

# LES FICHES TECHNIQUES DU RÉSEAU GAB/FRAB

## CIRCUITS COURTS FICHE N° 3



### RÉGLEMENTATION :

#### • MARCHÉ SUR DOMAINE PUBLIC

Le plus souvent, un marché est organisé sur les dépendances du domaine public communal (place publique, halles communales). C'est alors la Mairie de la commune qui gère le marché, en général via la publication d'un arrêté municipal et d'un règlement intérieur. A ce titre, les participants du marché doivent être munis d'une autorisation délivrée par le maire pour pouvoir y participer.

#### • MARCHÉ SUR DOMAINE PRIVÉ

Parce que cet espace n'est normalement pas destiné à la vente, il faudra en plus de l'autorisation du propriétaire du lieu, effectuer une déclaration de vente au déballage auprès de la mairie concernée (formulaire cerfa 13939\*01). La mairie ne pourra refuser que si la limite des 60 jours par année civile dans un même local ou sur un même emplacement est dépassée ou pour des motifs d'hygiène ou de sécurité.

### QUELS SONT LES MARCHÉS EXISTANTS À CÔTÉ DE CHEZ MOI ?

Il existe des listes départementales précisant adresses, horaires, et contact du placier pour chaque marché, qu'il soit hebdomadaire ou saisonnier. Ces listes sont disponibles sur demande à la Chambre de Commerce et d'Industrie de votre département.

### ENTRÉE ET EXCLUSION SUR UN MARCHÉ

Un producteur qui souhaite vendre des produits sur un marché de plein vent doit :

- se déclarer à la préfecture [déclaration d'installation] ;
- prendre contact avec la mairie et le placier dont dépend le marché [ils fourniront l'ensemble des informations relatives aux démarches à effectuer ainsi que les éléments de fonctionnement général du marché : horaires, règles de propreté, métrage, paiement des places, etc.].

#### • LE PRODUCTEUR DOIT-IL DEMANDER UNE CARTE DE COMMERÇANT AMBULANT ?

Non. Les agriculteurs qui vendent les produits qu'ils ont cultivés, ou qui vendent occasionnellement des produits qu'ils ont achetés, ne sont pas obligés d'avoir une carte de commerçant ambulant. La vente directe est considérée comme un prolongement de l'activité agricole (cf. Règles achat revente).

#### • COMMENT LES PLACES SONT-ELLES ATTRIBUÉES ?

Toute demande d'attribution d'emplacement fixe doit être formulée par écrit à l'attention du Maire de la commune. Les demandes sont ensuite inscrites sur un registre dans l'ordre des réceptions et seront attribuées par le conseil municipal dans l'ordre chronologique après consultation d'un comité d'attribution (souvent l'association des exposants du marché, mais parfois l'association des commerçants en fait aussi partie).

Sur les plus gros marchés ou ceux qui sont économiquement très intéressants, il existe souvent des listes d'attente avec une attente qui peut durer plus d'un an. Il faut alors beaucoup de patience ! Les producteurs sont en principe prioritaires sur le marché de la commune où ils habitent.

Pour les demandes d'attribution d'emplacements occasionnels (% de places volontairement laissées vacantes), la chronologie n'étant pas applicable, souvent la pratique veut qu'un tirage au sort soit effectué sur place avant le lancement du marché.

## VENDRE SUR UN MARCHÉ DE PLEIN VENT

### GÉNÉRALITÉS :

Un marché de plein vent «classique» peut être composé de producteurs, d'artisans, de commerçants alimentaires ou non. La vente sur les marchés de plein vent est considérée comme de la vente directe dans le cas où le producteur vend directement au consommateur (sans intermédiaire).

Les marchés sont le débouché principal des fermes bio bretonnes commercialisant en circuits courts : 51% des fermes ont recours à ce mode de commercialisation et il représente 36% du chiffre d'affaires régional en circuits courts bio [1].

### AVANTAGES

- ▶ Se faire connaître
- ▶ Bonne valorisation économique de la production
- ▶ Possibilité de faire plusieurs marchés
- ▶ Compatible avec une activité saisonnière
- ▶ Avoir un retour direct de ses clients – fidélisation

### INCONVÉNIENTS

- ▶ Chronophage (logistique importante : préparation, vente, rangement)
- ▶ Activité éprouvante (chargement, rangement, saisonnalité)
- ▶ Ambiance pas toujours sereine (relations producteurs/revendeurs)
- ▶ Frais à prévoir pour l'emplacement et le matériel spécifique (vitrine frigo, étal, outils pour donner de la visibilité...)

### CONDITIONS DE RÉUSSITE

- ▶ Démarcher les mairies pour l'emplacement
- ▶ Bien choisir son marché (notoriété, complémentarité de gamme...)
- ▶ Se faire une place parmi les exposants (qualité de l'emplacement)
- ▶ Avoir un étal ou stand mobile et le présenter de manière attractive
- ▶ Respecter les règles de mise sur le marché
- ▶ Bien étudier ses prix

[1] – L'observatoire bio breton de la vente en circuits courts (édition 2012 – chiffres 2011)

#### • QUELS SONT LES TARIFS PRATIQUÉS ?

D'un marché, voire même d'une saison à l'autre, les droits de place sont très variables. Ils sont le plus souvent pratiqués au mètre linéaire par mois ; ils sont valables pour une année complète et à régler au placier qui passe une fois par trimestre. Pour le savoir, contacter la mairie où vous envisagez de vendre vos produits.

	PRIX UNITAIRE	PRIX AU TRIMESTRE (SI PRÉSENCE TOUS LES JOURS)
<b>USAGERS HABITUELS</b>		
SAND DE 3M	1,44	17,28
STAND DE 3M + ÉLECTRICITÉ	2,29	27,48
<b>USAGERS SAISONNIERS (+ D'UNE FOIS PAR AN)</b>		
STAND DE 3M	7,95	95,4
STAND DE 3M + ÉLECTRICITÉ	8,8	105,6

Exemple tiré des tarifs en vigueur sur les marchés d'Auray au 1er/01/2014

#### • PUIS-JE ÊTRE EXCLU D'UN MARCHÉ ?

Oui. L'absence prolongée d'un exposant peut être une condition d'exclusion, ainsi que la non présentation de documents administratifs. Pour connaître précisément les règles applicables sur le marché qui vous intéresse : demander à consulter le règlement du marché en mairie.

### QUI VEND QUOI SUR UN MARCHÉ ?

#### • QUELLE EST LA GAMME DE PRODUIT ATTENDUE ?

Les clients viennent en priorité sur les marchés de plein vent pour les produits frais, les fruits et légumes particulièrement mais aussi le pain, les produits laitiers et carnés. Les producteurs doivent nécessairement avoir des produits classiques, de saison et avoir une gamme la plus diversifiée possible (variétés anciennes, légumes rares, recettes traditionnelles... sont généralement appréciés).

On craint souvent la concurrence sur les marchés, pourtant les grands marchés où plusieurs producteurs proposent la même gamme de produits sont très attractifs et restent extrêmement dynamiques. La concurrence n'est donc pas un handicap sur un marché, au contraire elle permet souvent d'augmenter la notoriété du marché et d'attirer de nouveaux consommateurs.

#### • QUELLES SONT LES OBLIGATIONS RÉGLEMENTAIRES ?

Les producteurs doivent respecter les textes réglementaires qui s'appliquent dans le cadre de la vente de produits alimentaires sur les marchés de plein air: en matière d'hygiène, d'information du consommateur sur les prix, d'affichage informatif... (voir fiche Circuit Court n°6 : Réglementation et étiquetage)

En cas de doute sur le respect des règles, il est préférable de se renseigner préalablement auprès des autorités concernées : DDCSPP.

#### • COMMENT PRÉSENTER MES PRODUITS ?

Les stands bien arrangés ont plus de chance d'attirer la clientèle : impression de volume, variation des couleurs, plans inclinés, disposition des produits d'appel... (cf. Fiche : Rendre son étal de légumes attractif). Le réseau FRAB met en place des formations sur la thématique, n'hésitez pas à vous rapprocher de l'animateur concerné par la commercialisation dans votre département.

En général, les différents statuts (commerçant, agriculteur, artisan...) sont trop peu souvent signalés. Pourtant les « producteurs » sont recherchés des consommateurs : n'hésitez pas à le spécifier sur un écriteau, une banderole... Pour se distinguer des revendeurs, les producteurs proposent parfois des recettes sur des ardoises ou tracts à emporter...

Le label bio est également un gage de qualité recherché du consommateur sur lequel il ne faut pas se priver de communiquer. Des outils spécifiques au réseau GAB-FRAB, pour vous aider à être identifié comme « producteurs bio bretons » sont en cours d'élaboration, rapprochez vous de votre GAB pour les connaître.

Enfin, un bon sens du contact encouragera la fidélisation, ainsi que le fait d'avoir son stand toujours à la même place et tenu par le même vendeur.

## LES PRIX ET LA RENTABILITÉ DU MARCHÉ

### • COMMENT FIXER MES PRIX ?

Le prix de vente sur un marché doit prendre en compte :

- le coût de production
- le temps passé à la préparation et au rangement
- le temps passé à la vente
- le coût du transport (temps véhicule et carburant)
- une marge correspondant aux besoins en autofinancement et trésorerie

Si ce prix est complètement déconnecté des marchés et de la réalité des producteurs bio voisins, le producteur peut s'interroger sur les différents postes de charges (le marché n'est-il pas trop éloigné pour le chiffre d'affaires réalisé?) et chercher les marges d'optimisation possible ou l'équilibre cohérent avec un autre produit, atelier ou circuits de commercialisation.

Pour les aider à situer les prix pratiqués par produit et par débouché et favoriser le partage d'information entre producteurs bio, le réseau GAB-FRAB met en place des mercuriales de prix. Des synthèses départementales et régionales sont envoyées aux producteurs participants.

### • QUEL CHIFFRE D'AFFAIRES ESPÉRER ?

Les producteurs qui ont recours à ce mode de commercialisation réalisent en moyenne 2,3 marchés par semaine. Ce chiffre est globalement stable depuis 2007. Le chiffre d'affaires moyen d'un producteur bio breton par marché est de 330€.

PRODUCTIONS	MOYENNE DE CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN PAR MARCHÉ
BOVIN LAIT (CRÈMERIE, FROMAGES)	329
BOVIN VIANDE	252
CÉRÉALES ET POLYCLTURE (PAIN, FARINE...)	294
FRUITS (POMMES, FRUITS ROUGES)	207
LÉGUMES	381
OVINS/CAPRINS	258
PORC	467
VOLAILLE	320
<b>TOTAL MOYENNE DE CA MOYEN / MARCHÉ</b>	<b>336</b>

Répartition par production des chiffres d'affaires moyens réalisés Source : Observatoire bio breton de la vente en circuits courts (édition 2012 - chiffres 2011)

Ce montant est à nuancer compte tenu des écarts importants d'un producteur à un autre. C'est dans le Morbihan que la disparité est la plus importante : alors qu'un marché génère en moyenne 340€, la moitié des fermes encaissent moins de 250€ par marché, mais un quart d'entre elles encaissent plus de 400€.

Ces écarts-types élevés peuvent être reliés au nombre important de jeunes installés, en cours de fidélisation de leur clientèle. Les chiffres d'affaires générés restent globalement faibles, en comparaison du temps moyen passé sur les marchés.

Enfin, il est à prendre en compte que les producteurs qui participent à la création du marché sont ceux qui prennent le plus de risque car il est difficile de prévoir précisément l'afflux de clients et donc le chiffre d'affaire que le marché permettra de dégager pour chaque producteur. Une phase de transition pendant laquelle les revenus dégagés seront plus faibles est prévisible.

## LES MARCHÉS SPÉCIFIQUES

### • LES MARCHÉS BIO



Un marché bio n'est ouvert qu'aux opérateurs (producteurs, transformateurs, distributeurs...) titulaires d'un document justificatif mentionnant la certification biologique des produits. Un règlement intérieur doit être rédigé au niveau communal pour préciser ce cadre et les règles à respecter. C'est en effet la seule mention légale qui permette, pour un marché dans sa globalité, de garantir des produits issus d'un mode de production respectueux de l'environnement. Ce type de marché présente un intérêt aussi bien pour les opérateurs, qui peuvent y voir une nouvelle opportunité de débouchés rémunérateurs, que pour les consommateurs, qui ont dès lors accès à des produits de qualité, issus de fermes biologiques le plus souvent locales, dans un cadre convivial. Il devient alors facile, à partir de ce lieu, de communiquer sur les bienfaits du mode de production biologique, de mettre en avant les produits lors d'animations en présence des agriculteurs, et donc de toucher le grand public. En Bretagne on compte 23 marchés bio en 2014 (6 en 22, 7 en 29, 6 en 35, 4 en 56).

### • MARCHÉS DE FRANCE



Créés en 1921 par la Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France (FNSCMF), ces marchés sont ouverts à tous types d'opérateurs.

Les commerçants y sont généralement majoritaires. L'adhésion du marché à cette fédération, implique de suivre la « réglementation des marchés de France », et donne la possibilité d'être épaulé par un syndicat départemental dans l'application de ce règlement. On compte 20 000 adhérents et un maillage de 150 syndicats sur le territoire national. En Bretagne, il existe un syndicat des marchés de France dans chaque département.

### • MARCHÉS DE PRODUCTEURS DE PAYS



Reconnaisables grâce à la marque «Marchés des Producteurs de Pays» déposée en 2007 par la Chambre d'Agriculture, ces marchés ne sont accessibles qu'aux producteurs qui ne pratiquent pas l'achat-revente. Qu'ils pratiquent une agriculture biologique ou conventionnelle, ces derniers sont acceptés s'ils sont signataires d'une charte. Sur certains de ces marchés, lorsque l'offre des producteurs n'est pas suffisamment diversifiée, les artisans locaux sont acceptés dans une limite de 20% des exposants. Aujourd'hui ces marchés sont présents dans 38 départements français et le premier à avoir vu le jour en Bretagne se situe à Inzinzac Lochrist dans le Morbihan.

## POURQUOI PAS UN STAND COMMUN ?

C'est ce qu'a tenté Cécile Bardoulat productrice de petits fruits à Cléguérec (56) en s'associant à une maraichère qui transforme ses produits (soupes, tartes) et une revendeuse en fruits et légumes et produits d'épicerie, toutes les deux de Cléguérec également. L'idée est née sur le marché de Pontivy : « Nous faisons le même marché et étions les unes à côté des autres, on avait les mêmes clients, et la même envie de vendre des produits sains, frais et de qualité. On est devenue copines et on s'est dit pourquoi pas un stand commun pour gagner du temps ? ».

C'est ainsi que les trois amies ont décidé de partager leurs stands et vendre leurs produits sur trois marchés différents par semaine en ne tenant qu'une seule permanence chacune. « Les clients habituels ont trouvé que c'était une super idée. Par contre on doit encore travailler notre communication pour valoriser la démarche et que les clients nous identifient comme un collectif de producteurs et non pas un revendeur. On essaie aussi de tourner sur les marchés et ne pas faire toujours les mêmes pour que les clients continuent de nous voir toutes les trois. »

Après deux à trois mois de fonctionnement, le projet de mutualisation de stand a débouché sur un projet de mutualisation de chambre froide. « Ca nous motive de travailler à trois, on se sent moins seuls sur nos fermes et les projets fusent. » L'association s'est équipée et la chambre froide, localisée chez Cécile (à 2km en moyenne des autres membres du collectif), est devenue le point de départ et d'arrivée de chacun des marchés. Pour ce qui est des comptes, elles ont fait le choix d'une caisse commune, les initiales du producteur ou revendeur concerné sont notées au fur et à mesure sur les tickets, puis les comptes sont faits au retour de chaque marché par celle qui l'a tenu.

Après deux ans, le collectif se porte toujours aussi bien, probablement parce qu'elles se voient régulièrement et qu'elles se disent les choses. Comme le précise Cécile : « l'image de nos produits impacte sur les produits des autres, donc si un produit ou un prix ne nous convient pas on est assez franche pour se le dire ».



ILS SOUTIENNENT  
UNE AGRICULTURE  
DE QUALITÉ EN  
BRETAGNE



Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural : l'Europe investit dans les zones rurales



POUR EN SAVOIR PLUS  
SUR L'AGRICULTURE BIO

► Contacter le Groupement  
d'Agriculteurs Biologiques de  
votre département

> CÔTES D'ARMOR

GAB d'Armor ■ 02 96 74 75 65

> FINISTÈRE

GAB 29 ■ 02 98 25 80 33

> ILLE ET VILAINE

Agrobio 35 ■ 02 99 77 09 46

> MORBIHAN

GAB 56 ■ 02 97 66 32 62



Réseau Gab • Frab  
Les Agriculteurs Bio de Bretagne