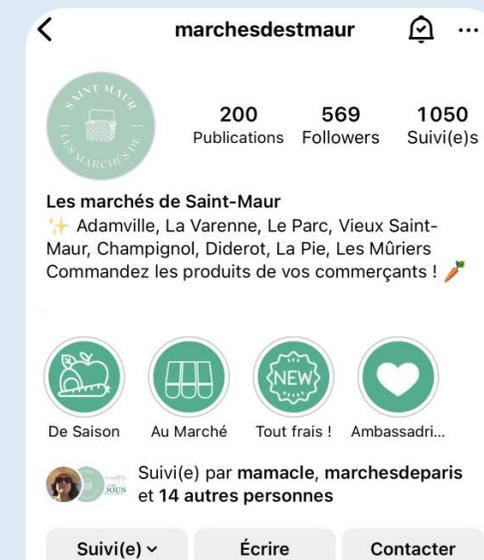


2.6

ANIMATION, PROMOTION DES MARCHÉS ET POLITIQUE MARKETING ET COMMERCIALE

- Stratégie globale pour la promotion des marchés de Saint-Maur
- Programme annuel d'animations
- Programme d'actions marketing et commerciales et politique d'information ([Annexe 10](#))
 - Stratégie commerciale par marché (**Marché de la Pie – Nouveau**)
 - Dispositif du stand dédié aux acteurs locaux (**Nouveau**)
- Méthodologie relative aux enquêtes de satisfaction ([Annexe 11](#))
- Recrutement et fidélisation des commerçants



STRATÉGIE GLOBALE POUR LA PROMOTION DES MARCHÉS DE SAINT-MAUR

1. DES ANIMATIONS PHYSIQUES

(PROGRAMME D'ANIMATIONS CF. P. SUIVANTES)

Qui contribuent à changer la perception des marchés et à fidéliser la clientèle

> d'un lieu de vente à un lieu de vie

- Des animations qui réenchangent le quotidien
- Des ateliers pédagogiques sur des sujets porteurs du sens : 0 déchets, anti-gaspi, consommer local
- Des occasions pour communiquer sur vos marchés

2. COMMUNICATION DIGITALE

Pour attirer de nouveaux usagers et faire rayonner les marchés

- > pendant l'ouverture
- > hors jours d'ouverture et lieux physiques

Un relais digital à destination d'une cible élargie pour mettre en avant les marchés de votre Ville et diffuser du contenu spécifique & porteur de sens

OBJECTIFS :

- **PROMOUVOIR** les bons produits et les commerçants
- **CRÉER** une dynamique commerciale vertueuse sur le marché
- **FAIRE AIMER** la qualité des produits du marché
- **SENSIBILISER** au mieux consommer et moins gaspiller



REMISE D'UN BILAN DES ACTIONS MENÉES (NIVEAU DE FRÉQUENTATION, IMPACT SUR LES VENTES, SATISFACTION COMMERÇANTS & CLIENTS) VOUS SERONT TRANSMIS DANS LE CADRE D'UN REPORTING TRIMESTRIEL.

PROGRAMME ANNUEL D'ANIMATIONS

FÊTE DES MÈRES

A partir de 1 720 € HT

Description :

- **Marché La Pie** : Organiser une distribution de fleurs sur le marché
- **Marché Diderot** : Organiser une tombola pour faire gagner des sacs isothermes format lunch box

Objectifs :

- Offrir des cadeaux pour les mamans
- Organiser un jeu participatif et ludique

Format/durée : Distribution de cadeaux de 9h à 13h (La Pie) et tirage au sort à 12h par une hôtesse (Diderot)

Les fleurs utilisées pour la distribution seront des fleurs de saison locales provenant d'un fleuriste partenaire.

MON
MARCHÉ
ENGAGÉ

Marché La Pie



Communication



Création contenu

Réel - Vidéo courte et dynamique de 30 sec de l'évènement avec extraits des animations et des participants

Budget estimé : 300 € HT



Article

Rédaction d'article sur le site web du Groupe Dadoun et de Mon Panier du Marché + relais LinkedIn

Budget estimé : 100 € HT



PROGRAMME ANNUEL D'ANIMATIONS

HALLOWEEN

A partir de 2 800 € HT

Description :

- **Marchés du Parc et Champignol** : Atelier maquillage pour les enfants et les commerçants
- **Marché de La Pie, des Muriers, du Vieux-Saint-Maur, Diderot** : Dégustation de bonbons

Objectifs :

- Créer un univers magique et thématique
- Organiser un évènement fédérateur

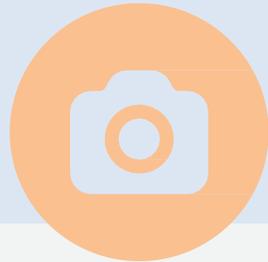
Format/durée :

- **Atelier maquillage** : 8h - 9h pour les commerçants et 9h-12h pour les enfants (1 maquilleuse sur chaque marché)
- **Distribution bonbons** : Organisée par les commerçants de 9h à 13h

Date : Du Vendredi 25 au Dimanche 27 Octobre 2024 inclus



Communication



Création contenu

Réel - Vidéo courte et dynamique de 30 sec de l'évènement avec extraits des animations et des participants

Budget estimé : 300 € HT



Campagne

Campagne de trafic auprès d'une cible locale avec redirection vers le site web de la ville

Budget estimé : 200 € HT



PROGRAMME ANNUEL D'ANIMATIONS

BEAUJOLAIS NOUVEAU

A partir de 2 000 € HT

Description :

- **Marchés du Parc et Champignol** : Organiser un jeu de la roue avec des bouteilles de beaujolais à remporter

Objectifs :

- Partager un moment festif entre commerçants et clients
- Fêter l'arrivée du Beaujolais

Format/durée :

- **Jeu de la roue** - Tickets bons pour un tour distribués par les commerçants et les clients tentent de remporter une bouteille sur le stand décoré et animé par une hôtesse

Date : Du Vendredi 22 au Dimanche 24 Novembre 2024 inclus



Communication



Création contenu

Réal - Vidéo courte et dynamique de 30 sec de l'évènement avec extraits des animations et des participants

Budget estimé : 300 € HT



Article

Rédaction d'article sur le site web du Groupe Dadoun et de Mon Panier du Marché + relais LinkedIn

Budget estimé : 100 € HT



PROGRAMME ANNUEL D'ANIMATIONS

NOËL

A partir de 4 169 € HT

Description :

- **Marchés du Parc et de Champignol :**

Faire venir un père Noël et son lutin pour pose photo

- **Marché Champignol :**

Organiser un atelier seconde vie de jouets "Toy story" avec l'intervention de professionnels - Les jouets seront remis à une association locale

- **Marché de La Pie, des Mûriers, du Vieux-Saint-Maur, Diderot :**

Dégustation de produits de Noël par les commerçants

Objectifs :

- Organiser un moment festif et solidaire sur le marché
- Marquer les esprits des enfants et créer des souvenirs

Format/durée :

Présence du Père Noël + organisation de l'atelier de 9h à 13h

Date : Du Vendredi 15 au Dimanche 17 Décembre 2024 inclus

La collecte des jouets est une opération solidaire pour venir en aide aux plus démunis qui favorise également l'économie circulaire.

MON
MARCHÉ
ENGAGÉ

Marché de Champignol



Communication



Création contenu

Réel - Vidéo courte et dynamique de 30 sec de l'évènement avec extraits des animations et des participants

Budget estimé : 300 € HT



Campagne

Campagne de trafic auprès d'une cible locale avec redirection vers le site web de la ville

Budget estimé : 200 € HT



NOS ANIMATIONS

"MON MARCHÉ ENGAGÉ"

Animations pédagogiques et actions de sensibilisation (en fonction de la disponibilité du vélo et des agendas du personnel) :

- Pour les animations proposées "Mon Marché Engagé", **présence d'un stand "vélo cargo"** afin de sensibiliser les usagers aux écogestes
- Animatrices en déambulation et distribution de sacs kraft si besoin
- Travail de collecte d'information avec des formulaires de satisfaction



MON
MARCHÉ
ENGAGÉ



Prestation	Tarif animation	Tarif communication*
Fête des Mères	1 720 €	400 €
Halloween	2 800 €	500 €
Beaujolais Nouveau	2 250 €	400 €
Noël	4 169 €	500 €
Mon Marché Engagé	1 200 € (sur la base de la disponibilité du vélo et du personnel)	
TOTAL	12 139 €	1 800 €

Budget annuel prévisionnel :

13 939 €

* **Le Tarif Communication** comprend la promotion des animations aux périodes dédiées et la communication déjà mise en place par le service communication, à savoir

- la création de contenu régulière sur l'ensemble des marchés de Saint-Maur
- la diffusion de 3 posts par semaine sur les pages Facebook et Instagram @marchesdestmaur
- l'envoi mensuel de newsletters à destination des commerçants

Complément d'information : Réponse à la question N°8 (phase 1 de négo) : Les animations et les actions de communication listées ci-dessus seront entièrement financées dans le cadre du budget animation, constitué à partir des recettes perçues de la taxe d'animation (13 939€HT)

PROGRAMME D' ACTIONS MARKETING ET COMMERCIALES ET POLITIQUE D' INFORMATION (ANNEXE 10)

- MARKETING MIX DE VOS MARCHÉS

Marchés	Thématique dominante	Spécificité produits	Répartition Alimentaire/ Non alimentaire	Horaires de marché	Promotion
Vieux Saint-Maur	Marché de Quartier	Tous commerces alimentaires	95%/5%	Mercredi matin/ Samedi matin	Marché de bons produits à des prix raisonnables
Champignol	Marché de quartier	Tous commerces alimentaires	95%/ 5%	Mercredi matin/ Samedi matin	Marché de quartier/ Sortie de RER
Le Parc	Authenticité & Diversité	Tous commerces alimentaires. Produits de Qualité à tous les prix	85%/15%	Mardi matin/ Vendredi matin	Marché des bons produits à des prix raisonnables
Diderot	Marché traditionnel de qualité	Produits frais qualitatif et de tradition	100%	Jeudi matin/ Dimanche matin	Marché ambiance Village provençal
Les Mûriers	Marché de quartier/ Proximité de l'école	Produits frais essentiels	100%	Mardi matin/ Vendredi matin	Invitation des familles
La Pie	Marché Bio	Bio/ Circuit Court/ Producteur	100%	Dimanche Matin	Marché de Destination. Promotion digitale via du contenu sur les commerçants



STRATÉGIE COMMERCIALE

MARCHÉ DU PARC

« Un marché alimentaire riche et complet, attirant une clientèle fidèle en quête d'authenticité »

- Typologie et qualité de produits recherchés
- Catégorie de commerçants
- Fréquence
- Horaires
- Ambiance
- Offres de produits non-alimentaires

Haute Qualité & Diversité
Tous commerces alimentaires
2 fois par semaine
8h-13h
Esprit Village authentique
15% (textiles, bijoux, artisanat,...)



STRATÉGIE COMMERCIALE

MARCHÉS DIDEROT & VIEUX SAINT-MAUR

« Des marchés de quartier, riches par leur offre et satisfaisant la diversité des besoins alimentaires de chacun des riverains usagers »

- | | |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| • Typologie et qualité de produits recherchés | Produits frais de belle qualité, mais également à des prix + accessibles |
| • Catégorie de commerçants | Tous commerces alimentaires |
| • Fréquence | 2 fois par semaine |
| • Horaires | 8h-13h |
| • Ambiance | Authenticité des commerces |
| • Offres de produits non-alimentaires | 5% |
| • Innovation | Remplacement/ Succession des commerces cédants à des produits à + f valeur ajoutée (circuit court, producteurs, artisanat...) |



STRATÉGIE COMMERCIALE

MARCHÉS DES MÛRIERS ET DE CHAMPIGNOL

« Des marchés de quartier, offrant une offre alimentaire répondant aux besoins essentiels »

- Typologie et qualité de produits recherchés
- Catégorie de commerçants
- Fréquence
- Horaires
- Ambiance
- Offres de produits non-alimentaires

Produits frais essentiels
Tous commerces alimentaires & fleuristes
2 fois par semaine
8h-13h
Marchés de proximité
5%

STRATÉGIE COMMERCIALE : SPÉCIALISATION DU MARCHÉ DE LA PIE

Nouveau
RÉPONSE AUX QUESTIONS 1 ET 2
« CRITÈRE N° 3 QUALITÉ DE L'OFFRE »
(PHASE 2 DE LA NÉGOCIATION)

Le marché de la Pie, ouvert tous les dimanches matin accueille aujourd'hui 5 commerçants abonnés.

Ce marché de quartier, a du mal à se développer davantage du fait de sa proximité avec le marché couvert d'Adamville – le plus grand marché de la Ville.

Afin d'y apporter une nouvelle dynamique et de le transformer en lieu de destination, nous vous proposons de **le spécialiser en produits circuit-court, tout en préservant l'offre de commerces de bouche existante**, très appréciée par la clientèle du quartier. Bien évidemment, en cas de départ d'un commerçant abonné – les candidatures des producteurs, artisans locaux et des commerces BIO seront prioritaires.

Quand ? – Le recrutement de nouvelles activités sera effectué dès la 1^{ère} année du contrat.

Comment ?

- Ces nouveaux commerçants viendront compléter l'offre existante ou remplacer un commerçant abonné en situation de départ.

Plan de communication prévu :

- Ils seront identifiés grâce à une signalétique dédiée (kakémono, un label spécifique) fournie par nos soins.
- A chaque nouvelle arrivée sur le marché, un portrait de commerçant sera réalisé par notre Pôle Communication et diffusé sur les réseaux sociaux dédiés aux marchés de Saint-Maur et les canaux de communication de la Ville (avec son accord préalable).
- Des reportages photos & vidéos réguliers pour mettre en valeur les produits proposés.



STAND DÉDIÉ AUX ACTEURS LOCAUX

Nouveau
RÉPONSE À LA QUESTION 1
(PHASE 1 DE LA NÉGOCIATION)

Ci-dessous les conditions d'exploitation du stand dédié aux acteurs locaux que nous mettrons à disposition sur les marchés de plein-air.

1. La sélection des demandes :

- Toutes les demandes d'emplacement seront soumises à une validation administrative qui sera effectué chez le délégataire
- Dans un 2ème temps seront analysés et priorisés les demandes, après envoi à la Ville pour validation
- Nous espérons pouvoir programmer ces demandes au semestre de façon à créer des "rendez-vous" périodiques

2. La temporalité, la récurrence :

- 1 Semaine = 2 tenues = 1 Marché = 1 Association
- La présence de ces acteurs et leur récurrence va beaucoup varier en fonction de la nature de l'association
- Nous sommes prêts à accueillir sur 1 même marché la même association plusieurs fois par an

3. Le choix du marché :

- En fonction du rayon d'action des acteurs locaux, nous les orienterons vers tel ou tel marché
- Les 6 marchés découverts de la Ville peuvent être l'objet d'une opération de ce type
- Nous orienterons les associations vers le marché/ la tenue de marché qui sera le plus en adéquation avec leurs besoins

4. La communication :

- Il est nécessaire de prévenir la venue de ces acteurs locaux sur les réseaux de la Ville, mais également de relayer leurs publications sur @lesmarchésdeSaintMaur
- Il faut faire de la présence de ces acteurs un événement, ou au moins une actualité, qui doit être relayé et qui devienne récurrente, de façon à ce que les Saint-Mauriens s'y habituent.

PROGRAMME D' ACTIONS MARKETING ET COMMERCIALES ET POLITIQUE D' INFORMATION (ANNEXE 10)

- COMMUNICATION DIGITALE

NOTRE APPROCHE : Promouvoir et valoriser l'activité de vos marchés à travers une **communication régulière, adaptée aux différents profils de clientèle et génératrice d'interactions !**

AXE 1 :

Générer une dynamique autour des marchés

- › Relayer leurs actualités (arrivée de nouveaux commerçants, temps forts spécifiques, infos pratiques...)
- › Travailler la présence à l'esprit pour créer un **réflexe « Marché »** pour ses courses quotidiennes
- › Attirer les **nouveaux clients**

AXE 2 :

Créer du lien entre les commerçants et les clients

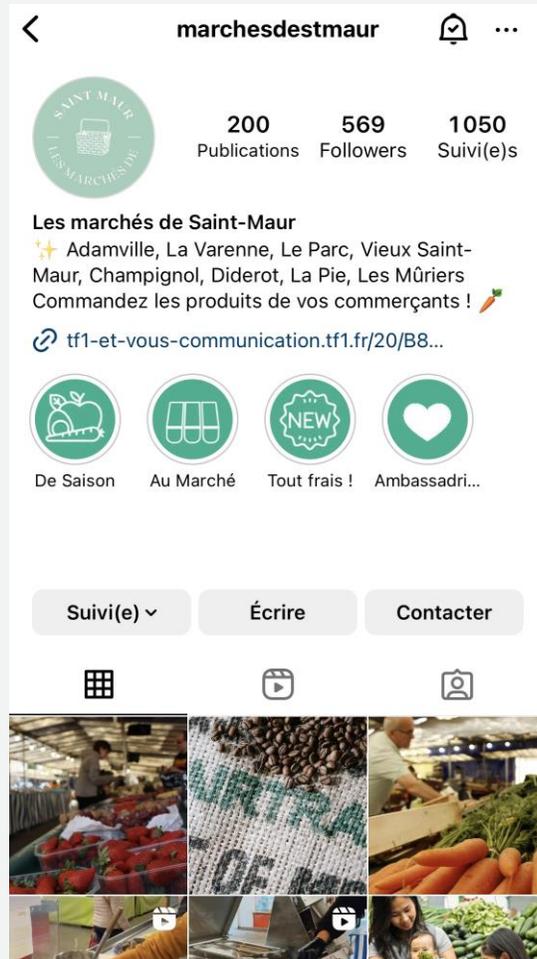
- › Construire une communication sur les différents canaux de diffusion à destination d'une **cible rajeunie** (18-45 ans)
- › Travailler des contenus spécifiques axés sur **l'expérience client**
- › Promouvoir le **consommer local**, plus **responsable** (portraits des commerçants, présentation des produits, recettes de cuisine...)

NOS SOLUTIONS NUMÉRIQUES :

› Un Site WEB dédié aux marchés de Saint-Maur « [@marchésdest-maur.com](https://marchésdest-maur.com) »

› **Communication régulière (3 posts/semaine) sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram)**

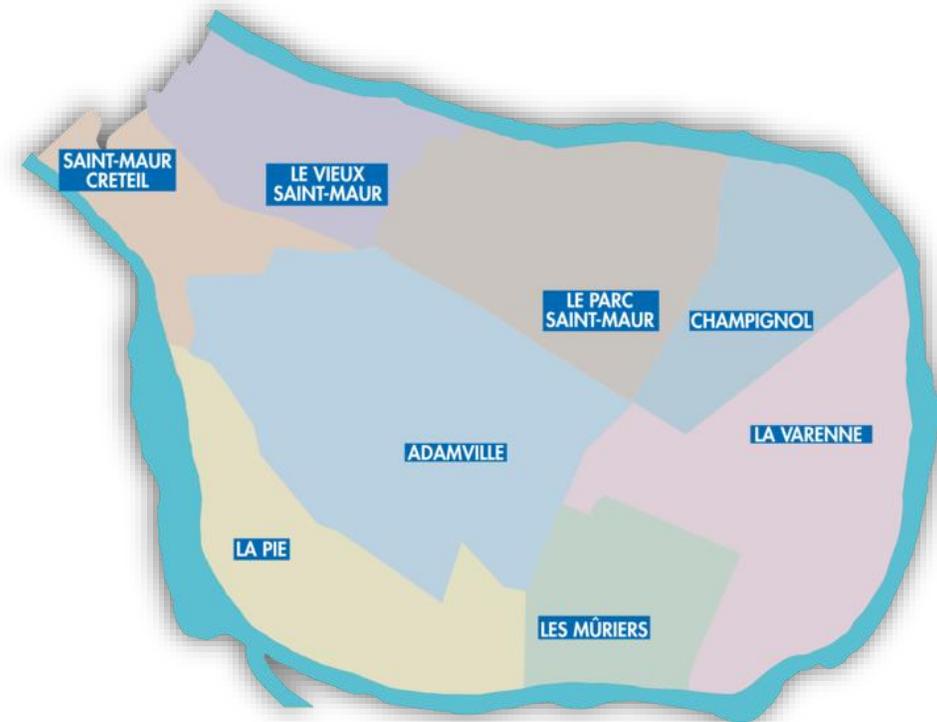
EXEMPLES DE NOS POSTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX QUI METTENT EN AVANT LES PRODUITS ET LES COMMERÇANTS DES MARCHÉS DES SAINT-MAUR :



PROGRAMME D' ACTIONS MARKETING ET COMMERCIALES ET POLITIQUE D' INFORMATION (ANNEXE 10)

- PLAN DES MARCHÉS

Nous vous proposons de distribuer à l'ensemble de la population un plan des marchés de la ville pour familiariser les habitants avec les jours de marché, pour susciter de la curiosité à découvrir ou redécouvrir les marchés Saint Mauriens.



MÉTHODOLOGIE RELATIVE AUX ENQUÊTES DE SATISFACTION (ANNEXE 11)

La Ville de Saint-Maur-des-Fossés possède 6 marchés découverts et bénéficie donc d'une offre très riche de commerces de marché qu'il faut entretenir et renouveler constamment pour obtenir un **ensemble commercial cohérent et attractif** pour chacun des actuels et futurs habitants. Les marchés de Saint-Maur-des-Fossés sont un élément essentiel dans l'attractivité de la Ville. Chaque marché a sa propre typologie d'usagers, ses caractéristiques, et donc nécessite une stratégie commerciale adaptée.

Réalisation d'une étude de satisfaction et d'expression de besoins

Avant même de définir un concept, il est indispensable d'identifier sa cible, ses besoins et de prendre connaissance du potentiel évolutif de la demande tout au long du contrat.

Dans les premiers mois de contrat, nous allons réaliser une étude de satisfaction de clientèle portant sur l'ensemble des marchés et qui sera actualisée annuellement.

Cette étude nous servira de base pour la définition d'une **stratégie globale de développement** de vos marchés et la construction d'un **plan d'actions porté** sur les 5 prochaines années pour chaque marché.



OBJECTIFS DE L'ÉTUDE :

- > Définir les profils des clients et des non-clients, **identifier leurs besoins et attentes** en matière de développement commercial de vos marchés.
- > Connaître les **points faibles et les raisons de la non-fréquentation**. Proposer des solutions concrètes pour y remédier.
- > Proposer à la Ville un **plan d'actions de dynamisation pour chaque marché**

MÉTHODOLOGIE RELATIVE AUX ENQUÊTES DE SATISFACTION (ANNEXE 11)

NOTRE APPROCHE :

- > Une **enquête « en direct »**, sur tous les marchés, auprès de la clientèle, des commerçants et des acteurs de quartier – via tablettes mises à disposition par nos soins.
- > Un **questionnaire en ligne à diffuser** (avec votre accord) sur les canaux de communication de la Ville et nos réseaux sociaux pour atteindre les non-clients.

NOTRE ÉQUIPE QUALIFIÉE :



Des techniciens spécialisés en informatique et en solutions digitales pour garantir une accessibilité et une maintenance permanente du service.



Une Equipe Projet, constituée d'une Responsable de Projet et des Chargés d'études, en charge de la construction du questionnaire, de l'analyse qualitative et quantitative des données et de la définition des propositions d'action.

Nous vous garantissons :

Validation préalable de notre méthodologie de travail avec les services de la Ville (Commerce, Communication...)

Un travail en **co-construction du questionnaire** avec la Ville

Organisation des **points d'étapes** et des **réunions de restitution**

Présentation d'un **bilan annuel d'actions** réalisées



Analyse des résultats de l'étude nous permettra d'orienter et d'optimiser le travail de prospection et de recrutement de nouveaux commerçants répondant aux objectifs fixés.

OFFRE « ABONNÉS »

-Axe 1 : Prospection & recrutement :

- 5 agents à temps-plein pour prospecter les activités commerçantes les plus recherchées (producteurs, circuit court, métiers de bouche...)
- Diffusion des appels à candidature via notre réseau de commerçants-clients (un fichier de 5 750 contacts), nos canaux de communication digitaux (site Du Groupe Dadoun, nos réseaux sociaux, LinkedIn, , nos partenaires (fédérations de commerces de bouche, écoles professionnelles, chambres consulaires...)
- Une stratégie de recrutement ciblée > priorité aux activités identifiées lors de l'enquête de satisfaction et aux candidatures de commerçants & artisans locaux (ancrage territorial).
- Partenariats avec des institutionnels (CMA 94, CCIP), les écoles professionnelles et les fédérations des métiers de bouche pour recruter des porteurs de projets.

-Axe 2 : Accompagnement à l'installation :

- Un plan de communication dédié aux nouveaux commerçants : la réalisation d'un article-portrait et d'une vidéo de présentation, un kakémono « nouveau commerçant »
- Un suivi renforcé (administratif et terrain) sur les premiers mois d'activité

Complément d'information : Cf. Réponse à la question N°3 – « Qualité de l'Offre » phase 2 de la négo.

Nos propositions d'actions en matière de fidélisation des commerçants abonnés

- Un meilleur service offert : des interlocuteurs dédiés (sur le terrain et au siège) , des applications adaptées et un dialogue permanent.
- Une écoute et une compréhension des besoins, avec des propositions de marchés attractifs sur les autres jours de la semaine.
- Une communication digitale régulière pour promouvoir l'offre existante (portraits, mise en avant produit...)

OFFRE « VOLANTS »

Notre stratégie consiste à :

1. Conserver un cœur de marché alimentaire attractif générant un flux de population suffisant. Les commerçants volants sont évidemment attirés par des marchés alimentaires de bonne tenue et fréquentés assidument.
2. Fidéliser – Comme les commerçants abonnés, les commerçants volants de qualité doivent être accueillis, accompagnés et servis par nos équipes.
3. Recruter – via les chambres de métiers et d'artisans (source de nos recrutements sur nos marchés d'artisans et marchés estivaux nocturnes), via les labels « Fabriqués à ... », et une sélection attentive de nos régisseurs

NOTRE VALEUR AJOUTÉE :

UN RÉSEAU DE COMMERÇANTS-PARTENAIRES

QUI NOUS RECOMMANDENT ET NOUS SUIVENT !

GRÂCE À NOTRE EXPÉRIENCE DE PLUS DE 77 ANS, NOUS DISPOSONS DE LA BASE DE CONTACTS "COMMERÇANTS NON SÉDENTAIRES" **LA PLUS QUALITATIVE D'ÎLE-DE-FRANCE** ! UN FICHER DE 5 750 CONTACTS QUI NOUS PERMET DE SATISFAIRE RAPIDEMENT LES BESOINS DES COLLECTIVITÉS !

- Nous gérons les **2 plus grands marchés 100% Bio** d'Île-de-France (marchés des Batignolles (17^{ème}) et Raspail (16^{ème})
- **+ de 300 Commerçants Bio** - rien que sur les marchés franciliens !
- **Près de 400 Producteurs locaux** nous font confiance !
 - > Nous accompagnons des producteurs et artisans franciliens qui démarrent leur activité sur nos marchés (partenariats avec les écoles professionnelles, les chambres consulaires, les villes-partenaires...)
- **+ 700 Traiteurs spécialisés** (cuisine du monde et produits régionaux) et des professionnels de la restauration qui animent les espaces de convivialité et participent à la dynamique des marchés !

NOS OUTILS TECHNIQUES POUR LA RÉCEPTION DES CANDIDATURES ET LA DIFFUSION DES ANNONCES



Notre site Web pour faire une demande de place en ligne :

INSCRIPTION

Des Appels à candidatures pour répondre aux demandes spécifiques des Villes :

- › Annonces sur notre site Web et nos réseaux sociaux !
- › SMS/ mailing à notre réseau des commerçants

Vous aurez la possibilité de **consulter à distance et en temps réel**, l'ensemble des demandes de places via notre plateforme web « **Outil Cœur de Ville** » (ocv) !



+ 4

Nouveaux abonnements de commerçants alimentaires en 2023

POUR LES COMMERÇANTS VOTRE PLACE SUR UN MARCHÉ **DADOUN** GROUPE POUR LES COLLECTIVITÉS NOS VALEURS FAIRE VIVRE LE CŒUR DES VILLES

Vous souhaitez une place sur nos marchés ?

Écrivez-nous en précisant votre activité, vos souhaits, une préférence et nous prendrons contact avec vous dans les plus brefs délais.

NOM PRÉNOM - RAISON SOCIALE	DÉMARRAGE DE L'ACTIVITÉ
<input type="text"/>	<input type="text"/>
ADRESSE EMAIL	NATURE DU COMMERCE
<input type="text"/>	<input type="text"/>
TÉLÉPHONE	ACTIVITÉS
<input type="text"/>	<input type="text"/>

ENVOYER →

POUR LES COMMERÇANTS VOTRE PLACE SUR UN MARCHÉ **DADOUN** GROUPE POUR LES COLLECTIVITÉS NOS VALEURS

ENVOYER →

NOUS RECHERCHONS DES ARTISANS, REVENEURS, TRAITEURS, PRODUCTEURS SPÉCIFIQUES POUR CERTAINS DE NOS MARCHÉS, CONTACTEZ-NOUS RAPIDEMENT !

- Marché de Yerres :**
 - Libanais
 - Olives & fruits sec
- Marché de Villiers sur Marne :**
 - Boulanger
 - Fleuriste
- Marché d'Alfortville centre :**
 - Fromager bio
 - Volaitier
- Marché Lefevre Paris 15e :**
 - Boucher
 - Charcutier
 - Boulanger