

Étude sur les Marchés de Potiers en France*

Décembre 2020

*Marchés de Potiers inscrits au calendrier des marchés de potiers édité par le CNC

Pourquoi une étude sur les marchés de potiers

Depuis 2001, le Collectif National des Céramistes (CNC) recense les informations sur les marchés de potiers, grâce à l'édition annuelle du calendrier national.

Afin d'avoir une vision plus précise et plus ample de la santé des marchés de potiers, **depuis 2 ans, le CNC finance une enquête spécifique auprès des organisateurs, réalisée par la Commission Marchés de Potiers.**

Les résultats de cette enquête permettent aux **associations membres du CNC** et aux **organisateur**s d'accéder à des informations à niveau national, pour :

- **Situer** leur pratique et leur évolution.
- **Connaître** des chiffres concrets pour appuyer leurs demandes de subventions auprès des collectivités locales, offices de tourisme, chambres des métiers et autres organismes..
- **Se professionnaliser** et se structurer en fonction de ces résultats chiffrés ainsi que de l'expérience des autres.
- **Mutualiser** les expériences.
- **Établir de meilleurs budgets** prévisionnels et une meilleure comptabilité analytique.
- **Exprimer** leurs attentes.

Avec ces données, **le CNC peut mieux cibler ses actions**, afin de soutenir les marchés de potiers et faciliter le travail des organisateurs et des exposants, dans la **sauvegarde de notre métier et nos savoir-faire.**

- **Cible** : 150 organisateurs/trices de marchés de potiers inscrits au calendrier du CNC 2018 et 2019
- **Outil d'investigation** : questionnaire en ligne Googleform avec des questions fermées et ouvertes
<https://forms.gle/hj6NQ4Mds33QkvW8A>
- **Date d'administration du questionnaire**: mars et avril 2020
- **Taux de réponse** : 63% (95 organisateurs sur 150 sollicités)
- **Points abordés** :
 1. Poids économique des marchés de potiers (MP)
 2. Caractéristiques des MP

- 1. Poids économique des marchés de potiers (MP)**
 1. Evolution du nombre de MP inscrits au calendrier
 2. Nombre de places VS nombre d'exposants
 3. Demandes, places, exposants 2018 - 2019
 4. Evolution du nombre de jours de MP 2001 - 2019
 5. Evolution du CA des MP : 2019 VS 2018

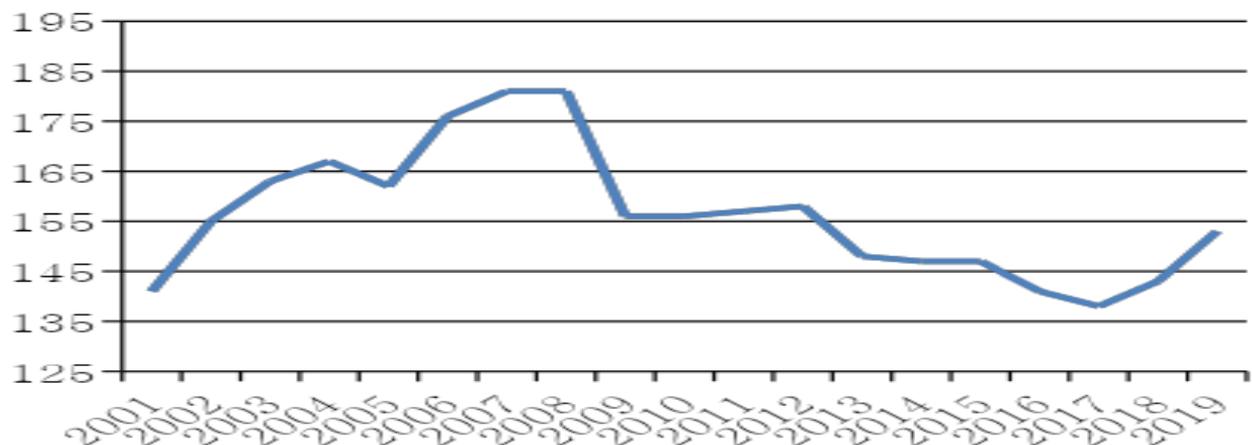
- 2. Caractéristiques des MP**
 1. Cotisations, dépenses et CA 2019
 2. Outils et vecteurs de communication
 3. Zones d'implantation et saisonnalité
 4. Techniques et productions présentées dans les MP
 5. Nombre de visiteurs 2018

- 3. Conclusions**

- 4. Recommandations et axes d'amélioration**

- 5. Annexes**

Evolution du nombre de MP inscrits au calendrier



Nombre
de MP

Année	Nombre de MP
2001	141
2002	155
2003	163
2004	167
2005	162
2006	176
2007	181
2008	181
2009	156
2010	156
2011	154
2012	160
2013	148
2014	147
2015	147
2016	140
2017	136
2018	143
2019	151

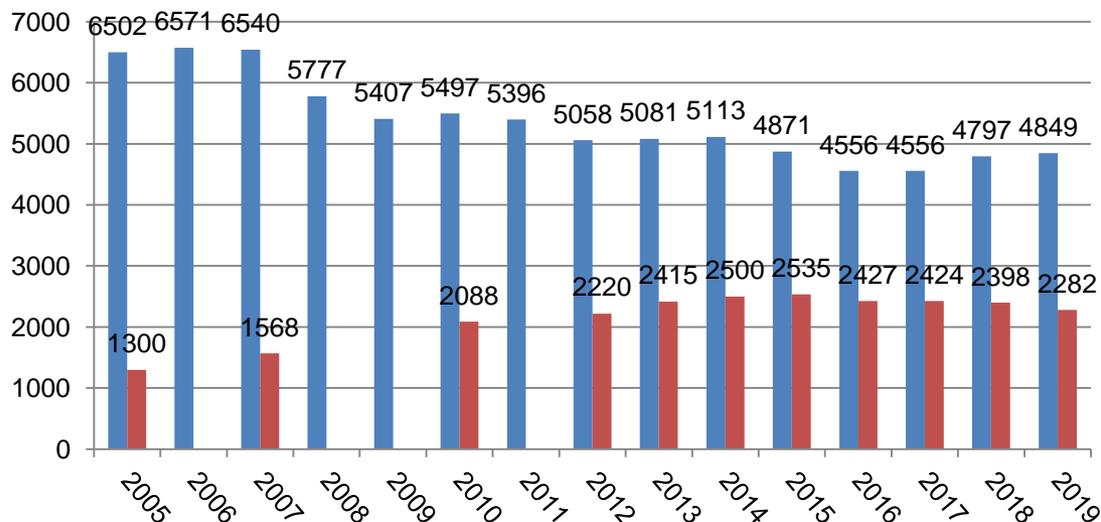
Constat

- Chute vertigineuse du nombre de MP depuis 2008, mettant en difficulté les exposants et le développement des ateliers
- Certains MP existent toujours mais ne sont plus / pas inscrits au calendrier
- Un espoir : une légère reprise du nombre de MP depuis 2018

Recommandations

- Demander aux associations régionales l'interprétation de ces évolutions
- Interroger les organisateurs des marchés disparus
- Créer de nouveaux MP
- Assurer une meilleure diffusion et utilisation des supports créés par le CNC à l'attention des nouveaux organisateurs et associations...
- Prévoir une meilleure distribution du calendrier sur les marchés, offices de tourisme, ateliers etc

Nombre de places VS nombre d'exposants



■ Nbre PLACES
■ Nbre EXPOSANTS

Année	Nbre MP	Nbre places	Nbre exposants
2001	141		
2002	155		
2003	163	6025	
2004	167	5924	
2005	162	6093	
2006	176	6502	1300
2007	181	6571	
2008	181	6540	1568
2009	156	5777	
2010	156	5407	
2011	154	5497	2088
2012	160	5396	
2013	148	5058	2220
2014	147	5081	2415
2015	147	5113	2500
2016	140	4871	2535
2017	136	4556	2424
2018	143	4797	2398
2019	151	4849	2282

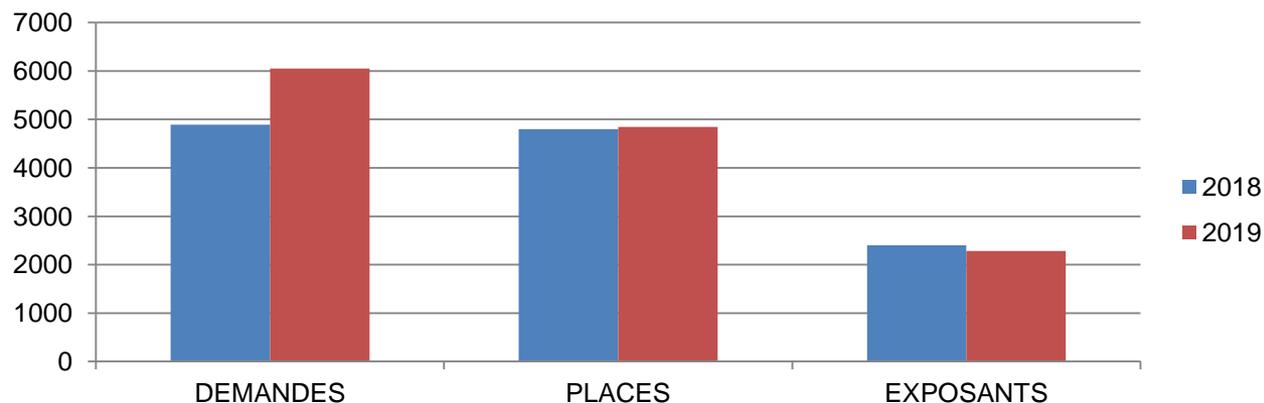
Constat

- Une moyenne de 2 places par exposant par an dans les MP inscrits au calendrier : chiffre nettement insuffisant par rapport à la réalité puisque par expérience nous savons qu'un exposant participe à plus de 10 marchés par an. Ce qui confirme que tous les marchés auxquels les exposants participent ne sont pas inscrits au calendrier.

Recommandations

- Analyser la structure des marchés en considérant ce manque de places et essayer de trouver des solutions (quelques place en plus ? Une rotation différente, la création de nouveaux marchés...)

Demandes, Places, Exposants 2018-2019



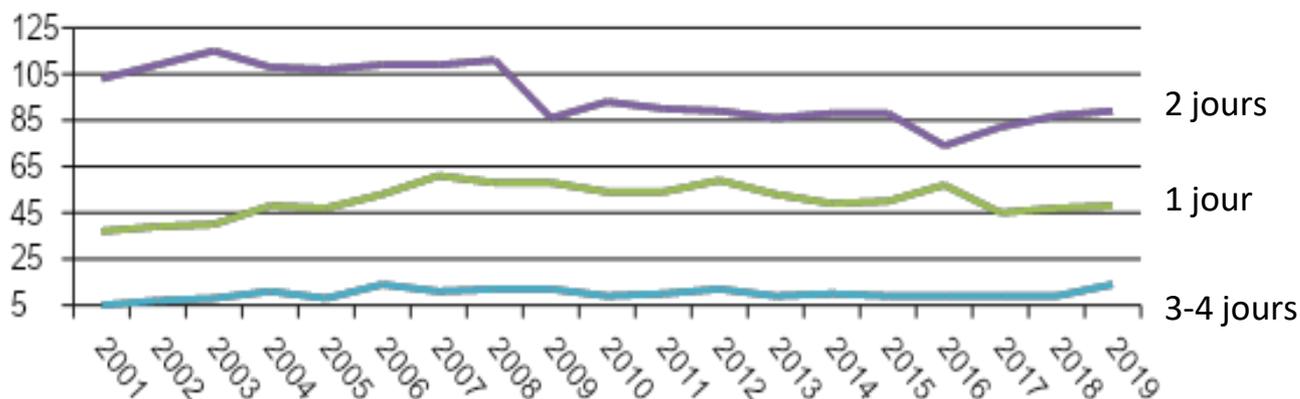
Constat

- Ce graphique confirme les données de la page précédente : les demandes sont supérieures au nombre de places. Des exposants sont privés d'accès aux marchés

Recommandations

- Nécessité de créer d'autres marchés
- Revoir la rotation des exposants dans les marchés existants
- Créer quelques places en plus

Evolution du nombre de jours de MP 2001 - 2019



Année	Nombre de MP	1 jour	2 jours	3-4 jours
2001	141	37	103	1
2002	155	39	109	7
2003	163	40	115	8
2004	167	48	108	11
2005	162	47	107	8
2006	176	53	109	14
2007	181	61	109	11
2008	181	58	111	12
2009	156	58	86	12
2010	156	54	93	9
2011	154	54	90	10
2012	160	59	89	12
2013	148	53	86	9
2014	147	49	88	10
2015	147	50	88	9
2016	140	57	74	9
2017	136	45	82	9
2018	143	47	87	9
2019	151	48	89	14

Constat

- Les marchés se déroulant sur plusieurs jours sont la majorité : ce qui permet aux exposants venant de communes plus éloignées d'y participer
- Malgré la difficulté de l'organisation, ce type de configuration facilite aussi le déroulement de démonstrations, conférences et autres « animations » attirant du public.

Recommandations

- Pour les marchés qui durent 1 jour et qui s'y prêtent, réfléchir à la possibilité de les faire sur 2 jours.
- Pour les organisateurs qui le peuvent, créer une autre édition du même marché à une autre période de l'année.

Evolution du CA des MP : 2019 vs 2018

CA déclaré par les Organismes de MP

2018 : 2 563 632 € chiffre obtenu à partir de **64 réponses exploitables**

2019 : 2 725 011 € chiffre obtenu à partir de **70 réponses exploitables**

EXTRAPOLATION

à partir des données déclaratives

CA par Marché

- 2018 = 40 057 € en moyenne par MP
- 2019 = 38 929 € en moyenne par MP

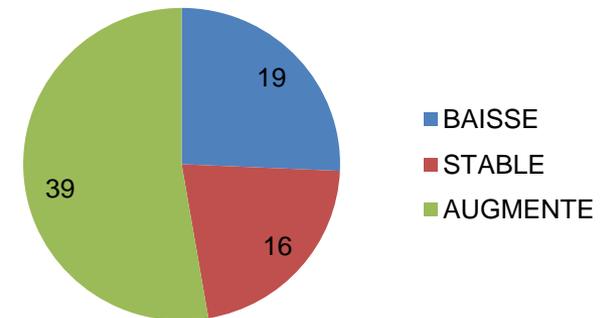
CA par place (exposant)

- 2018 = 2 563 632 € / 2308 places = 1111 € par exposant
- 2019 = 2 725 011 € / 2303 places = 1183 € par exposant

CA par jour de MP

- 2018 = 2 563 632 € / 116 jours = 22 100 € par jour de MP
- 2019 = 2 725 011 € / 124.5 jours = 21 888 € par jour de MP

Evolution du CA 2019 vs 2018
par Marché de Potiers



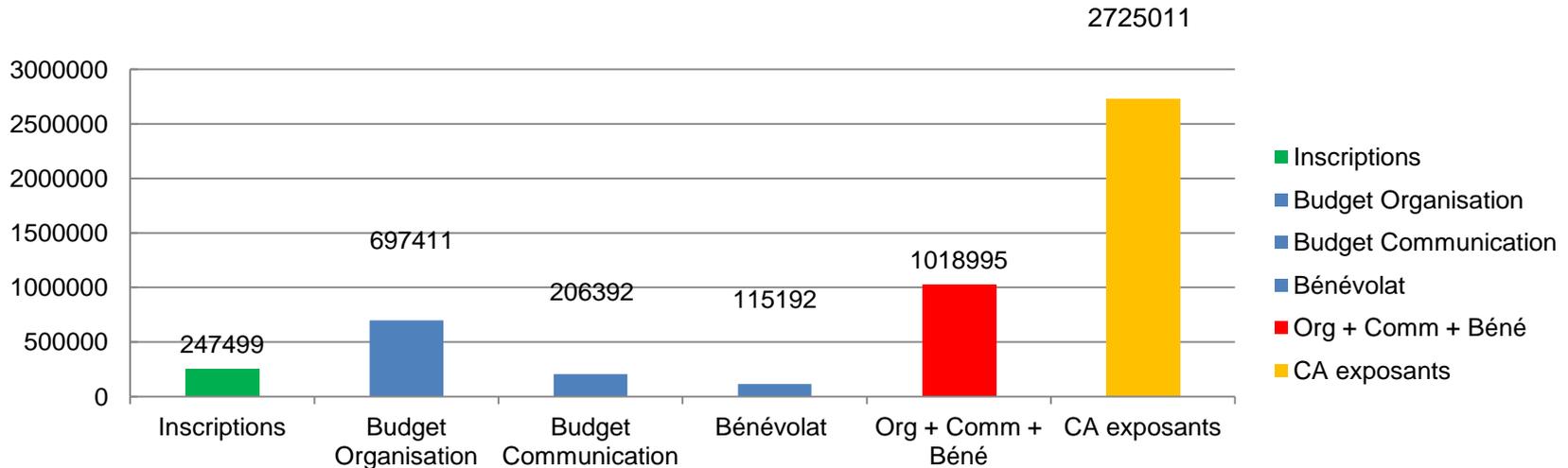
Constat

- Le CA est très encourageant et montre que les MP sont un canal de commercialisation important

Recommandations

- Même si certains MP ont atteint une notoriété certaine, les marges de progrès sont ouvertes à tous les autres

Cotisations, dépenses et CA 2019



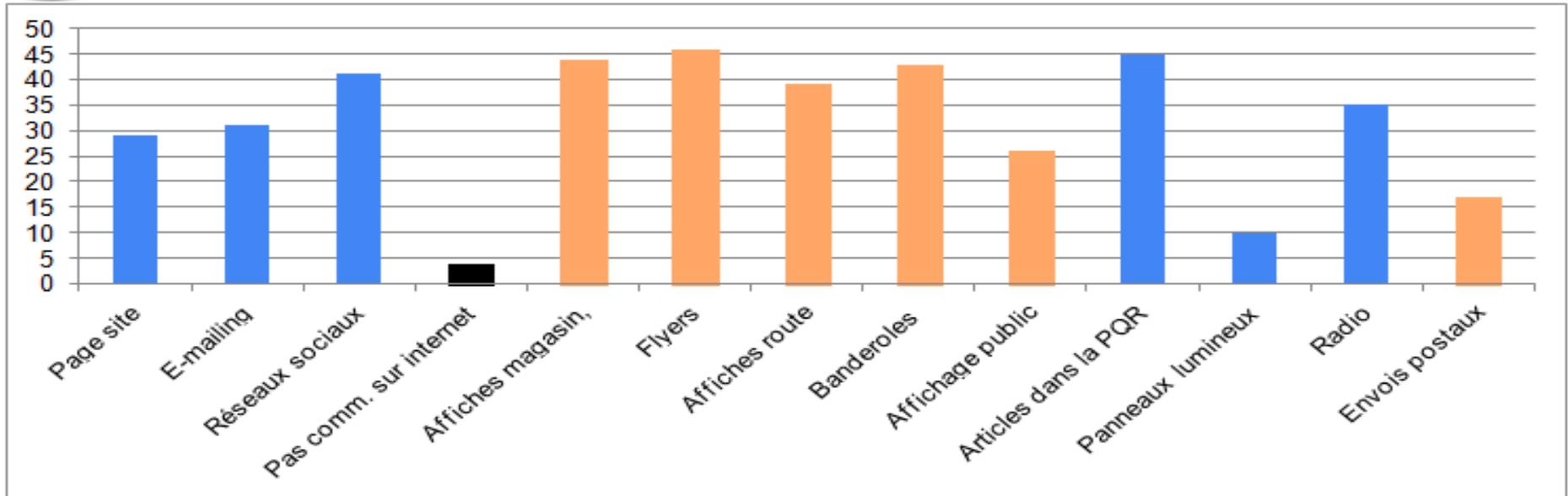
Constat

- Le budget global d'un MP est élevé ! (colonne rouge)
- La place du bénévolat et du soutien des communes accueillant les MP, est très souvent sous évaluée
- Le montant des inscriptions des exposants (colonne verte) ne représente que 24% du budget global (colonne rouge)
- Le montant des inscriptions des exposants (colonne verte) ne représente que 9% du CA réalisé par les exposants (colonne jaune)

Recommandations

- Importance de créer un vrai partenariat avec les communes d'accueil des MP et les acteurs économiques locaux : logistique, communication et soutien financier
- Mieux estimer la valeur et les limites du bénévolat

Outils et vecteurs de communication



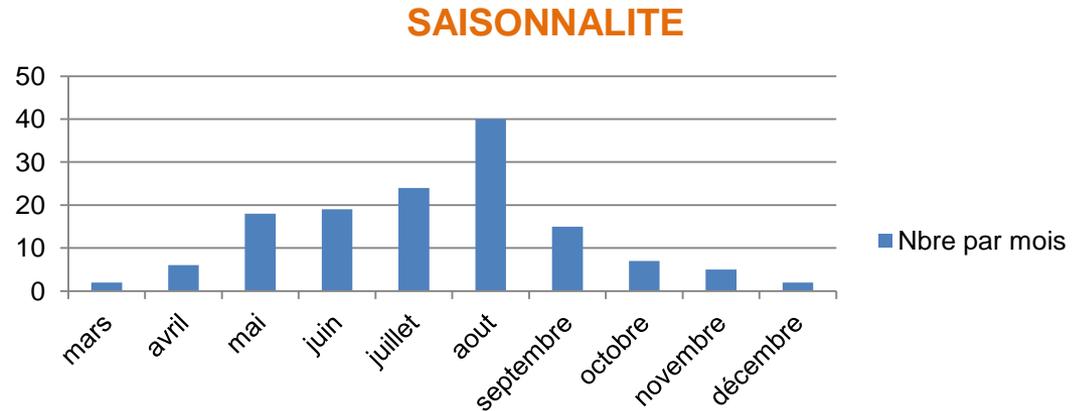
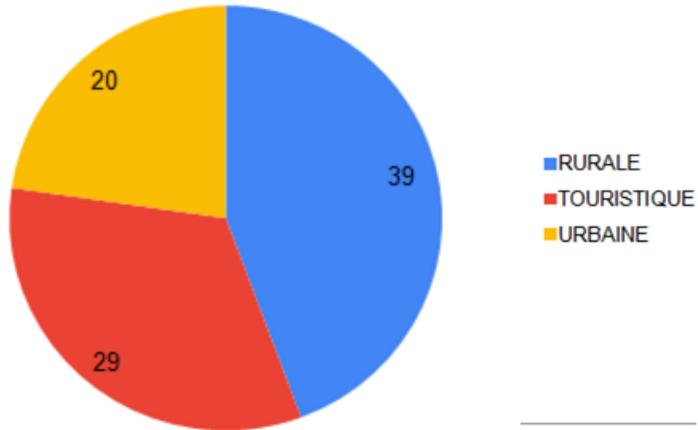
Constat

- Une très grande diversité d'outils et de vecteurs à la disposition des organisateurs
- Le numérique ne semble pas encore bien exploité (colonne noire)
- Les outils de communication traditionnels (affiches, flyers, etc) gardent toute leur place, malgré leur coût de production, le temps nécessaire à leur distribution et les difficultés liées aux règles de chaque commune.

Recommandations

- Mutualiser les coûts dans chaque association (graphiste, impression, pub sur la Presse Quotidienne Régionale)
- Renforcer l'image et la notoriété des MP par une communication commune et systématique par association, sur Face Book, dans la presse, à la radio et dans les tous les vecteurs possibles..

Zone d'implantation & saisonnalité



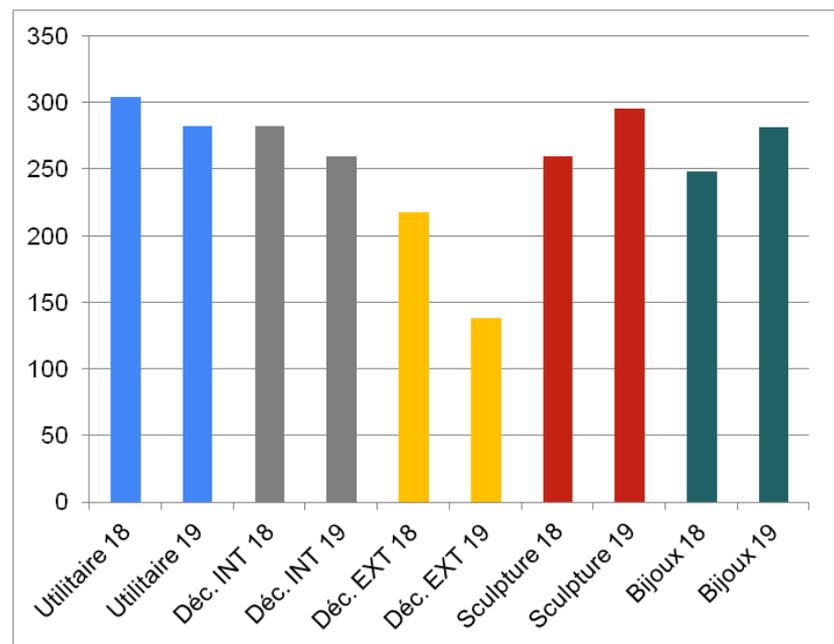
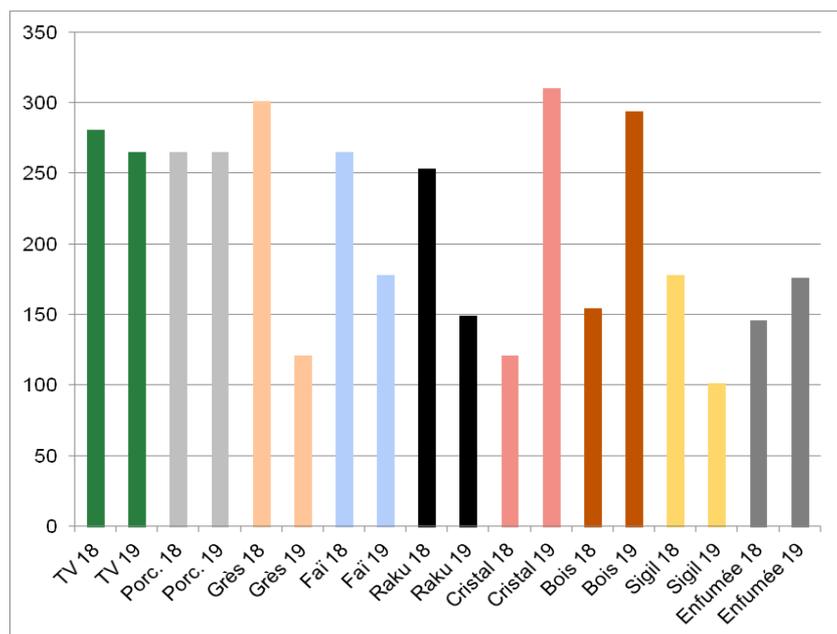
Constat

- Une concentration de MP pendant la saison touristique estivale
- Une implantation plus importante en milieu rural et touristique

Recommandations

- Création de MP hors saison touristique estivale, s'adressant à une clientèle locale, sensible à l'artisanat, au développement durable et à la production à « km 0 »
- Rallonger la saison en développant les marchés couverts, en hiver, en particulier en décembre, même en zone urbaine

Techniques et productions présentées dans les MP



Constat

- Très grande diversité des techniques et des productions présentées au public

Recommandations

Pour chaque MP

- Importance de connaître la cohérence de l'offre avec la demande et les tendances.
- Connaître les CA par technique et production pour mieux adapter l'offre à la demande
- Connaître l'offre et la demande par zone géographique

Dans l'enquête, seuls 37 organisateurs ont répondu à la question relative à la fréquentation du public : la fourchette est large, entre 150 à 40 000 visiteurs.

Les 37 MP ont attiré plus de 210 000 visiteurs.

Constat

Difficulté pour l'organisateur à évaluer le nombre de visiteurs.

Recommandations

- Connaître le nombre de visiteurs par un système de comptage simple (aménager une seule entrée avec un compteur, distribuer un plan du marché...) est un élément essentiel par rapport au business et à la communication future avec la commune accueillant le MP
- Par ailleurs, connaître le nombre d'acheteurs, et pas seulement de visiteurs par exposant, permet de calculer le panier moyen et de mesurer la potentialité du MP.

Conclusion

Le Collectif National des Céramistes a investi dans 2 enquêtes menées en 2018 et 2019 auprès des organisateurs de marchés de potiers inscrits au calendrier du Collectif National des Céramistes.

Elles ont rencontré un grand intérêt et sont riches d'informations venant du terrain. Elles permettent de mesurer la santé commerciale des « Marché de Potiers ».

L'exploitation des données est aujourd'hui terminée. Je tiens à remercier tous les membres de la Commission Marchés de Potiers qui ont contribué à ce travail long, rigoureux et enrichissant pour nous tous.

Les résultats de ces enquêtes vont être largement communiqués : ils doivent servir de base de réflexion non seulement au Collectif National des Céramistes mais aussi aux associations membres et aux organisateurs de marchés de potiers pour dynamiser, chacun à son niveau, les marchés de potiers qui sont les lieux privilégiés pour rencontrer le public et montrer la vitalité de nos savoir-faire.

Après une période de déclin des marchés de potiers, la situation semble s'améliorer mais il reste beaucoup à faire.

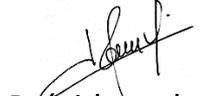
Si l'année 2020 a permis à de nombreux céramistes de maintenir une activité via leur site ou des plates-formes, nous avons tous été privés de la convivialité des marchés de potiers qui est inscrite dans la culture des céramistes.

Il est important que chaque association mène une réflexion avec l'ensemble de ses adhérents et soutienne la création de nouveaux marchés de potiers.

Sans attendre, le Collectif National des Céramistes, s'appuyant sur la Commission Marchés de Potiers finalise la Boîte à outils de l'organisateur. Elle sera accessible sur le site du Collectif National des Céramistes.

Mais nous savons qu'il faudra aller plus loin pour développer les marchés de potiers qui sont inscrits dans la diversité culturelle et patrimoniale de tous les territoires qu'ils soient urbains ou ruraux.

Jérôme Roussel



Président du Collectif National des Céramistes

- **Les questions administrées**
- **Calendriers MP 2018 & 2019**
- **La Commission Marchés de Potiers**

Questions administrées

<https://forms.gle/hj6NQ4Mds33QkvW8A>

- Ancienneté du marché en 2018 (ou 2019, si BIENNALE)
- Ville du marché
- Code postal de la ville du marché
- Fréquence du marché
 - Annuelle
 - Biennale
- Typologie de la zone du marché
 - Rurale
 - Urbaine
 - Touristique
- Durée du marché
- Nombre d'exposants
- Nombre de demandes reçues
- Prix du stand
- Type de production
 - Utilitaire
 - Décoration d'intérieur
 - Décoration d'extérieur
 - Sculpture
 - Bijoux
- Type de techniques en 2018
 - Terre vernissée
 - Porcelaine
 - Grès
 - Faïence
 - Raku
 - Cristallisation
 - Cuisson bois
 - Sigillée
 - Terre enfumée
 - AUTRE
- Chiffre d'affaire
- Evolution du CA
- Budget consacré à l'ORGANISATION de votre marché
- Valorisation du BÉNÉVOLAT
- Budget alloué à LA COMMUNICATION
- Internet & réseaux sociaux 2018
 - Page dédiée sur site internet
 - Réseaux sociaux
 - E-mailing
 - PAS DE COMMUNICATION SUR INTERNET
 - Autre
- AUTRES moyens de communication
 - Articles dans la presse quotidienne régionale
 - Publicités dans la presse quotidienne régionale
 - Envois postaux
 - Sachets des baguettes dans les boulangeries
 - Set de table dans les restaurants / bars / brasseries
 - Affiches magasin
 - Flyers
 - Affiches route
 - Banderoles
 - Radio
 - Panneaux lumineux
 - Affichage public
 - PAS DE MOYENS DE COMMUNICATION
 - Autre
- Nombre de visiteurs

- **Membres**

- Sara SUSINI – (responsable – T 06 89 43 86 45)
- Flavie MARTINOT - Terres en Méditerranée
- Geneviève DOYA – Terres de Provence
- Jean-Claude SIGNORET – Terres de Provence
- Padou DE SEVE DAVY - D'Argiles
- Rose-Marie DECROIX - Pôle Céramique Normandie
- Valérie SIMMONET – Saint Jean de Fos

- **Mission**

- **Veiller** à la qualité des Marchés de Potiers via la Charte approuvée par les Associations régionales adhérant au CNC
- **Étudier** les Marchés de Potiers via l'Enquête annuelle
- **Être à l'écoute** des Organisateur et des Exposants
- **Fournir** des outils pour aider à la transmission lors d'un changement d'équipe d'organisation des Marchés de Potiers
- **Trouver** des subventions au niveau national