

Saint-Brieuc  
24 bis, Bd Charner  
22000 Saint-Brieuc  
Tél. 02 96 68 43 43

Nantes  
5, rue de Gorges  
Place Royale  
44000 Nantes  
Tél. 02 40 20 38 38

Paris  
110, Bd Saint-Germain  
75006 Paris  
Tél. 01 44 07 14 80

Web  
[www.cibles-strategies.com](http://www.cibles-strategies.com)  
Email : [accueil@cibles-strategies.com](mailto:accueil@cibles-strategies.com)

**cibles & stratégies**  
marketing communication

# Etude de prospective commerciale

Elaboration du DAC

*Complément d'information sur les marchés*



## I Plus de marchés qu'en 2002

Sur le Pays de Cornouaille, 41 communes comptent au moins un marché et l'on recense au total 60 marchés. En 2002, on dénombrait 33 communes possédant un marché (non compris Châteaulin, Saint Nic et Plonévez-Porzay). Ainsi en 8 ans, 2 communes n'ont plus leur marché (Cléden Cap Sizun et Plogastel St Germain) et 8 autres ont développé un marché.

## I Une forte variation estivale

8 communes ont un ou deux marchés supplémentaires en été, s'ajoutant à un marché hebdomadaire permanent.

La zone géographique regroupant le plus de marchés ainsi que les marchés les plus actifs (forte variation saisonnière et marchés supplémentaires) couvre les communes littorales de l'extrême sud du département. Les marchés hebdomadaires permanents subissent ainsi une forte variation saisonnière et se voient complétés par des marchés supplémentaires estivaux implantés généralement hors des centralités, dans des secteurs très touristiques (le Pouldu, Trévignon, Beg Meil...). Le marché devient ainsi un argument touristique.

Pour les autres communes du Pays de Cornouaille, le marché reste une tradition assez marquée, un lieu de rencontres et de balade.

## I Une offre adaptée...

Les placiers sont généralement satisfaits de la structuration de l'offre.

## I ... mais une gestion de l'espace à améliorer

Les insatisfactions concernent davantage la qualification de l'offre, jugée insuffisante pour 2 marchés (Ploénour Lanvern et Ergué Gabéric), et surtout la qualification de l'espace urbain, jugé plutôt moyen pour 14 marchés et mauvais pour 5 marchés. Ce niveau d'appréciation s'explique généralement par un déficit d'espace, soit pour accueillir les commerçants sur le marché (notamment sur les marchés à forte variation estivale), soit pour les espaces de stationnement à proximité du marché.

## I Des attentes variées

Selon les placiers, les attentes des commerçants non sédentaires sont variées. Certaines concernent l'augmentation du trafic via la mise en place d'animations attractives, d'autres la gestion plus stricte du droit de place pour éviter trop de concurrence, ou encore l'augmentation des places de stationnement.

Note méthodologique :

Toutes les communes recensées comme ayant un marché ont été contactées. Seul un placier n'a pas pu nous répondre à ce jour.

Les cartes figurant pages suivantes mettent en avant les informations suivantes :

**Jour du marché**

Nb de déballeurs (et nb déballeurs en été si variation estivale)

Part des commerces alimentaires % ( et part des commerces alimentaires en été si variation estivale)

Évolution du nombre de déballeurs depuis 5 ans (baisse, stabilisation ou hausse)

-  Marché supprimé depuis 2002
-  Nouveau Marché depuis 2002

Note méthodologique :

Les tableaux pages suivantes comportent 3 indicateurs :



Structure



qualification de l'offre



espace urbain

Nous avons en effet demandé aux placiers interrogés de résumer leur opinion sur trois indicateurs, à savoir dans l'ordre :

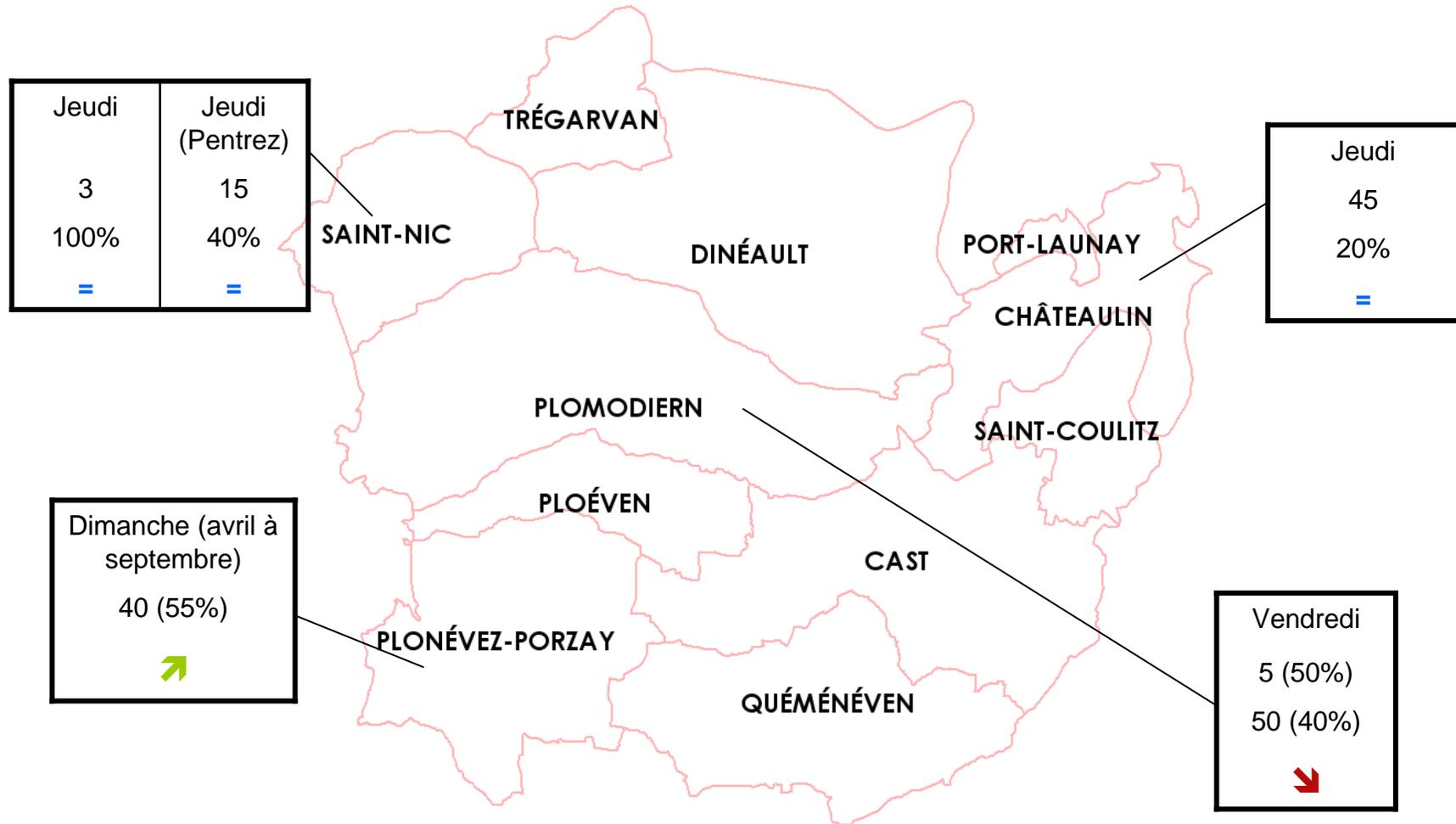
- la structure de l'offre (concentrée, dispersée...)
- la qualification de l'offre (insuffisante, adaptée...)
- la qualification de l'espace urbain autour du marché (signalisation, stationnement, espace adapté...).

L'indicateur peut ainsi avoir trois couleurs :

-  : bon
-  : moyen
-  : mauvais



# Les marchés : CDC du Pays de Châteaulin et du Porzay

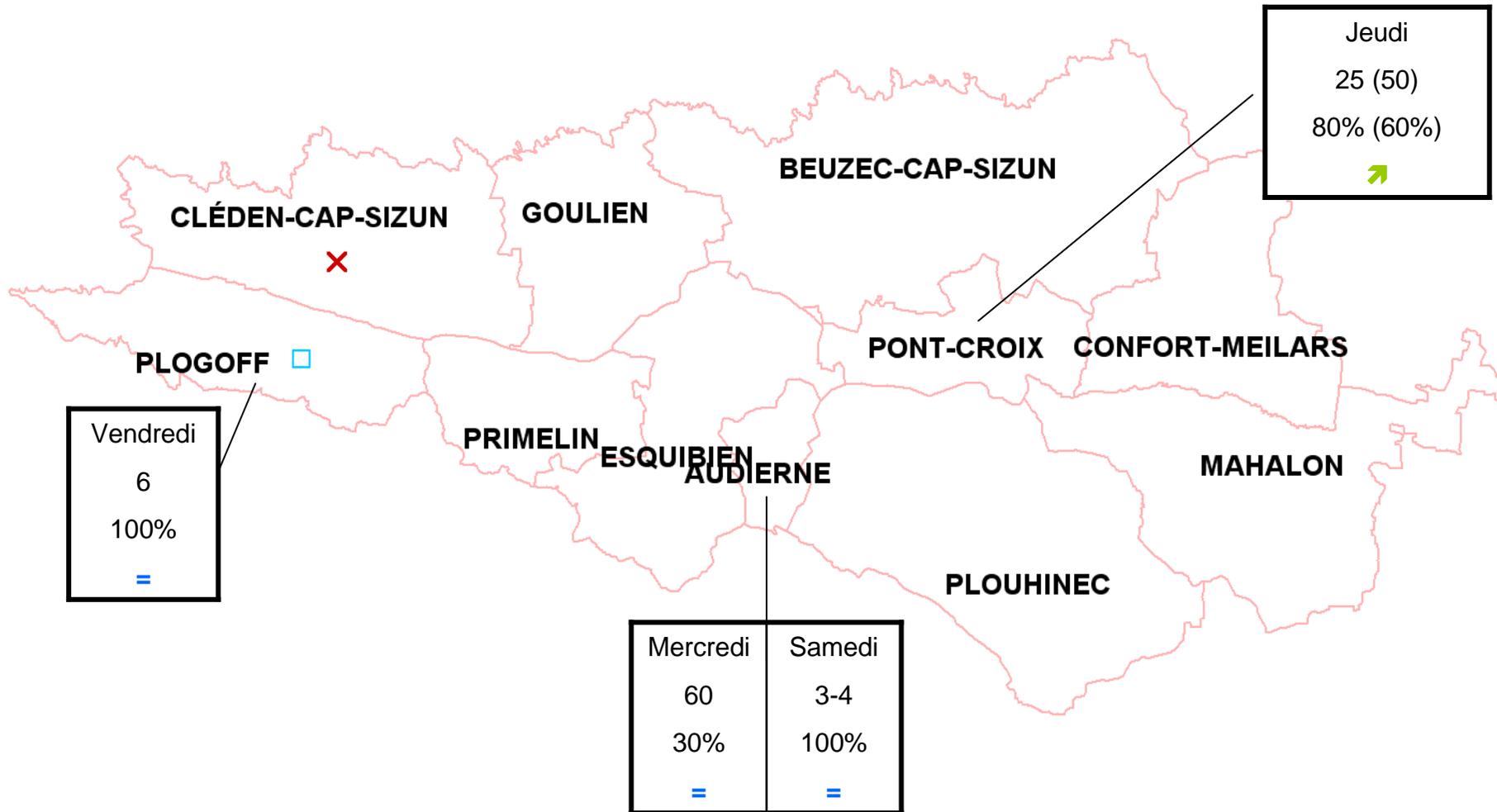


	CHATEAULIN   	PLOMODIERN   
<b>Jour</b>	Jeudi (journée)	Vendredi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	45 (20%)	Hiver 5 (50%) Été 50 (40%)
<b>Configuration du marché</b>	Linéaire, très étendu, sur 2 quais	Hiver : Place Été : linéaire (plusieurs rues)
<b>Ambiance</b>	Très bonne ambiance. Été : plus touristique, promenade.	Bonne ambiance.
<b>Points Forts</b>	Favorise l'ambiance en ville. Cadre agréable au bord de la rivière. Marché très diversifié.	Beaucoup de clients viennent des communes environnantes. Facilités de stationnement. Diversité, et produits originaux (sérigraphie chinoise, énergies renouvelables...) animation musicale par une chorale 2-3 fois pendant l'été.
<b>Points Faibles</b>	Marché séparé en deux par la route face au marché. Difficultés de stationnement.	Aucun
<b>Attentes</b>	Augmenter le trafic, notamment par un regroupement des commerçants sur une place. Seuls les commerçants les plus anciens y sont défavorables.	Pouvoir choisir leur place. Le marché s'est agrandi depuis 2 ans, tout le monde veut être dans la rue de la plage mais les commerçants alimentaires y sont prioritaire pour l'électricité.

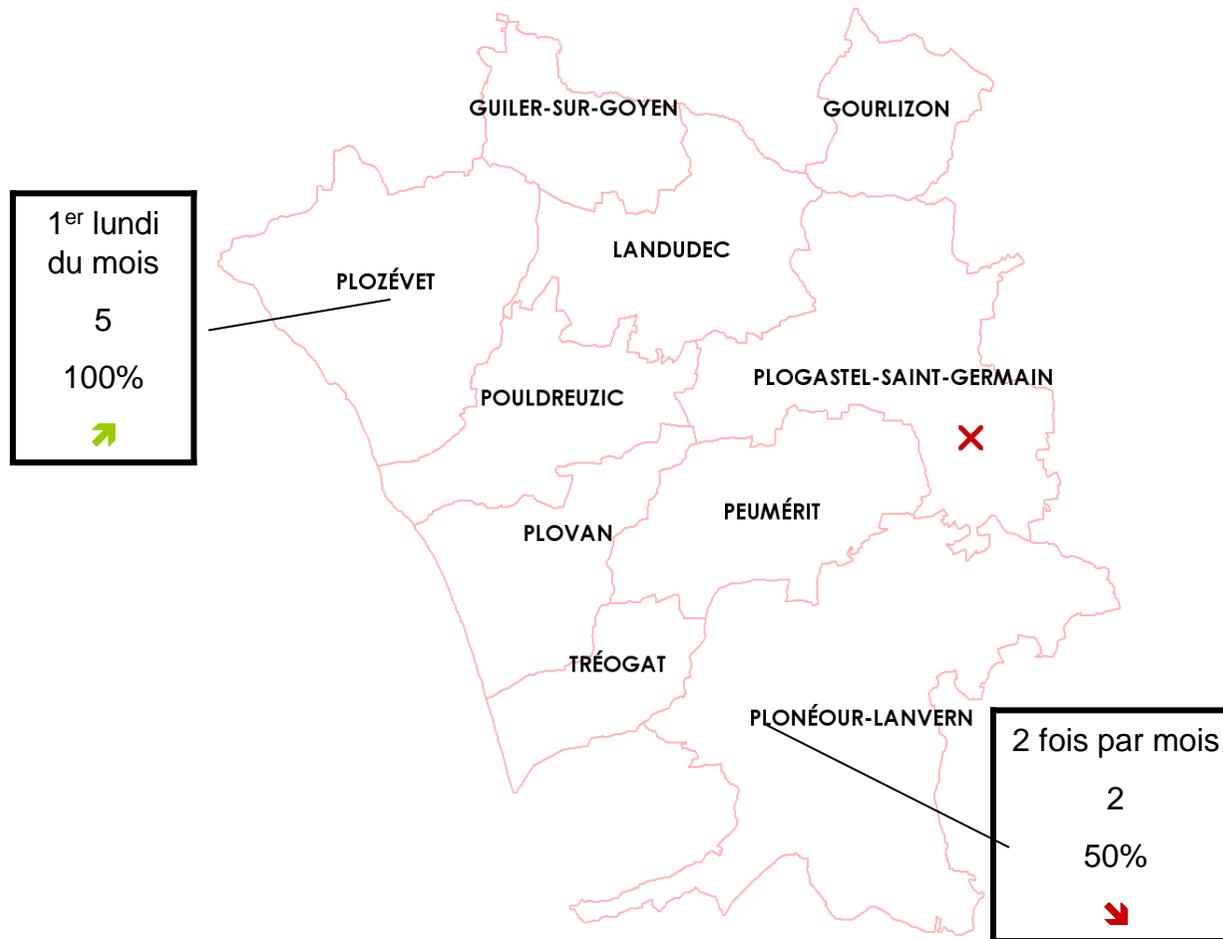
# Les marchés : CDC du Pays de Châteaulin et du Porzay

7

	ST NIC   	ST NIC/PENTREZ   	PLONEVEZ PORZAY   
<b>Jour</b>	Jeudi	Jeudi	Dimanche de avril à septembre
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	3 (100%)	15 dont 4 abonnés à l'année (40%)	Jusqu'à 40 (55%)
<b>Configuration du marché</b>	Petite place	Marché circulaire	Place
<b>Ambiance</b>	Familiale	Familiale, conviviale.	Familiale, très conviviale, lieu de rencontres, de balade.
<b>Points Forts</b>	Clientèle d'habituels. Pas de supermarché à moins de 15-20km. Facilité de stationnement. Pas de droit de place facturé.	Très touristique (80% de résidences secondaires), tous fidèles au marché. Pas de supermarché à moins de 15-20km. Facilités de stationnement. Pas de droit de place facturé.	Diversité des commerçants. Commune touristique. Le marché est très attendu par les habitants. Dynamise le commerce local.
<b>Points Faibles</b>	Pas assez de commerçants, manque de diversité et de concurrence.	Pas assez de commerçants, manque de diversité et de concurrence. Lieu pas assez abrité des intempéries.	Offre insuffisante en petits producteurs.
<b>Attentes</b>	-	Aménagement en cours d'un terrain en front de mer qui sera beaucoup mieux abrité, avec activités pour enfants. Réinstauration d'un droit de place justifié par le réaménagement.	-



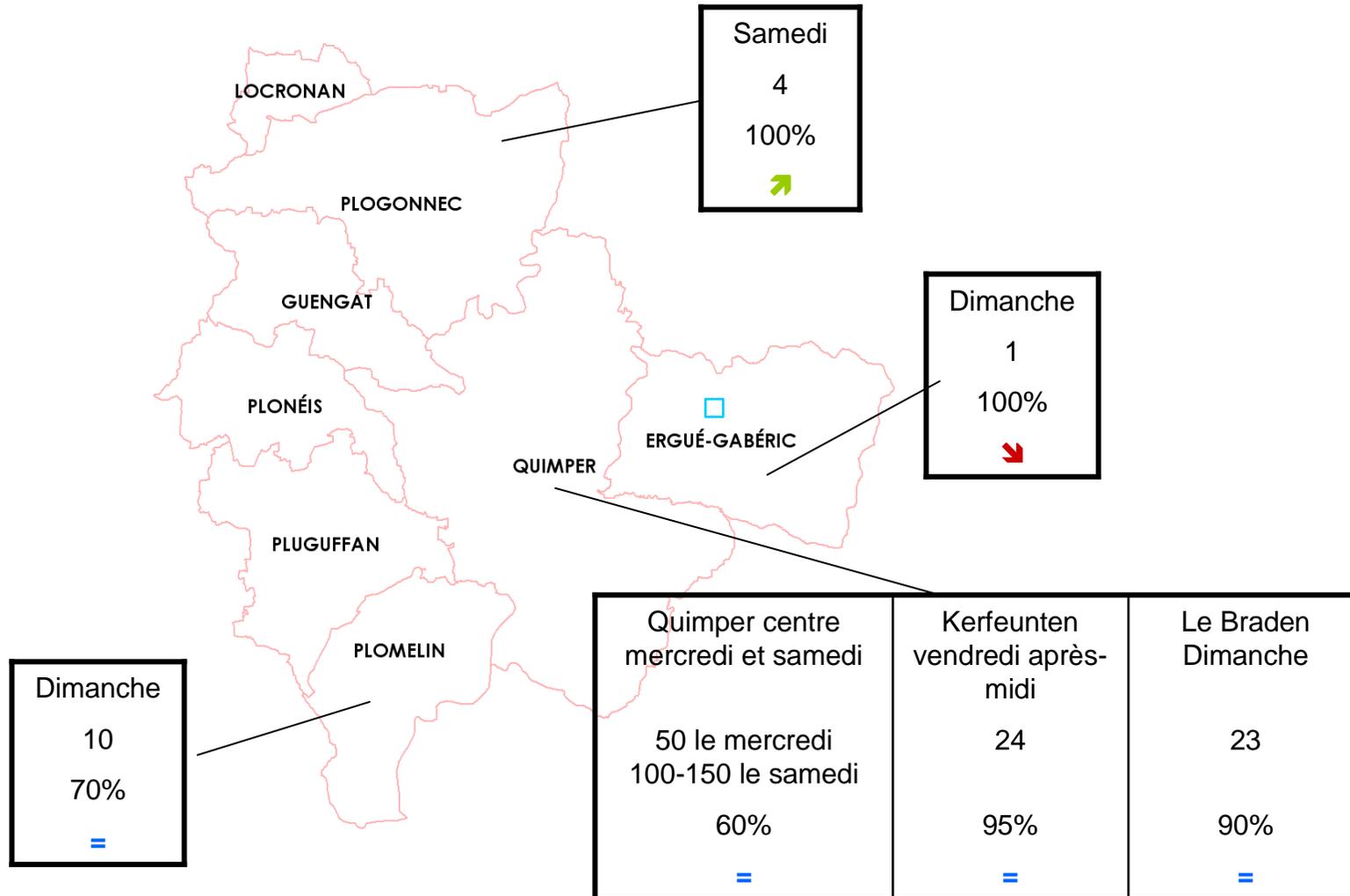
	AUDIERNE   	PLOGOFF   	PONT CROIX   
<b>Jour</b>	Mercredi et samedi un marché nocturne l'été (19h-23h)	Vendredi	Jeudi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	60 Mercredi (30%) 3-4 autour des halles le samedi (100%). 60 sur le marché nocturne tendance artisanale (0 alimentaire)	6 (100%)	Hiver 25 (80%) Été 50 (60%)
<b>Configuration du marché</b>	3 places attenantes 1 place de plus et une rue peu passante l'été	Place	Place sur 2 niveaux, marché sur le niveau supérieur
<b>Ambiance</b>	Été : Très bonne ambiance, festive, bon enfant, esprit de vacances Hiver : achats alimentaires, ambiance familiale	Familiale	Très conviviale, familiale.
<b>Points Forts</b>	Situé au cœur de la ville, à côté du port, marché apprécié des touristes, beaucoup d'animation, diversité de l'offre.	Une clientèle fidèle	Succès des produits locaux et bio, facilité d'accès, grande diversité de produits, clientèle d'habités.
<b>Points Faibles</b>	La marché occupe les places de stationnement destinées aux clients des commerçants sédentaires du centre ville.	Développement difficile du marché.	Refus de commerçants faute de place. Population ayant peu de moyens financiers.
<b>Attentes</b>	La mise en place d'un abonnement (en cours), l'application plus stricte du règlement (métrage exact de chacun, vérification de la présence des abonnés)	-	Respect de l'interdiction de stationner.



# Les marchés : CDC du Haut Pays Bigouden

11

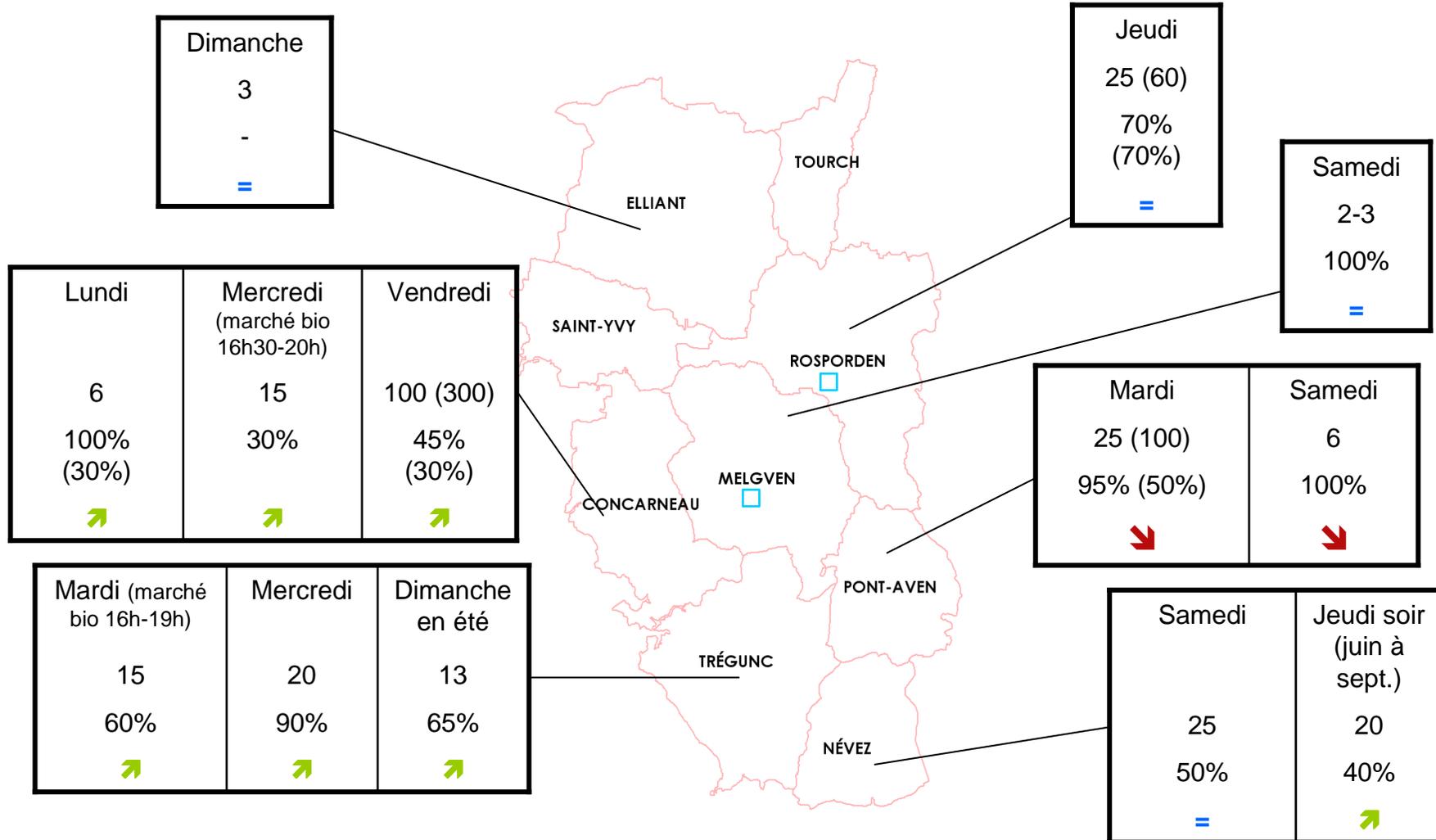
	<b>PLOUNEOUR LANVERN</b>   	<b>PLOZEVET</b>   
<b>Jour</b>	Le 13 de chaque mois et le dernier vendredi de chaque mois.	1 <sup>er</sup> lundi du mois (9h-17h) Été : 1 Mercredi « la journée conviviale » (17h-20h)
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	2 (50%)	Lundi : 5 (100%) Mercredi : 15-20 (40%)
<b>Configuration du marché</b>	Place	Place
<b>Ambiance</b>	-	Ambiance familiale
<b>Points Forts</b>	-	La clientèle d'habituez, facilité de stationnement.
<b>Points Faibles</b>	Départ en retraite des commerçants non remplacés. Offre insuffisante.	Peu de commerçants, marché pas suffisamment attractif.
<b>Attentes</b>	-	-



	PLOGONNEC 	PLOMELIN 	ERGUE GABERIC 
<b>Jour</b>	Samedi	Dimanche	Dimanche l'été : marché organisé par une association : mercredi (18h-21h)
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	4 (100%)	10 (70%)	Dimanche 1 (100%) Mercredi 8 (70%)
<b>Configuration du marché</b>	Linéaire (rue au centre bourg)	Place	Place
<b>Ambiance</b>	bonne ambiance	Bonne ambiance	-
<b>Points Forts</b>	Clientèle au rendez-vous, facilités de stationnement. Certains commerçants ont beaucoup de succès.	Le marché complète l'offre de la supérette du centre bourg.	facilités de stationnement.
<b>Points Faibles</b>	Peu de commerçants. Le marché pourrait être plus grand mais les commerçants du bourg ne souhaitent pas trop de concurrence.	Moins de commerçants sur la période estivale.	Pas assez de commerçants
<b>Attentes</b>	-	-	Certains commerçants viendraient le dimanche s'il y avait une pâtisserie.

	<b>QUIMPER KERFEUTEUN</b> 	<b>QUIMPER CENTRE</b> 	<b>QUIMPER LE BRADEN</b> 
<b>Jour</b>	Vendredi (15h-20H)	Mercredi et Samedi (alimentaire le matin, toute la journée pour le reste)	Dimanche (8h-13h30)
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	24 (95%)	Mercredi 50 (60%) Samedi 100 à 150 (60%)	Dimanche 23 (90%)
<b>Configuration du marché</b>	Place	Linéaire	Place
<b>Ambiance</b>	Familiale. Spécificité : marché bio.	Bonne ambiance. Beaucoup de monde.	Familiale
<b>Points Forts</b>	Le bio est tendance et correspond à la demande actuelle. Diversité de l'offre.	Diversité de l'offre. Stationnement gratuit (bientôt payant)	Lieu de rencontres et d'échanges. Diversité de l'offre. Facilités de stationnement.
<b>Points Faibles</b>	Place du marché trop petite.	Échec de l'essai d'animation musicale, commerçants non satisfaits. Manque de dynamisme.	Faible engouement des déballeurs pour le marché du dimanche.
<b>Attentes</b>	Payer moins cher le droit de place. Avoir un marché ouvert. Changer de place (à l'étude)	Moins de concurrence	Électricité et sanitaires

# Les marchés : CDC Concarneau Cornouaille



# Les marchés : CDC Concarneau Cornouaille

16

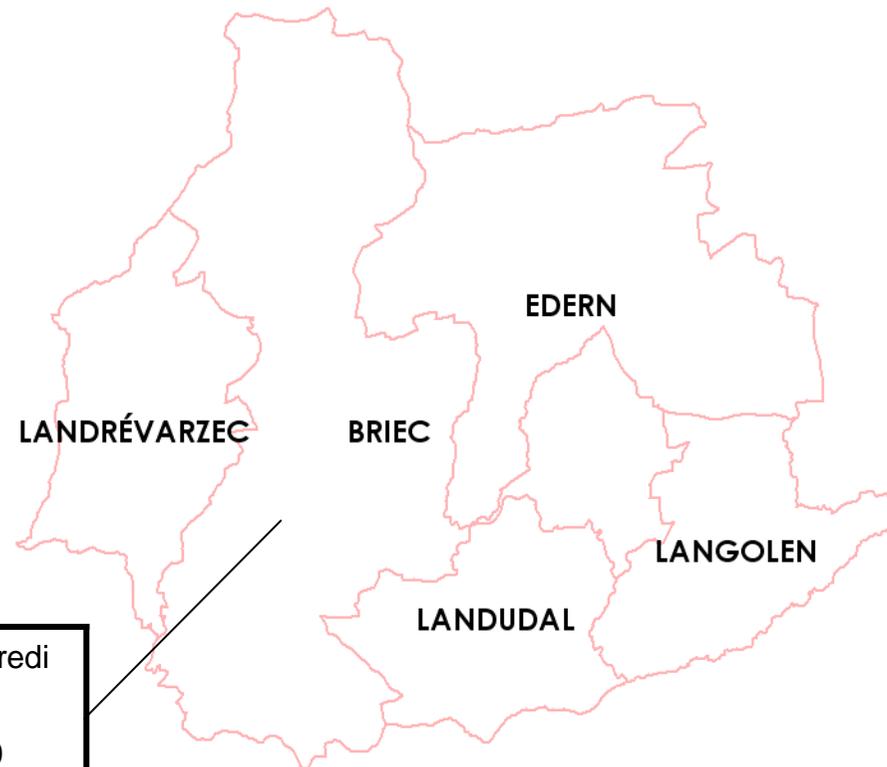
	MELGVEN   	NEVEZ   	NEVEZ (marché de terroir)   
<b>Jour</b>	Samedi	Samedi	jeudi soir (16h-20h30) de juin à septembre
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	2-3 commerçants (100%)	25 (50%)	20 (40%)
<b>Configuration du marché</b>	Place	Place	Place
<b>Ambiance</b>	-	Bonne ambiance.	Excellente ambiance, promenade, marché de détente, achats coup de cœur.
<b>Points Forts</b>	La clientèle d'habituels	La clientèle d'habituels. La bonne évolution du marché, qui augmente en même temps que la population l'été. Ville très touristique.	Spécificité : originalité des produits (élevage d'escargots, artisanat local (confection de bijoux bretons), cuisine réunionnaise...). Assez bien situé en centre bourg, clientèle touristique.
<b>Points Faibles</b>	Peu de commerçants	Beaucoup de demandes refusées faute de place. Stationnements insuffisants et mal signalés. Manque d'hygiène.	Les clients ne veulent pas perdre de temps à chercher un parking, certains sont intéressés mais ne s'arrêtent pas
<b>Attentes</b>	-	Plus de commerçants l'hiver. Meilleure signalétique du marché et des parkings. Création d'un nouveau parking permettant d'agrandir le marché. Installer le marché sur une autre place (réaménagement du bourg en cours), création de bornes pour l'électricité.	Une signalisation indiquant la direction du parking. Un système de nettoyage de la place. Des bornes électriques.

# Les marchés : CDC Concarneau Cornouaille

17

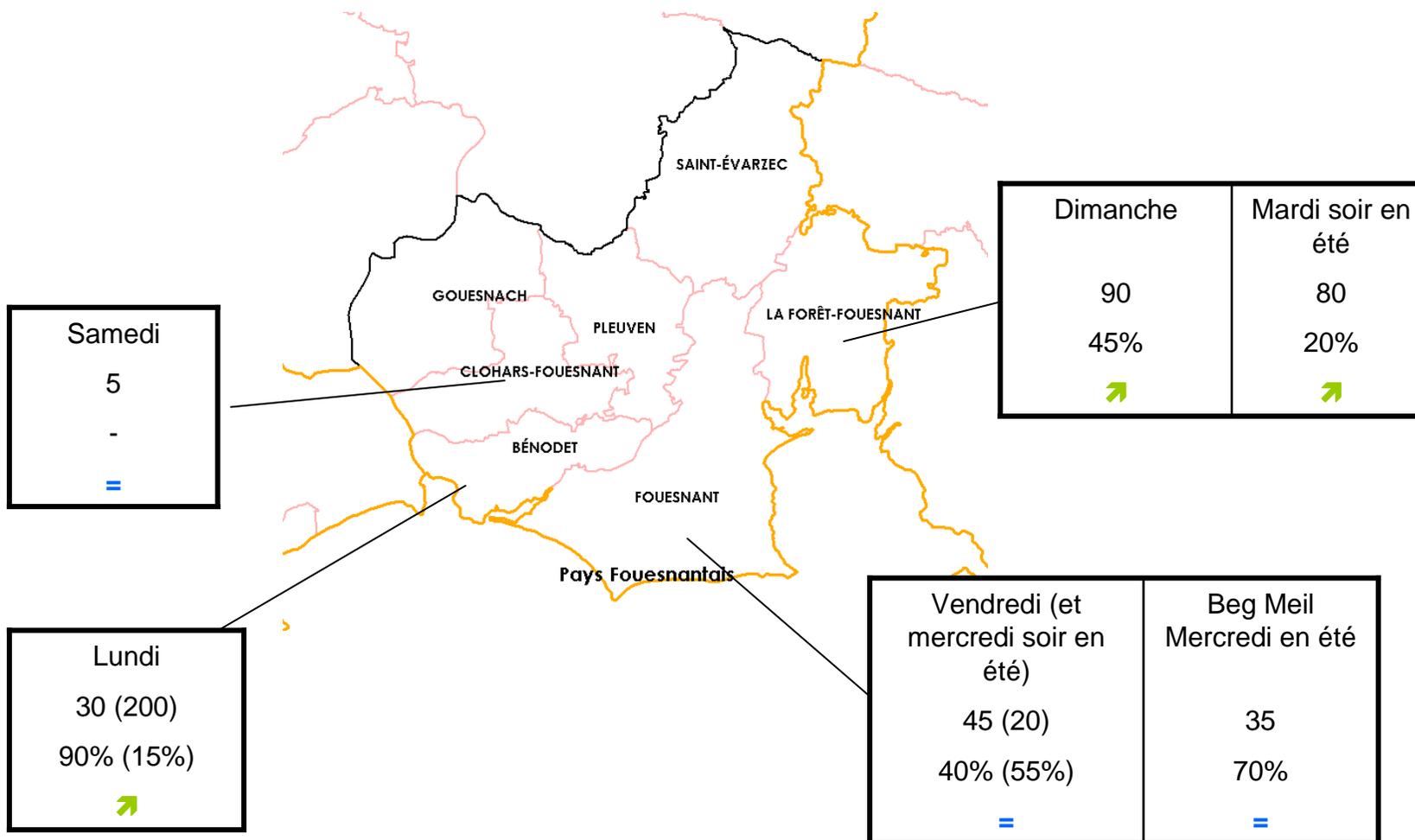
	CONCARNEAU 	ELLIANT	ROSPORDEN 
<b>Jour</b>	Lundi et vendredi un marché bio le mercredi (16h30-20h)	Dimanche	Jeudi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	Hiver : Lundi 6 (100%) Vendredi 100 (45%) Été : 300 (30%) Marché bio : 15 (90%)	3	Hiver : 25 (70%) Été : 60 (70%)
<b>Configuration du marché</b>	2 places et parvis des halles	Place	Sur 1 place et dans les rues adjacentes
<b>Ambiance</b>	Très bonne ambiance, festive, lieu de promenade.	Bonne ambiance	Familiale , achats alimentaires. Promenade en été.
<b>Points Forts</b>	Grande diversité de commerces. Originalité de certains commerces (art africain). Clientèle touristique aisée. Forte attractivité du marché.	-	Clientèle d'habituels. Un peu d'animations musicales et théâtrales pendant l'été. Récupération des commerçants n'ayant pas pu déballer à Concarneau. Bien situé entre plusieurs villes n'ayant pas de marché. Les concurrents ne sont pas placés côte à côte. Diversité de l'offre.
<b>Points Faibles</b>	Victime de son succès, pas assez de places pour de nouveaux commerçants malgré la forte demande. Difficultés de stationnement (payant). Un peu trop de fruits et légumes.	Petit marché	Pas de grande place en ville et parking tous excentrés. Les commerçants non sédentaires locaux se sentent défavorisés face aux commerçants non sédentaires extérieurs tirants les prix vers le bas.
<b>Attentes</b>	Augmenter la capacité d'accueil des commerçants et les places de stationnement. Stationnement gratuit pour les déballeurs qui payent déjà un droit de place. Obtention plus rapide d'une place en titulaire (il faut 5 à 10 ans)	-	Privilégier les commerçants locaux. Moins de concurrence.

	TREGUNC 	TREGUNC -TREVIGNON 	PONT-AVEN 
<b>Jour</b>	Mercredi Mardi : un marché bio (16h-19h)	Marché estival : dimanche	Mardi (la journée en été) Samedi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	mercredi 20-50 (90%) mardi 15-20 (60%)	13 (65%)	Mardi : hiver 25 (95%) Été 100 (50%) Samedi 6 (100%)
<b>Configuration du marché</b>	Place	Place	Mardi : hiver 2 place Été linéaire (quai) Samedi : 1 place
<b>Ambiance</b>	Bonne ambiance, familiale.	Familiale. Promenade touristique en été.	Bonne ambiance, lieu de promenade et achats
<b>Points Forts</b>	Clientèle d'habituez, diversité de l'offre, produits régionaux.	Cadre agréable. Attrait touristique. Beaucoup de produits régionaux.	Visibilité des commerces, clientèle d'habituez et clientèle touristique, cadre agréable, marché piétonnier, facilité de s'y déplacer.
<b>Points Faibles</b>	Dépendant de la météo. Difficultés de stationnement. Les commerçants n'ont pas assez de place (trop serrés).	Stationnements suffisants mais pas assez bien signalés.	Difficultés de stationnements, baisse du nombre de commerçants.
<b>Attentes</b>	Plus de clients, un marché couvert.	Plus de clients.	Plus de clients



Mardi (le 1 <sup>er</sup> du mois)	Vendredi
20-25	10
10%	100%
↘	↘

	BRIEC 
<b>Jour</b>	Vendredi et le 1 <sup>er</sup> mardi de chaque mois (9h-17h)
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	Mardi 20 à 25 (10%), Vendredi 10 (100%)
<b>Configuration du marché</b>	Grande place et rues adjacentes
<b>Ambiance</b>	Bonne ambiance, pas très touristique, plutôt familiale
<b>Points Forts</b>	Vente de vêtements correspondant aux attentes des clients. Clientèle d'habités.
<b>Points Faibles</b>	La clientèle jeune récemment arrivée est plus intéressée par le secteur alimentaire. Le marché alimentaire pourrait évoluer. Offre moins diversifiée qu'avant. Difficultés de stationnement.
<b>Attentes</b>	-



# Les marchés : CDC du Pays Fouesnantais

22

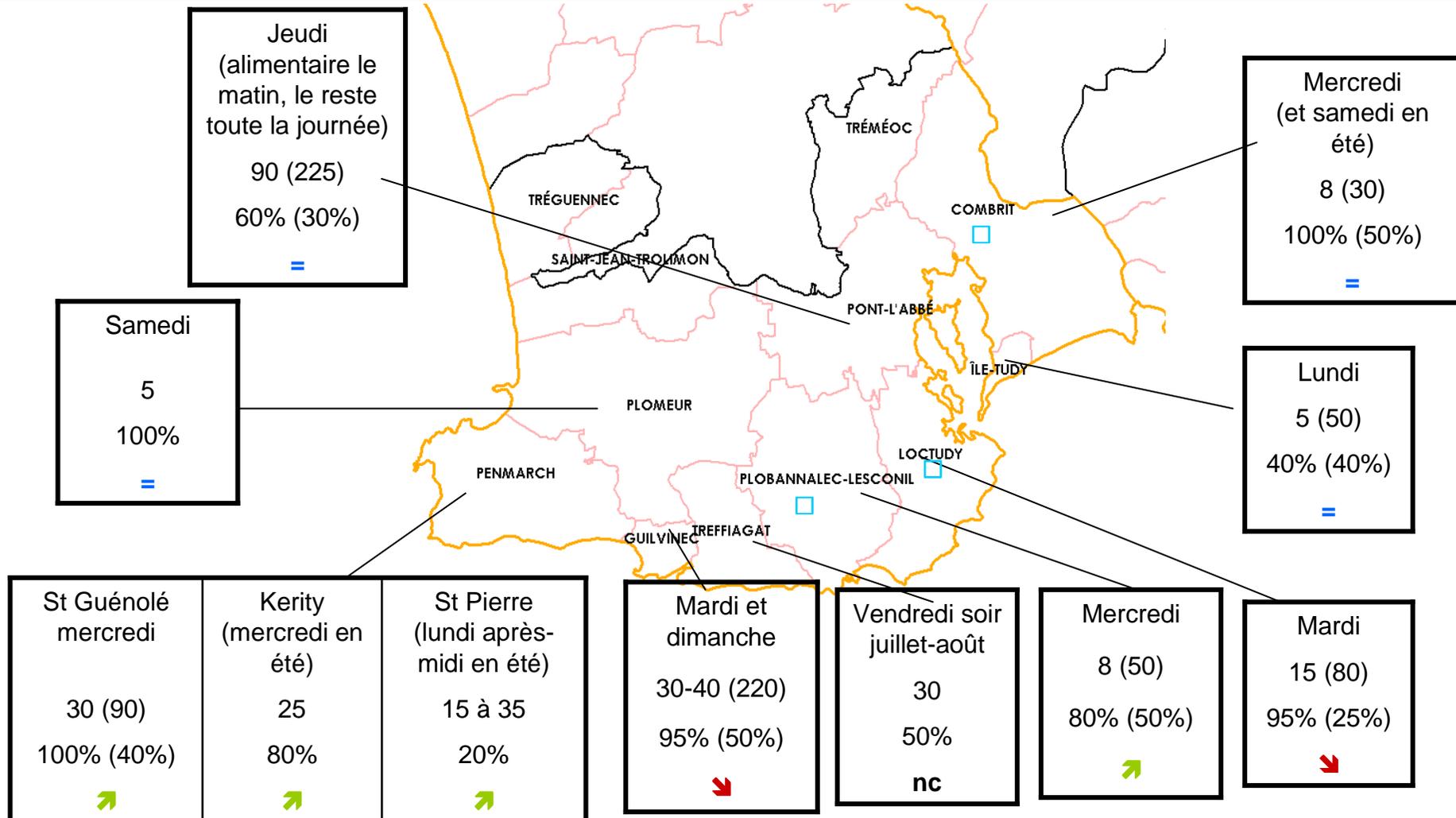
	BENODET   	FOUESNANT   	FOUESNANT BEG MEIL   
<b>Jour</b>	Lundi	Vendredi Été : mercredi (19h-22h)	Été : Mercredi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	30 abonnés à l'année 70 abonnés pour 6 mois Hiver 30 (90%) Été 200 (15%)	Vendredi 45 (40%) Été : mercredi 20 (55%)	35 (70%)
<b>Configuration du marché</b>	Place d'un hectare	Vendredi : 1 Place et 1 rue Mercredi : 1 rue	Place
<b>Ambiance</b>	Hiver : achats alimentaires Été : animation de la station balnéaire, jour de promenade.	Bonne ambiance, lieu de promenade.	Très bonne ambiance, touristique, promenade.
<b>Points Forts</b>	La bonne organisation, le respect du règlement. L'évolution du prix selon l'ancienneté des déballeurs. Diversité des commerces. Offre assez moderne.	Mercredi : spécificité produits bio et régionaux. Vendredi : animations. Bien situé en bord de côte, diversité de l'offre.	Situation en bord de mer, clientèle touristique, offre diversifiée et renouvelée, produits tendances.
<b>Points Faibles</b>	Place située en plein centre ville, circulation impossible, stationnement très difficile.	Trop de commerçants à proposer les mêmes produits. Difficultés de stationnement l'été.	Situé en bord de route, circulation automobile très proche.
<b>Attentes</b>	Déplacer le marché sur l'esplanade des cirques. Avoir plus de bornes électriques. Privilégier les commerçants finistériens, et les abonnés pour de plus longues durées. Stabiliser le prix des droits de places.	Plus de diversité des commerces en hiver	-

# Les marchés : CDC du Pays Fouesnantais

23

	LA FORÊT FOUESNANT 	LA FORÊT FOUESNANT/PORT LA FORÊT 	CLOHARS FOUESNANT
<b>Jour</b>	Dimanche	mardi (18h-23h) pendant les mois de juillet et août	Samedi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	90 (45%)	80 (20%)	5
<b>Configuration du marché</b>	Place (divisée en deux par la route)	Place	Place de la mairie
<b>Ambiance</b>	Familiale l'hiver. Plus touristique l'été.	Promenade, vacances.	-
<b>Points Forts</b>	Certains clients viennent des communes environnantes spécialement pour le marché du dimanche. Le marché a une bonne réputation, surtout le marché alimentaire. Diversité de l'offre, marché animé (un manège carrousel). Le circuit de promenade autour du bourg passe par la place du marché. Cadre agréable, étendue d'eau à côté.	clientèle touristique. Cadre très agréable (bateaux, pontons, quelques commerces).	-
<b>Points Faibles</b>	La route passe au milieu de la place où se déroule le marché. Difficultés de circulation et de stationnement. Refuse des demandes faute de place. Trop peu de monde en hiver.	Marché exposé au vent. Quelques difficultés de stationnement	-
<b>Attentes</b>	Plus de fréquentation en hiver	Augmenter la consommation des clients.	-

# Les marchés : CDC du Pays Bigouden Sud



# Les marchés : CDC du Pays Bigouden Sud

25

	LOCTUDY 	PENMARC'H (ST GUENOLE) 	PENMARC'H (KERITY) 
<b>Jour</b>	Mardi	Mercredi	Du 15 juin au 15 septembre Mercredi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	15 abonnés à l'année (95%) Jusqu'à 80 l'été (25%)	30 hiver (100%) 90 été (40%)	25 (80%)
<b>Configuration du marché</b>	Place	Place	Place
<b>Ambiance</b>	Bonne ambiance, conviviale, le marché est un lieu de rencontre, de discussion.	Très bonne ambiance, conviviale, lieu de rencontres.	Très bonne ambiance, bon enfant, lieu de rencontres.
<b>Points Forts</b>	Situé en bord de mer, clientèle d'habitues. Stationnement à proximité. Diversité de l'offre.	La clientèle touristique des résidences secondaires. Variété des commerces, situation géographique. Concurrence saine (respect de quotas par type de commerce)	Situation géographique, diversité des commerces alimentaires compensant l'absence d'épicerie.
<b>Points Faibles</b>	Circulation difficile. La caserne des pompiers est très proche, il leur faut un passage facile et rapide.	Marché en milieu de semaine (donc fonctionne moins que si c'était en fin de semaine). Difficultés de stationnement.	Marché en milieu de semaine, difficultés de stationnement.
<b>Attentes</b>	Les permanents souhaitent choisir leur emplacement pour l'été en priorité. Installation de sanitaires.	-	-

# Les marchés : CDC du Pays Bigouden Sud

26

	<b>PENMARC'H (ST PIERRE)</b> ■ ■ ■	<b>PLOBANNALEC LESCONIL</b> ■ ■ ■	<b>TREFFIAGAT</b> ■ ■ ■
<b>Jour</b>	Lundi (15h30-20h) Du 15 juin au 15 septembre	Mercredi	Vendredi soir (17h-21h) en juillet août.
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	15 à 35 (20%)	hiver 8 (80%) Été 50 (50%)	30 (50%)
<b>Configuration du marché</b>	Ligne droite	Place	Linéaire
<b>Ambiance</b>	Bonne ambiance, conviviale, lieu de rencontres, de discussion.	Très bonne ambiance, familiale, détente.	Marché bien fréquenté pour cette première année d'existence, les commerçants sont enthousiastes et souhaitent pérenniser le marché.
<b>Points Forts</b>	Situé en bord de mer, clientèle d'habituez. Le marché compense l'absence d'épicerie.	Clientèle d'habituez et clientèle touristique. Bien situé : sur le port en été, plus à l'abris en centre bourg l'hiver.	Compense l'absence de commerces sur la commune. Clientèle locale permanente et touristique.
<b>Points Faibles</b>	Stationnement et circulation difficile.	Circulation difficile les jours de marché.	Quelques difficultés de stationnement
<b>Attentes</b>	Choisir sa place	-	Faire perdurer le marché. Décaler le marché de quelques mètres pour augmenter le stationnement.

# Les marchés : CDC du Pays Bigouden Sud

27

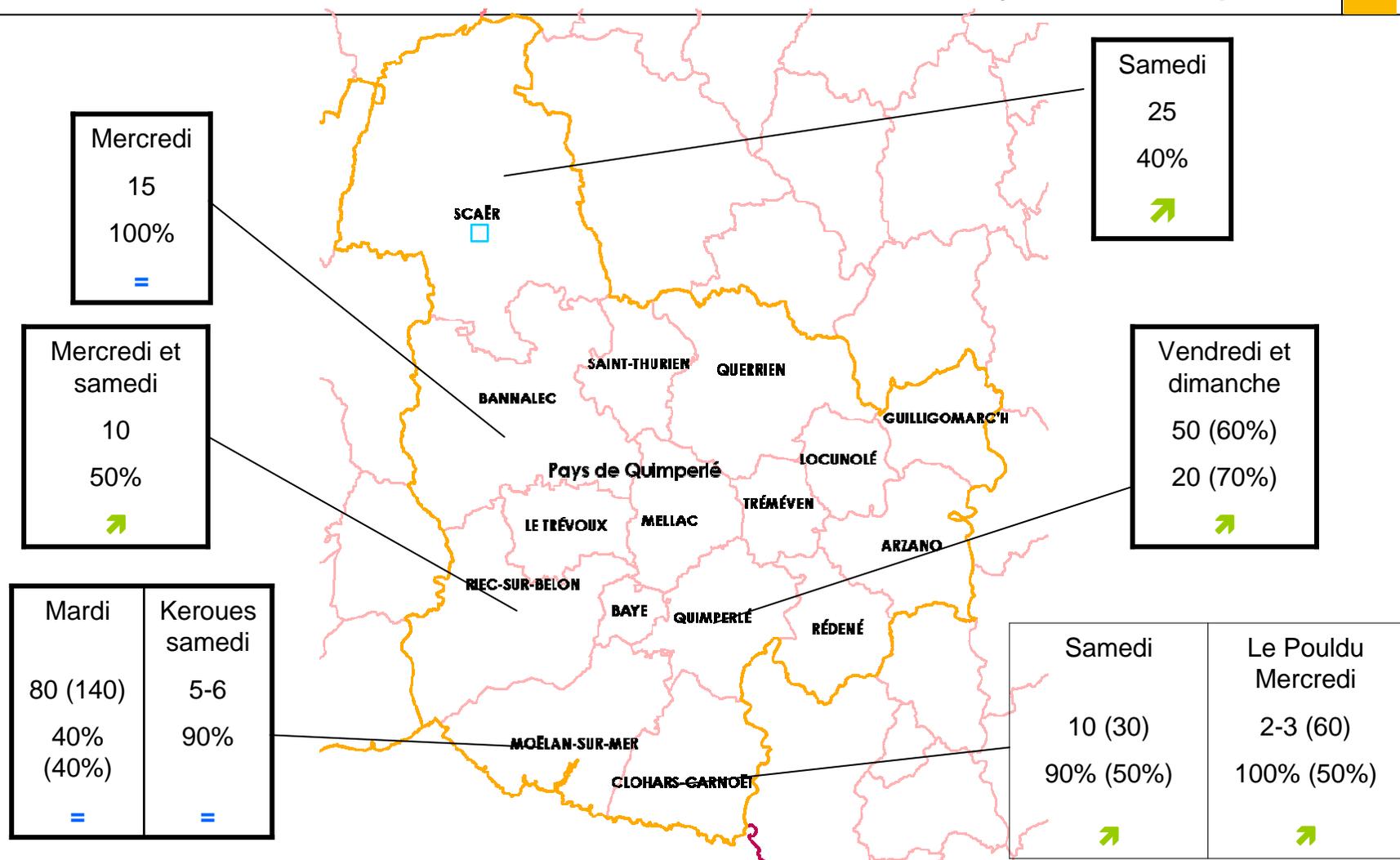
	<b>GUILVINEC</b> 	<b>COMBRIT</b> 	<b>PONT L'ABBE</b> 
<b>Jour</b>	Mardi et dimanche	Mercredi Été : samedi	Jeudi (alimentaire le matin, toute la journée pour le reste)
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	Hiver : Mardi 40 (95%) Dimanche 30 (95%) Été : mardi et dimanche 220 (50%)	Hiver 8 (100%) Été 30 (50%)	Hiver : 90 (60%) Été : 225 (30%)
<b>Configuration du marché</b>	Place et rues adjacentes	Place	Sur 2 places (dont l'une est réservée à l'alimentaire)
<b>Ambiance</b>	Très bonne ambiance	Très bonne ambiance, familiale.	Hiver : ambiance familiale, clientèle locale. Été : promenade, plus de touristes.
<b>Points Forts</b>	Situé en bord de mer. Grande diversité de commerces, aussi bien traditionnels que des commerces plus tendances. Un peu de bio. Facilités de stationnement	Clientèle d'habituez l'hiver, beaucoup de touristes l'été. Bien situé, en bord de mer. Facilité de stationnement.	Diversité de l'offre, nombreux commerçants. Quelques animations musicales l'été. Parking bien signalisé. Place du marché refaite il y a 7 ans.
<b>Points Faibles</b>	Manque d'animations pour dynamiser le marché.	Marché peu développé en hiver	Difficultés de stationnement et de circulation. La population locale évite la ville le jeudi pendant l'été.
<b>Attentes</b>	Augmenter le trafic et les animations en lien avec le commerce (loterie avec panier garni par ex.) pour attirer les clients.	Plus de commerçants du secteur artistique	Avoir une place fixe à l'année (Il est nécessaire d'être présent 40 jeudis par an pour obtenir une place fixe, sinon c'est le tirage au sort qui détermine l'emplacement).

## Les marchés : CDC du Pays Bigouden Sud

28

	PLOMEUR 	ILE TUDY 
<b>Jour</b>	Samedi	Lundi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	5 (100%)	Hiver 5 (40%) Été 50 (40%)
<b>Configuration du marché</b>	Linéaire	Une rue (assez concentré)
<b>Ambiance</b>	Ambiance familiale	Conviviale, familiale.
<b>Points Forts</b>	Clientèle d'habituez. Facilités de stationnement.	Offre adaptée. Facilités de stationnement.
<b>Points Faibles</b>	Petit marché, offre peu diversifiée.	Marché pas suffisamment grand pour attirer plus de commerçants
<b>Attentes</b>	Développer l'offre sur le marché.	-

# Les marchés : CDC du Pays de Quimperlé



# Les marchés : CDC du Pays de Quimperlé

30

	MOËLAN SUR MER / KEROUES 	CLOHARS CARNOËT 	CLOHARS CARNOËT/LE POULDU 
<b>Jour</b>	Bourg : mardi Keroues : samedi	Samedi	Mercredi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	Bourg : Hiver 80 (40%) Été 140 (40%) Keroues : 5-6 (90%)	Hiver 10 (90%) Été 30 (50%)	Hiver 2-3 (100%) Été 60 (50%)
<b>Configuration du marché</b>	Bourg : Grande place et rues adjacentes Keroues : Place	Place	Place
<b>Ambiance</b>	Bourg : Très bonne ambiance Keroues : familial	Très bonne ambiance, lieu d'achats et promenade	Conviviale, lieu d'achats et de promenade
<b>Points Forts</b>	Bourg : Marché très attrayant. Bien situé, commune touristique. Diversité de l'offre. Une navette fait le tour de la commune pour limiter l'affluence de voitures venant au marché. Keroues : clientèle d'habituez	Clientèle d'habituez très fidèle. Population estivale très importante.	Situé en bord de mer, très touristique.
<b>Points Faibles</b>	Bourg : Refus de déballeurs par manque de place, rues très encombrées l'été car la population triple.	Pas assez grand, pas assez de concurrence. Difficultés de stationnement. Pas assez de commerçants locaux.	Pas assez de commerçants l'hiver et trop l'été. Pas assez de commerçants locaux.
<b>Attentes</b>	Augmenter les possibilités de stationnement.	Garder le même emplacement et mise en place d'un parking à proximité.	Garder le même emplacement. Moins de commerçants proposant les mêmes produits.

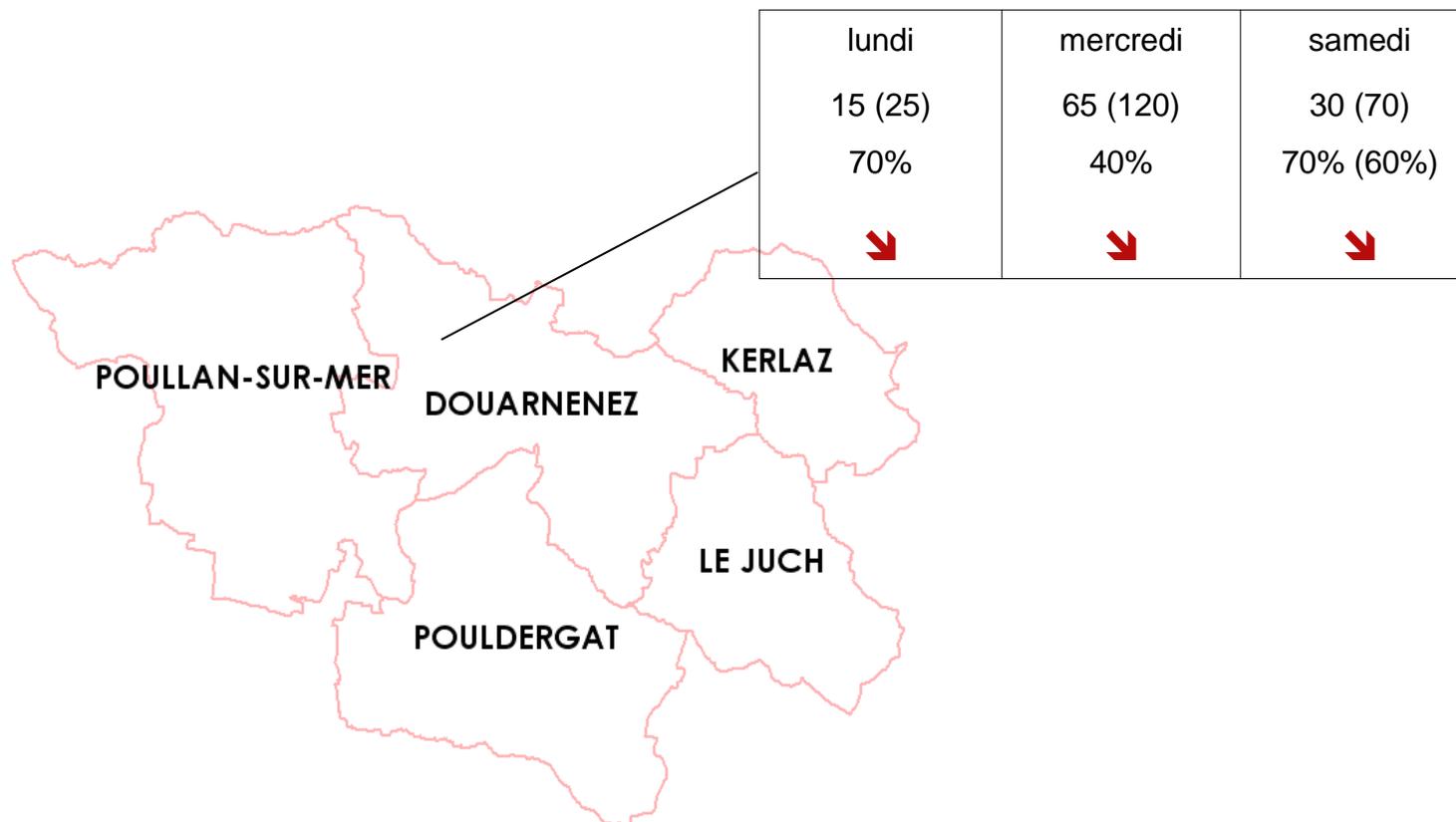
# Les marchés : CDC du Pays de Quimperlé

31

	<b>BANALEC</b> ■ ■ ■	<b>RIEC SUR BELON</b> ■ ■ ■	<b>SCAËR</b> ■ ■ ■	<b>QUIMPERLE</b> ■ ■ ■
<b>Jour</b>	Mercredi	Mercredi et Samedi	Samedi	Vendredi et Dimanche
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	Tous les mercredi : 15 (100%) 2 <sup>ème</sup> et 4 <sup>ème</sup> mercredi de chaque mois : 24 (60%)	10 (50%)	25 (40%)	Vendredi 50 (60%) Dimanche 20 (70%)
<b>Configuration du marché</b>	2 places et une rue	Place	Place	1 place autour des halles, 1 rue
<b>Ambiance</b>	Familiale, achats alimentaires	Conviviale, familiale	Bonne, familiale	Conviviale, familiale
<b>Points Forts</b>	Clientèle d'habituez, diversité de l'offre. Bon complément au commerce local. Facilités de stationnement.	Très bien situé, visible de loin, diversité de l'offre, facilités de stationnement.	Clientèle d'habituez, sécurité de la place (peu de circulation automobile)	Diversité de l'offre. Eau, sanitaires, et électricité gratuite pour les commerçants.
<b>Points Faibles</b>	Petite taille par rapport à d'autres marchés alentours. Manque du poulet grillé et des crêpes.	Pas de placier, pas assez de commerces de fruits et de bio.	Refus de déballeurs par manque de place, les commerçants sont trop serrés, difficultés de stationnement.	Quelques problèmes de fréquentation. Difficultés de stationnement.
<b>Attentes</b>	Augmenter le trafic des clients	Plus de commerçants	Avoir plus de place	Plus de communication dans la presse.

# Les marchés : CDC du Pays de Douarnenez

32



# Les marchés : CDC du Pays de Douarnenez

33

	DOUARNENEZ   	DOUARNENEZ TREBOUL   
<b>Jour</b>	Lundi	Mercredi et samedi
<b>Nb Commerçants (Poids alimentaires en %)</b>	Hiver 15 (70%)	Hiver : mercredi 65 (40%) Samedi 30 (70%) Été: mercredi 120 (40%) Samedi (60%)
<b>Configuration du marché</b>	Autour des halles	Place + 1 rue l'été
<b>Ambiance</b>	Conviviale	Bon enfant. Quelques promeneurs.
<b>Points Forts</b>	Clientèle d'habituez, diversité de l'offre, apporte de la clientèle aux commerces sédentaires à proximité.	Clientèle d'habituez et clientèle touristique. Cadre agréable (port de plaisance). Facilités de stationnement.
<b>Points Faibles</b>	Population vieillissante	Plusieurs commerçants proposent les mêmes produits.
<b>Attentes</b>	Obtenir plus facilement une place fixe (il faut avoir 40 jours de présence par ans et attendre la libération d'une place fixe, car il faut maintenir 20% de places passagers avec tirage au sort)	Obtenir plus facilement une place fixe (il faut avoir 40 jours de présence par ans et attendre la libération d'une place fixe, car il faut maintenir 20% de places passagers avec tirage au sort)