



Réponse de la Municipalité à l'interpellation de José Caiano : « Critères et sélection des commerçants de notre Marché hebdomadaire »

Municipal responsable : M. Gérald Cretegy

Gland, le 2 septembre 2021

REPONSE DE LA MUNICIPALITE

PRÉAMBULE

Un marché est un lieu qui regroupe de façon périodique des marchands et des producteurs. Il a pour mission de favoriser les échanges commerciaux avec des acteurs qui ne disposent pas d'une échoppe ou d'une enseigne à proximité et d'offrir à la population de la Ville l'opportunité d'acheter des biens et des services. Il comporte également une composante sociale instituant de fait un lieu de rencontre convivial et animé.

Le Marché de Gland est dédié aux produits de bouche. Il a été créé en 2015 et accueille de façon hebdomadaire une trentaine de stands dont un vigneron et une buvette. Il se tient le mercredi sur la place de la Gare.

L'événement a lieu environ 38 fois par an, de mars à octobre, sous deux formes différentes. La version d'été comprend une partie événementielle et nécessite la fermeture à la circulation de la zone tandis que la version d'hiver est plus réduite sans buvette ni fermeture de route. En sus des marchands, une petite animation et/ou un stand d'information y prennent place en principe chaque semaine. Lors d'élections ou de votations, une présence politique peut-être organisée.

Exemple de calendrier

2020					
26 février	22 avril	29 avril	7 octobre	14 octobre	16 décembre
marché hiver		marché été			marché hiver
			pause estivale entre mi-juillet et mi-août		pause hivernale entre mi-décembre et mi-février (2 mois)

Objectifs du Marché

L'objectif principal du marché est d'assurer de manière pérenne ses missions économiques et sociales. Pour ce faire, plusieurs conditions doivent être remplies.

Le cadre de travail offert aux marchands et producteurs doit être le plus propice possible au succès de leur entreprise. Si le chiffre d'affaires se révèle régulièrement insuffisant, ces derniers abandonneront la partie. C'est un risque important qu'il est nécessaire de prendre en compte. Sans marchands et producteurs, pas de marché.

A cela s'ajoute l'attractivité pour le public, nécessaire au bon fonctionnement des échanges commerciaux et qu'il faut attirer dans le marché. Ceci peut être déclenché par les mécanismes habituels de marketing. Offrir une palette large de produits de qualité, créer une ambiance chaleureuse et communiquer efficacement sont les trois principes appliqués qui ont en commun le but de stimuler le plaisir d'acheter. Sans clients, pas de marché.

Au travers de son organisation, le marché offre :

- des produits en vente directe par des producteurs (*principes des circuits courts*)
- un choix supplémentaire de produits (*qui ne seraient pas forcément disponibles dans les enseignes adjacentes*)
- des produits uniques ou différents (*découvertes*)
- la possibilité d'une consommation directe grâce à certains food-trucks ou stands de cuisine (*cuisine du monde*)
- un cadre propice aux interactions sociales (*selon le précepte du vivre-ensemble*)

L'annexe 1 détaille les chiffres-clés du point de vue financier ainsi que l'évolution des présences.

Organisation

L'emplacement de la place de la gare a été choisi pour sa centralité et la densité de sa circulation piétonne. Il bénéficie en particulier du volume d'usagers des CFF qui y transitent.

L'espace dédié au marché d'été est d'environ 1'300m² desquels il convient de déduire les arbres, les éléments de mobilier urbain et les infrastructures d'éclairage public. Cette zone ne peut être étendue actuellement principalement en raison des contraintes liées à la circulation (lignes de bus ou accès à des parcelles privées). L'horaire choisi (16h00-20h00 en été / 16h00-19h00 en hiver) offre la possibilité au plus grand nombre (travailleurs, familles, seniors) de s'y rendre tout en se démarquant des traditionnels marchés du weekend.

La coordination, la logistique, la sécurité ainsi que la communication sont directement gérées par les services communaux, respectivement le Service de la population, le Service des infrastructures et l'Office de la communication. Par ailleurs, la Commune fait appel à une coordinatrice externe, notamment pour la prospection des marchands et des producteurs, l'établissement d'un calendrier et le suivi des présences.

Le rôle de la coordinatrice est de proposer la meilleure répartition de produits au sein du marché. Elle suit la ligne déterminée par le service organisateur (Service de la population) et par les directives de la Municipalité (*voir annexe 3*).

De la question de consommer local

Lié au marketing, il est plus facile de communiquer à propos d'un marché de bouche qui favorise les produits du terroir que d'un marché généraliste. Il s'agit dès lors de rechercher le meilleur équilibre entre l'offre de produits, la diversité des acteurs et la diminution des distances parcourues (*empreinte carbone*). Cet équilibre nécessite de fait une certaine souplesse dans l'interprétation du terme « local », celui-ci pouvant clairement dépasser les frontières du district, voire du canton.

Par le biais d'une offre ponctuelle (4 heures chaque semaine de 16h00 à 20h00), nous augmentons la diversité des produits proposés en Ville. Par l'enrichissement de la chalandise dans notre Ville, l'opportunité de capter une clientèle plus large est réelle. De manière indirecte, l'ensemble des commerçants de notre Commune peut ainsi bénéficier de cette attractivité.

A contrario, la priorité aux commerces glandois qui ont déjà pignon sur rue n'apporte ni la diversité recherchée, ni l'attrait d'une proposition éphémère supplémentaire. Au contraire, le marché, pour autant que l'on soigne les conditions énoncées ci-dessus, attire de nombreuses personnes à Gland qui ont ainsi l'occasion de fréquenter les commerces de la Ville.

EN CONCLUSION

Parmi les marchés régionaux (dont ceux de Nyon, Rolle ou Morges), celui de Gland bénéficie d'une bonne attractivité et d'une renommée particulièrement positive. Ceci est dû au bon équilibre trouvé entre la partie événementielle, les stands de consommation directe et le bon éventail de produits proposés. Au vu de l'analyse précédemment exposée, il ressort clairement que favoriser un marchand uniquement sur la base de son domicile professionnel ou privé glandois aurait un effet contraire à celui recherché, soit d'enrichir l'offre globale et mettrait possiblement l'entreprise en péril.

L'interpellation, à travers ses questions, demande l'utilisation de critères plus finement définis. La Municipalité estime, quant à elle, qu'une marge de manœuvre suffisante lui permet de mieux équilibrer ses choix et d'assurer la pérennité souhaitée. En parallèle, la stratégie du Marché s'affine au fil des ans. La Municipalité souhaite que le marché évolue en lien avec celles et ceux qui le font vivre, notamment les clients ainsi que les marchands et producteurs. A ce titre, et dans le cadre de ses compétences, la Municipalité étudie les possibilités d'amélioration de la gouvernance et tiendra informé le Conseil Communal à ce sujet.

AU NOM DE LA MUNICIPALITE

La Syndique :

Le Secrétaire :

C. Girod

J. Niklaus

Annexe 1 : Interpellation

Annexe 2 : Chiffres-clés

Annexe 3 : Directives municipales en vigueur

Annexe 4 : Formulaire inscription pour le Marché 2021

Annexe 5 : Calendrier 2021

Critères et sélection des commerçants de notre marché hebdomadaire

Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs les Conseillères et Conseillers Suite à ma question au dernier Conseil Communal au sujet des critères de sélection/règlement de notre marché de Gland et à la réponse donnée par la Municipale en charge de celui-ci (à savoir « le marché favorise les produits du terroir »), j'ai échangé avec la responsable du marché qui n'a pas répondu clairement à mes interrogations. De ce fait, je relève plusieurs points qui m'ont été soumis et que j'ai moi-même constaté.

Comment expliquer qu'il y ait des commerçants de tous les cantons (GE, NE, etc...) qui ont une place fixe alors que lorsque les commerçants de Gland demandent une place, cela leur est refusée en prétextant que le marché n'est pas un salon d'exposants des commerçants de Gland (propos de la responsable du marché) ?

D'après la Municipale en charge du marché et la responsable de ce dernier, le marché priorise les produits du terroir, artisanaux et locaux. Dès lors pourquoi

- le stand Bubble Tea,
 - le stand des ananas,
 - le stand bières et de vin de l'étranger,
 - les ventes de mangues du Pakistan,
 - les crêpes et hot-dog bretons,
- ont une place fixe tous les mercredis, sont-ils considérés comme des produits du terroir et locaux?

Pourquoi un commerçant glandois qui propose des spécialités portugaises est considéré comme un commerçant proposant des produits de foire du week-end (propos de la responsable du marché) alors qu'un marchand venant du canton de Genève qui propose des spécialités libanaises est considéré comme un commerçant proposant des produits de qualité pour le marché ?

Par ailleurs, pour plus de transparence, j'aimerais des réponses aux questions suivantes :

- Existe-t-il un règlement/ une charte pour le marché de Gland ?
- Le marché de Gland donne-t-il la priorité aux commerçants et artisans de la Commune ?
- Existe-t-il une liste de critères objectifs sur lesquels est faite la sélection d'un commerçant ?
- Sur quelle base sont jugés les termes suivants :
 - o Les produits du terroir ? Quel terroir ? Quelle distance ?
 - o Les produits locaux ? Locaux uniquement Glandois, Suisse ... ?
 - o Les produits artisanaux ?
- Sur quels critères la responsable du marché se base pour définir ce qu'est un produit de foire du week-end et un produit de marché hebdomadaire ?
- Une liste d'attente des commerçants est-elle maintenue ?
- Un tournus entre les différents marchands proposant des produits équivalents peut-il être envisagé ?

Le marché existe depuis plusieurs années, je souhaiterais avoir quelques chiffres et éclairages sur les points suivants :

- Combien de commerçants différents ont pu avoir des stands sur le marché ?
- Combien de fois chaque marchand est-il venu ?
- Combien de commerçants ont fait des demandes qui n'ont pu être satisfaites ?
- Est-il envisagé de mener une enquête de satisfaction auprès des usagers et non-usagers pour une éventuelle évolution du marché ?
- Combien coûte et / ou rapporte le marché à la commune ?
- Comment sont sélectionnées les associations pour notre marché ?

Enfin, pour répondre aux demandes des commerçants locaux, serait-il envisageable de garder 1 ou 2 places disponibles chaque marché (sur inscription au préalable) pour des demandes ponctuelles afin de donner l'opportunité à tous nos commerçants de Gland de pouvoir bénéficier d'une plateforme gratuite et de se faire connaître auprès de notre population.

Conscient du nombre de points soulevés dans cette interpellation, je demande à la Municipalité de bien vouloir fournir une réponse écrite lors du prochain conseil

En vous remerciant d'ores et déjà la Municipalité pour les réponses à ces questions.

José Caiano

Pour le groupe PS-VERTS-POP

Annexe 2 : Chiffres-clés

1. Revenus

Marché d'été : de CHF 250.- à 315.- par édition

Marchés d'hiver : de CHF 90.- à 140.- par édition

2. Présences

Marché d'été : de 23 à 28 stands

Marché d'hiver : environ 16 stands

3. Statistiques financières pluriannuelles (2015-2020)

	2020*	2019	2018	2017	2016	2015
Revenus stands en CHF	5'576.50	4'918.00	4'934.00	3'756.00	2'084.00	2'530.00
Nombre de marchands	48	62	52	53	11	12
	2020 vs 2019	2019 vs 2018	2018 vs 2017	2017 vs 2016	2016 vs 2015	
Evolution des revenus en CHF	+658.50	- 16.00	+1'178.00	+1'672.00	- 446.00	
Evol. Nombre de marchands	- 14	+10	- 1	+42	- 1	
Evol. montant facturé en %	+13.39%	-0.32%	-31.36%	+80.23%	-17.63%	
Evol. Nombre de commerçants en %	-22.58%	+19.23%	-1.89%	+381.82%	-8.33%	

* L'année 2020 a été marquée par une situation sanitaire exceptionnelle qu'il convient de prendre en compte dans l'interprétation des résultats.

4. Tarifs

Catégorie	Dès le 29 avril 2020		
	Présence ponctuelle Tarif par marché	Abonnement saison (été ou hiver) Tarif par marché (19x en été, 19x en hiver)	Abonnement annuel (été et hiver) Tarif par marché (38x)
Produits frais (légumes, fromages, viandes, fleurs, boulangerie)	CHF 3.-/ml	CHF 2.- /ml	CHF 1.50ml
Autres marchands étagistes (produits secs, bocaux, huiles, confitures)	CHF 4.-/ml	CHF 3.-/ml	CHF 2.-/ml
Vente de mets cuisinés et boissons	CHF 10.-/ml	CHF 5.-/ml	CHF 4.-/ ml
	Electricité incluse		

Annexe 3 : directives municipales en vigueur

Annexe 4 : Formulaire d'inscription pour le Marché 2021

Annexe 5 : Calendrier 2021