des **animations et des ateliers au sein de leur marché**. Nous remarquons aussi une forte demande pour la mise en place de **réseaux de producteurs** et sur la distribution de **nouveaux produits de qualité** sur les marchés afin de les proposer à leurs consommateurs.

Toutes les communes ont ces mêmes besoins, excepté trois communes qui nous révèlent n'avoir pas de besoins particuliers.

*Les questions ci-dessous sont dédiées uniquement aux communes n'ayant pas de marché*

**Question 10 :** Feriez-vous appel à un prestataire de service pour gérer votre marché ?



A travers ces 25 réponses nous pouvons voir que les communes qui n'ont pas de marché expriment des volontés différentes quand on leur demande de se projeter sur la gestion d'un possible futur marché.

**Certaines indiquent qu'elles gèreraient possiblement leur marché seules**, sans l'aide d'un prestataire de service. D'autres seraient **favorables au recours d'un prestataire de service**.

Cependant, ces réponses ne sont que des projections et presque la moitié des communes n'a pas répondu à cette question. Ce qui donne finalement un bilan assez mitigé sur le sujet.

<sup>3</sup> Aurore NAVARRO, « Le marché de plein vent alimentaire, un lieu en marge du commerce de détail alimentaire français ? », *Géocarrefour*, p.15



**Question 11** : Quel type de marché souhaiteriez-vous dans votre commune ?

D'après les réponses au questionnaire, **14** communes sont intéressées par un marché en **plein vent**, **1/3** des communes, soit **6** communes, sont intéressées par un marché avec **halles couvertes ou semi couvertes**. Plusieurs communes sont intéressées par les **foodtrucks**, et **3** souhaitent combiner **foodtrucks** et marché en **plein vent**.

**Question 12** : Dans l'idéal, à quel rythme souhaiteriez-vous l'avoir ?

Pour plus de la moitié des communes, soit **11** communes, celles-ci souhaiteraient mettre en place un marché **hebdomadaire**. Cinq communes veulent un marché **bihebdomadaire** tandis que quatre communes souhaitent un marché **mensuel** ou **bimensuel**.

Ces statistiques révèlent alors que la mise en place d'un **marché régulier** est souhaitée par beaucoup de commune. Ainsi, sa création serait bénéfique pour celles-ci, et permettrait un réel dynamisme urbain une à plusieurs fois dans la semaine.

**Question 13** : Avez-vous les équipements nécessaires ainsi que la place pour accueillir un marché ?

La grande majorité des communes qui n'ont pas encore de marché semblent avoir les éléments nécessaires pour en accueillir un, toutefois plusieurs communes n'ont pas su répondre à cette question ce qui rend moins fiable l'analyse des réponses.

**Question 14** : Quand vous entendez le mot marché, vous pensez ? Plusieurs réponses sont possibles

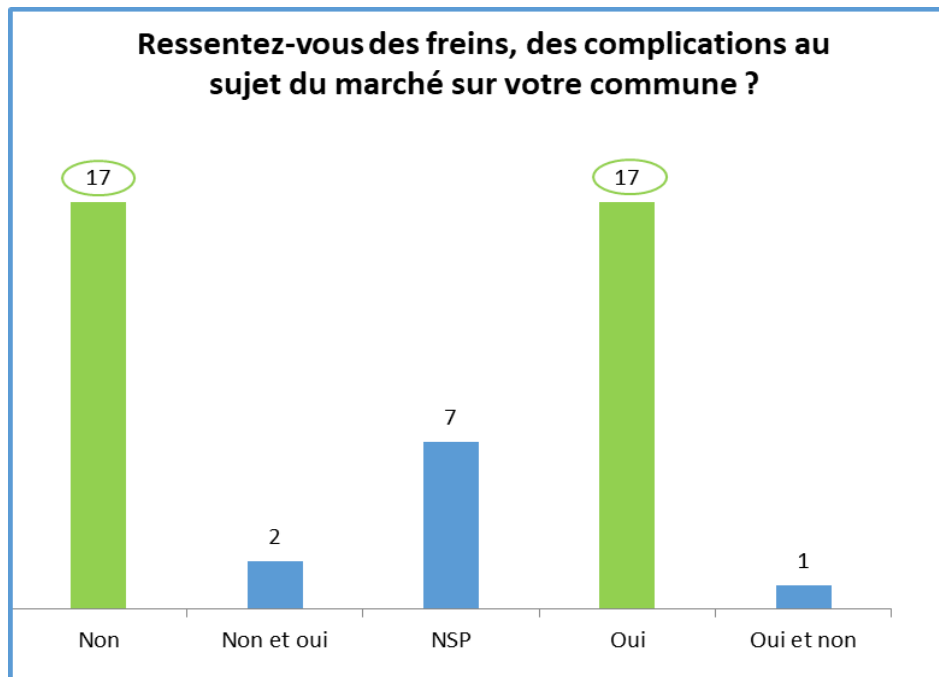
Quand vous entendez le mot marché, vous pensez ?



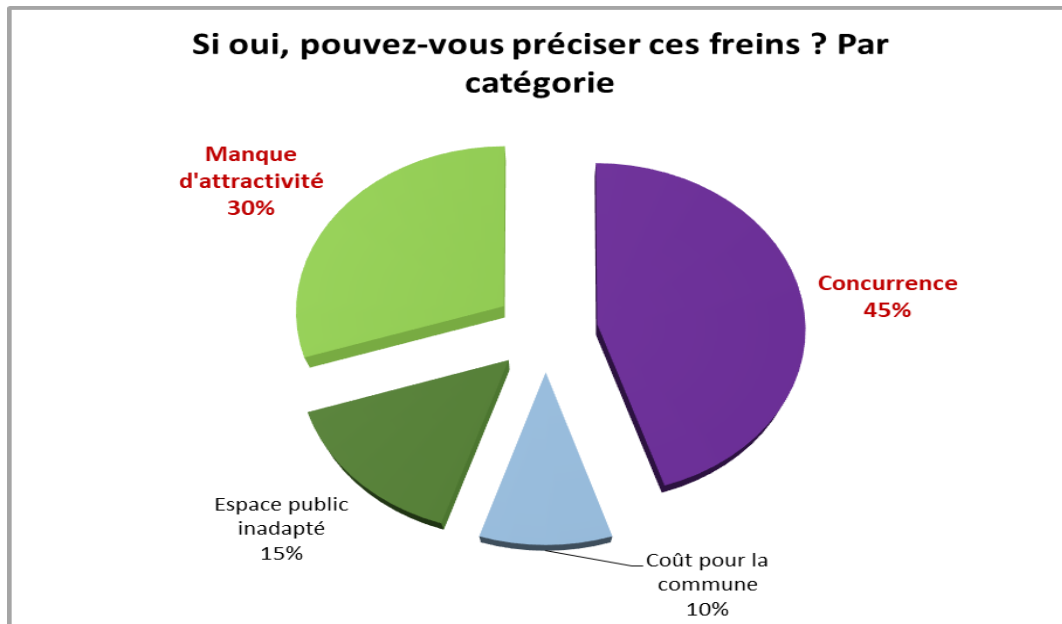
*Ce schéma est à titre indicatif. 8 communes interrogées n'ont pas donné de réponse. Mais, 17 communes ont répondu à cette question avec parfois plusieurs réponses.*

Cette question a permis de faire ressortir l'importance de la mise en place d'un marché au sein des communes interrogées. En effet, 8 communes sur les 25 à avoir donné une réponse ont répondu « **on en a besoin** ». Il est également revenu plusieurs fois que marché est intemporel mais aussi c'est **un sujet jugé complexe**. Une commune indique que cela doit évoluer. Le marché semble être un besoin important pour les communes du Parc, cependant repenser les marchés et leur fonctionnement doit être envisagé.

**Question 15** : Ressentez-vous des freins, des complications au sujet de la question du marché sur votre commune ? Si oui, précisez



L'égalité que met en lumière cette question est intéressante. En effet, autant de communes trouvent qu'il y a des freins au sujet de la création d'un marché que celles qui trouvent qu'il n'y en a pas. Cela **démontre que la mise en place d'un marché peut être très différente et susciter ou non des complications en fonction de la commune.**



Pour une grande partie des communes, **la concurrence** est l'obstacle principal à la création d'un marché sur leur territoire. Une concurrence venant à la fois des marchés environnants et surtout des supermarchés. De plus, certaines communes craignent que l'installation d'un marché fasse de l'ombre aux commerçants.

Par exemple, une commune nous a fait part de son inquiétude concernant la création d'**une épicerie participative**<sup>4\*</sup> (EPI) qui ferait selon elle de la concurrence aux commerçants du village et partage cette même vision au sujet d'un marché. Dans d'autre commune avoir un EPI est suffisant. Une commune nous a expliqué qu'elle avait déjà mis en place un EPI et qu'elle préférerait se concentrer sur ce type de commerce local.

Nous avons remarqué que sur les **14 communes du Parc à avoir un EPI**, 7 sont des villages (ou des villes comptants moins de 3000 habitants) et n'ont pas de marché. Nous pouvons supposer que l'EPI suffit aux besoins des communes. A l'inverse, **5 communes cumulent un marché et un EPI**, mais celles-ci sont en grande partie des villes. D'autre part, la commune de Chevreuse possède déjà un EPI mais nous a précisé qu'elle est intéressée par la création d'un marché.

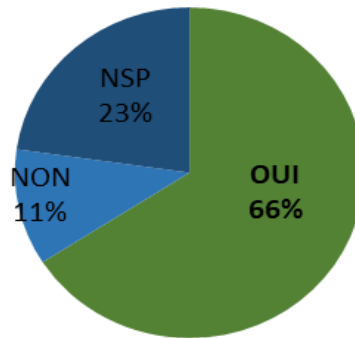
Le **manque d'attractivité** apparaît aussi comme un frein, selon ces communes il y aurait trop peu de clients mais aussi un manque de régularité chez les marchands pour que la création d'un marché se fasse. Pour finir, quelques communes soulignent que **l'espace public** de leur commune est pour le moment **inadapté** à la mise en place d'un marché avec par exemple un manque de **stationnement**. En dernier lieu, le prix est un frein selon deux communes notamment au niveau du **coût de l'investissement** d'un marché.

*Les dernières questions concernent toutes les communes*

**Question 16** : Voyez-vous dans le marché une opportunité pour votre commune ?

\*[www.monepi.fr](http://www.monepi.fr)

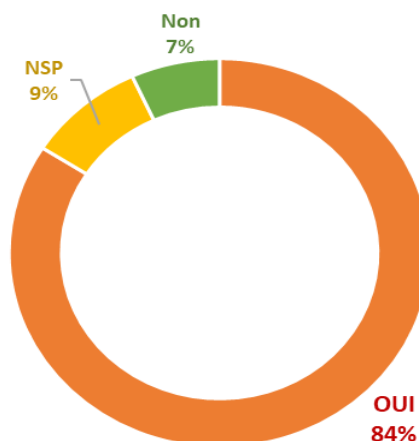
### Voyez-vous dans le marché une opportunité pour votre commune ?



Tandis que des communes craignent des obstacles à la création d'un marché comme expliqué lors des précédentes questions, ce diagramme met cependant en lumière **l'attrait autour du marché pour la plupart des communes** questionnées, ainsi que l'opportunité qu'elles voient dans ce projet afin de dynamiser leur ville.

**Question 17** : Souhaitez-vous être informé des actions/opérations que le parc mettra en place sur le sujet de la vente en vrac ?

### Souhaitez-vous être informés des actions/opérations que le Parc mettra en place sur le sujet de la vente en vrac ?



La majorité des communes sont intéressées par les actions du Parc et par ce qu'il pourrait proposer, par exemple au sujet de la vente en vrac.

### Conclusion :

Les réponses des communes concernées ainsi que son analyse ont permis de soulever plusieurs points importants au sujet des marchés dans les villes du Parc :

- **56%** des **communes** interrogées n'ont **pas de marchés**
- L'appel à un prestataire de service n'est pas forcément souhaité pour les marchés en place ou pour leur création
- Le Parc est parsemé de **marchés** à la fois **anciens** ( $\geq 30$  ans) et **très récents** ( $\leq 3$  ans)
- Les **marchés en plein vent** sont **majoritaires** et sont aussi les **plus souhaités** par les communes qui veulent en créer un.
- Les **produits** proposés par les marchés du Parc sont **diversifiés**, et pas uniquement alimentaires pour la plupart, même s'il en existe encore certain.
- Nous remarquons **peu d'activité**, d'espace de jeux et d'animation en parallèle des marchés existants, qui seraient pourtant bénéfiques à leur attractivité
- Le nombre de **stands** est généralement **proportionnel** au nombre **d'habitants** de la commune concernée (cf. données de l'INSEE).
- Presque aucune commune n'a su donner un nombre précis de consommateurs annuels de leur marché, ce qui serait pourtant un indicateur intéressant.
- Il existe une **forte demande** sur le **développement des marchés** en termes d'attractivité et d'évolution (réseaux de producteurs, nouveaux produits, animation, etc.)
- Les communes expriment le **besoin d'avoir leur marché** (66% des communes concernées le voit comme une opportunité) avec pour quasi-unanimité un marché hebdomadaire ou bihebdomadaire
- Les **principaux freins** de la mise en place d'un marché sont : la **concurrence**, le **manque d'attractivité** et des **espaces publics inadaptés**.

A la vue de ce rapport, le Parc peut ainsi établir quelques préconisations afin de soutenir les communes dans le développement de leurs marchés actuels et d'encourager celles qui sont favorables à sa création.

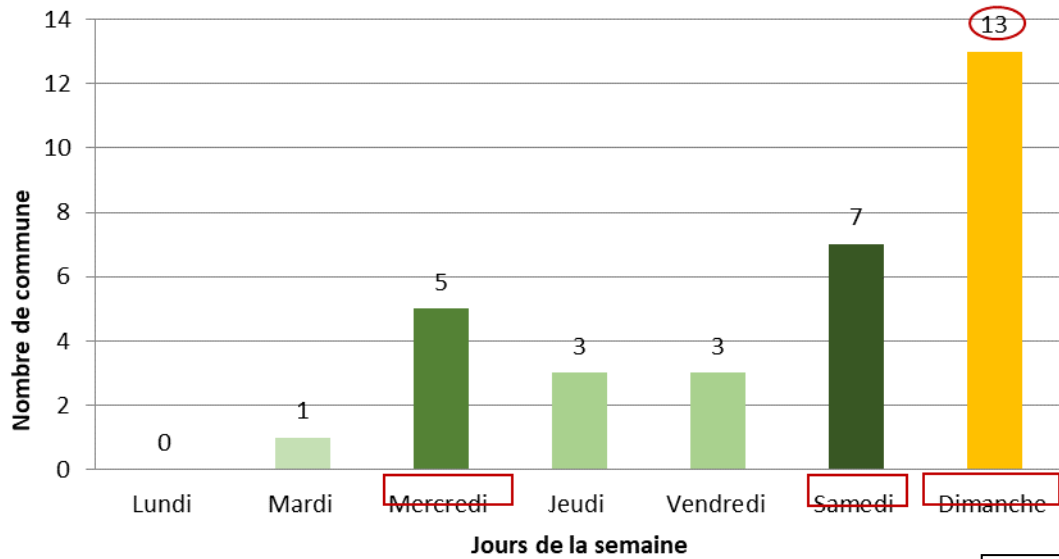
Les communes qui possèdent déjà un marché peuvent davantage le mettre en avant, en obtenant le **label « marché d'exception »** ou en participant par exemple au **concours du plus beau marché de France**.

Pour le dynamiser, la ville peut **organiser des animations attractives** pour créer une synergie entre les habitants, le marché et la commune. Par exemple, **des concerts, une aire de jeux, des animations diverses**.

D'autre part, il peut aussi **développer sa périodicité\*** (Cf. *graphiques ci-dessous*), mobiliser les **producteurs locaux** à vendre leurs produits pour les mettre en avant grâce à des outils comme le **PAT** (projet alimentaire territorial), le moderniser (moyen de paiement en ligne, dématérialisé...) ou encore améliorer et élargir l'offre avec des **gammes de produits non-alimentaires** par exemple des cosmétiques solides, des équipements ou accessoires pour le vrac, des vêtements (éco-conçus, made in France), etc.

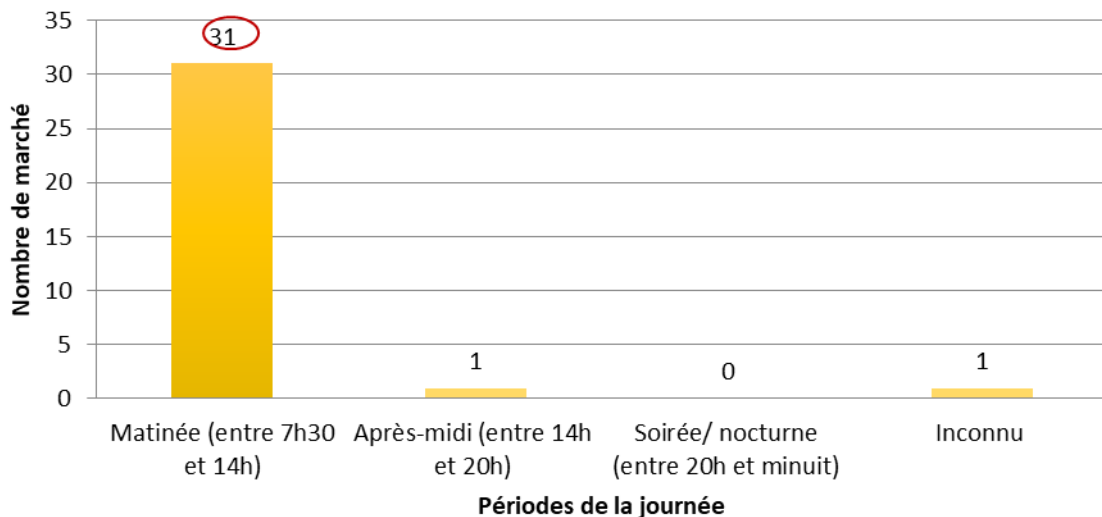
Il est également important d'avoir une réflexion sur **l'accessibilité aux marchés** qui est essentielle pour la venue d'habitants diversifiés.

## Les jours de marché



Les données ci-dessus sont basées sur 19 communes qui possèdent un ou plusieurs marchés par semaine ce qui correspond au total à 33

## Les périodes de la journée avec un marché



\* Suite à l'analyse de ces deux graphiques, nous remarquons que la périodicité des marchés du Parc est inégale. Les marchés ont lieu en très grande majorité le matin, sur les jours de week-end et le mercredi. Le développement de marchés nocturnes, dans l'après-midi et davantage en semaine pourrait se révéler intéressant pour les communes et leurs habitants.

Par ailleurs, le Parc peut se charger de relayer les informations et de **communiquer** sur les marchés du territoire à travers des **newsletters**, des **affiches** en complément du travail de communication des agglomérations et des communes pour les valoriser et attirer les habitants.

En plus, dans l'optique de moderniser les marchés, les communes peuvent développer l'**idée de « marchés connectés »**, par exemple en se référant dans l'application « *M ton Marché* ». Cette application permet aux personnes de **localiser les marchés** les plus proches d'eux et dans différentes régions. Cette action est un moyen de donner **plus de visibilité** à son marché et de le faire découvrir à des personnes autres que les « habitués ».

Pour que les marchés du Parc soient plus visibles par tous, celui-ci pourrait mettre en place à l'entrée de chaque commune un **panneau informatif** avec les horaires, les lieux et les dates de chaque marché présent sur le territoire.

En ce qui concerne les communes qui souhaiteraient créer un marché, plusieurs **idées et/ou préconisations** sont envisageables et proposées par le Parc.

Tout d'abord, afin de connaître et de comprendre les **attentes** des habitants de la Vallée au sujet des marchés le Parc pourrait leur proposer un **questionnaire** à ce sujet. De cette manière, il sera plus évident pour les communes de faire **le lien entre leurs besoins** en termes de marché et **les attentes des habitants** sur la question.

Dans cette même optique, le Parc a récemment établi un **diagnostic** sur la **consommation en vrac** chez les habitants du territoire pour une nouvelle fois comprendre et appréhender leur type de consommation, et donc par prolongement leurs attentes et leurs besoins.

Ces diagnostics permettent alors d'envisager les **projets à mettre en place** pour le Parc et ses communes en fonction de la tendance qui s'impose.

**L'organisation** et la **gestion** d'un marché sont deux choses **primordiales** à prendre en compte lors de sa création pour son bon fonctionnement et pour créer une véritable dynamique autour de celui-ci. Il semble alors préférable que la commune mette une **personne en charge de cette responsabilité**. Pour se faire, deux options s'offre à la commune. En effet, celle-ci peut faire le choix d'engager un **opérateur de marché**, comme par exemple l'opérateur *Simplicité* avec lequel le Parc a débuté un partenariat. Il s'agit donc de faire appel à un organisme externe à la commune pour gérer son marché. Autrement, la commune peut décider de mettre en place une **régie municipale** qui permettra par exemple la **formation** d'un **receveur-placier** lors des marchés. Le placier occupe un poste essentiel pour le bon déroulement d'un marché dans une commune. En effet, son rôle est d'assurer le placement des commerçants dans le respect de la réglementation en matière d'installation et d'occupation du domaine public. Il prévient et gère aussi les potentiels conflits en lien avec le partage de l'espace public.

Pour finir, le Parc peut également se charger d'organiser une **rencontre** entre les **communes favorables à la création** d'un marché pour qu'elles réfléchissent et mettent en commun la vision qu'elles ont de ce projet. Cette rencontre serait ainsi un moyen de former une dynamique **d'entraide** et de **complémentarité** entre les communes et ainsi de créer une **synergie similaire** entre les **futurs marchés**.

Enfin, afin d'avoir un aperçu plus global de la question des marchés en France et de leur implantation sur le territoire, vous pouvez consulter le tableau (Annexe 1) issu de l'étude d'A. Navarro. Il comporte des données recueillies par l'INSEE et est un bon moyen de prolonger l'étude des marchés en dehors de ceux présents sur le Parc.

Lors des recherches que nous avons faites pour compléter ce rapport nous avons été particulièrement stupéfaites de constater qu'il y a **peu de données, de statistiques et d'étude sur la question des marchés locaux** dans les villes et villages. Cette constatation nous permet alors de nous **questionner sur la place actuelle des marchés dans notre consommation** quotidienne et sur l'importance qu'y accordent les communes en France. Pourtant, la consommation locale et responsable est de plus en plus déterminante dans le choix d'alimentation des français et devient un sujet central dans la société actuelle.

Visuels pour résumer ce rapport :





## **Bibliographie :**

- NAVARRO Aurore, « Le marché de plein vent alimentaire, un lieu en marge du commerce de détail alimentaire français ? », *Géocarrefour* [En ligne], mis en ligne le 17 janvier 2020, consulté le 02 juin 2022. URL : <http://journals.openedition.org/geocarrefour/13909>
- NAVARRO Aurore, « Actualité des marchés de plein vent », 2012/3-4 (N° 215-216), p. 241-246. Consulté le 01 juin 2022. URL : <https://www.cairn.info/revue-pour-2012-3-page-241.htm>
- Site des Parcs naturels régionaux, consulté le 29 mai 2022. URL : [www.parcs-naturels-regionaux.fr](http://www.parcs-naturels-regionaux.fr)
- Site du Parc naturel régional de la Haute-Vallée de Chevreuse, consulté le 01 juin 2022. URL : [www.parc-naturel-chevreuse.fr](http://www.parc-naturel-chevreuse.fr)
- Site Mon Epi, consulté le 02 juin 2022, URL : [www.monepi.fr](http://www.monepi.fr)
- Site de l'INSEE, consulté le 03 juin 2022, URL : [www.insee.fr](http://www.insee.fr)
- « Comment dynamiser son marché », *GEODP*, [en ligne], consulté le 29 mai 2022. URL : [www.geodp.com](http://www.geodp.com)
- Pour revoir le webinaire organisé avec Simpli Cité : <https://youtu.be/SVpJUZGcJIE>