

Vendre sur les marchés

Mode d'emploi



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

Édito



La crise sanitaire a montré combien les Français étaient attachés à leurs marchés, si importants pour la vie d'une commune grâce aux traditions qu'ils portent et à la convivialité qu'ils véhiculent. Les marchés sont de véritables vitrines de l'excellence de nos productions agricoles, de la qualité de notre terroir et de notre artisanat. Les commerçants y sont des ambassadeurs de notre région et méritent pour cela toute notre reconnaissance.

Acheter dans nos marchés, c'est faire le choix de consommer local ; c'est faire vivre une économie de proximité tout en protégeant l'environnement.

À la Région, nous sommes fiers de nos marchés et de leurs professionnels, c'est la raison pour laquelle nous les soutenons si activement, notamment par le programme « La Région aime ses marchés » lancé dès 2019.

Notre ambition est de soutenir tous les acteurs qui œuvrent sur nos marchés pour que jamais ne se perdent ces institutions au cœur de nos villages et assurer la promotion que méritent nos produits locaux. Défendre les marchés, c'est bien sûr faire le choix de la préférence régionale et soutenir nos agriculteurs.

Laurent WAUQUIEZ
Président de la Région Auvergne-Rhône-Alpes



Sommaire

Introduction	4
Les marchés en France	5
La Région aime ses marchés	6
Les marchés de la région	7
Les professionnels des marchés	8
Naissance du projet	9
Cohérence projet créateur.....	9
Étude du projet	10
Étude de marché.....	10
Étude financière.....	12
Débuter les démarches	14
Choix de la structure juridique.....	14
La carte de commerçant ambulant.....	16
Les assurances.....	17
Les aides à la création.....	18
Débuter sur les marchés	20
Réglementation.....	20
Trouvez une place sur le marché.....	24
La cession de place et loi pinel.....	25
S'équiper en matériel	26
Accompagnement	28
Les marchés de demain.....	28
Les chambres consulaires.....	30
L'association M ton Marché.....	32
La Fédération Nationale des Marchés de France.....	34
Le lexique des marchés	36
Les adresses utiles	38
Listes des textes officiels	40
Mes notes	41
Mentions légales	42

Introduction

Les marchés sont la forme de commerce la plus ancienne et la plus essentielle, lieux privilégiés chers à la population, ils y remplissent différentes fonctions :

Economique

Plus de 12 000 marchés sont répartis sur 8 000 communes, ils créent de l'attractivité, une dynamique économique importante tout en suscitant un intérêt et un impact positif sur la vie des commerces sédentaires alentours.

Ils fixent les achats des populations dans le centre et les consommateurs peuvent trouver une motivation supplémentaire pour s'installer dans la ville.

Sociale

Véritable lieu d'échanges et de relations sociales, les marchés préservent le contact humain, direct et de proximité entre les habitants et tous les producteurs, les commerçants, les artisans présents.

Il offre une grande diversité de produits alimentaires et manufacturés, un éventail de prix pour toutes les clientèles, y compris les plus populaires.

Les habitants sont attachés aux marchés de leur ville. Les conseils des professionnels, le vrai lien social en font un rendez-vous incontournable.

De nombreux marchés proposent régulièrement des animations conviviales. Ces moments festifs leur permettent d'affirmer leur différence face aux autres formes de distribution. N'hésitez donc pas à vous impliquer dans les associations de professionnels des marchés qui les organisent.

Novatrice

Les marchés ont su se moderniser pour s'adapter aux nouvelles habitudes de consommations. De nombreuses initiatives ont vu le jour ces dernières années pour fidéliser la clientèle et attirer de nouveaux clients. Parmi ces innovations, on compte notamment le Commande/Retrait, applications dédiées et le drive, les services de conciergerie.

Environnementale

Ils jouent un rôle essentiel dans la lutte contre le réchauffement climatique et la consommation de masse. Beaucoup de produits sont issus de circuits courts et de nombreuses initiatives permettent aux consommateurs d'être mieux informés de la qualité et provenance des produits. Ils permettent également de proposer des lieux de consommation au plus près de la population.

Les marchés en France

On distingue principalement 2 morphologies de marchés

- o Les **marchés** qui se déroulent en **plein air**
- o Les **marchés couverts** (ou dans des « halles » ouvertes ou fermées)

Sur certains marchés, on a une combinaison de ces deux morphologies, avec un coeur de marché sous une halle et des stands tout autour.

Parallèlement on distingue 3 types de marchés

- o Les marchés alimentaires
- o Les marchés manufacturés
- o Les marchés mixtes



Quelques chiffres*

- o **12 000** marchés en France
- o **82%** sont mixtes
- o Leur chiffre d'affaires dépasse les **4.8** milliards d'euros
- o Le commerce non sédentaire représente **14,8%** du secteur alimentaire total

*Source : Fédération Nationale des Marchés de France

La Région aime ses marchés

La Région est attachée à ses marchés, à ses professionnels, à la qualité de ses productions locales, mais également à la convivialité de ces lieux qui font la richesse de nos territoires et participent à la vie de nos communes. C'est la raison pour laquelle la Région a souhaité lancer le programme « La Région aime ses marchés » en 2019.

Ce programme vise à promouvoir, développer et comprendre les enjeux des marchés de demain sur le territoire de la Région Auvergne-Rhône-Alpes.



Pérenniser

- En aidant les professionnels non sédentaires au développement de leur activité
- En assurant la qualité des commerçants de demain
- En accompagnant les collectivités pour identifier les bonnes pratiques en matière de dynamisation du commerce non sédentaire



Promouvoir

- Le marché comme levier de dynamisation des centres-villes et centres-bourgs
- L'image de marque et la diversité des marchés de la Région
- Les circuits courts et les productions locales



Innover

- En préparant la nécessaire transformation des marchés pour répondre aux attentes des consommateurs
- En modernisant la gestion des marchés pour favoriser la montée en gamme



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

Les marchés de la région

La Région Auvergne-Rhône-Alpes compte plus de **1500 tenues de marchés hebdomadaires réparties sur les 12 départements.**

Sur un territoire étendu comme celui-ci et avec des typologies de paysages très différentes, ils permettent de tisser un lien économique et social entre les territoires.

Très touristique, la Région Auvergne-Rhône-Alpes voit aussi ses marchés comme un **lieu de visite incontournable** où il est bon de flâner entre les étals. La richesse des produits, les spécialités locales et la qualité des produits attirent de nombreux touristes.

À l'été 2020, la première édition des Trophées des Marchés a mis en valeur cette richesse et cette diversité des marchés, avec plus de 80 candidats sur l'ensemble du territoire.

La fréquentation des marchés dans la Région est d'ailleurs stable depuis quelques années, une hausse est à prévoir dans les années à venir (contexte sanitaire, évolution des habitudes de consommation, etc.).

Les chiffres clés



1 500

tenues de marché
hebdomadaires



1,5

milliard d'euros de
dépenses annuelles



13 000

professionnels
des marchés



1^{er}

réseau de distribution
de proximité dans la région

Les professionnels des marchés

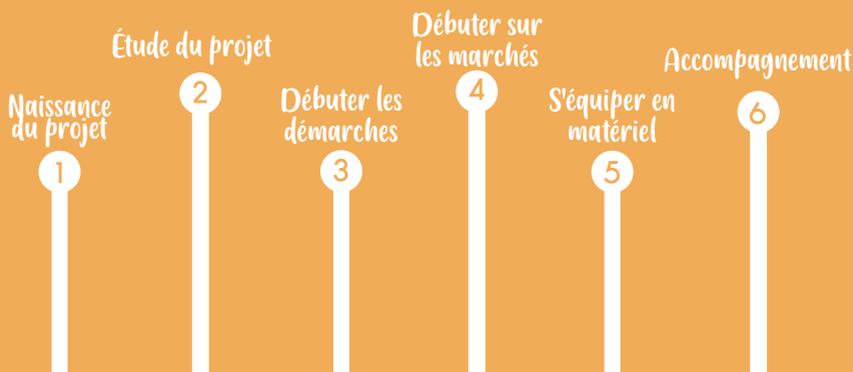
Avancer étape par étape et se faire accompagner sera la clé du succès pour débiter sur les marchés, bien que cela apparaisse comme une démarche simple (possibilité de travailler seul, pas de locaux à acheter...).

De nombreux aspects ne sont pas à négliger, il est parfois difficile de trouver une place sur le marché, il y a certaines règles d'hygiène à respecter et nombre de documents à posséder pour être en règle.

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

En plus de ce livret, les chambres consulaires ([voir page 30](#)) pourront vous aider dans la réalisation de vos démarches avec :

- 1 Des réunions d'informations pour vous aider à mieux comprendre les différentes étapes afin 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 différentes facettes de votre métier (gestion commerciale, gestion des ressources humaines, gestion des ressources financières.)



Cohérence projet créateur

Le rythme étant soutenu sur les marchés, il faut pouvoir assumer physiquement et psychologiquement. Il est donc important de vérifier l'adéquation entre votre projet et votre profil.

Évaluer votre situation personnelle

Votre rythme de travail sera calqué sur les horaires de marchés qui débutent souvent très tôt et ceci 6 jours sur 7 et ce par tous les temps.

Assurez-vous de tenir le rythme sur la durée et de pouvoir l'adapter à votre vie familiale (enfants, conjoint.e).

Outre la pression familiale, possédez-vous des ressources financières qui vous permettront de parer à une baisse d'activité ou un début d'activité difficile ?

Faire un bilan de vos compétences

En vendant sur les marchés, vous aurez plusieurs casquettes et les compétences à mettre en application seront bien différentes. Le rôle du gérant vous demandera des compétences en gestion d'entreprise (gestion du personnel, gestion administrative, tenue des comptes, etc.). Sur le marché, vous vous transformez en vendeur et même en conseiller, il vous faudra maîtriser les produits, et permettre au consommateur de repartir avec les bons produits au juste prix. Faites-vous accompagner par des proches, des collègues etc., pour enrichir vos connaissances et acquérir de nouvelles compétences. N'hésitez pas à vous former, faites preuve de curiosité et soyez passionné !

Réfléchissez à vos motivations

Pourquoi voulez-vous vendre sur les marchés ? Le contact avec les clients, le dépaysement, une source de revenu plus conséquente, faire connaître vos produits, etc. Certaines de ces motivations vous permettront de pérenniser votre activité et de vous épanouir au cœur de celle-ci, alors que d'autres s'useront avec le temps !

À noter

- o La Région Auvergne-Rhône-Alpes propose le portail « jcreedanslaregion.fr » pour tous les créateurs. Il recense les accompagnements et financements existants à l'échelle du territoire. <https://jcreedanslaregion.fr/>
- o Le dispositif « Activ Créa » de Pôle Emploi vous permet également d'explorer la création ou reprise d'entreprise. www.pole-emploi.fr
- o Vous êtes salarié et vous souhaitez quitter votre emploi, renseignez-vous sur le conseil en évolution professionnelle. www.mon-service-cep.fr

Étude de marché

L'étude de marché est une phase clé de la création de votre entreprise. Elle vous permet de cerner si votre projet est réalisable et viable sur le long terme.

Avec une clientèle de marché de plus en plus exigeante sur ses achats, assurez-vous de proposer des produits qui correspondent à ses attentes.

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

1 Analysez 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.).

Au-delà de savoir à qui vendre le produit, il est important de savoir comment le vendre. Le conditionnement de vos produits est donc à prendre en compte. Est-il adapté au produit ? Apporte-t-il une plus-value ? Est-il facile de mettre en avant sur un marché ?

2 Définissez votre marché

Sur quels marchés souhaitez-vous proposer vos produits ? Quelle est leur typologie ? Est-ce un marché urbain avec une clientèle aisée ou un marché populaire sur lequel la clientèle recherche avant tout des prix défiant toute concurrence ?

Visez-vous des gros, des petits marchés, marchés mixtes, marchés de producteurs, marchés artisanaux, etc.

Enfin, le choix des points de vente est primordial et vous permettra de répondre à la demande de la clientèle.

3 Analysez l'offre

Autrement dit, la concurrence ! Sur les marchés vous retrouverez très fréquemment des professionnels avec des activités similaires. Il va donc falloir 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 / utilisateurs sont-ils satisfaits ?

L'objectif de l'étude de marché est de définir

- **QUOI ?** Définir les produits que vous allez vendre.
Répondent-ils à un besoin de votre clientèle ?
- **QUI ?** Définir votre cible. À qui vous allez les vendre ?
Qui sera votre clientèle ?
- **COMMENT ?** Au détail ? En lot ? conditionnement ?
- **À QUEL PRIX ?** Devez-vous vendre vos produits ?
- **OÙ ?** Quel marché ? Quelle situation ? Quelle taille ?
- **EXISTE-T-IL DES CONCURRENTS ?**

Analysez votre environnement

o L'emplacement du marché :

Votre chiffre d'affaire est étroitement lié à vos marchés et l'emplacement que vous y occupez, ils sont parfois sujets à des restructurations ou des déplacements. Renseignez-vous auprès de la mairie pour les aménagements prévus sur le marché.

o 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.

o La météo :

Votre produit est-il fragile face aux conditions climatiques ou saisonnières ? Certains produits ne se vendront pas ou peu avec une météo capricieuse (produits alimentaires, produits de niches, etc.) au contraire certains produits se vendront très facilement avec une météo ensoleillée (casquettes, crèmes glacées, etc.).



Tous ces paramètres sont à étudier en vous déplaçant sur les marchés aux alentours de votre domicile.

N'hésitez pas à aller discuter avec les professionnels, les passants, différents organismes et surtout renseignez-vous auprès de la commune sur ce qu'elle recherche et les places disponibles.

Étude financière

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

Les investissements suivants sont souvent indispensables pour débiter :

- Le matériel forain : balance, terminal de paiement, table de marché, parasol.
- Les matériels et l'équipements professionnels : frigos, machines, groupe électrogène, accessoires.
- Le véhicule : camion magasin, camion frigo, remorque.
- Un stock de produits à vendre, en quantités adaptées.
- Les éléments de décoration et de communication.



Le plan de financement initial

Il permet de vérifier que vous disposerez bien des capitaux nécessaires pour financer les grandes masses de dépenses nécessaires au lancement de votre entreprise.

Il permettra de mettre en évidence :

- Les besoins (investissements, besoins de fond 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 dans le but de savoir si votre entreprise va dégager assez de recettes pour couvrir les différentes charges.

Il a un double objectif :

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



Le plan de trésorerie

Il est très largement utilisé en phase de création de l'entreprise.

Il permettra :

- De s'assurer qu'avec les prévisions retenues, l'entreprise parvient à dégager de la trésorerie et à faire face aux dépenses non budgétées ainsi qu'aux fluctuations d'une activité saisonnière.
- De mettre en évidence le besoin de financement du projet de création d'entreprise au cours de la première année d'activité de votre entreprise.

La réflexion autour de ces indicateurs est indispensable pour appréhender au mieux l'avenir de votre activité. En prenant le temps de bien construire votre projet, vous assurez également votre crédibilité auprès de vos différents interlocuteurs et financeurs potentiels (banques, plateformes de financement, etc.).



Le plan de financement (sur 3 ans)

À la différence du plan de financement initial, vous devrez 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.

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.



Cela n'est probablement pas l'étape qui vous passionnera le plus, et elle vous paraîtra peut-être bien éloignée du cœur de métier et de la vente sur les marchés. Pourtant, c'est cette bonne préparation qui vous permettra de construire un projet durable ! Pour vous faciliter la tâche, **entourez-vous de personnes ressources compétentes !**

Choix de la structure juridique

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

Utilisez ces tableaux pour y voir plus clair entre les différents types de statuts fréquemment utilisés.

Entreprise individuelle et EIRL¹ dont micro-entreprise

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



Formalités

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



Régime fiscal

- o 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

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

EURL⁵ *Je crée mon entreprise seul.e, en ayant la possibilité d'avoir des salariés*



Formalités

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



Régime fiscal

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



Régime social

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

SARL⁸ Je crée mon entreprise à plusieurs



Formalités

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



Régime fiscal

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



Régime social

- | | |
|---|--|
| Gérant majoritaire : | Gérant minoritaire : |
| o Régime des travailleurs non-salariés | o Régime général |
| o Cotisations calculées sur la rémunération de l'année précédente | o cotisations calculées sur l'année en cours |
| o Cotisation minimale à payer | o Pas de cotisation minimale à payer |

SASU⁶ Je crée mon entreprise seul.e SAS⁷ Je crée mon entreprise à plusieurs



Formalités

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



Régime fiscal

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



Régime social

- o Régime général
- o Cotisations calculées sur la base de la rémunération ou du bénéfice (si IR)
- o 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 Simplifiée / 8 - Société à Responsabilité Limitée

La carte de commerçant ambulant

Dans le cadre d'une activité sur les marchés, vous devez obligatoirement être titulaire d'une carte de commerçant ambulant pour exercer votre activité, elle est délivrée par votre CFE (Centre de Formalités des Entreprises). Les commerçants sédentaires peuvent débattre sur le marché de leur commune sans cette carte.

Pour obtenir cette carte vous devez fournir les documents suivants

- Le formulaire « Déclaration préalable pour l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante » ou CERFA N°14022*02, dûment complété
- Le certificat d'inscription au répertoire des entreprises et des établissements
- Un justificatif d'identité : carte d'identité ou le cas échéant un titre de circulation ou un titre de séjour
- Un justificatif de domicile (facture électricité, mobile, eau, etc.) et une photo d'identité
- Une redevance de 30€ pour l'impression de la carte (depuis le 1er août 2019)

À noter

- Cette carte est valable 4 ans, elle est renouvelable et payante.
- Un certificat provisoire valable 1 mois, peut être délivré par le CFE à la demande de l'entrepreneur, en attendant que la carte définitive soit délivrée.

Rapprochez vous de votre CMA ou CCI pour obtenir plus d'informations.

Les assurances

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

Il paraît indispensable d'être bien couvert pour exercer sereinement en tant que commerçant ambulante :

○ 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 aussi s'avérer très utile car elle vous permet d'être couvert pour d'autres risques, comme en cas de perte, de vol, de vandalisme de votre matériel ou de votre stock, ou en cas de 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 auto professionnelles couvrent également la perte éventuelle de stock occasionnée lors d'un accident.

La MACIF vous assure

La Macif propose de vous assurer pour votre activité sur les marchés. Retrouvez leur assurance «Responsabilité Civile Professionnelle» et le contrat «Protection Juridique Vie Professionnelle» à des conditions privilégiées en partenariat avec la Fédération Nationale des Marchés de France.



Bénéficiez d'une plateforme d'experts pour vous informer et vous guider dans les dispositifs de solidarité existants et accédez également à des Fonds Macif de Solidarité et d'Action pour faire face à un préjudice, un sinistre, etc.

Renseignez-vous auprès de l'antenne FNSCMF rattachée à votre département ([voir page 35](#)).

Les aides à la création

Concrétiser votre projet demande des investissements souvent conséquents. Retrouvez dans cette page, **les aides et financements** pour lancer votre projet.

La Région Auvergne-Rhône-Alpes accompagne les professionnels des marchés. Elle propose notamment des aides et financements pour investir dans du matériel forain, digitaliser votre activité ou encore pour des besoins de trésorerie.

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

Elle consiste en une exonération partielle de charges sociales en début d'activité. Cette demande d'aide est soumise à des conditions pour les micro-entrepreneurs et automatique pour les autres demandeurs. Cette demande sera ensuite 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 de 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 recevoir une partie de ses allocations chômage sous la forme d'un capital versé en deux fois.

■ Les subventions

Financer l'investissement de mon commerce non sédentaire*

Une subvention d'investissement de la Région Auvergne-Rhône-Alpes destinée aux professionnels non sédentaires pour financer les équipements liés à l'installation ou au développement d'un point de vente.

IDECLIC Prim**

Bénéficiez d'une subvention d'investissement de la Région Auvergne-Rhône-Alpes d'un montant maximum de 1 500€ destinée à conforter les fonds propres de l'entreprise en complément d'un micro-crédit auprès de l'ADIE.

AGEFIPH*

Vous êtes en situation de handicap ? Bénéficiez d'une participation au financement de votre projet de création ou de reprise d'activité (sous certaines conditions).

[Plus d'informations ici.](#)



[Plus d'informations ici.](#)



[Plus d'informations ici.](#)



Les prêts d'honneur*

Les aides ADIE et Initiative France font partie du programme régional «Solution Région Création : financer ma création ou reprise d'entreprise» et sont déployées par des opérateurs.

ADIE : Vous ne pouvez pas emprunter auprès des banques traditionnelles ? L'ADIE peut vous aider à obtenir un micro-crédit, quelle que soit votre situation.

www.adie.org/pour-creer-ou-developper-mon-entreprise

Initiative France et Réseau entreprendre : bénéficiez d'un prêt d'honneur et d'un réseau de collaborateurs et partenaires qui sauront vous accompagner.

www.initiative-france.fr/je-me-lance/je-cree-une-entreprise.html

www.reseau-entreprendre.org/

Prêt artisan et commerçant :

La Région Auvergne-Rhône-Alpes a mis en place avec les chambres consulaires et le réseau des banques populaires, un prêt professionnel qui peut venir en complément d'autres prêts d'honneur.

<https://ambitioneco.auvergnerhonealpes.fr/aideEco/130/319-pre-artisan-et-commercant-region-auvergne-rhone-alpes.htm>



Les garanties financières*

Ces dispositifs vous aideront à appuyer votre demande auprès de la banque et augmenter les chances que votre projet soit accepté. Certaines d'entre elles sont présentées ci-après mais il en existe d'autres (SIAGI, SOCAMA, etc.).

La garantie EMPLOI et la garantie ÉGALITÉ Femmes sont des aides dédiées aux repreneurs d'entreprises, aux demandeurs d'emploi ou aux personnes en situation de précarité.

Garantie BPI : Obtenez une garantie pour une création, une première installation par reprise de fonds de commerce ou encore pour des entrepreneurs existants qui développent des activités ou produits nouveaux.

[Plus d'informations ici.](#)



[Plus d'informations ici.](#)



Rapprochez-vous de Pôle Emploi ou de l'organisme en charge de votre accompagnement, ils sauront vous aiguiller dans vos nombreuses démarches et vous aider à mieux comprendre toutes ces aides.

o Retrouvez toutes les aides sur : www.aides-entreprises.fr/

o Plus d'informations sur : www.auvergnerhonealpes.fr ou sur <https://ambitioneco.auvergnerhonealpes.fr/>

* Les aides publiques * Les aides régionales

Réglementation

Chaque marché est régi par un règlement, il est rédigé et voté par le conseil municipal, le placier est chargé de le faire appliquer.

Vous pouvez vous faire contrôler à tout moment sur le marché, c'est pourquoi il est indispensable de connaître certains éléments : les règles d'hygiène et d'affichage, la conformité de votre matériel d'encaissement, les emballages autorisés, etc.

Les règles d'Hygiène de sécurité et d'affichage

Le cas du COVID-19 : il convient de respecter plusieurs mesures telles que le port du masque, la distanciation sociale, interdire à la clientèle de toucher les produits, etc. Vous pouvez trouver toutes ces informations sur le site du gouvernement mais aussi sur les sites des chambres consulaires.

Pour être irréprochable en matière d'hygiène et veiller à limiter autant que possible les contaminations, **attelez-vous à respecter la règle des 5M** :

1 Matériel

Les couteaux, hachoirs, 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 maîtrisés peuvent entraîner une prolifération microbienne importante.

5 Main d'oeuvre

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

L'affichage et l'étiquetage

L'étiquetage est lui aussi soumis à des obligations, il diffère en fonction de votre secteur d'activité, par exemple, les produits alimentaires doivent comprendre sur l'étiquette :

- o La variété
- o L'origine
- o La catégorie
- o Les traitements
- o Les allergènes
- o 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.

Le règlement

Il est à disposition de tout professionnel en mairie, et est très souvent visible sur le site de la ville ou auprès du placier. Il permet de gérer le marché et d'en faire un véritable lieu de vie (le règlement diffère en fonction des marchés). Vous y trouverez les informations concernant :

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

À noter

Le règlement de marché peut être différent selon les villes.

Réglementation

Pour aller plus loin

■ Le receveur-placier et son rôle

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.

■ La gestion des déchets et le 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, cela donnera également une meilleure image à la clientèle.
- **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 donne une bonne image à votre clientèle et vous fera également gagner du temps au moment de remballer.

■ L'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 1er 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 plastiques à usage unique.

De nombreuses alternatives existent, renseignez-vous plus particulièrement si votre activité est du domaine de 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 certifier celui-ci.

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. Elle doit être visible par le consommateur ou 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/Contrôle-des-quantités-vendues-et-transaction-commerciale

www.economie.gouv.fr/entreprises/logiciel-caisse-reglementation

■ L'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, plus communément 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

Trouvez une place sur le marché

Les emplacements titulaires sur les marchés ne sont pas faciles 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.

Ciblez donc les marchés qui recherchent des commerçants ou qui ne proposent pas encore d'activité similaire à la vôtre.

La proportion de titulaires et de passagers est souvent définie dans le règlement, gardez en tête que le marché appartient quoiqu'il arrive au domaine public.

Deux types d'emplacements existent sur le marché

Des 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 alors choisir de s'acquitter de la somme par un abonnement (tous les mois par exemple) ou de payer à la journée.

Des 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 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.

La cession de place et loi pinel

Une place de marché ne peut être vendue, cédée, louée ou prêtée à titre gracieux ou onéreux.

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 ou à l'incapacité ou au départ en retraite du titulaire. Certaines conditions sont requises pour céder sa place :

- o Le Conseil Municipal fixe une durée minimum de détention d'une autorisation d'occupation du domaine public pour pouvoir présenter un successeur : 3 ans
- o Le successeur potentiel doit être inscrit au registre du commerce / des métiers
- o 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
- o Le successeur reprend l'activité du cédant, il doit donc vendre les mêmes produits

S'équiper en matériel

EUROMAG

- Le spécialiste des véhicules magasins depuis 1964, conçoit, fabrique et commercialise des camions et remorques magasins pour les commerçants itinérants depuis plus de 55 ans. Entreprise familiale depuis trois générations, elle vous garantit une production 100% Française !

Proposant une gamme importante, composée de camions (marchés, panoramique et tournées) et de remorques magasins (de 2m à 10m), l'entreprise « Constructeur fabricant » est pleinement tournée vers le client : innovation, personnalisation, sur mesure, location, parc occasion, SAV, pièces détachées et solutions de financement.



Contact

www.euromag-magasin.com

- 📍 Zone Artisanale Le Roule
42360 PANISSIÈRES
- ☎ 04 77 28 65 33

Primagaz

- Que votre activité soit alimentaire, ou qu'il s'agisse, de petite restauration rapide, de pâtisserie, ou encore une activité maraîchère dont les serres en sont parfois équipées, le gaz est un véritable outil de travail.

L'entreprise Primagaz propose du gaz en vrac ou en bouteille, une offre particulière et dédiée à tous les adhérents de la Fédération Nationale des Marchés de France.

Renseignez-vous auprès de l'antenne Primagaz ou auprès du syndicat local de la Fédération Nationale des Marchés de France (voir page 35).



Fischer Pesage

Entreprise familiale qui vend des balances sur la région Auvergne-Rhône-Alpes depuis plus de 20 ans. Elle s'est agrandie, au fur et à mesure des années, a évolué et acquis une expérience solide dans le monde du pesage.

Retrouvez tous types de balances (balance professionnelles, de précision, de poids prix sans ticket, de poids prix tactiles, etc.).

FISCHER PESAGE s'est ensuite diversifiée dans le but d'accompagner au mieux ses clients, en proposant de nouveaux produits : métier de bouche, caisses enregistreuses, vêtements professionnels, rouleaux papier thermique et étiquettes.



Contact

www.fp-equipements.fr

📍 Atelier : 21 avenue Montmartin,
69960 - CORBAS

Point de vente : Marché de Gros
Corbas, pôle agroalimentaire
69, Rue Marcel Mérieux
69960 - CORBAS

☎ 04 69 67 67 71

@ fischerpesage@gmail.com

Vitabri

Vitabri se positionne comme le leader français depuis plus de 16 ans dans la fabrication de tentes pliantes. Il produit, vend et loue des structures à montage rapide pour tous types de clients et notamment les professionnels des marchés.

Sa force repose sur le concept qu'il a lancé en France : la fabrication d'équipements mobiles extérieurs légers et résistants, faciles à mettre en place et à démonter, qui ne cessent d'évoluer avec le temps.



Contact

www.vitabri.com

📍 Adresse : 22 Rue la Fayette
25000 Besançon

☎ 03 81 55 94 22

@ contact@vitabri.com

VITABRI
EQUIPEMENT D'INNOVATION

Les marchés de demain

Le marché que l'on connaît est en constante évolution, il a su s'adapter aux changements de la société, et c'est encore 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 la réalisation d'animations sur votre marché. Les professionnels du marché peuvent participer sous différentes formes (dégustations, démonstrations, paniers garnis, etc.). Régulières, ces animations apportent un lien supplémentaire entre professionnels et consommateurs et fidélisent la clientèle du marché.

Attractif

Votre stand est votre premier support de communication, un bon agencement des produits, des pics produits bien placés et des ardoises pour afficher les réductions du jour, sont autant d'éléments simples à mettre en place qui ajouteront de la valeur ajoutée à votre étal. Servez-vous aussi du matériel à votre disposition ; balances électronique avec affichage ; écrans de diffusion ; flocage des parasols et des véhicules.

Complétez votre communication en utilisant les réseaux sociaux, votre site internet ou des sites dédiés au commerce non sédentaire, comme www.mtonmarche.com. Ils permettront de toucher une clientèle plus large et de faire passer des informations (promotions, vente d'un produit particulier, congés, changement de marché, etc.).

À noter

Les consommateurs sont friands d'informations sur les produits qu'ils achètent, puisque 91% des français vont sur internet avant d'effectuer un acte d'achat.

Innovant

Si le marché attire une clientèle constante, la digitalisation n'en reste pas moins intéressante puisqu'elle apportera une visibilité accrue de votre activité. Afficher son entreprise sur le web est accessible à tous et de nombreuses solutions existent, à titre d'exemple :

- Créez votre profil sur le site M ton Marché pour faire connaître votre activité et vous informer sur toutes les actualités marché.
- 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 marketplace.
- Créez votre profil sur « www.jachetedansmaregion.fr ».

Écologique

La dimension écologique est au coeur 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 (boîtes d'œufs, contenants, sacs à vrac, bocaux). Le commerce écoresponsable peut constituer un atout supplémentaire pour séduire la nouvelle clientèle. 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. En échange faites un geste commercial de quelques centimes.

Généralisez le zéro déchet sur le marché en proposant à la municipalité de mettre en place des solutions de tri sur le marché (déchets composables, recyclables, etc.).

À noter

Ces actions mises bout à bout vous démarqueront des autres professionnels, d'autant plus si vous souhaitez vous lancer dans une activité à forte concurrence. Veillez tout de même à avancer étape par étape !

Les chambres consulaires

Les chambres consulaires peuvent vous accompagner selon votre activité, retrouvez pour chacune d'elles les services qu'elles proposent et comment elles peuvent vous accompagner dans votre démarche de création d'entreprise, de reprise ou encore de développement.

CMA Auvergne-Rhône-Alpes

Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région

Votre activité concerne l'artisanat (alimentation, bâtiment, travail du bois, métaux, fabrication, transformation, réparation, etc.) et vous employez moins de 11 salariés.

- Des réunions d'informations sur la création, d'entreprise et sur les métiers de l'alimentation.
- Des formations (en ligne ou présentiel) sur le démarrage de son activité, la gestion financière ou encore la gestion commerciale, etc.
- Un accompagnement individuel du premier rendez-vous jusqu'à l'immatriculation de votre activité.
- Des accompagnements individuels ou collectifs pour développer votre activité jusqu'à la transmission de celle-ci.

Toutes les informations sont disponibles sur le site internet de la CMA de votre territoire.



Le parcours du créateur

CCI Auvergne-Rhône-Alpes

Les Chambres de Commerce et d'Industrie

Votre activité concerne une entreprise du commerce, des services, de l'industrie, ou vous employez plus de 10 salariés.

En ligne ou en présentiel :

- Accompagnement individuel et collectif à la création, reprise, transmission d'entreprise.
- Formalités de carte de commerçant non sédentaire et immatriculation de l'entreprise.
- Accompagnement individuel et collectif sur la gestion, le développement commercial, les ressources humaines, la formation, l'apprentissage, le numérique, le développement durable, etc.

Toutes les informations sont disponibles sur le site internet de la CCI de votre territoire.



Créer une entreprise

CA Auvergne-Rhône-Alpes

Le réseau des Chambres d'Agriculture d'Auvergne-Rhône-Alpes

Votre activité concerne la production agricole.

- Accompagnement collectif ou individuel pour vous guider dans la vente directe, vente en circuits courts, etc.
- Des formations pour lancer son activité, développer les circuits-courts, etc.
- Production de repères techniques, économiques et organisationnels pour vendre sur les marchés de plein vent.

Toutes les informations sont disponibles sur le site internet de la CA de votre territoire.



Une carte pour retrouver vos produits frais



Un livret des actions menées durant la période COVID

L'association M ton Marché

Structure unique en France, M ton Marché est spécialisée dans le **développement et la promotion du commerce non sédentaire**.

Elle a notamment pour objectif de pérenniser les marchés en coeur de villes et en zones rurales ; levier indiscutable de la redynamisation des centres-villes et centres-bourgs.

À l'heure où le commerce de proximité est au centre des préoccupations des consommateurs ainsi que le bien manger, le frais et le local, M ton Marché construit le profil des marchés de demain en lien avec les mutations des habitudes de consommation.

Association loi 1901, M ton Marché se positionne comme un acteur indépendant et est « LA référence marché » en région Auvergne-Rhône-Alpes grâce à son assise sur une gouvernance inédite public/privé. Elle réunit en son sein les professionnels des marchés, les collectivités et les chambres consulaires et travaille en étroite collaboration avec les acteurs incontournables de la branche, y compris des start-ups et des groupes privés. L'association est financée pour son fonctionnement et ses projets par l'ensemble de ces acteurs, dont la Région Auvergne-Rhône-Alpes.



Animer et dynamiser les marchés, avec des concepts d'animations pour chaque mois de l'année, conçus pour les marchés. Les animations permettent de fidéliser les habitués et attirer une nouvelle clientèle.

Mais c'est surtout l'occasion pour les professionnels du marché de mettre en avant leurs produits (nouveaux produits, dégustations, promotions, etc.).



Accompagner les collectivités pour apporter des réponses aux problématiques sur les marchés, que cela soit sur des questions de règlements, des études pour les marchés ou encore des recherches de professionnels. Des formations sont dispensées pour les acteurs du marché (placiers, élus, professionnels, etc.). En partenariat avec la FNSCMF, les CCI, les CMA, et bien d'autres institutions.

Le site 100% marché : www.mtonmarché.com

Avec son tout nouveau site internet, M ton Marché vous permet de créer votre profil gratuitement et de bénéficier d'une mise en avant de votre activité auprès des consommateurs et des collectivités de la Région Auvergne-Rhône-Alpes (voir page 28).

Le site vous permet de consulter les places de marché disponibles dans la Région et créer des annonces de recherche de place de marché, il vous suffit de :

- Créer gratuitement un profil sur notre site internet
- Créer une annonce avec vos critères de recherche

Pour rechercher une annonce :

- Rendez-vous sur votre profil
- Recherchez l'annonce selon vos critères (localisation, jour, produits vendus, etc.)

SALIGNAT Cyril et Damien
Maison Salignat
Maison

Le Maison Salignat c'est une histoire de famille.
Dider et Corinne Salignat, ouverts en 1984, le Magasin de Salignat-sur-Saône
se transmettent leur passion pour le charcuterie, l'artisanat et le goût du travail bien fait à leur fils aîné Cyril. Celui-ci accompagne de sa femme Maggy, décide de commencer une activité sur les marchés. La bonne charcuterie maison commence donc à se retrouver sur les marchés de l'ouest Lyonnais.

Colons à leur manière, traditionnels et compagnons leur charcuterie a sué beaucoup en été le meilleur été aux halles Paul Bocuse de Lyon

Un métier devenu une véritable passion. Leur équipe de 18 personnes, toutes volontaires et motivées leur a donné envie en mai 2019 d'ouvrir un magasin de vente de marchés ouvert de Villurbanne-sur-Saône.

Pour consulter leur site internet -> CSE.262.551

Produits vendus

- Charcuterie
- Plats préparés (charcuterie, pain, etc.)
- Produits bio

Présent sur les marchés

- **CHAMONIX/Place André Marie Perrin** [P](#)
- Mercredi 07:00 - 13:00
- **LA TOUR-D'AUDOUIN/Place de la Halle** [P](#)
- Jeudi 07:00 - 12:30
- **Marché de Lantès-Val** [P](#)
- Mercredi 07:00 - 12:30
- **SAINTE-ÉTIENNE-VAL/Quartier des Pêcheurs - Place de la Poste** [P](#)
- Jeudi 07:00 - 13:00
- **VALS-LES-BAINS/Forum des Talons** [P](#)
- Vendredi 07:30 - 12:30
- **VILLEFRANCHE-SUR-SAÔNE/Boulevard Jean-Baptiste** [P](#)
- Vendredi 07:30 - 13:00
- Samedi 07:30 - 13:00
- Dimanche 07:30 - 13:00

Commenter par email [@](#)

CRÉATION D'UNE ANNONCE DE RECHERCHE DE PLACE DE MARCHÉ

Les marchés | Collectivités locales | Professionnels des marchés | Qui sommes-nous ? | Contact

Titre de l'annonce

Produits recherchés

Email de contact

Équipements incluses

Date de disponibilité

Détails de l'annonce

Jour et lieu

Lieu

Catégorie de produits

Motage minimum

Message maximum

Valider

La plupart des marchés de la Région sont recensés sur notre site. Vous ne trouvez pas le vôtre ? N'hésitez pas à contacter [M ton Marché](http://www.mtonmarché.com).

La 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 ambulant.

À ce titre, 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](https://www.facebook.com/Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France)



Les syndicats départementaux

La Fédération Nationale des Marchés de France est représentée dans de nombreux départements. Pour retrouver votre contact local référez-vous à la liste des adresses ci-dessous :

Ain

Président : Mr PEYAUD
@ famille.peyaud@hotmail.fr

Drôme/Ardèche

Président : Mme RUBIN
@ monique.rubin@orange.fr

Haute-Loire et Nord Lozère

Président : Mr DUDO
@ andre.dudo@gmail.com

Isère

Président : Mme AMORE
@ amore.marie@laposte.net

Lyon

Président : Mr CHATELET
@ contact@difm.fr

Montluçon

Président : Mr NORE
@ patricknore@yahoo.fr

Moulins

Président : Mr COLTEL
@ kimi36@orange.fr

Nord-Isère

Président : Mme LENGUME
@ scnsni@wanadoo.fr

Savoie et Haute-Savoie

Président : Mr STORNY
@ marchesdesavoie@gmail.com

Puy-de-Dôme

Président : Mr VALLAT
@ remy.vallat@wanadoo.fr

Rhône

Président : Mr LARGE
@ jeanpaullarge@gmail.com

Scamcal

Président : Mr BROUILLER
@ brouiller.gilbert@gmail.com

St-Etienne et Région

Président : Mme GAUTHIER
@ alice.eski@outlook.fr

Vichy

Président : Mr DUBOIS
@ patrick.dubois60@orange.fr

Le 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 principaux critères pour l'attribution d'une place fixe à chaque distribution.

Barnum Grande tente à toit plat et à parois amovibles, utilisée sur les marchés.

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 passerager 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 : éventaire, 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.

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 du stationnement et de la circulation des véhicules et le contrôle des transactions qui s'effectuent sur le marché.

Les adresses utiles

Vos questions marchés

Association M ton Marché

Pour animer vos marchés et répondre à vos problématiques marchés

- 📍 32 quai Perrache, CS 10015, 69286 Lyon Cedex 02
- ✉ jean-felix@les-marches.com
- www.mtonmarche.com/

Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France

Pour une assistance sur des questions juridiques et règlementaires

- 📍 14 rue de Bretagne, 75003 PARIS
- ☎ 01 48 87 51 45
- ✉ federation@marchesdefrance.fr
- www.marchedefrance.fr

La Région Auvergne-Rhône-Alpes vous accompagne

Votre région

Pour retrouver toute les informations sur votre région

- 📍 1 esplanade François Mitterrand - CS 20033, 69269 Lyon cedex 02
- www.auvergnerhonealpes.fr

Vos aides économiques

Pour retrouver toutes les aides économiques dont le programme «La Région aime ses marchés»

- ✉ economie@auvergnerhonealpes.fr
- <https://ambitioneco.auvergnerhonealpes.fr/>
- Plus d'informations sur le programme «La Région aime ses marchés».

Pour vous accompagner

Chambres de Commerce et d'Industrie Auvergne-Rhône-Alpes

Pour les démarches à la création en tant que commerçant, entreprises de services, ou industrie

📍 CCI régionales, 32 quai Perrache, CS 10015, 69286 Lyon Cedex 02

☎ 04 72 11 43 43

Rendez-vous sur le site internet pour retrouver les coordonnées de votre CCI territoriale : www.auvergne-rhone-alpes.cci.fr/

Chambre de Métiers et de l'Artisanat Auvergne-Rhône-Alpes

Pour les démarches à la création en tant qu'artisan

📍 10 rue Paul Montrochet, 69002 Lyon

Rendez-vous sur le site internet pour retrouver les coordonnées de votre CMA territoriale : www.crma-auvergnerhonealpes.fr/

Chambre Régionale d'Agriculture Auvergne-Rhône-Alpes

Pour les agriculteurs et les producteurs fermiers

📍 Siège social : Agrapole, 23 rue Jean Baldassini, 69364 Lyon Cedex 07
Site d'Aubière : 9 Allée Pierre de Fermat, 63170 AUBIERE

📧 accueil@aura.chambagri.fr

<https://aura.chambres-agriculture.fr/>

Bpifrance

Pour créer ou reprendre une entreprise

<https://bpifrance-creation.fr/>

Direction régionales de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités (DREETS)

Pour les dispositifs d'aides et d'accompagnement de l'état

📍 1 boulevard Vivier-Merle, 69443 Lyon Cedex 3

☎ 04 72 68 29 00

<https://auvergne-rhone-alpes.dreets.gouv.fr/>

Pôle Emploi

Pour vous accompagner dans la création ou reprise d'activité et le maintien de vos droits pôle emploi

☎ 39 49

www.pole-emploi.fr

Liste des textes officiels

Pour les commerçants et artisans des marchés

Le principe de la Liberté du Commerce et de l'industrie est l'un des principes généraux du droit français fondé sur la liberté :

« Il sera libre à toute personne de faire tel négoce ou d'exercer telle profession, art ou métier qu'elle trouvera bon ; mais elle sera tenue de se pourvoir auparavant d'une patente, d'en acquitter le prix suivant les taux ci-après déterminés et de se conformer aux règlements de police qui sont ou pourront être faits. »

Le décret d'Allarde et la jurisprudence administrative permettent de distinguer deux sous-principes :

- la liberté d'entreprendre, c'est-à-dire de pouvoir créer librement une activité économique et d'exercer une profession ;
- la libre concurrence, autrement dit le fait que les acteurs économiques doivent respecter une éthique qui ne fausse pas la concurrence. Cette liberté implique le principe de neutralité économique de l'État et des Collectivités Territoriales.

Le Code général de la propriété des personnes publiques plus précisément à l'article 72

Le Code de commerce, notamment ses articles R123-208-1 et suivants.

Le Code rural et de la pêche maritime, notamment son article L664-1

Le « Paquet hygiène » constitué notamment par les règlements (CE) n°178/2002 , n°853/2004 , 2017/625 et le paquet hygiène européen,

Le Code de l'Environnement notamment à l'article 541-10-1, article L. 541 -15-7

Le Code de la Santé Publique Article L3322-1 et suivants

L'arrêté du 7 mai 2020 modifiant l'arrêté du 21/12/2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits d'origine animale et denrées alimentaires...

L'arrêté ministériel du 21 janvier 2010 relatif à la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante,

Mes notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

Mentions légales

« Le Code de la propriété intellectuelle et artistique n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article L.122-5, 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, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1er de l'article L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal. »

Rédaction : Fédération Nationale des Marchés de France et M ton Marché

Conception graphisme intérieur : M ton Marché

Conception graphique de la couverture : **WANTED!** Laureen Wojcieckowki

Illustration de la couverture : Adobe Stock

Imprimeur : FlyerAlarm, 95 Rue Saint-Lazare, 75009 Paris

Editeur : M ton Marché, Chambre de Commerce et d'Industrie de région Auvergne-Rhône-Alpes, 32 quai Perrache, 69286 Lyon cedex 02

Dépôt Légal : Novembre 2021

ISBN : 978-2-9580813-0-0

Les informations données dans ce guide sont à jour au 10/11/2021



 **La Région**
Auvergne-Rhône-Alpes

En partenariat avec

