

LES marchés DU Loiret

Vendre sur les marchés
Mode d'emploi



Une initiative



CCI LOIRET

En partenariat avec



AGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMBRE AGRICOLAIRE
LOIRET



Chambre
Métiers
et Artisanat
CENTRE-VAL DE LOIRE
LOIRET



Édito



La CCI Loiret porte des ambitions fortes et notamment celle de favoriser et soutenir le développement économique de l'ensemble du territoire. Pour atteindre cet objectif, la CCI Loiret travaille à l'accélération de la dynamisation des centres-villes et des centres-bourgs.

L'un des leviers majeurs qui contribuent à l'animation des centres-villes est la mise en place d'un marché hebdomadaire. Véritables lieux de rencontres, les marchés placent au cœur l'humain. Ils permettent de créer du lien et de rapprocher les populations au travers de valeurs communes : la proximité, la convivialité, l'authenticité.

Aujourd'hui, l'un des enjeux consiste à adapter la tenue de marchés aux nouveaux modes de vie des consommateurs afin que les générations actives puissent aussi en bénéficier. Si la passion du métier reste un atout de taille pour la qualité du service rendu et l'image globale du marché, la professionnalisation des commerçants est aujourd'hui devenue incontournable.

Il apparaît donc nécessaire d'accompagner au mieux les personnes voulant exercer ce métier en leur donnant les outils adéquats pour valider la pertinence, la faisabilité et la viabilité de leur projet. Mettez toutes les chances de votre côté grâce à ce guide réalisé par la CCI Loiret.

Pour aller plus loin, vous pouvez compter sur la disponibilité de mes équipes.

Philippe GOBINET
Président de la CCI Loiret



Sommaire

- P4 Introduction
- P5 Marchés en France
- P6 Marchés dans le Loiret
- P8 Dynamiser les marchés du Loiret
- P9 Professionnels des marchés
- P10 Cohérence projet créateur
- P11 Étude de marché
- P13 Étude financière
- P16 Choix de la structure juridique
- P18 Démarches de création
- P20 Assurances
- P21 Aides à la création
- P22 Réglementation
- P24 Réglementation pour aller plus loin
- P26 Trouver une place sur un marché
- P27 Cession de place et la loi Pinel
- P28 Marchés de demain
- P29 Fédération nationale des marchés de France
- P30 Chambre de commerce et d'industrie du Loiret
- P31 Chambre d'agriculture du Loiret
- P32 Lexique des marchés
- P34 Adresses utiles
- P35 Textes officiels
- P36 Mentions légales



Introduction

Les marchés jouent un rôle important dans notre vie quotidienne. Les crises successives de ces dernières années ont renforcé l'importance des commerces de proximité et des marchés, qui répondent à différentes fonctions :

Economique

En France, commerçants, artisans et agriculteurs débattent sur plus de 12 000 marchés répartis sur 8 000 communes. Les marchés participent à la création d'activités, à l'attractivité et au développement des commerces sédentaires de proximité.

Sociale

Véritable lieu d'échanges et de partages, les marchés encouragent le contact humain et la convivialité. Ils permettent aux publics éloignés de maintenir un lien social et offrent une grande diversité de produits alimentaires et manufacturés à proximité de chez soi.

- 90% des consommateurs fréquentent les marchés
- Qualité et diversité des produits
- Produits locaux

De nombreux marchés proposent régulièrement des animations conviviales, ces moments festifs permettent d'affirmer leur différence face aux autres formes de distribution.

Environnementale

Alors que les enjeux environnementaux sont au cœur des préoccupations, les marchés participent à la lutte contre le réchauffement climatique et la consommation de masse. Une majorité de produits est issue de circuits courts, permettant ainsi aux consommateurs d'acheter des produits locaux, frais et de saison.

Par ailleurs, les marchés participent au maintien de l'agriculture et des zones vertes en périphérie des villes.



Marchés de France

3 morphologies de marchés

- Marchés de **PLEIN AIR**
- Marchés **COUVERTS** (ou dans des « halles » ouvertes ou fermées)
- Marchés **MIXTES**, proposant une partie de leur offre sous une halle (souvent semi-couverte ou « halle de plein vent ») et l'autre en plein air

3 types de marchés

- Marchés **ALIMENTAIRES**
- Marchés **MANUFACTURÉS**
- Marchés **MIXTES**

Quelques chiffres clés

12 000
marchés en France

8 000
communes accueillent un ou
plusieurs marchés

82%
sont mixtes

+ de
4,8 Md€
de CA en 2020

Le commerce ambulant
représente
14,8%
du secteur alimentaire

Marchés du Loiret

Diversité à la portée de tous

Ce sont plus de **120 marchés qui se tiennent chaque semaine dans le Loiret** et près d'1/4 des communes du département possède au moins un marché hebdomadaire.

Les marchés jouent un rôle essentiel dans la vie communale :

- Ils pallient la fragilisation du tissu commercial sédentaire.
- Ils répondent aux attentes d'une clientèle vieillissante.
- Ils permettent, à chacun de remplir son panier de produits frais, en toute convivialité.

Les collectivités ont bien saisi l'importance des marchés. Véritable lieu de vie locale, ils offrent un service de proximité notamment dans les communes de moins de 3 500 habitants.

La majorité des marchés créée ces dernières années se tient en fin de semaine. Il s'agit d'une volonté des collectivités qui s'adaptent aux modes de vie et aux habitudes de consommation d'une clientèle constituée d'actifs. C'est également la raison pour laquelle les marchés de fin de journée connaissent un grand succès.



45%

des marchés se tiennent du
VENDREDI au DIMANCHE

LES MARCHÉS DU LOIRET

EDITION 2022-2023



Dynamiser les marchés du Loiret

Le programme de dynamisation des marchés du Loiret a été lancé en 2010 à l'initiative de la CCI Loiret.

L'objectif de ce programme est de :

- Promouvoir et développer les marchés
- Professionnaliser les acteurs des marchés

**AFIN DE RÉPONDRE À CES OBJECTIFS,
LA CCI LOIRET A MIS EN PLACE DES ACTIONS :**

Vous former et vous informer

Le guide " Mieux vendre sur les marchés | Mode d'emploi "

Les étapes cruciales pour construire votre projet d'entreprise sur les marchés.

Le rendez-vous annuel des placiers

- Informer les placiers et les receveurs sur l'évolution de la réglementation applicable aux marchés
- Créer un réseau afin qu'ils puissent échanger sur les bonnes pratiques et problématiques rencontrées



Communiquer

Le guide des marchés du Loiret

Il recense la totalité des marchés du Loiret : localisation, jours et horaires.

La campagne de communication départementale

Promouvoir les marchés, les commerçants non sédentaires, leurs valeurs et la notoriété des marchés locaux au travers d'affichages sur les réseaux sociaux.



Animer

Un site dédié aux marchés du Loiret

Rubrique web à destination du grand public, pour promouvoir les marchés, les commerçants et les producteurs du Loiret.

<https://www.tourismeloiret.com/fr/savourer/marches>

 <https://www.facebook.com/MarchesDuLoiret>

 <https://www.instagram.com/marchesduloiret>

Professionnels des marchés

Bien que cela apparaisse comme une démarche simple : possibilité de travailler seul, pas de local à acheter, il est nécessaire d'avancer étape par étape et de vous faire accompagner pour débiter votre activité sereinement sur les marchés.

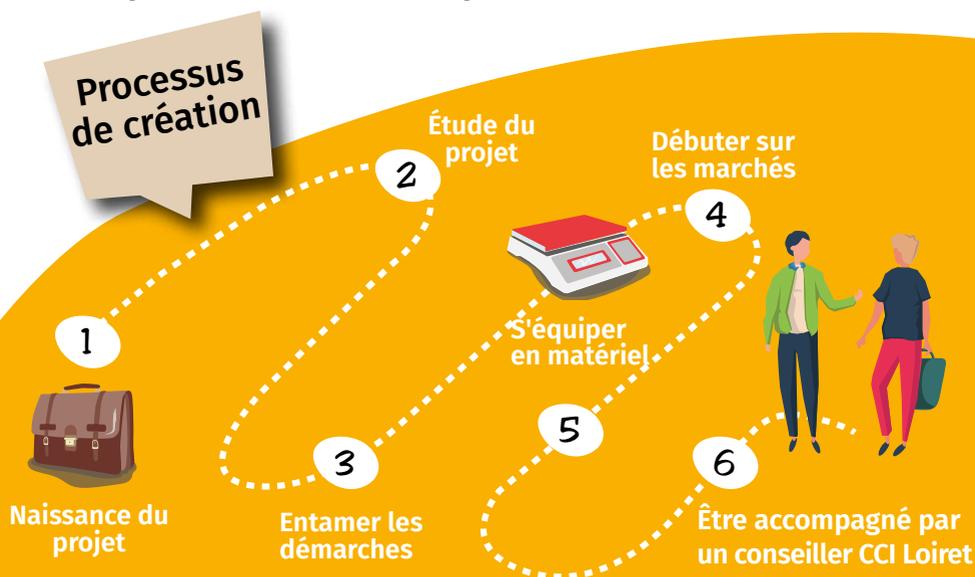
Il y a de nombreux aspects à ne pas négliger :

- Difficultés pour trouver un/des emplacements
- Respect des règles d'hygiène
- Être en possession des documents pour être en conformité

Vous trouverez dans ce guide les étapes à respecter et des conseils pour intégrer au mieux le monde du commerce ambulancier.

Les chambres consulaires pourront vous aider dans la réalisation de vos démarches en vous proposant :

- 1 Des réunions d'informations pour mieux comprendre les différentes étapes qui permettront de concrétiser votre projet (création d'entreprise, métiers de l'alimentation, etc.).
- 2 Un accompagnement personnalisé pour répondre à des questions précises sur votre domaine d'activité.
- 3 Des formations pour appréhender les différents aspects de votre métier (gestion commerciale, gestion des ressources humaines, gestion des ressources financières).



Cohérence projet

créateur

L'activité sur les marchés est soutenue, il est donc important de vérifier l'adéquation entre votre projet et votre profil, notamment d'un point de vue physique et psychologique.

Evaluer votre situation personnelle

Votre rythme de travail suivra celui des horaires de marchés qui débutent souvent très tôt, 6 jours sur 7 et des conditions météorologiques altérées.

Assurez-vous de pouvoir adapter ce rythme à votre vie familiale.

Outre l'environnement familial, avez-vous les ressources financières qui vous permettront de pallier une baisse d'activité ou un début d'activité difficile ?

Faire un bilan de vos compétences

Vendre sur les marchés nécessite de mobiliser une multitude de compétences en gestion d'entreprise (gestion du personnel, gestion administrative, tenue des comptes etc.).

Sur le marché, vous êtes vendeur et conseiller, vous devrez connaître vos produits, être à l'écoute du consommateur afin de l'orienter correctement. Faites-vous accompagner par des proches, des collègues, etc.

Pour enrichir vos connaissances et acquérir de nouvelles compétences.

**N'hésitez pas à vous former !
Soyez curieux et passionné !**

Réfléchir à vos motivations

Pourquoi voulez-vous lancer votre activité sur les marchés ?

- Le contact avec les clients
- Le dépaysement
- Une source de revenu plus conséquente
- Faire découvrir vos produits, etc

Certaines de ces motivations vous permettront de pérenniser votre activité et de vous épanouir, d'autres sont plus éphémères.

Soyez vigilants !



À NOTER

Le dispositif « Activ Créa » de Pôle Emploi vous permet également d'explorer la création ou reprise d'entreprise.

www.pole-emploi.fr

Etude de marché

L'étude de marché est une phase clé de la création de votre entreprise, elle vous permet d'évaluer la viabilité et la faisabilité de votre projet sur le long terme. Avec une clientèle de marché de plus en plus exigeante, assurez-vous de proposer des produits qui correspondent à leurs attentes.

Pour qu'une étude de marché soit efficace, il faut respecter une démarche ordonnée et structurée et répondre à **4 sujets majeurs : la demande, le marché, l'offre et l'environnement de votre projet**.

Analyser la demande

- Votre produit est-il attendu par la clientèle du marché ?
- Quels seront les freins pour l'achat de vos produits ?
- Quelle est la perception du produit par la clientèle ? (produits qualitatifs, peu coûteux, services associés, etc.)
- Le conditionnement de vos produits est-il adapté ? Apporte-t-il de la valeur ajoutée ? Est-il facile à mettre en avant sur un marché ?

Choisir votre marché

Sur quels marchés souhaitez-vous proposer vos produits ?

- Est-ce un marché urbain avec une clientèle aisée ou un marché populaire sur lequel la clientèle recherche avant tout des prix bas ?
- Quelle taille de marché ?
- Quel type de marché ? (marchés mixtes, de producteurs, artisanaux, etc.)



Analyser l'offre

Autrement dit, la concurrence ! Sur les marchés, vous retrouverez très fréquemment des professionnels avec des activités similaires. **Il faut donc vous démarquer !**

Renseignez-vous sur vos concurrents :

Qui sont-ils ? Où sont-ils ? Que proposent-ils ? À quels prix ? Comment vendent-ils ? À qui vendent-ils ? Quels sont leurs avantages concurrentiels ? Quelle est leur part de marché ? Les clients/consommateurs sont-ils satisfaits ?

Étude de marché

Définir l'objectif de l'étude de marché :

QUOI ? Quels produits souhaitez-vous vendre ? Répondent-ils à un besoin de votre clientèle ?

QUI ? Quelle est votre cible ? À qui allez-vous les vendre ? Qui sera votre clientèle ?

COMMENT ? Au détail ? En lot ? Conditionnés ?

À QUEL PRIX ?

OÙ ? Quel marché ? Quelle situation ? Quelle taille ?

EXISTE-T-IL DES CONCURRENTS ?

Analyser votre environnement

○ L'emplacement du marché

Votre chiffre d'affaires est étroitement lié aux marchés et à l'emplacement que vous occupez. Les marchés sont parfois sujets à des restructurations ou des déplacements, renseignez-vous auprès de la mairie sur les aménagements prévus sur le marché.

○ L'économie

Au-delà de la localisation de vos points de vente, votre produit est-il sujet aux aléas de l'économie du pays ? Le contexte économique (crise sanitaire, crise économique, etc.) dans lequel vous débutez votre activité aura un impact sur le futur de votre entreprise.

○ La météo

Certains produits ne se vendront pas ou peu avec une météo capricieuse (produits alimentaires, produits de niches, etc.) ; au contraire, certains produits se vendent très facilement avec une météo ensoleillée (casquettes, crèmes glacées, etc.).

Tous ces paramètres doivent être étudiés

- Déplacez-vous sur les marchés.
- N'hésitez pas à discuter avec les professionnels, les clients et autres acteurs des marchés.
- N'oubliez pas de vous renseigner auprès des communes sur leurs besoins et les places disponibles.

Étude financière

Contrairement aux idées reçues, l'investissement de départ peut être conséquent selon votre secteur d'activité.

Certains investissements sont souvent indispensables pour bien démarrer :

- Matériel forain : balance, terminal de paiement, table de marché, parasol.
- Matériels et équipements professionnels : frigos, machines, groupe électrogène, accessoires.
- Véhicule : camion magasin, camion frigo, remorque.
- Stock de produits à vendre en quantité adaptée.
- Éléments de décoration et de communication.

Plan de financement initial

Il permet de vérifier que vous disposez des capitaux nécessaires pour financer les grands postes de dépenses nécessaires au lancement de votre activité.

Il permettra de mettre en évidence :

- Les besoins (investissement, besoin de fonds de roulement, trésorerie de démarrage).
- Les ressources (fonds propres, fonds empruntés).

Compte de résultat prévisionnel (sur 3 ans)

C'est un état financier que vous devez établir pour savoir si votre entreprise pourra dégager suffisamment de recettes pour couvrir vos charges.

Il a un double objectif :

- Donner des indications au créateur/repreneur sur les objectifs à atteindre pour dégager une rémunération ou le remboursement d'un emprunt.
- Attester de la rentabilité de l'entreprise aux financeurs potentiels.



Étude financière

Plan de trésorerie

Il est très largement utilisé lors de la création de l'entreprise.

Il permet de :

- S'assurer qu'avec les prévisions retenues, l'entreprise peut dégager la trésorerie nécessaire pour faire face aux dépenses non budgétées ainsi qu'aux fluctuations d'une activité saisonnière.
- Mettre en évidence le besoin de financement du projet de création d'entreprise au cours de la première année d'activité.

Plan de financement (sur 3 ans)

À la différence du plan de financement initial, vous devez établir les besoins et ressources de votre entreprise pour les trois années à venir.

Ainsi, vous pourrez anticiper les besoins et bénéficier d'un support à présenter à vos futurs investisseurs.

La réflexion autour de ces indicateurs est indispensable pour appréhender au mieux l'avenir de votre activité.

En prenant le temps de construire votre projet, vous assurez votre crédibilité auprès de vos différents interlocuteurs et financeurs potentiels (banques, plateformes de financement, etc.).

Le seuil de rentabilité

Il est important de connaître son seuil de rentabilité : il correspond au niveau de chiffre d'affaires au-delà duquel l'entreprise commence à réaliser un bénéfice.

Il s'agit d'une étape fastidieuse qui peut sembler éloignée du cœur de métier et de la vente sur les marchés, pourtant cette préparation vous permettra de construire un projet durable !

Pour vous aider, **entourez-vous de personnes compétentes !**

📍
CHER

📍
LOIRET

📍
NIÈVRE

C'est l'histoire d'un **artisan** qui crée son entreprise...

... écrivons la suite ensemble
dans l'une de nos 165 agences*

DÉCOUVRE



TON ESPACE
ARTISAN

CA
CENTRE LOIRE



Crédit Agricole Centre Loire

La Caisse Régionale de Crédit Agricole Mutuel Centre Loire, société coopérative à capital et personnel variables, agréée en tant qu'établissement de crédit, dont le siège social est situé 8 allée des Collèges, 18920 BOURGES Cedex 9 immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de BOURGES, sous le numéro 398 824 714, inscrit à l'ORIAS sous le n° 07009045 en qualité de courtier d'assurance, titulaire de la carte professionnelle Transaction, Gestion Immobilière et syndic numéro CPI 1801 2021 000 000 001 délivrée par la CCI du Cher, bénéficiant de Garantie financière et Assurance Responsabilité Civile Professionnelle délivrées par CAMCA 53 rue de la Boétie, 75008 PARIS. * Source : chiffres à fin 2021, direction des Finances Crédit Agricole Centre Loire.

Choix de la structure juridique

Choisir un statut juridique est une problématique à laquelle sont confrontés tous les créateurs d'entreprise. Il n'existe pas de statut juridique idéal mais des statuts juridiques adaptés à la situation de chaque entrepreneur, en fonction de ses souhaits, de la nature et de l'importance de son projet.

Ces tableaux vous permettront de mieux comprendre les différents types de statuts fréquemment utilisés.

Entreprise individuelle et EIRL¹ dont micro-entreprise

Je crée mon entreprise seul,
en ayant la possibilité d'avoir des salariés

Formalités

- Personne physique
- Responsable des dettes de l'entreprise sur l'ensemble de ses biens
- Dans le cas d'une EIRL¹ le patrimoine individuel est protégé
- Formalités de création simplifiées

Régime fiscal

- Imposé à l'impôt sur le revenu (option IS² possible en EIRL), selon le chiffre d'affaires (avec abattement forfaitaire) pour les micro-entrepreneurs ou selon le bénéfice réalisé pour les entrepreneurs soumis au régime d'imposition réel

Régime social

- Régime des travailleurs non-salariés
- Cotisations sociales calculées sur le bénéfice (ou sur la rémunération dans le cadre d'une EIRL à l'impôt sur les sociétés)
- Cotisations sociales calculées en fonction d'un pourcentage du CA⁴ pour les micro-entrepreneurs

EURL⁵

Je crée mon entreprise seul,
en ayant la possibilité d'avoir des salariés

Formalités

- Personne morale
- Responsabilité au dirigeant limitée aux apports du capital
- Formalités de création importantes (rédaction de statuts, parution dans un journal d'annonces légales, dépôt du capital en banque, etc.)

Régime fiscal

- Imposé à l'impôt sur le revenu (option IS² possible)

Régime social

- Régime des travailleurs non-salariés
- Cotisations calculées sur la base du bénéfice ou sur la rémunération
- Cotisations minimales à payer en l'absence de rémunération

Choix de la structure juridique

SARL ⁸

Je crée mon entreprise à plusieurs

Formalités

- Personne morale
- Responsabilité du dirigeant limitée aux apports du capital
- Statut type et fonctionnement fixé par le code du commerce

Régime fiscal

- Imposé à l'impôt sur les sociétés (option IR³ possible)

Régime social

Gérant majoritaire :

- Régime des travailleurs non-salariés
- Cotisations calculées sur la rémunération de l'année précédente
- Cotisation minimale à payer

Gérant minoritaire :

- Régime général
- Cotisations calculées sur l'année en cours
- Pas de cotisation minimale à payer

SASU ⁶ Je crée mon entreprise seul

SASU ⁷ Je crée mon entreprise à plusieurs

Formalités

- Personne morale
- Responsabilité à la hauteur des apports au capital
- Formalités de création importantes (rédaction de statuts, parution dans un journal d'annonces légales, dépôt du capital en banque, etc.)

Régime fiscal

- Imposé à l'impôt sur les sociétés (option IR³ possible)

Régime social

Gérant majoritaire :

- Régime général
- Cotisations calculées sur la base de la rémunération ou du bénéfice (si IR)
- Pas de cotisation minimale à payer en l'absence de rémunération

1 - Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée / 2- Impôt sur les Sociétés / 3- Impôt sur les Revenus /

4 - Chiffre d'Affaires

5 - Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée / 6- Société par Actions Simplifiée Unipersonnelle /

7 - Société par Actions Simpli-fiée / 8 - Société à Responsabilité Limitée

Démarches de création

Vous souhaitez vous lancer dans l'aventure ?

- 1 Pour effectuer vos formalités entreprises une solution unique : l'utilisation d'une plateforme dédiée : <https://formalites.entreprises.gouv.fr/>
- 2 Votre CCI et ses mandataires formalistes sont à vos côtés pour vous apporter des informations générales sur les démarches administratives ou pour vous accompagner dans la réalisation de votre formalité.
- 3 Après l'immatriculation et l'obtention de votre K-Bis, faites votre demande de carte de commerçant ambulant auprès de votre CCI.
- 4 Dès réception de cette carte, vous pourrez débiter votre activité commerciale ou artisanale ambulante sur les domaines publics.

À qui s'adresse cette carte ?

- Personne ayant une activité de vente et de distribution sur le domaine public (hors producteurs ressortissants MSA)
- Chef d'entreprise (personne physique)
- Dirigeant(s) de société
- Personne ressortissante de l'UE ayant une entreprise hors de France
- Associations de loi 1901 ayant une activité non sédentaire

Il n'y a pas de carte pour le conjoint collaborateur, le conjoint pacsé ou salarié. Il doit posséder une copie de la carte du titulaire, une pièce d'identité et un justificatif de son lien avec le titulaire.



À NOTER

La carte est attribuée pour une durée de 4 ans contre une redevance dont le montant est fixé par arrêté du ministre chargé du commerce : 30€ en 2022.

Démarches de de création

Pièces à fournir

- Formulaire cerfa 14022*02
- Copie de la carte d'identité ou du titre de séjour
- Copie d'un justificatif de domicile de moins d'un mois
- Photo d'identité couleur récente, format 35x45mm
- Règlement de la redevance : 30€ en 2022

Justificatifs

en fonction de la situation du demandeur

- Commerçant inscrit au RCS ou artisan inscrit au RM : extrait K-Bis de moins de 3 mois
- Micro entreprise : extrait K-Bis de moins de 3 mois.
- Association : avis de situation INSEE et une copie des statuts pour vérifier l'objet de l'association et s'assurer que l'activité est expressément permise.
- Société commerciale : extrait K-Bis de moins de 3 mois.



Assurances

Exercer une activité commerciale ambulante expose à des risques spécifiques : accidents de la route, intempéries qui peuvent provoquer des dégâts sur vos installations et/ou blesser des personnes.

Il est indispensable d'être bien couvert pour exercer sereinement en tant que commerçant ambulant :

○ Il est vivement conseillé de souscrire une assurance dite de « **responsabilité civile professionnelle** ».

Elle permet de vous couvrir par exemple si une personne se blesse à cause de votre équipement ou si un client rencontre un problème avec l'un de vos produits.

○ En complément, une assurance de **type « multirisque »** peut s'avérer très utile. Elle vous permet d'être couvert pour d'autres risques, perte, vol, vandalisme de votre matériel ou de votre stock, dégâts provoqués par des intempéries, etc.

Vous devez déterminer avec l'assureur, les risques que vous souhaitez assurer et le niveau de la franchise.

○ Une **assurance automobile professionnelle** peut aussi être envisagée si vous vous déplacez très régulièrement.

En plus de la prise en charge des dégâts causés à votre véhicule, la plupart des assurances automobiles professionnelles couvrent également la perte éventuelle de stock occasionnée lors d'un accident.

Renseignez-vous !



Aides

à la création

Concrétiser votre projet requiert des investissements souvent conséquents.

DÉCOUVREZ LES AIDES ET FINANCEMENTS POUR LANCER VOTRE PROJET :

L'Aide à la Création ou à la Reprise d'une Entreprise (ACRE)

C'est une exonération partielle de charges sociales en début d'activité. Cette demande d'aide est soumise à conditions pour les micro-entrepreneurs et automatique pour les autres demandeurs. La demande est traitée par l'URSSAF afin de vérifier votre éligibilité.

L'ARCE ou le maintien de l'allocation Pôle Emploi

Le repreneur ou créateur d'entreprise qui est inscrit à Pôle Emploi et qui bénéficie du droit au chômage a le choix entre le maintien partiel de l'Allocation d'Aide au Retour à l'Emploi (ARE) ou l'Aide à la Reprise et à la Création d'Entreprise (ARCE) qui lui permettra de percevoir une partie de ses allocations chômage sous la forme d'un capital versé en deux fois.

Autres aides

- Plateformes de financement telles que l'Association pour le Droit à l'Initiative Économique (ADIE) ou structures des réseaux France Active ou France Initiative peuvent vous aider à financer votre projet.
- Aides spécifiques pour certains types de créateurs : femmes, jeunes créateurs, personnes handicapées, etc.
- Autres aides : CAP création/reprise, en fonction des critères d'éligibilité.

PENSEZ À

Les conseillers de votre CCI vous aident à optimiser et finaliser votre projet et bénéficier de toutes les aides et aménagements auxquels vous pouvez prétendre.

Réglementation

Chaque marché est régi par un règlement, rédigé et voté par le conseil municipal et mis en application par le placier sur le marché.

Sur le marché, en cas de contrôle, il est indispensable de connaître :

- ◉ Les règles d'hygiène et d'affichage
- ◉ La conformité de votre matériel d'encaissement
- ◉ Les emballages autorisés, etc.

Règles d'hygiène de sécurité et d'affichage

Pour garantir des conditions d'hygiène irréprochables et limiter autant que possible les contaminations, attentez-vous à respecter la règle des 5M :

1 Matériel

- ◉ Couteaux, hâchoirs, matériels de cuisson doivent être propres et fiables
- ◉ Équipements et matériels adaptés, entretenus et propres
- ◉ Surfaces lisses et lavables (bois à éviter)
- ◉ Poubelle avec couvercle à manipulation hygiénique
- ◉ Point d'eau à commande hygiénique
- ◉ Savon et essuie-mains à usage unique

2 Matière première

Si elle est contaminée, elle peut être « dangereuse ». Il faut vérifier les dates limites de consommation et l'état des emballages.

3 Milieu

La propreté du local et des véhicules, la séparation de la cabine de conduite avec la partie commerciale (véhicule magasin), la potabilité de l'eau, la ventilation, la récupération des eaux usées et des eaux de fusion (produits de la pêche) sont des éléments essentiels.



4 Méthode

Une rupture de la chaîne du froid, une cuisson ou un refroidissement mal maîtrisé peut entraîner une prolifération microbienne importante.

5 Main d'œuvre

Les personnes qui manipulent des denrées alimentaires doivent avoir une bonne hygiène corporelle, vestimentaire et être en bonne santé (maladie, blessure, etc.).



Réglementation

Affichage et étiquetage

L'étiquetage est aussi soumis à des obligations qui diffèrent en fonction de votre secteur d'activité.

À titre d'exemple, l'étiquetage des produits alimentaires doit faire apparaître :

- La variété
- L'origine
- La catégorie
- Les traitements
- Les allergènes
- La composition

Renseignez-vous auprès de la Direction Départementale de la Protection des Populations de votre département pour connaître les obligations d'étiquetage de votre produit.

Règlement

Il est à disposition de tout professionnel en mairie et est très souvent consultable sur le site de la ville ou auprès du placier. Il permet d'assurer la bonne gestion du marché et d'en faire un véritable lieu de vie (le règlement diffère en fonction des marchés).

Vous y trouverez les informations concernant :

- **Lieu, jour, horaires et présentation du marché** : nom du marché, le type de marché, cas particuliers, etc.
- **Police du marché** : documents nécessaires, modalités de contrôle des papiers, interdictions sur le marché, etc.
- **Obligations des professionnels** : respect du règlement, de la législation en matière de salubrité et d'hygiène, etc.
- **Sécurité** : règles de circulation et de passage dans les allées.
- **Stationnement, propreté du marché et gestion des déchets, etc.**

À NOTER

Le règlement de marché diffère selon les communes.

Réglementation

pour aller plus loin

Rôle du receveur-placier

Le receveur-placier veille à la gestion du marché au quotidien, son rôle est de :

- Contrôler l'assiduité des professionnels (absences, arrêts maladies, etc.).
- Attribuer les emplacements vacants (en fonction du règlement, vérification des documents, etc.).
- Encaisser les droits de place (paiement périodique ou ponctuel).
- Relever les infractions au règlement (irrégularité, hygiène, etc.).
- Gestion des conflits (entre professionnels ou avec la municipalité).

Le placier relève et informe le professionnel de toute forme d'irrégularité dans son comportement et peut en informer le Maire, seul habilité à décider et à prendre les sanctions adéquates prévues par le Code Civil et Pénal.

Gestion des déchets et gaspillage alimentaire

Afin de garder un environnement propre pendant et après le marché, les professionnels doivent respecter les règles indiquées dans le règlement.

- **Pendant le marché :** trier les déchets et ranger les contenants.
- **Après le marché :** renseignez-vous sur les pratiques de votre marché (marché propre par exemple) pour savoir si vous devez trier, ramener vos déchets ou au contraire les laisser sur place.

Autre point important, la lutte contre le gaspillage alimentaire est désormais inscrite dans la loi¹.

Toute nourriture destinée à la consommation humaine qui, à une étape de la chaîne alimentaire, est perdue, jetée ou dégradée constitue le gaspillage alimentaire. Pour participer à cet effort environnemental, il est possible d'établir une convention avec un partenaire pour le don de denrées alimentaires.

À NOTER

Une bonne gestion de vos déchets pendant le marché renvoie une image positive à votre clientèle et fait également gagner du temps au moment de remballer.

Réglementation

pour aller plus loin

Usage des sacs et des produits plastiques à usage unique

Certaines activités nécessitent l'utilisation d'emballage, sachez que les sacs plastiques à usage unique hors caisse (inférieur à 50 microns) sont interdits depuis le 1^{er} janvier 2017.

Privilégiez les sacs en papier recyclable ou les sacs bio-compostables. Proposez à votre clientèle d'apporter ses propres emballages.

(Depuis le 1^{er} janvier 2021, il n'est pas possible de refuser les contenants apportés par la clientèle).

La loi du 10 février 2020¹, interdit les assiettes, couverts, couvercles en plastique à usage unique.

De nombreuses alternatives existent, renseignez-vous plus particulièrement si votre activité est en lien avec la restauration.

Logiciel de caisse et instrument de pesage

Ce matériel, essentiel à beaucoup d'activités sur les marchés, est soumis à une réglementation et doit être contrôlé fréquemment. Depuis 2018, la loi impose à tous les professionnels soumis à la TVA ayant un logiciel de caisse de le certifier.

Une certification du matériel de pesage utilisé à des fins commerciales est nécessaire tous les 2 ans auprès d'un organisme habilité.

Le professionnel doit afficher une vignette verte en cours de validité sur sa balance, et

elle doit être visible du consommateur et de la police municipale. Il est interdit d'utiliser un instrument avec une vignette rouge ou une vignette verte dépassée.

www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Controle-des-quantites-vendues-et-transaction-commerciale

www.economie.gouv.fr/entreprises/logiciel-caisse-reglemen-tation

Occupation du domaine public

Les halles et marchés se tiennent le plus souvent sur les dépendances du domaine public. Les commerçants non sédentaires doivent donc être munis d'une autorisation délivrée par le Maire. Cette autorisation est appelée, autorisation d'occupation temporaire (AOT) du domaine

public, elle prend la forme d'un arrêté, et entraîne le paiement d'une redevance par le professionnel.

www.economie.gouv.fr/dgccrf/Autoriser-l-occupation-du-domaine-public-pour-le-c

1 - La loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire. www.service-public.fr/particuliers/actualites/A14571

Trouver une place sur le marché

Les emplacements titulaires sur les marchés sont difficiles à obtenir, les marchés emblématiques sont souvent occupés par les mêmes professionnels depuis des années et les places vacantes sont soumises à de longues listes d'attente.

Deux types d'emplacements sur le marché

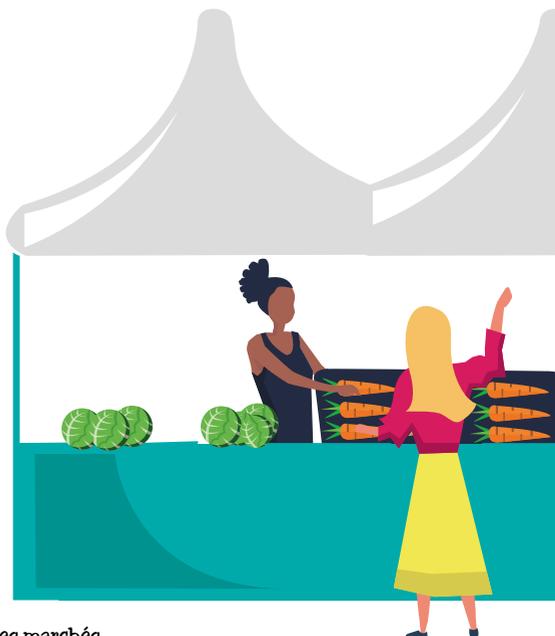
● Emplacements fixes occupés par des titulaires

Le titulaire est un professionnel des marchés disposant d'une place fixe, sur un emplacement déterminé du marché. En devenant titulaire, le professionnel des marchés s'engage à être assidu sur le marché afin de fidéliser la clientèle. Pour occuper sa place, le professionnel paie une redevance, il peut choisir de s'acquitter de la somme par abonnement (mensuel par exemple) ou de payer à la journée.

● Emplacements journaliers occupés par des passagers

Tout professionnel qui souhaite obtenir un emplacement à la journée doit en faire la demande verbalement au placier, en lui présentant spontanément les documents qui l'autorisent à travailler sur le domaine public. Il peut bénéficier soit d'une place réservée aux « passagers » soit d'une place laissée vacante (absence, retard, etc.).

L'attribution d'emplacements des passagers peut se faire en fonction de l'ancienneté et/ou de l'assiduité des professionnels, ou encore par tirage au sort. Consultez le règlement du marché pour en savoir plus.



Cession de place

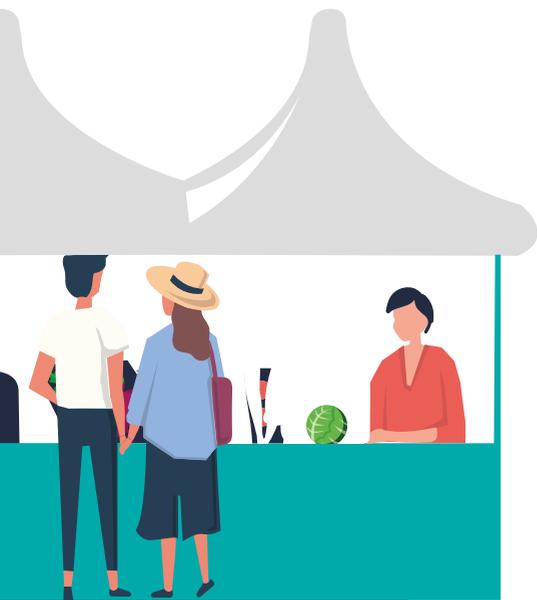
et la loi Pinel

Une place de marché ne peut être vendue, cédée, louée ou prêtée.

La loi PINEL du 18 juin 2014, permet aux professionnels des marchés, titulaires d'une place fixe, de présenter au Maire un successeur, suite à une cession de fonds, au décès, à une incapacité ou à un départ en retraite du titulaire.

Certaines conditions sont requises pour céder sa place :

- Le conseil municipal fixe une durée minimum de détention d'une autorisation d'occupation du domaine public pour pouvoir présenter un successeur : 3 ans.
- Le successeur potentiel doit être inscrit au registre du commerce / des métiers.
- Le successeur doit être en possession de la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante ou avoir entamé les démarches visant à son obtention.
- Le successeur reprend l'activité du cédant, il doit donc vendre les mêmes produits.



Marchés

de demain

Les marchés sont en constante évolution et s'adaptent aux changements de la société. C'est d'autant plus vrai aujourd'hui avec la crise sanitaire de 2020. Les habitudes de la clientèle ne sont plus les mêmes et de nouvelles sont apparues notamment le Click&Collect (commande retrait), les applications mobiles dédiées, le drive, etc.

LE MARCHÉ DE DEMAIN C'EST UN MARCHÉ...

Convivial

La mise en valeur de votre savoir-faire ou de vos produits se fait aussi par des animations. Les commerçants du marché peuvent participer à ces animations : dégustations, démonstrations, paniers garnis, etc... Régulières, elles permettent de renforcer le lien entre professionnels et consommateurs et fidélisent la clientèle.

Attractif

Votre stand est votre premier support de communication, un bon agencement des produits et des ardoises pour afficher les réductions du jour, sont autant d'éléments simples à mettre en place qui créent de la valeur ajoutée à votre étal.

Servez-vous de votre matériel : balances électroniques avec affichage, écrans de diffusion, flocage des parasols et des véhicules.

Numérique

Si le marché attire une clientèle constante, la digitalisation de votre activité vous permet d'accroître votre visibilité. Afficher son entreprise sur le web est accessible à tous et de nombreuses solutions existent, à titre d'exemple :

- Créez une page sur les réseaux sociaux : Facebook, Instagram.
- Créez votre site internet pour proposer vos produits à la vente et mettre en avant votre savoir-faire.
- Proposez vos produits en Click&Collect via des plateformes de market-place.
- Créez votre profil sur « www.jachetedansmaregion.fr ».

Écologique

La dimension écologique est au cœur des préoccupations et transforme peu à peu les habitudes de consommation de la clientèle et les moyens mis à disposition par les professionnels.

Concrètement, vous pouvez proposer à votre clientèle d'amener ses propres emballages.

N'hésitez pas à développer la qualité et à communiquer sur le « made in France ou made in Europe », le « fait maison », « le produit bio ».

L'association **Zéro Waste France** propose la démarche « Mon commerçant m'emballage durablement », un sticker vous est remis pour indiquer à votre clientèle qu'elle peut utiliser ses propres emballages.

Fédération nationale des marchés de France

La **Fédération Nationale des Marchés de France** (FNSCMF), forte de **12 000 adhérents** et d'un maillage de **110 syndicats** locaux répartis sur l'ensemble du territoire national est la principale organisation de défense professionnelle représentative du commerce ambulants. Elle est habilitée à représenter la profession auprès des institutions et instances nationales, régionales et départementales.

Ses missions principales sont :

- La défense collective des intérêts de tous les professionnels exerçant sur le domaine public
- L'assistance et le conseil personnalisé à ses adhérents
- La promotion des marchés
- L'information et la communication métiers
- La formation des acteurs des marchés (placiers, élus, délégués syndicaux...)

Site internet : www.marchedefrance.fr

Facebook : @Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France

Adhérer à la Fédération



Fédération Nationale des Marchés de France

14 Rue de Bretagne | 75083 Paris

Tel : 01 48 87 51 45

Mail : federation@marchesdefrance.fr

Flashez-moi pour adhérer !

140 EUROS



**Parrainez un collègue
et gagnez 10€
par nouvel adhérent**

Offre cumulable
Pas de limite au nombre de parrainages

Chambre de Commerce et d'Industrie du Loiret

**Vous exercez une activité commerciale
en tant que commerçant ambulant ?**

La CCI Loiret vous aide à construire votre projet



Pour tous renseignements
contactez-nous au 02 38 77 77 16



CCI-Loiret©LudovicLetot

Chambre d'Agriculture du Loiret

Vous êtes
agriculteur ou *éleveur* ?

Vous souhaitez développer
la *vente directe* ?



Contactez
la Chambre d'Agriculture
pour être accompagné

- Appui réglementaire
- Etude de marché
- Accompagnement de vos projets de transformation
- Formations
- Nouveaux circuits de commercialisation



**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRE D'AGRICULTURE
LOIRET

Justine VRIGNAUD
Conseillère spécialisée en circuits courts
02 38 71 90 56
justine.vrignaud@loiret.chambagri.fr

Chambre d'agriculture du Loiret
13 avenue des droits de l'homme - 45921 ORLEANS cedex 9

Lexique

des marchés

Abonné Professionnel qui occupe une place fixe sur un marché. L'emplacement est alloué à une personne physique, au choix et à l'ancienneté. Il est précaire et révocable. Il règle son droit de place par abonnement (mensuel ou trimestriel).

Ancienneté Elle se calcule à partir du premier déballage sur un marché. Elle est un des critères principal pour l'attribution d'une place fixe à chaque distribution.

Barnum Grande tente à toit plat et à parois amovibles.

Camelot Initialement démonstrateur, il désigne aujourd'hui tous les professionnels de produits manufacturés.

Cession de fond Possibilité pour un titulaire d'emplacement de valoriser son fond de clientèle sur un marché par la transmission de son AOT à un repreneur après autorisation du Maire (publication au Bulletin Officiel des annonces civiles et commerciales).

Déballer Installer son banc ou son étal.

Démonstrateur professionnel Passager présentant sur le marché un appareil ou un produit dont il explique le fonctionnement, en démontre l'utilisation, les avantages et en assure la vente.

Domaine public Toutes les portions du territoire français telles que les routes, les rues et les places qui ne sont pas susceptibles de faire partie d'une propriété privée, mais qui appartiennent à l'État ou aux collectivités territoriales, sont considérées comme des dépendances du domaine public. Le droit de place payé par chaque commerçant représente une redevance d'occupation de ce domaine et ne confère aucun titre de propriété.

Droit de place Montant à acquitter par le professionnel pour exercer sur un marché. Il est constitué d'une redevance pour occupation du domaine public et, le cas échéant, de droits annexes pour services rendus.

Étal (termes équivalents : éventaie, banc) Un étal est une table sur laquelle le professionnel expose les marchandises sur les marchés. Il désigne plus généralement l'ensemble de l'installation sur le marché du professionnel.

Lexique

des marchés

Forain Pour l'administration, le forain est un commerçant non sédentaire qui ne peut justifier de 6 mois de domicile fixe. Pour les professionnels des marchés, il désigne celui qui vend des produits manufacturés. Pour les consommateurs, il signifie au contraire le commerçant des marchés, sans distinction (alimentaire ou manufacturé).

Passager inscrit Commerçant ne disposant pas d'une place fixe à l'année, mais figurant sur une liste de rappel établie par la mairie. Il doit se présenter avant l'ouverture du marché au public. Selon les disponibilités, il pourra se voir attribuer une place de marché en fonction de son rang sur la liste de rappel. Si pendant plusieurs semaines consécutives, le passager ne se présente pas au rappel, sans motif valable, il peut être radié de la liste de rappel.

Passager occasionnel Commerçant de passage dans la commune qui ne dispose pas de place fixe et n'est pas inscrit sur la liste de rappel.

Placier Employé municipal ou employé d'une société privée à laquelle la gestion du marché a été confiée, chargé du respect de la régularité de l'occupation des placements sur les marchés, de l'encaissement des droits de place, du respect de l'hygiène et du signalement d'infractions des professionnels du marché.

Plateau (vente au) La vente au plateau est répandue sur les marchés, les professionnels préparent et pèsent des produits à l'avance. Le consommateur n'a plus qu'à choisir son plateau et l'acheter.

Posticheur Il vend par lots des produits manufacturés.

Producteur Il vend en direct sur le marché les produits de sa propre exploitation agricole. Il peut compléter sa gamme de produits par d'autres produits qu'il achète et revend, mais il doit clairement faire apparaître que ses produits ne sont pas issus de sa propre exploitation.

Rappel (liste de) Liste composée de professionnels non titulaires d'un emplacement fixe « les passagers » mais présents lors de la distribution des emplacements journaliers. Elle fait mention de l'identité du demandeur, de l'activité exercée, du métrage sollicité, de l'assiduité à la distribution « au rappel » et de l'historique des jours où il a pu bénéficier d'un emplacement.

Règlement du marché Arrêté du Maire que les commerçants s'engagent à respecter, qui précise le fonctionnement général du marché, le nombre d'emplacements pour les commerçants, les dates et horaires des marchés communaux, les tarifs des droits de place, les types d'autorisation, les règles de stationnement et de circulation des véhicules et le contrôle des transactions qui s'effectuent sur le marché.

Adresses utiles

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU LOIRET

Citévolia | 1 Place Rivierre-Casalis | CS 80612
45404 Fleury-les-Aubrais
Tél. 02 38 77 77 77
www.loiret.cci.fr

CHAMBRE DES METIERS ET DE L'ARTISANAT CENTRE VAL DE LOIRE

28 Rue du Faubourg de Bourgogne
45000 Orléans
Tél. 02 38 68 08 68
www.cma45.fr

CHAMBRE D'AGRICULTURE DU LOIRET

13 Avenue des Droits de l'Homme
45000 Orléans
Tél. 02 38 71 90 10
www.centre-valde Loire.chambres-agriculture.fr/

DIRECTION DÉPARTEMENTALE DE LA PROTECTION DES POPULATIONS DU LOIRET | SERVICES VÉTÉRINAIRES DU LOIRET

Cité administrative Coligny | Bâtiment C
131 Faubourg Bannier
45000 Orléans
Tél. 02 38 91 45 45

DIRECTION DE L'ÉCONOMIE DE L'EMPLOI DU TRAVAIL ET DES SOLIDARITÉS (DREETS)

Cité administrative Coligny | Bâtiment M2
131 Rue du Faubourg-Bannier
45042 Orléans Cedex
Tél. 02 38 78 98 08
www.centre-val-de-loire.direccte.gouv.fr/Loiret

FÉDÉRATION NATIONALE DES SYNDICATS DES COMMERÇANTS DES MARCHÉS DE FRANCE

14 Rue de Bretagne
75003 Paris
Tél. 01 48 87 51 45
www.marchedefrance.fr

Liste des textes officiels

- Loi n°2017-86 du 27 janvier 2017 relative à l'égalité et à la citoyenneté (JO du 28.01.2017)
- Loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises (JO du 19.06.2014 – dite loi Pinel)
- Loi n°2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (JO du 05.08.2008)
- Décret n°2017-1522 du 2 novembre 2017 relatif aux personnes n'ayant en France ni domicile ni résidence fixe modifié par le décret n°2021-300 du 18 mars 2021 portant application de l'article 1er de la loi n°2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises et introduction de diverses mesures applicables aux formalités incombant aux entreprises
- Circulaire n°85.116 du 01.10.85 relative à l'exercice des activités ambulantes et au régime applicable aux personnes circulant en France sans domicile, ni résidence fixe (JO du 06.11.85)
- Décret n°2009-194 du 18.02.09 relatif à l'exercice des activités commerciales et artisanales ambulantes (JO du 20.02.09)
- Arrêté du 21.01.10 relatif à la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante et modifiant la partie Arrêtés du code de commerce (JO du 10.03.09)
- Décret n° 2015-731 du 24 juin 2015 relatif aux formalités administratives nécessaires à l'exercice de l'activité économique des personnes relevant du régime prévu à l'article L. 133-6-8 du code de la sécurité sociale
- Arrêté du 19 juillet 2019 fixant le montant de la redevance due pour l'obtention de la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante
- Circulaire du 15 juin 2015 relative aux activités commerciales sur le domaine public
- Loi n°2010-788 Grenelle II portant engagement national pour l'environnement du 12 juillet (JO du 13.07.2010)
- Arrêté du 12 juillet 2011 fixant les seuils définis à l'article R 543-225 du Code de l'environnement (JO du 23.07.2011)
- Circulaire du 10 janvier 2012 relative aux modalités d'application de l'obligation de tri à la source des biodéchets par les gros producteurs
- Loi n° 2016-1087 du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages (JO du 09.08.2016)
- Code du commerce
- Code de l'environnement
- Code de la propriété des personnes publiques
- Règlement sanitaire départemental

Mentions légales

Le code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes des paragraphes 2^e et 3^e de l'article L.112- 5, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective », et d'autre part, sous réserve du nom de l'auteur et de la source, que les « analyses et les courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information », toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite (article L.122-4).

Cette représentation ou reproduction par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

Conception / Édition : CCI Loiret

Graphisme : Atmedia

Impression : Concordances

Dépot légal : Décembre 2022





1^{er} ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

CCI LOIRET

CITEVOLIA | 1 Place Rivierre-Casalis

CS 80612

45404 Fleury-les-Aubrais

www.loiret.cci.fr



En partenariat avec



Chambre
de **Métiers**
et **Artisanat**
CENTRE-VAL DE LOIRE
LOIRET

