

Pays Haut Languedoc et Vignobles

Économie

STRUCTURER LES MARCHES DE PLEIN VENT



Étude réalisée par **Philippe Girard** dans le cadre de l'Opération Collective de Modernisation

Avec la participation financière de :



SOMMAIRE

1 – PREAMBULE	p 3
1-1- Le Pays. Une agence de développement	
1-2- Les missions du Syndicat Mixte	
2 - CONTEXTE DE L'ETUDE	p 7
2-1- Pourquoi cette étude ?	
2-2- Cadre de l'étude	
2-3- Objectifs de l'étude	
2-4- Résultats attendus	
3 - DEFINITION DES MARCHES DE PLEIN VENT	p 8
3-1- Principe et organisation	
3-2- Les marchés organisés	
3-3- Les commerçants non sédentaires	
3-4- Les producteurs	
3-5- Les marchés saisonniers	
3-6- Fonctionnement financier des marchés de plein vent	
3-7- Clientèle et promotion des marchés de plein vent	
3-8- Logistique marchés de plein vent	
3-9- Atouts, limites et perspectives des marchés de plein vent	
4 - METHODOLOGIE APPLIQUEE	p 13
4-1- Localisation des marchés	
4-1-1- Recensements des marchés	
4-1-2- Recensements des jours et types de marchés	
4-2- Analyse des marchés	
4-2-1- Périodicité des 24 marchés	
4-2-2- Provenance des commerçants	
5 - ACTIVITE DES MARCHES	p 19
5-1- L'activité des alimentaires	
5-2- L'activité des non alimentaires	
5-3- L'activité par zones géographiques	
6 - STATUTS DES NON SEDENTAIRES	p 21
6-1- Les alimentaires	
6-2- Les non alimentaires	
6-3- Les statuts	
7 - IMMATRICULATIONS	p 22
7-1- Les alimentaires	
7-2 - Les non alimentaires	
7-3 - Les immatriculations	
8 - PRIX ET EQUIPEMENTS DES MARCHES	p 24
8-1- Les tarifs en vigueur	
8-2- Les équipements	
9 - CONSTAT DES INFRASTRUCTURES LOCALES	p 28
10 - PRECONISATIONS	p 30
10-1-Tableau de synthèse	
10-2- Analyse et conclusions	
11- ANNEXES	p 33
1-La fiche récapitulative des marchés et communes du Pays.	
2-Fiches détaillées par marchés.	
3-La réglementation des places de marchés, bornes EDF, sanitaires...	
4-Le tableau des communes du Pays.	

1-1- LE PAYS. UNE AGENCE DE DEVELOPPEMENT

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles est organisé sous forme de syndicat mixte ouvert, dont les membres statutaires sont :

Les onze communautés de communes suivantes : Avène Orb et Graveson, Canal Lirou, Combes et Taussac, Coteaux et Châteaux, Faugères, Le Minervois, Les Monts d'Orb, Orb et Jaur, Orb et Taurou, Pays de Saint- Pons, Saint-Chinianais.

Quatre communes hors intercommunalité : Bédarieux, Carlencas et Levas, Pézènes les Mines, Le Poujol sur Orb.

Le Conseil Général de l'Hérault.

La structure publique est le **co-gardien de la charte**. A ce titre, elle adopte une démarche globale et cohérente à l'échelle du Pays et veille à la bonne mise en œuvre du projet. Elle décide de l'engagement du projet de Pays.

Le Syndicat Mixte représente le Pays au sens juridique, à ce titre et conformément à la Loi d'Orientation et d'Aménagement Du Territoire (LOADT), il assume les missions de négociation et de contractualisation, ainsi que de la bonne utilisation des fonds publics.

1-2- LES MISSIONS DU SYNDICAT MIXTE

La réflexion, en liaison avec le conseil de Développement du Pays. Il approuve les modalités de mise en œuvre de la Charte de Pays.

La représentation du Pays auprès des organismes publics et la signature du Contrat de Pays du Haut Languedoc & Vignobles et de tout document s'y rapportant.

L'animation du territoire et l'ingénierie des projets relatifs à la mise en œuvre de la charte représentent une mission essentielle du Syndicat Mixte.

Celui-ci peut conclure, le cas échéant, des conventions de mandat avec tous partenaires qualifiés, en qualité soit de mandant, soit de mandataire, pour la réalisation d'actions ou d'opérations entrant dans ses vocations ou ses compétences.

Le Syndicat Mixte a vocation d'exercer des compétences définies pour le compte des collectivités adhérentes et dans l'intérêt du développement économique et social du territoire concerné. Les compétences sont fondées sur les principes de cohérence, d'équilibre et de solidarité du territoire.

Le Pays s'appuie sur les compétences en ingénierie et en animation de ces sept missions opérationnelles :

MISSION HABITAT

Objectifs génériques *Impulser une politique volontariste de l'habitat et du logement à l'échelle du Pays, auprès des acteurs publics et privés*

- Action 2007-2013**
- Animation et suivi de l'Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat de Revitalisation Rurale (OPAH - RR) sur 2007-2012.
 - Mise en place d'un observatoire du logement.
 - Assistance à la maîtrise d'œuvre dans le cadre du secteur diffus.
- Soutien aux communes dans la revitalisation des cœurs de village.

Elue déléguée **Marie Aline EDO – Maire de La Tour sur Orb**

Cette mission aide à la création et à la rénovation des logements afin d'améliorer le cadre de vie de ces habitants. Elle est aussi, un service de proximité pour favoriser l'accueil des professionnels à s'installer plus durablement sur ce territoire.

MISSION ENVIRONNEMENT

Objectifs génériques *Maîtriser l'impact environnemental des activités humaines sur le territoire du Pays*

- Action 2007-2013**
- Gestion et protection des milieux naturels dans le cadre d'une charte paysagère.
 - Promotion des énergies renouvelables.
- Actions de sensibilisation et de pédagogie des milieux naturels.

Elu délégué **Jean Pierre ROUANET – Maire de Courniou les Grottes**

Pour la mission environnement, le développement des marchés de plein vent permet de limiter les déplacements des populations locales qui bénéficient alors d'un approvisionnement de proximité. Ils contribuent aussi à la diminution des coûts environnementaux des produits. (intermédiaire, transport...)

MISSION TOURISME

Objectifs génériques *Soutenir le développement des deux destinations touristiques «Haut Languedoc» et «Vignobles»*

- Action 2007-2013**
- Accompagnement à la professionnalisation des acteurs.
 - Mise en place de produits touristiques.
 - Structuration des hébergements touristiques.
 - Soutien au développement de projets touristiques structurants.
- Promotion touristique du territoire.

Elu délégué **Jean ARCAS – Maire d'Olargues – Conseiller Général**

Cette mission permet de mettre en lien les activités touristiques et le développement des marchés de plein vent.

MISSION PATRIMOINE

Objectifs génériques *Mettre en valeur le patrimoine architectural du territoire*

- Action 2007-2013**
- Ingénierie auprès des communautés de communes et des communes : accompagnement des projets de rénovation patrimoniale des communes dans le cadre d'un projet à l'échelle du Pays.
 - Conseil en rénovation de patrimoine.
 - Animation du Pôle d'Excellence Rurale "Couleurs de Pierre".
- Réalisation d'éditions patrimoniales

Elu délégué **Robert TROPEANO – Maire de Saint-Chinian – Conseiller Général - Sénateur**

Cette mission contribue au développement du tourisme patrimoniale dans la mesure où les marchés de plein vent participent à l'identité de notre territoire, offrant aux visiteurs des produits issus du savoir faire local présentés par des commerçants non sédentaires et des producteurs.

MISSION SERVICES

Objectifs génériques *Mettre en place, à l'échelle du Pays, une politique de services à la population, en termes d'amélioration de la qualité de vie*

Action 2007-2013

- [Schéma du soutien à la parentalité](#) : Maison de la Famille, Relais d'Assistants Maternelles.
- [Maintien à domicile des personnes âgées](#)
- [T.I.C \(Techniques de l'Information et de la Communication\) et réseau numérique.](#)
- Réseau de Relais de Services Publics.

Elus délégués

Gérard BARO - Maire de Causse et Veyran - Projet territorial de santé

Cette mission maintien le marché de plein vent comme service de proximité notamment par le fait de sa fréquentation par une clientèle en majorité âgée.

MISSION CULTURE & COMMUNICATION

Objectifs génériques

Impulser le développement culturel du territoire

Action 2007-2013

- Résidences d'artistes sur sites patrimoniaux (spectacle vivant et arts plastiques) .
- Soutien aux pratiques amateurs (Chorale et Harmonie de Pays).
- Ingénierie et centre de ressources territorial : accompagnement des porteurs de projet culturel, édition d'un agenda culturel.

Elu délégué

Norbert ETIENNE – Maire de Murviel les Béziers – Conseiller Général

Par la mission culture, les marchés de plein vent pourraient bénéficier d'animations spécifiques issues des pratiques et coutumes locales afin de perpétuer aux nouvelles générations les savoirs faire d'antan.

MISSION ECONOMIE

Objectifs génériques

Impulser le développement économique du territoire

Action 2007-2013

- Animation et coordination de tous les acteurs et partenaires du développement économique.
- Accueil, maintien et développement des entreprises locales.
- Modernisation et renforcement des pôles commerciaux, artisanaux et de services.

Elu délégué

• Promotion des produits et savoir faire emblématiques du territoire.
Antoine MARTINEZ – Maire de Bédarieux – Conseiller Général

Commanditaire de l'action, la mission économie souhaite par cette étude, obtenir un niveau d'information suffisant pour assurer la pérennité et le développement du commerce de proximité.

2-1 - POURQUOI CETTE ETUDE ?

Les marchés de plein vent constituent un lieu d'animation des villes et villages. Ils facilitent les échanges. Les marchés jouent également un rôle social en permettant d'assurer l'approvisionnement de tous ceux qui ne bénéficient pas d'une desserte commerciale suffisante, sur la partie la plus retirée des hauts cantons.

Les consommateurs qui les fréquentent y restent très attachés et apprécient la qualité de l'accueil, la fraîcheur des produits et le niveau des prix.

Il était important dans un premier temps de recenser ces marchés afin de connaître leurs fonctionnements et leurs compositions.

Et dans un deuxième temps, il apparaît tout aussi important de structurer ces espaces de commercialisation en les adaptant au mode de consommation d'aujourd'hui en améliorant l'offre par l'organisation de manifestations plus attractives et en mobilisant les producteurs locaux pour un maillage plus équilibré sur ce territoire.

2-2- CADRE DE L'ETUDE

Cette étude, financée par l'État et le Conseil Général de l'Hérault, est un regard sur l'activité et les pratiques des commerçants non sédentaires assurant le maintien et la modernisation du commerce, des services et de l'artisanat en milieu rural sur le territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles, dans le cadre de l'O.C.M. (Opération Collective de Modernisation).

Nous analyserons également, l'activité des producteurs car les deux entités économiques se côtoient sur les marchés de plein vent. Il serait dommageable de ne pas tenir compte de cet état de fait.

2-3- OBJECTIFS DE L'ETUDE

Ils sont nombreux mais en premier lieu il s'agira de :

- Recenser les marchés existants sur le territoire et de connaître leurs compositions.
- D'élargir l'offre en incitant les producteurs locaux à y participer par un maillage équilibré sur le territoire.
- Proposer des marchés nocturnes plus nombreux en saison touristique.
- Vérifier la pertinence à l'organisation de semaines à thème sur le territoire du Pays.
- Développer les circuits courts de commercialisation sans distorsion de concurrence.
- Inciter les non-sédentaires à la modernisation de leurs outils de commercialisation.
- Favoriser une politique de développement des filières agroalimentaires.

2-4- RESULTATS ATTENDUS

L'étude va permettre d'obtenir une meilleure connaissance du tissu économique des non sédentaires sur le territoire du Pays.

La démarche devra être force de proposition pour :

- L'organisation des marchés avec des aménagements d'espaces dédiés et une amélioration de la signalétique en partenariat avec les communes.
- L'organisation de marchés thématiques, nocturnes, etc...par territoires.
- Le développement des circuits courts.

Les rencontres avec les professionnels de ce secteur d'activité ont permis d'identifier une forte attente.

3-1- PRINCIPE ET ORGANISATION

DÉFINITION :

Un marché de plein vent est composé en majorité de commerçants non sédentaires, alimentaires ou non, aux quels s'ajoutent des producteurs en nombre variable selon les communes.

Ils sont normalement classés selon la loi en trois types.

Selon leur activité :

- « Alimentaire » : à dominance alimentaire;
- « non alimentaire » : parmi lesquelles :
- Equipement de la personne, bio (produits biologiques qu'ils soient alimentaires ou non), fleurs, timbres, livres, oiseaux, art, brocante, etc.

RÈGLES :

Ce type de marché est directement géré par les mairies. Celles-ci fixent le nombre de stands et définissent le règlement des marchés municipaux qui s'applique à tous les marchés et halles de la commune. Dans certains cas, elles établissent un règlement spécifique par marché.

CONTROLE :

Les services municipaux ne vérifient généralement pas l'origine des produits vendus sur le marché. Les seuls contrôles portent sur la situation administrative (statut, assurance, respect de la réglementation sanitaire)...

3-2- LES MARCHES ORGANISES

OÙ :

Ce sont les conseils municipaux qui décident de l'emplacement des marchés.

QUI :

Une association ou un comité de quartier peuvent être à l'origine de la création d'un marché, et en faire la demande à la mairie. Lors de la création d'un nouveau marché municipal, les placiers peuvent proposer des emplacements aux professionnels déjà connus de leurs services (car déjà présents sur d'autres marchés de la ville). Des associations de développement agricole soumettent parfois la candidature de leurs adhérents aux services municipaux. Elles peuvent aussi faire connaître le marché à leurs adhérents.

POURQUOI :

Les commerçants non sédentaires ainsi que les producteurs mettent en avant plusieurs intérêts à vendre sur un marché municipal «de plein vent» :

- Une meilleure valorisation des produits par une marge mieux négociée.
- Un moindre coût pour l'emplacement et un faible stock permet de rentabiliser au maximum l'outil de travail.

Si cette meilleure valorisation du travail est nécessaire, elle l'est également pour les producteurs par :

- La réduction de la distance à parcourir dans le cas des marchés de village à proximité des exploitations des producteurs ou des lieux de résidence des commerçants non sédentaires résidant sur le territoire.
- L'opportunité de nouveaux débouchés.

COMMENT :

Ces marchés se développent souvent en 3 ou 4 étapes :

- **Création** : Selon le quartier, la commune, le jour du marché, le nombre de producteurs comme de commerçants non sédentaires est très variable.
- Fléchissement ou stagnation : passé l'effet de découverte, la clientèle peut avoir tendance à diminuer. Certains exposants quittent le marché en raison d'un chiffre d'affaires trop faible.

- **Reprise** : Un noyau de clients s'est constitué lors de l'étape précédente, surtout si la communication a permis de faire connaître le marché et que le quartier est bien adapté. Les chiffres d'affaires augmentent. Les exposants sont incités à venir ou revenir vendre leurs produits. « Plus il y a d'offre, plus il y a de clients, plus on vend. La concurrence anime le marché; Comme on est plus nombreux, les ventes se répartissent, et la clientèle s'élargit » (maraîchers sur marché urbain)

- **Stabilisation** : Ce stade est atteint quand l'ensemble des places prévues par la mairie est occupé. Une partie des clients sont réguliers, mais il demeure un renouvellement de la clientèle plus important que sur les marchés de type paysan. Le marché est alors « saturé », les services municipaux ne l'étendent plus et le nombre de clients tend à stagner.

AVEC QUI :

Ces marchés ne bénéficient pas d'accompagnement spécifique. Des comités de quartier peuvent toutefois jouer un rôle de soutien, en cas de divergences avec la mairie, des riverains ou des commerçants sédentaires aux alentours.

3-3 – LES COMMERCANTS NON-SEDENTAIRES

LEGISLATION :

Pour créer « un commerce ambulante » il faut être inscrit au registre de commerce.

Détenir une carte professionnelle de commerçant non sédentaire délivrée par la préfecture. Ce document est à renouveler tous les deux ans.

Obtenir une autorisation de la mairie pour l'attribution d'un emplacement sur son marché organisé et pour stationner sur la voie publique.

Les commerçants non sédentaires exercent leur activité sur la voie publique.

Contrairement au forain, le commerçant non sédentaire doit justifier, disposer d'un domicile fixe, depuis plus de 6 mois.

CARACTÉRISTIQUES :

Nous identifions deux types de commerçants non sédentaires :

Les uns installés depuis longtemps, issus de la famille des commerçants ambulants ;

Les autres, plus nombreux, récemment installés, découvrent le commerce de proximité ce qui occasionne un taux de renouvellement important.

VALEURS ET COHÉSION :

Il n'y a pas forcément de valeurs communes entre les commerçants non sédentaires, ni de cohésion entre eux.

LIENS SOCIAUX :

Certains marchés urbains se caractérisent par des rapports de concurrence et de jalousie: « On s'observe, on remarque qu'il y en a un qui travaille bien, on essaye de comprendre pourquoi »

En zone rurale, par contre, certains marchés se caractérisent par une bonne entente et une solidarité entre les commerçants non sédentaires et producteurs.

Dans de nombreux cas, les producteurs témoignent de relations difficiles avec les « revendeurs »

3-4 – LES PRODUCTEURS

ENTRÉE ET EXCLUSION :

CONDITIONS D'ENTRÉE :

Les mairies demandent aux producteurs une Attestation de Producteur Vendeur (délivrée par la Chambre d'agriculture à tout Agriculteur à Titre Principal ou Secondaire).

Légalement, les cotisants solidaires ne sont pas admis sur les marchés. Cependant, certaines mairies, souvent en zone rurale isolée, tolèrent les cotisants solidaires au **statut très spécifique**, afin de faciliter la constitution d'un marché et dynamiser le village.

La plupart des marchés économiquement intéressants sont saturés et il existe aujourd'hui des listes d'attente : "Il y a des marchés porteurs, mais c'est impossible d'y entrer. Pour d'autres, il faut attendre un an à un an et demi sur la liste d'attente" (producteur marché zone plaine). Les producteurs sont en principe prioritaires sur le marché de la commune où ils habitent. Les mairies peuvent également mettre en place un tirage au sort à chaque marché pour l'occupation des places libres et vacantes. Rares sont les exposants de produits frais y participant, même si cette situation se rencontre sur certains marchés. Cela peut constituer une stratégie pour se faire connaître des services municipaux. Aux dires de certains commerçants non sédentaires, les relations avec la mairie et les placiers ne sont pas toujours de bonne qualité. Les producteurs en difficulté ne sont pas prioritaires, mais il n'y a pas de blocage non plus à leur entrée. Il est dans tous les cas plus facile d'entrer sur un marché en étant connu.

CONDITIONS D'EXCLUSION :

Chaque année les commerçants non sédentaires et les producteurs doivent présenter leur attestation, assurance, affiliation en règle. Un manquement à cette obligation peut entraîner une exclusion.

3-5- LES MARCHES SAISONNIERS

LES PRODUITS VENDUS :

PRODUITS D'APPEL :

Les produits classiques de saison sont le produit d'appel pour tous commerçants non sédentaires. Les clients viennent sur les marchés pour trouver les produits frais et plus particulièrement les fruits et légumes. Les variétés anciennes ou légumes rares différencient les producteurs des revendeurs et attirent les clients ; ils ne représentent qu'une très faible part du chiffre d'affaires. Par ailleurs, de nos jours, les dégustations semblent efficaces.

GAMME :

Les produits « entrée de gamme » sont le moyen d'appel des commerçants non sédentaires. Ils interpellent le chaland et présentent l'ensemble de leur gamme. Ce type de marchés propose une grande variété de produits y compris le « hors saison ». Pour les producteurs, à la différence des marchés paysans, il n'y a pas de gestion collective de la gamme à l'échelle du marché, si bien qu'il y peut avoir concurrence entre producteurs et revendeurs.

VARIATION DE L'OFFRE :

A l'échelle du marché, l'offre est en général régulière, surtout s'il y a beaucoup de commerçants revendeurs.

RISQUES DE PERTES :

Dans l'alimentaire, les producteurs peuvent être incités à avoir un stock important face aux stands très fournis des revendeurs. Contraints par les aléas climatiques et la production, leur apport doit répondre à la demande d'une clientèle spécifique et ils n'enregistrent pas trop d'invendus.

PRODUITS COMPLÉMENTAIRES :

Selon leur statut fiscal, les producteurs ont le droit de pratiquer l'achat revente, ce qui leur permet de compléter leur gamme. Cette pratique est toutefois risquée car elle peut entraîner une perte d'authenticité si les produits ne sont pas de qualité.

3-6- FONCTIONNEMENT FINANCIER DES MARCHES DE PLEIN VENT

INVESTISSEMENTS COLLECTIFS :

Les frais généraux nécessaires à la mise en place d'un marché sont directement pris en charge par les mairies : frais d'installation (eau, électricité), frais publicitaires (banderole, plaquettes, affiches...).

INVESTISSEMENTS INDIVIDUELS :

Le matériel nécessaire aux exposants est le même pour tous les marchés de plein vent. Il varie en fonction des produits. Pour l'alimentaire : un stand, une balance contrôlée, un véhicule utilitaire... Pour les fromages ou la viande : une banque réfrigérée, un module frigorifique selon la distance au marché pour le poissonnier. Pour le non alimentaire : un stand, des portants et une cabine d'essayage pour l'habillement.

FRAIS DE FONCTIONNEMENT :

Les frais liés au marché, à la charge des exposants, concernent le prix de l'emplacement, généralement peu élevé et leur déplacement.

Les tarifs des frais d'expositions sont variables suivant les communes et sont l'objet d'une délibération du conseil municipal. Ces tarifs comprennent ou pas, l'accès à l'utilisation de l'eau, de l'électricité et des W.C. publics ou ceux de la mairie. Ils peuvent inclure des frais de publication.

GESTION DES PRIX :

Chaque exposant fixe librement les prix de ses produits. En pratique, il y a une relative homogénéité entre commerçant sur un même marché et une stabilité des prix dans le temps. Les prix pratiqués par les producteurs de fruits et légumes sont plutôt considérés comme élevés comparés à ceux des revendeurs. Cependant, la qualité des produits justifie bien souvent la différence. Sur ce type de marché, les prix ne sont pas forcément plus élevés qu'en grande surface pour un type de légume donné d'« origine France » mais cependant on constate un manque de transparence évident en matière d'affichage de prix. C'est le propre de ce type de marché qui amène surtout de la convivialité.

Par contre, le nouveau consommateur lui ne se retrouve pas forcément dans ce fonctionnement. Il lui faut la transparence des prix, comme au « Super-Marché »

LE CHIFFRE D'AFFAIRES :

Bien qu'il soit très difficile d'identifier le C.A. des exposants et l'impact économique pour une commune, il semblerait que le chiffre d'affaires soit plus élevé sur les marchés en zone urbaine.

En zone rurale, le chiffre d'affaires est plus irrégulier pour l'alimentaire, du fait que beaucoup de particuliers ont des ressources d'existence comme un potager, des arbres fruitiers, un four à pain...etc.

Il est faible en hiver et intéressant l'été car plus fréquenté par les touristes. Il faut donc pour le commerçant non sédentaire, tenir sa place dans sa zone d'intervention en limitant les frais et être présent en saison touristique.

3-7- CLIENTELE ET PROMOTION MARCHES DE PLEIN VENT

TYPE DE CLIENTÈLE :

La clientèle des marchés de plein vent est en général très variée, mais celle qui achète s'apparente à une population: non active, plutôt aisée mais pas uniquement, souvent fidèle qui n'aime pas le changement car elle à **un besoin précis**. C'est cependant une clientèle de proximité, qui s'approvisionne localement et régulièrement en produits frais du producteur. C'est pour cette raison que le commerçant non sédentaire doit veiller à une bonne entente avec ce dernier.

Un bon sens du contact encourage la fidélisation, le fait d'avoir son stand toujours à la même place et tenu par le même vendeur également.

FRÉQUENTATION :

L'affluence est irrégulière, et différente selon les saisons.

Pendant l'été, la fréquentation avec les touristes est supérieure.

GESTION DE LA COMMUNICATION :

La promotion des marchés est assurée par les mairies, la presse municipale ou privée, souvent relayées par les offices de tourisme en zone rurale. Indirectement, les associations agricoles indiquent les lieux de vente de leurs producteurs adhérents. Cela contribue à faire connaître les marchés, mais tous ces organismes ne communiquent pas entre eux et cela crée de la confusion et des incompréhensions sur les intentions des uns et des autres.

IMAGE COMMUNIQUÉE :

Pour l'alimentaire, dans leurs contacts avec les clients, les producteurs insistent sur la qualité de leurs produits (proximité, fraîcheur, maturité, goût, mode de culture...), afin de se distinguer des revendeurs.

Pour l'habillement, la maroquinerie, le commerçant non sédentaire argumente souvent sa qualité sur des noms de « Marque » mais se retrouve souvent en concurrence avec de « la contre façon ».

PRESENTATION DES PRODUITS :

Comme pour les autres marchés, les stands bien arrangés ont plus de chance d'attirer la clientèle : impression de volume, variation des couleurs, plans inclinés... "Au début je mettais tout sur une planche et des tréteaux, ça n'allait pas du tout. Maintenant j'ai investi dans un stand un peu incliné, il m'a coûté 300 € mais tout de suite mon chiffre a progressé de 10%, le client, veut que ça lui saute aux yeux" (maraîcher Hauts Cantons Hérault). Pour se distinguer des revendeurs, certains proposent des recettes sur des ardoises, etc.

En général, les différents statuts (commerçant, agriculteur, artisan...) sont trop peu souvent signalés au consommateur.

3-8- LOGISTIQUE MARCHES DE PLEIN VENT

GESTION DU PLACEMENT :

Les places des stands sont aléatoires mais souvent fixes pour les exposants présents sur le marché depuis longtemps ou les exposants abonnés. Pour les autres, elles peuvent changer d'une semaine sur l'autre : "Vous traversez tout le marché quand vous êtes nouveau. En un an on a changé 5 ou 6 fois de place" (maraîcher marché petite ville Hauts Cantons Hérault), "Pour avoir une place fixe, il faut tenir au moins un an et venir le premier à 4h" (maraîcher petite ville). Sur ce type de marché, il peut y avoir une concurrence pour les places entre commerçants non sédentaires et producteurs et entre producteurs et revendeurs, mais ce n'est pas toujours le cas. Aux dires des exposants, une place fixe est importante pour fidéliser la clientèle et la position du stand au sein du marché joue beaucoup sur la vente : « on vend moins à côté des vêtements... » pour un producteur de légumes. Il y a des communes où le placier est soucieux de cet aspect là des choses.

Par ailleurs, le contrôle des documents administratifs n'est pas systématique et cela engendre une concurrence déloyale au même titre que l'arrivée soudaine des nouveaux commerçants au statut « d'Auto Entrepreneur » pour un été. Cela crée un profond mal être, parmi les professionnels qui font l'effort d'être présent à l'année.

APPROVISIONNEMENT :

Il est réalisé par chaque commerçant ou producteur.

DATES ET HORAIRES :

Ces marchés se tiennent en général le matin, une ou plusieurs fois par semaine. L'affluence est plus forte en fin de semaine.

3-9- ATOUTS, LIMITES ET PERSPECTIVES MARCHES DE PLEIN VENT

En conclusion de ce tour d'horizon, sur ce qui définit les marchés de plein vent, on peut synthétiser les avantages et les inconvénients de la manière suivante :

LES AVANTAGES :

- Un noyau de clients fidèles.
- Un débouché important en terme de C.A. pour les marchés « phares ».
- Un mode d'achat privilégié des consommateurs.
- Un lieu de convivialité.

LES INCONVÉNIENTS :

- Un chiffre d'affaires relativement fluctuant (entre saisons).
- Un accès limité sur les marchés existants.
- Un placement souvent aléatoire les premiers temps, ce qui suppose patience et persévérance.

- Une concurrence possible entre revendeurs et producteurs.
- Un système demandeur en temps et supposant une bonne organisation du travail.
- Un débouché très dépendant du lieu du marché.
- Des consommateurs vieillissants.
- Des fonctionnements archaïques.

La première impression est de dire que les marchés restent un mode d'achat porteur économiquement mais aucune validation chiffrée ne permet de l'affirmer. Parallèlement le constat démontre une carence importante au niveau de leurs organisations.

LES CLÉS DE RÉUSSITE DES MARCHÉS :

- Des lieux accessibles à tous.
- Des zones de stationnement autorisées et réglementées.
- Des stands nombreux, bien approvisionnés.
- L'implication de comités de quartier, des commerçants sédentaires.
- Un espace réservé aux producteurs locaux permettant de les identifier.
- Une professionnalisation économique.

De la même manière, nous observerons les facteurs de risques de ces marchés ainsi que leur potentiel et nous donnerons quelques pistes.

LES FACTEURS DE RISQUES POUR LES MARCHÉS :

- Une faible implication des services municipaux.
- Une concurrence trop vive entre vendeurs.
- Une concurrence farouche de la grande distribution.

LES POTENTIELS ET LES PISTES :

Si le nombre de marchés sur le territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles est satisfaisant, la création de nouveaux marchés de plein vent est au programme de certaines communes et cela est un indicateur de l'attractivité de cette forme de commerce de proximité sur un territoire rural. Il sera alors déterminant d'améliorer leurs déroulements et leurs organisations afin de créer une véritable dynamique économique identifiée comme telles, par tous les usagers.

La vente directe est le mode de commercialisation largement utilisé dans le département de l'Hérault.

DESCRIPTIF :

Démarrage de l'action en 2008 – 2009, elle s'est poursuivie en 2010.

ETUDE DE L'EXISTANT :

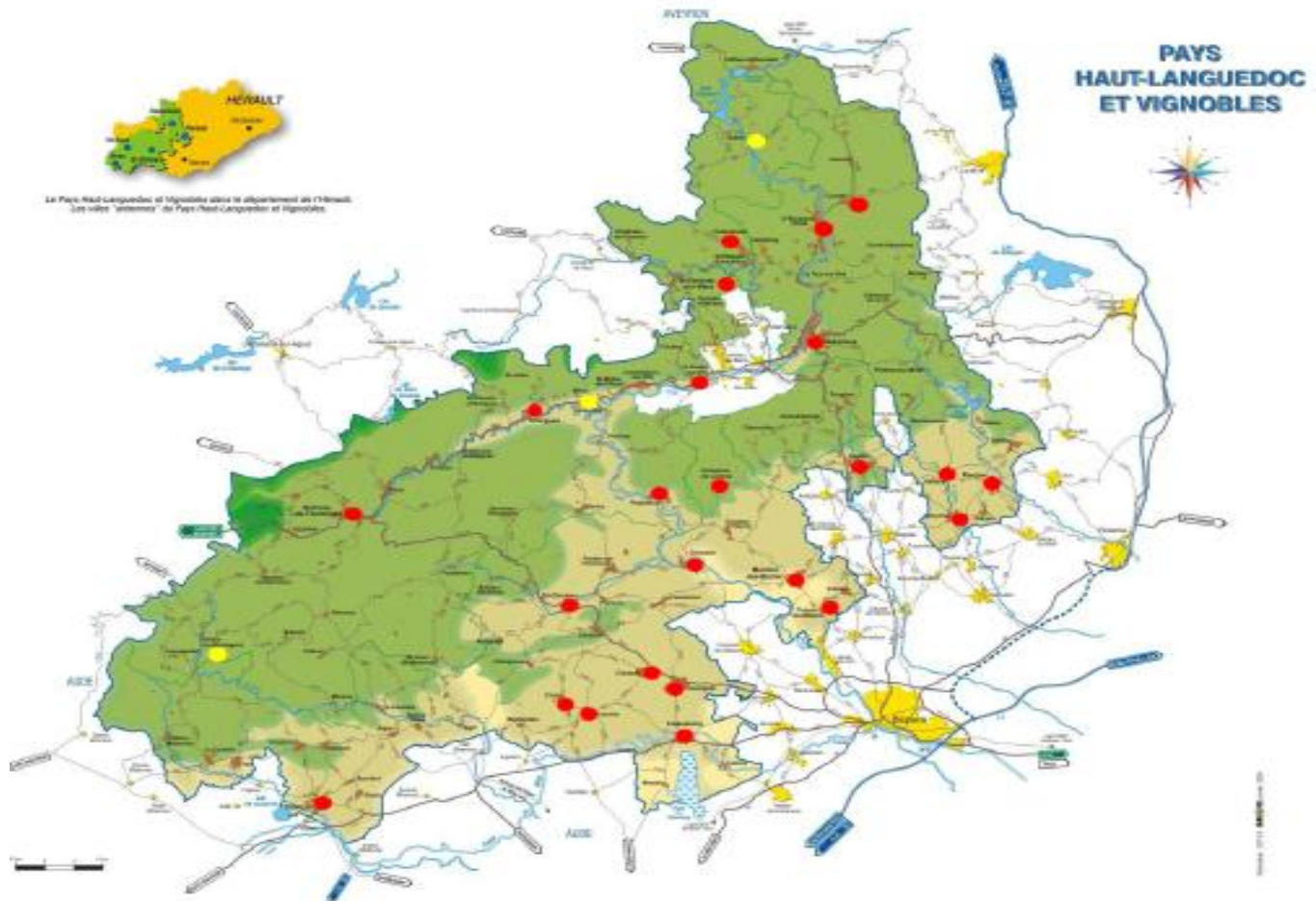
- Localisation des marchés
- Recensement des communes et des marchés
- Recensement des jours de marché
- Recensement des types de marché
- Recensement des marchés nocturnes
- Recensement des marchés saisonniers
- Recensement des marchés à thèmes
- Recensement du coût de l'emplacement
- Recensement des producteurs
- Recensement des commerçants non-sédentaires
- Recensement de la réglementation des marchés

MODE DE RECENSEMENT :

- Des contacts téléphoniques avec les communes

- Des déplacements sur les marchés pour rencontrer, les placiers, les commerçants non sédentaires, les producteurs...
- Des rencontres avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Béziers - St Pons et l'ICF Béziers pour les immatriculations.

4-1 – LOCALISATION DES MARCHÉS DU TERRITOIRE



- Marché de plein vent
- Autre marché

24 implantations de marchés de plein vent ont été recensées sur ce territoire

- Sur la partie « Vignobles » du territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles (colorisée : terre)
Une localisation communale assez cohérente.

- Sur la partie « Haut Languedoc » du territoire du Pays Haut Languedoc (colorisée : vert)

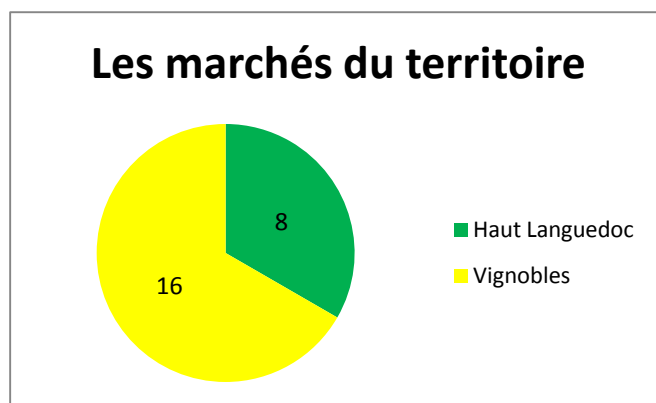
Une organisation moins harmonieuse et un manque important sur la partie Ouest.

- On remarque aussi : en plus de l'activité des Marchés de Plein Vent, d'autres organisations.

- 1 marché est dit « saisonnier »
- 1 marché est dit « nocturne »
- 5 marchés sont dits à thèmes
- 3 marchés de Noël
- 2 foires du cochon
- Ces organisations de marché ne sont pas comptabilisées dans l'étude des Marchés de Plein Vent mais on peut consulter leur implantation plus en détail sur un tableau général (en annexe)

4-1-1- RECENSEMENT DES MARCHES

24 marchés ont été recensés sur les 89 communes du Pays, ce qui indique qu'un quart des communes organisent un marché.



Comparaison géographique sur deux zones :

- la partie « **Vignobles** » du Pays (53 communes : liste en annexe)
 - o 16 marchés ont été recensés : 30 % des communes *de cette zone géographique* organisent un marché.
 - o 67% des marchés se déroulent sur cette zone.

- la partie « **Haut Languedoc** » du Pays (36 communes : liste en annexe)
 - o 8 marchés ont été recensés : 22 % des communes *de cette zone géographique* organisent un marché.
 - o 33% des marchés se déroulent sur cette zone.

Quelques éclairages :

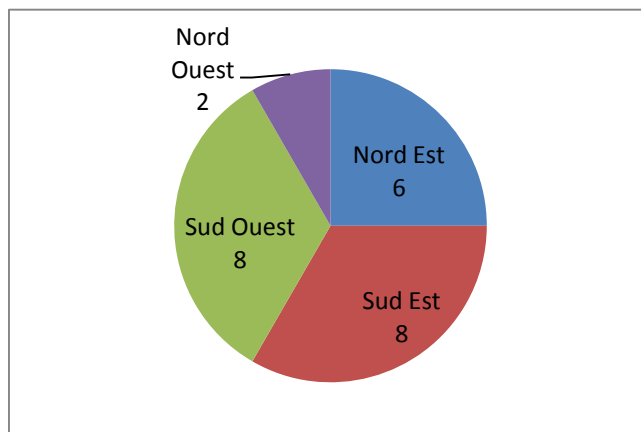
En prenant maintenant un axe symbolique à la vertical de l'Orb, (symbolique de l'EST et OUEST) et en gardant le même éclairage « Haut Languedoc » et « Vignobles » on divise le territoire en 4 parties.

On observe :

- 8 marchés sur la partie SUD-OUEST.
- 8 marchés sur la partie SUD-EST.
- 2 marchés sur la partie NORD-OUEST.
- 6 marchés sur la partie NORD-EST.

Et d'autre part:

- 14 marchés sur la partie EST de l'ensemble du territoire.
- 10 marchés sur la partie OUEST de l'ensemble du territoire.

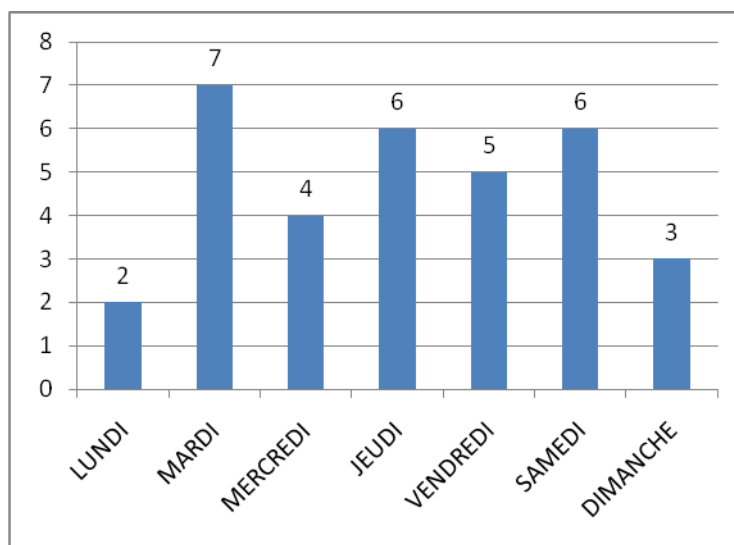


4-1-2- RECENSEMENT DES JOURS ET TYPES DE MARCHES

COMMUNES Par ordre alphabétique	JOURS DE MARCHES	TYPE DE MARCHES
Bédarieux	Lundi matin - Centre Ville (80 exposants) Samedi matin Marché des producteurs Place aux Fruits (15 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL et MARCHE BIO (samedi)
Capestang	Mercredi et dimanche matins - Marché couvert Samedi matin - Place Jean Jaurès (25 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL : Charcuterie Cabannes (Nages) - Charcuterie Nourigat (Béziers) - Ostréiculteur et Conchyliculteur Lopez Michel (Florensac) - Berton Didier Producteur de fruits et légumes (Montady)
Cessenon sur Orb	Mardi matin (alimentaire) et samedi matin (divers) (10 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL : 1 producteur de fruits et légumes le mardi Foire du cochon le 1 ^{er} WE de février
Creissan	Mardi matin (1 exposant)	Boucher-charcutier RASCOL Jean
Cruzy	Mardi et vendredi matins - Place de la République (3 à 4 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - 1 producteur de Coquillages de Mèze DRAGUIS
Gabian	Mercredi matin - Place du Cdt Terrisse – (8 à 12 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL: jardinier, charcutier, poissonnier, traiteur.
Graissessac	Jeudi matin - Place Gambetta - (7 à 8 exposants) - Camion pizza Jeudi soir Ameublement 1 fois par mois	MARCHE TRADITIONNEL : Primeur, charcutier, vêtements, chaussures, fromages, bio l'été , œufs frais, fleuriste
Laurens	Jeudi matin - Place du Marché (5 exposants)	Poissonnerie, coquillages, fruits et légumes, charcutier, pâtisserie ambulante
Le Bousquet d'Orb	Samedi matin - Espace face à l'usine "Medical Tubing" (6 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL
Lunas	Vendredi matin - Place de la Poste (4 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - 1 producteur de fruits et légumes
Murviel-les-Béziers	Mardi et samedi matins - Place Parech (5 à 6 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL : 1 charcutier, 1 boucher chevalin, 1 fruits et légumes, 1 friperie, un fleuriste, un fromager
Olargues	Dimanche matin - Place de la Mairie (3 exposants)	MARCHE DE PRODUCTEURS : Volailleur - Charcutier - Fruits et Légumes - Estivale de la Bio 15 août 9h-19h30 (80 exposants)
Olonzac	Mardi matin - Place du marché de France (exposants Hiver : 80 - Eté : 150)	MARCHE TRADITIONNEL
Poujol-sur-Orb	Jeudi matin - Place de l'Imbaisse (15 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - 1er samedi d'Août , foire "Arts et tradition" - Marché de Noël
Pouzolles	Mercredi matin - Place du Marché (4 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL
Puisserguier	Vendredi matin - Bd Victor Hugo Promenade (30 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - MARCHE ARTISANAL 26 juillet

Quarante	Mercredi et vendredi matins - Place de l'église (5 à 10 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - Vendredi : Poissonnier Sète, Horticulteur Saleilles d'Aude, Vêtements Mercredi : Fromager, Chevalin, Pêcheur de Valras
Roquebrun	Vendredi matin - Place de la Rôtissoire	Charcutier (Alran de Lacaune) - Boucher - Poissonnier et coiff'mobile
Roujan	pas de marché sauf 1 Marché saisonnier : Jedi matin - mercredi et samedi matins l'été	Légumes et Fruits et chevalin le jedi matin , poissons et coquillages le mercredi , et fruits et légumes le samedi matin l'été
St Chinian	Jedi et dimanche matin - Allées de la Promenade (Exposants : 30 le jeudi et 60 le dimanche)	MARCHE TRADITIONNEL qui possède un ESPACE PRODUCTEURS / Friperies (X5), Boucher Chevalin, Fruits et Légumes (X3), Fromager, Charcutier, Poissons, Coquillages, Chaussures, Brocante, Plats cuisinés (X2), Olives, Couturière, Asperges de l'Aude, Œufs frais, Fromagerie de Bize Minervois, Poulet Rôti, Nappes, Volailles, Fleuriste. - Marché de Noël organisé par l'OT
St Gervais sur Mare	Mercredi matin - Place du Quai (4 exposants)	MARCHE DE PRODUCTEURS : Fruits et légumes BIO, Fromages de chèvre - Alimentaire
St Nazaire de Ladarez	Jedi matin - Place de l'église (2 à 3 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL
St Pons de Thomières	Mercredi matin place des Tilleuls et du Foirail (80 exposants) Dimanche matin Halles (10 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL et Producteurs de produits fermiers : Fruits et Légumes de saison - Fromage de chèvre et de brebis - œufs - confitures - agneaux - marrons BIO (5 exposants) Foire du cochon le 22-02.
Thézan les Béziers	Mardi et jeudi matin - Place de la Mairie – (10 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL : (1 fruits et légumes le mardi) - Parfois Brocantes organisées par les associations

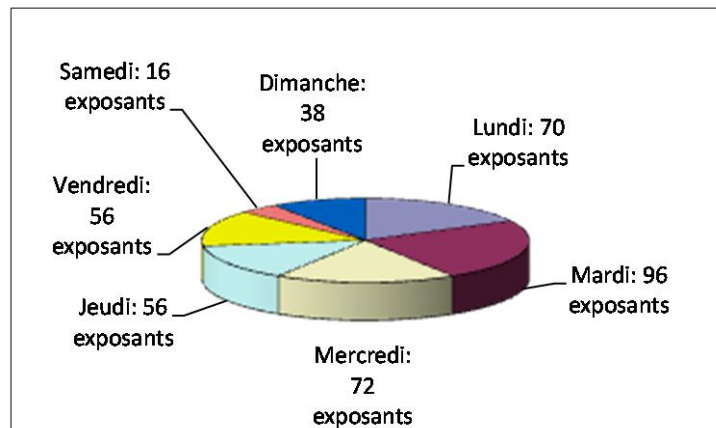
Les jours de marchés



4-2- ANALYSES DES MARCHES

L'enquête réalisée nous permet d'analyser divers points à savoir : les périodicités, la provenance des exposants, l'activité, les statuts, les immatriculations ainsi que le recensement des communes à travers les tarifs en vigueur et leurs équipements.

4-2-1- PERIODICITE DES 24 MARCHES

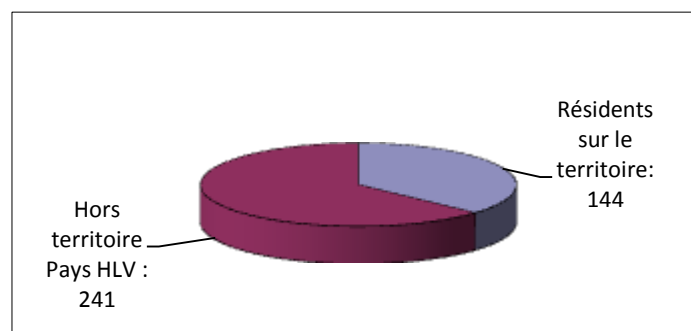


Pour rappel, le jour du marché est fixé par le maire de la commune. Ce graphique nous permet de constater qu'il y a un nombre très corrects d'exposants dans la première partie de la semaine et paradoxalement nettement moins les jours où le chaland est plus disponible à savoir le week-end.

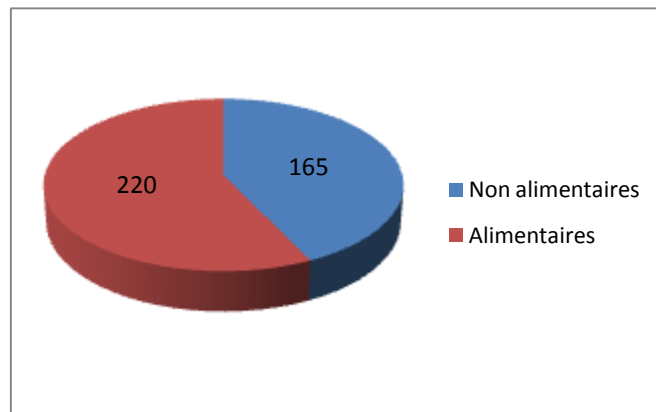
Attention : ces chiffres ne tiennent pas compte des venues aléatoires des commerçants non sédentaires, saisonniers.

Certains sont présents un ou deux jours par semaine selon la période de l'année.

4-2-2- PROVENANCE DES COMMERCANTS



Trois cent quatre vingt cinq (385) exposants non sédentaires et producteurs ont été recensés. 37% sont domiciliés sur le territoire.



L'activité des marchés de plein vent sur ce territoire est prioritairement « Alimentaire »
57% des 385 exposants présentent des produits issus de la filière alimentaire.

5-1- L'ACTIVITE DES ALIMENTAIRES

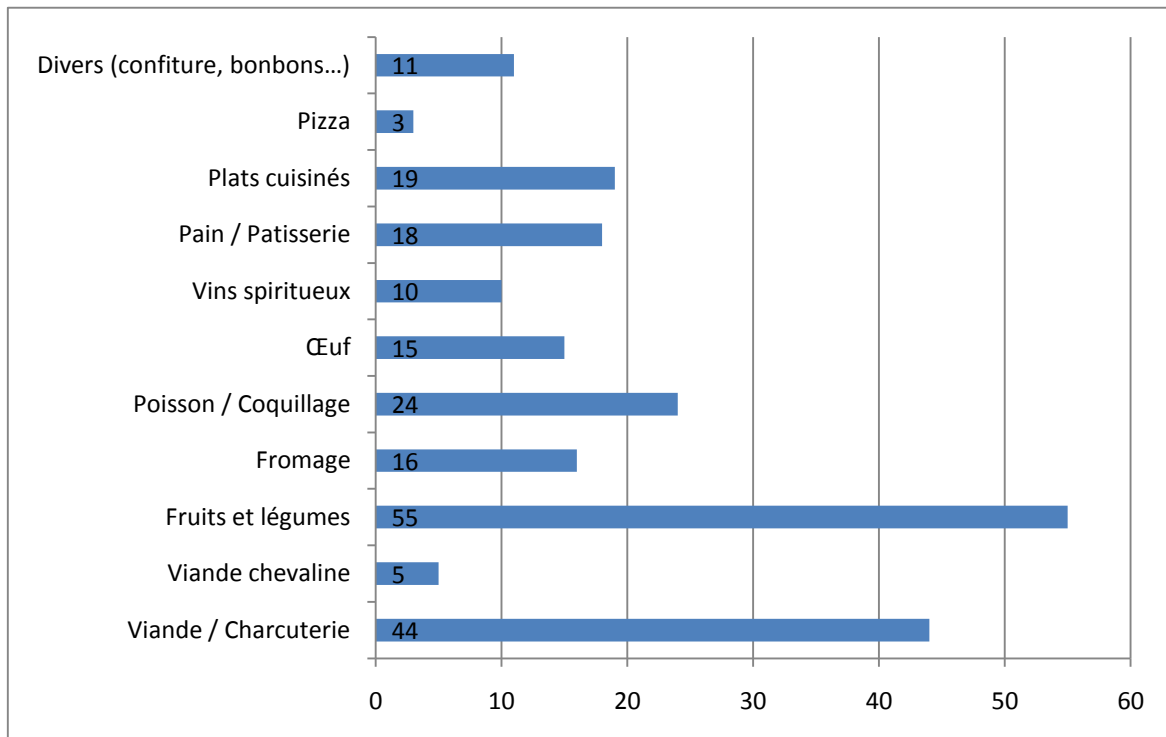
Pour bien comprendre les données du graphique ci dessous, exploiter en termes de produits et non pas en termes de métiers, nous allons prendre un exemple (celui de la Viande) qui est valable pour toutes les catégories de produit.

Certains sont bouchers de métiers et ne vendent que leur production.

Certains sont bouchers de métiers et vendent aussi de la charcuterie qui est où pas de leur production.

D'autres sont charcutiers et vendent leur production.

D'autres ne sont pas charcutiers mais commercialisent des produits charcutiers.



Deux cent vingt exposants (220 non sédentaires et producteurs) alimentaires ont été recensés.

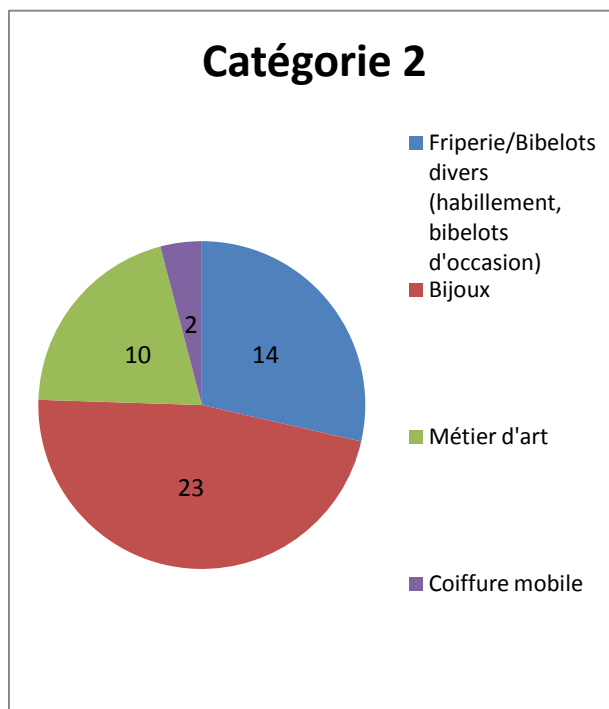
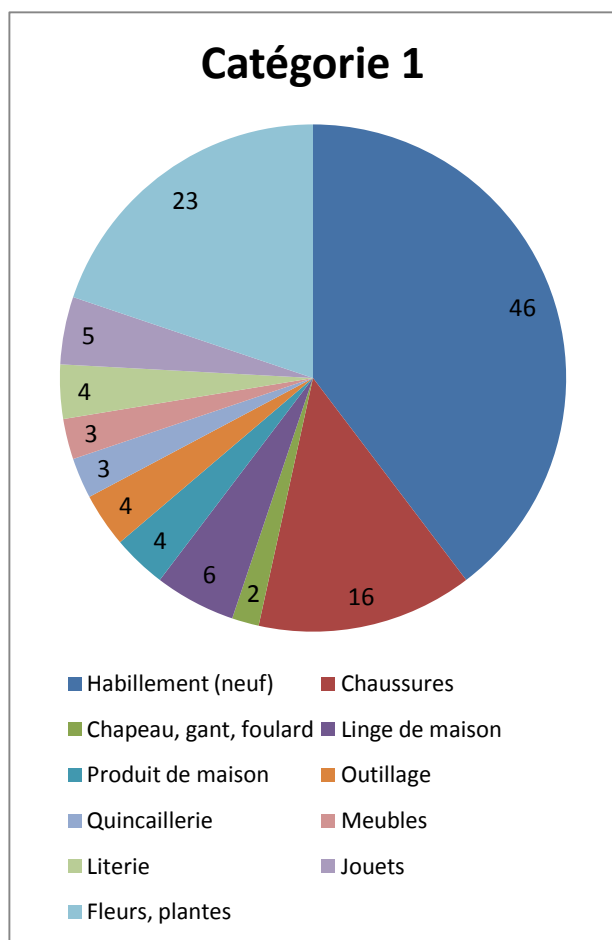
Les produits les plus commercialisés sont les fruits et légumes ainsi que les produits carnés.

Produits BIO : 4 exposants recensés vendent ces produits et notamment : un boulanger, un marchand de fruits et légumes, un apiculteur et une marchande d'œufs.

Produits de terroir : 72 exposants recensés disent vendre des produits de terroir. (Fromage, vin, viande, fruits et légumes) Nous n'avons pas pu vérifier cet état de fait.

5- 2- L'ACTIVITE DES NON ALIMENTAIRE

La même analyse à été faite par catégories de produits.



Dans la catégorie 1, (116 exposants) nous avons considérés les produits de première nécessité destinés au bien être du consommateur. L'habillement neuf représente 55% de l'activité des 46 commerçants non sédentaires.

Nous avons liés à cette catégorie les fleurs et plantes qui représentent 23 exposants soit 14%.

Il y a dans cette activité artisanale du commerce de la fleur des commerçants non sédentaires et des producteurs.

Dans la catégorie 2, (49 exposants) nous avons considérés les produits de moins grande nécessité comme les vêtements d'occasion que l'on trouve en friperie, par exemple.

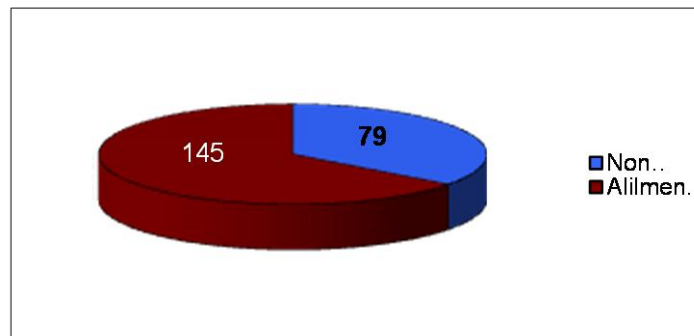
Cette catégorie ne doit pas être négligée en terme de commercialisation car elle représente 30% de l'activité globale des non alimentaires.

Les deux catégories représentent l'activité des 165 exposants non alimentaire.

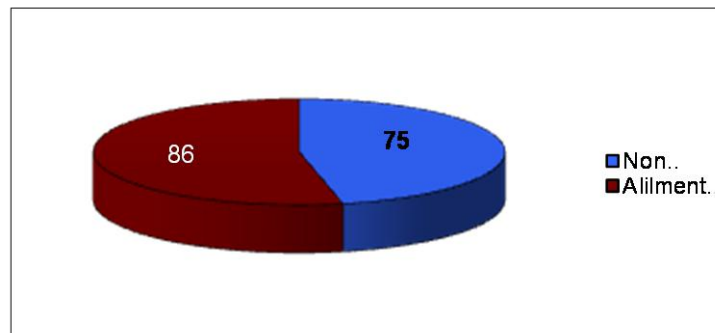
5-3- L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Nous avons distingué 2 zones

La partie « Vignobles » du territoire avec ses 16 marchés



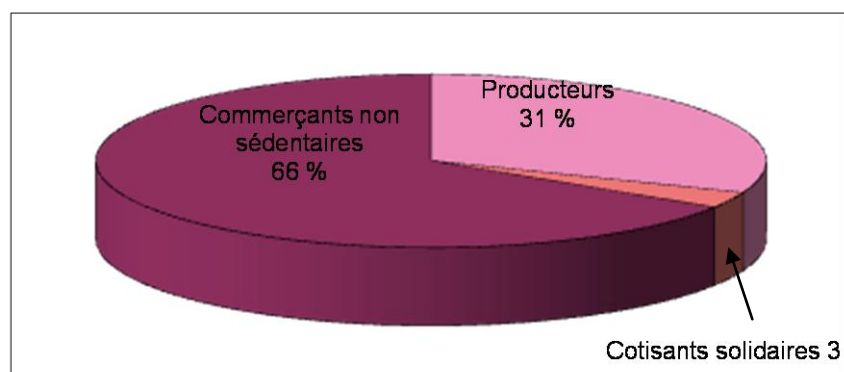
Le partie « Haut Languedoc » du territoire avec ses 8 marchés



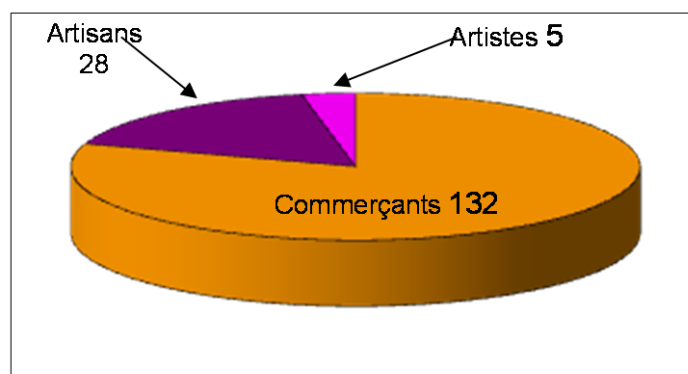
6- LES STATUTS DES NON SEDENTAIRES

6-1- LES ALIMENTAIRES

Sur les 220 exposants alimentaires, nous avons recensé 69 producteurs, 145 commerçants non sédentaires et 6 cotisants solidaires.



6-2- LES NON ALIMENTAIRE



Sur les 165 exposants non alimentaires nous avons recensés 80% de commerçants, 17% d'artisans et 3% d'artistes.

6-3 - LES STATUTS

Les commerçants sont plus nombreux sur les marchés des communes importantes (Bédarieux, Saint-Pons de Thomières, Saint Chinian, Capestang etc.).

A l'inverse le rapport de force se régule sur les marchés des localités de taille moins importantes (Cessenon, Lunas, Olargues, Le Bousquet, etc.) ou l'activité est bien soutenue par les producteurs transformateurs.

	Nombre d'exposants	Commerçants	Producteurs	Cotisants solidaires	Artistes
Alimentaires	220	145	69	6	0
Non alimentaires	165	132	28	0	5
TOTAL	385	277	97	6	5
Pourcentage	100%	72%	25%	1,5%	1,5%

Un cotisant solidaire est :

- Soit un chef d'exploitation qui met en valeur des terres pour une surface comprise entre 1/10 et 1/12 de la SMI. Surface Minimum d'Installation et dont l'activité se traduit par un acte d'exploitation procurant des revenus professionnels.
- Soit un chef d'entreprise qui met en valeur des terres et cette activité lui requiert un temps de travail compris entre 150 et 1200 h. par an.

7- LES IMMATRICULATIONS

7-1- LES ALIMENTAIRES

PRODUITS	Nombre exposants	CCI	CMA	DOUBLE IMMATRICULATION	AUTRES
Viande/Charcuterie	44	-	-	44	-
Chevaline	5	-	-	5	-
Fruit/Légume	55	-	-	10	45
Fromage	16	16	-	-	-
Poisson/coquillage	24	-	24	-	-

PRODUITS	Nombre exposants	CCI	CMA	DOUBLE IMMATRICULATION	AUTRES
Œuf/Poule/Volaille	15	15	-	-	-
Vin/Spiritueux	10	10	-	-	-
Pain/Pâtisserie	18	-	-	18	-
Plats cuisinés	19	-	19	-	-
Pizza	3	-	3	-	-
Divers	11	6	-	5	-
TOTAUX	220	47	46	82	45
	100%	22%	21%	37%	20%

21% des commerçants non sédentaires transforment une matière première alimentaire de base car ils ont l'immatriculation unique au répertoire des métiers.

20% des commerçants non sédentaires sont producteurs car ils ne sont ni inscrits au registre commerce et sociétés ni au répertoire des métiers.

37% des commerçants non sédentaires ont une double immatriculation car ils transforment et revendent des marchandises en l'état.

22% des commerçants non sédentaires sont revendeurs.

7-2- LES NON ALIMENTAIRES

PRODUITS	Nombre d'exposants	CCI	CMA	DOUBLE IMMATRICULATION
Habillement	46	46	-	-
Chaussure	16	16	-	-
Chapeau	2	2	-	-
Linge de maison	6	6	-	-
Produit de la maison	4	4	-	-
Outillage	4	4	-	-
Quincaillerie	3	3	-	-
Meuble/Matelas	3	3	-	-
Literie	4	4	-	-
Jouet	5	3	-	2
Fleur/Plante	23	-	23	-
Friperie	14	7	-	7
Bijoux	23	18	-	5
Métiers d'art	10	8	-	2
Coiffure mobile	2	-	-	2
TOTAUX	165	124	23	18
	100%	75%	25%	

75% des commerçants non sédentaires sont revendeurs.

25% des commerçants non sédentaires sont fabricants ou transformateurs.

7-3- LES IMMATRICULATIONS

	Nombre d'exposants	CCI	CMA	CCI/CMA	Autres
Les alimentaires	220	47	46	82	45
Les non alimentaires	165	124	23	18	-
TOTAL	385	171	69	100	45
Pourcentage		44%	18%	26%	12%

8- PRIX ET EQUIPEMENTS

8-1- LES TARIFS EN VIGUEUR

COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	TARIF
Bédarieux	Lundi matin - Centre Ville (80 exposants) Samedis matins Marché des producteurs Place aux Fruits (15 exposants)	0,80 € le ml.
Capestang	Mercredi et dimanche matins - Marché couvert samedi matin - Place Jean Jaurès (25 exposants)	0 à 2ml : 4,50€ 4ml : 5,50€ 4 à 6ml : 9€ 6 à 10ml : 11€
Cessenon sur Orb	Mardi matin (alimentaire) et samedi matin (divers) (10 exposants)	1€ par ml avec 1mini de 4€
Creissan	Mardi matin (1 exposant)	Emplacement 3 €
Cruzy	Mardi et vendredi matins - Place de la République (3 à 4 exposants)	Emplacement 2€. 3€ avec électricité.
Gabian	Mercredi matin - Place du Cdt Terrisse – (8 à 12 exposants)	0,61€ la publication 2,44 la place avec eau et élect.
Graissessac	Jeudi matin - Place Gambetta - (7 à 8 exposants) - Camion pizza Jeudi soir - Ameublement 1 fois par mois	Emplacement 2 € Publication 8 €
Laurens	Jeudi matin - Place du Marché (5 exposants)	Emplacement 1,50 € Publication 1,50 €
Le Bousquet d'Orb	Samedi matin - Espace face à l'usine "Medical Tubing" (6 exposants)	L'emplacement : 5€ tout compris
Lunas	Vendredi matin - Place de la Poste (4 exposants)	Gratuit
Murviel-les-Béziers	Mardi et samedi matins - Place Parech (5 à 6 exposants)	Emplacement 3,50 € Publication 1,50 €

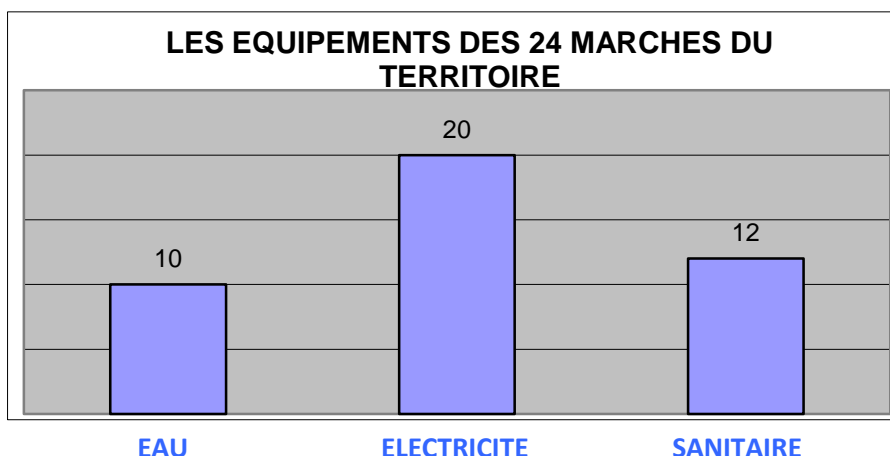
Olargues	Dimanche matin - Place de la Mairie (3 exposants)	5€ l'emplacement
Olonzac	Mardi matin - Place du marché de France (exposants Hiver : 80 - Eté : 150)	1,20€ le ml avec un mini de percept à 2,40€ +1€ pour l'élect.
Poujol-sur-Orb	Jeudi matin - Place de l'Imbaïsse (15 exposants)	0,50 le ml.
Pouzolles	Mercredi matin - Place du Marché (4 exposants)	2€ la place 1€ la pub.
Puisserguier	Vendredi matin - Bd Victor Hugo Promenade (30 exposants)	6€ pour 6ml +0,80€ par ml sup.
Quarante	Mercredi et vendredi matins - Place de l'église (5 à 10 exposants)	Emplacement 2,50 € Publication 1,50 €
Roquebrun	Vendredi matin - Place de la Rôtissoire	Gratuit.
Roujan	pas de marché sauf 1 Marché saisonnier : Jeudi matin - mercredi et samedi matins l'été	3,10€ la place
St Chinian	Jeudi et dimanche matin - Allées de la Promenade (Exposants : 30 le jeudi et 60 le dimanche)	1,30€le ml et 5,20€ mini de perception.
St Gervais sur Mare	Mercredi matin - Place du Quai (4 exposants)	Emplacement 4 €
St Nazaire de Ladarez	Jeudi matin - Place de l'église (2 à 3 exposants)	Nc.
St Pons de Thomières	Mercredi matin place des Tilleuls et du Foirail (80 exposants) et Dimanche matin Halles (10 exposants)	Emplacement 1 €/m ²
Thézan les Béziers	Mardi et jeudi matin - Place de la Mairie - (10 exposants)	4,50€ sans élect. 5,50€ avec.

Les tarifs sont très divers. La place est définie soit au m2, soit à l'emplacement, soit au ml. Aucune homogénéité n'existe dans ce domaine sur le territoire.

8-2- LES EQUIPEMENTS

COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	EQUIPEMENT
Bédarieux	Lundi matin - Centre Ville (80 exposants) Samedis matins Marché des producteurs Place aux Fruits (15 exposants)	Avec l'eau et l'électricité WC Public
Capestang	Mercredi et dimanche matins - Marché couvert samedi matin - Place Jean Jaurès (25 exposants)	Avec électricité + WC public. Sans eau.
Cessenon sur Orb	Mardi matin (alimentaire) et samedi matin (divers) (10 exposants)	Avec électricité. + WC public. Sans eau.
Creissan	Mardi matin (1 exposant)	Avec électricité
Cruzy	Mardi et vendredi matins - Place de la République (3 à 4 exposants)	Avec électricité .
Gabian	Mercredi matin - Place du Cdt Terrisse - (8 à 12 exposants)	Avec électricité.
Graissessac	Judi matin - Place Gambetta - (7 à 8 exposants) - Camion pizza Judi soir - Ameublement 1 fois par mois	Avec électricité
Laurens	Judi matin - Place du Marché (5 exposants)	Avec électricité
Le Bousquet d'Orb	Samedi matin - Espace face à l'usine "Medical Tubing" (6 exposants)	Avec l'eau et l'électricité WC Public
Lunas	Vendredi matin - Place de la Poste (4 exposants)	Pas d'eau. Pas d'élect.
Murviel-les-Béziers	Mardi et samedi matins - Place Parech (5 à 6 exposants)	Avec l'eau et l'électricité WC Public
Olargues	Dimanche matin - Place de la Mairie (3 exposants)	Avec électricité

Olonzac	Mardi matin - Place du marché de France (exposants Hiver : 80 - Eté : 150)	Avec l'eau et l'électricité WC Public
Poujol-sur-Orb	Jeudi matin - Place de l'Imbaisse (15 exposants)	Avec eau et élect.
Pouzolles	Mercredi matin - Place du Marché (4 exposants)	Avec eau, élect. et WC public
Puisserguier	Vendredi matin - Bd Victor Hugo Promenade (30 exposants)	Pas d'eau, pas de WC.
Quarante	Mercredi et vendredi matins - Place de l'église (5 à 10 exposants)	Avec l'eau et l'électricité WC Public
Roquebrun	Vendredi matin - Place de la Rôtissoire	
Roujan	pas de marché sauf 1 Marché saisonnier : Jeudi matin - mercredi et samedi matins l'été	
St Chinian	Jeudi et dimanche matin - Allées de la Promenade (Exposants : 30 le jeudi et 60 le dimanche)	Eau, élect. et WC public compris.
St Gervais sur Mare	Mercredi matin - Place du Quai (4 exposants)	Avec électricité
St Nazaire de Ladarez	Jeudi matin - Place de l'église (2 à 3 exposants)	Nc.
St Pons de Thomières	Mercredi matin place des Tilleuls et du Foirail (80 exposants) et Dimanche matin Halles (10 exposants)	Avec l'eau et l'électricité WC Public
Thézan les Béziers	Mardi et jeudi matin - Place de la Mairie - (10 exposants)	Pas d'eau WC mairie



Le constat est parfois affligeant selon les communes au regard de la législation en matière d'hygiène et de sécurité sur les marchés. 50% des marchés n'ont pas de sanitaire et 58% n'ont pas de point d'eau.

9 – CONSTAT DES INFRASTRUCTURES LOCALES

THEMATIQUES	CRITERES	INDICATEURS	PROBLEMATIQUES
LOGISTIQUE	CONFORMITE	ALIMENTATION RESEAU ELECTRICITE	NON DEVELOPEE
		ALIMENTION RESEAU EAU	NON DEVELOPEE
		GESTION DU FROID	NON DEVELOPEE
		SANITAIRES	ABSENCE
	ORGANISATION	EMPLACEMENT DES ETALS	ALEATOIRE PAR TIRAGE AU SORT
		DISPONIBILITE DES EMPLACEMENTS	DISPONIBILITE NON COMMUNIQUE
		PLANNING ET PLAGE HORAIRE	INADAPTE A LA CLIENTELE CIBLE
		PRESENCE DES EXPOSANTS	FIDELISATION DE LA CLIENTELE
	HYGIENE ET SECURITE	HYGIENE ALIMENTAIRE	EXISTENCE DE CONTRÔLES NON VERIFIEE
		PREVENTION DES RISQUES	
	VOIRIE	CIRCULATION	PERTURBATION
		STATIONNEMENT CLIENTELE	NON PREVU
		STATIONNEMENT COMMERCANT AMBULANT	PENALISATION
			NON REGLEMENTE
ACCESSIBILITE AUX ETALS		PENALISATION	
ENTRETIEN ET NETTOYAGE	PRESENCE D'OBSTACLES		
COMMUNICATION	IDENTIFICATION	ENSEIGNE COMMERCIALE	NON VISIBLE
	INFORMATION	PLANNING ET HORAIRES, LIEU	NON ACTUALISEE
	ANIMATION	ANNONCES, AMBIANCE MUSICALE	ABSENCE
	PROMOTION	PRODUITS DU TERROIR	A DEVELOPPER
		EVENEMENTS, MARCHES A THEMES	A DEVELOPPER

THEMATIQUES	CRITERES	INDICATEURS	PROBLEMATIQUES
TRANSPARENCE	LISIBILITE	AFFICHAGE DES PRIX	NON ALIMENTAIRE: correct ALIMENTAIRE: aléatoire
		TRACABILITE DES PRODUITS	INFORMATION LIMITEE
		IDENTITE COMMERCIALE	INFORMATION LIMITEE
	JURIDIQUE	STATUT JURIDIQUE	NON INDIQUE
		DECLARATION IMPOTS	NON VERIFIABLE
		DECLARATION SALARIES	NON VERIFIABLE
	CONTRÔLE	CONCURRENCE ET FRAUDE	NON VERIFIABLE
		INSPECTION DU TRAVAIL	NON VERIFIABLE
	ECONOMIQUE	VOLUME C.A	NON VERIFIABLE
		CREATION D'EMPLOIS	NON VERIFIABLE
ORGANISATION	DROIT DE PLACE	MONTANT VARIABLE	
	ATTRIBUTION DES EMPLACEMENTS	INFORMEL	
RELATIONNEL	CONFLIT	TECHNICIENS (placier, police municipale)	CLIENTELISME
		COMMERCANTS SEDENTAIRES	CONCURRENCE
	ACCUEIL CLIENTELE	TENUE DU STAND ET PRESENTATION	NEGLIGENCE COMMERCIALE

Après analyse des divers aspects des marchés nous constatons que :

- Les marchés bénéficient de signalétiques (horaires et lieux) déjà anciennes.
- Le placement des commerçants est trop souvent arbitraire et aléatoire surtout en période estivale.
- Aucune commune ne possède de **sanitaires réglementaires** au marché. Ce sont les W.C. public ou ceux de la Mairie qui font office de sanitaires : 12 sur 24.
- Les accès à l'**électricité** sont mis en place avec des bornes sur les gros marchés mais dans l'ensemble 85% des marchés sont équipés.
- Les accès à l'**eau** ne sont pas assez nombreux. 42% d'équipement.
- Un cruel déficit de place de stationnement, pour les exposants et/ou les clients se fait sentir.
- La circulation et le stationnement de la commune sont désorganisés les jours des marchés et pas organisés pour l'évènement.
- L'accessibilité aux stands n'est pas sécurisé pour les personnes âgées et les enfants (présence de divers obstacles).

Face à de tels constats, les marchés ne paraissent plus être un espace commerciale adapté aux nouveaux modes de vie des consommateurs. Une profonde réorganisation et adaptation doit être réfléchi afin de capturer de nouveaux chaland dont l'objectif serait que ces marchés de plein vent deviennent une réelle dynamique commerciale.

Collectivité territoriale et chefs d'entreprises devront travailler ensemble dans ce sens.

THEMATIQUES	CRITERES	INDICATEURS	PROBLEMATIQUES	PRECONISATIONS
LOGISTIQUE	CONFORMITE	ALIMENTATION RESEAU ELECTRICITE	NON DEVELOPPEE	Sensibiliser les collectivités locales à l'application de la réglementation
		ALIMENTATION RESEAU EAU	NON DEVELOPPEE	
		GESTION DU FROID	NON DEVELOPPEE	
		SANITAIRES	ABSENCE	
	ORGANISATION	EMPLACEMENT DES ETALS	ALEATOIRE PAR TIRAGE AU SORT	Mettre en place un groupe de réflexion avec l'ensemble des acteurs pour optimiser l'organisation
		DISPONIBILITE DES EMPLACEMENTS	NON COMMUNIQUE	
		PLANNING ET PLAGE HORAIRE	INADAPTE A LA CLIENTELE CIBLE ABSENCE DE MARCHÉ NOCTURNE	
		PRESENCE DES EXPOSANTS	FIDELISATION DE LA CLIENTELE	
	HYGIENE ET SECURITE	HYGIENE ALIMENTAIRE	EXISTENCE DE CONTRÔLES NON VERIFIEE	Vérifier l'existence de contrôles
		PREVENTION DES RISQUES		
	VOIRIE	CIRCULATION	PERTURBATION	Mettre en place un groupe de réflexion avec l'ensemble des acteurs pour optimiser l'accessibilité
		STATIONNEMENT CLIENTELE	NON PREVU PENALISATION	
		STATIONNEMENT COMMERCANTS AMBULANTS	NON REGLEMENTE PENALISATION	
ACCESSIBILITE AUX ETALS		PRESENCE D'OBSTACLES		
ENTRETIEN ET NETTOYAGE		SERVICE FAIT		
COMMUNICATIION	IDENTIFICATION	ENSEIGNE COMMERCIALE	NON VISIBLE	Mettre en place un groupe de réflexion avec l'ensemble des acteurs pour optimiser la communication
	INFORMATION	PLANNING ET HORAIRES, LIEU	NON ACTUALISEE	
	ANIMATION	ANNONCES, AMBIANCE MUSICALE	ABSENCE	
	PROMOTION	PRODUITS DU TERROIR	A DEVELOPPER	Elargir l'offre en mobilisant les collectivités locales, les producteurs et autres intervenants pour instaurer des marchés à thèmes. Dynamiser par des manifestations festives. Labelliser.
EVENEMENTS, MARCHES A THEMES		A DEVELOPPER		
TRANSPARENCE	LISIBILITE	AFFICHAGE DES PRIX	NON ALIMENTAIRE : correct ALIMENTAIRE : aléatoire	Sensibiliser les exposants aux besoins des consommateurs en terme de lisibilité
		TRACABILITE DES PRODUITS	INFORMATION LIMITEE	
		IDENTITE COMMERCIALE	INFORMATION LIMITEE	
	JURIDIQUE	STATUT JURIDIQUE	NON INDIQUE	Mettre en place des contrôles réguliers
		DECLARATION IMPOTS	NON VERIFIABLE	Mettre en place une étude spécifique
		DECLARATION SALAIRES	NON VERIFIABLE	
	CONTRÔLE	CONCURRENCE ET FRAUDE	NON VERIFIABLE	Mettre en place une étude spécifique
		INSPECTION DU TRAVAIL	NON VERIFIABLE	
	ECONOMIQUE	VOLUME C.A	NON VERIFIABLE	Mettre en place une étude spécifique
		CREATION D'EMPLOIS	NON VERIFIABLE	
ORGANISATION	Droit de place	MONTANT VARIABLE	Sensibiliser à la mise en place d'un fonctionnement plus rationnel	
	ATTRIBUTION DES EMPLACEMENTS	INFORMEL		
RELATIONNEL	CONFLIT	TECHNICIENS (placier, police municipale)	CLIENTELISME	A travailler
		COMMERCANTS SEDENTAIRES	CONCURRENCE	
	ACCUEIL CLIENTELE	TENUE DU STAND ET PRESENTATION	NEGLIGENCE COMMERCIALE	

Sur le territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles, on analyse que d'une façon générale, les marchés de plein vent :

- Ne se répartissent pas bien dans la semaine, les jours de repos des consommateurs actifs sont très peu exploités.
- La grande majorité des commerçants non sédentaires ne vivent pas sur le territoire du Pays.
- L'activité principale de ces marchés est alimentaire.
- Sur ces marchés, on y observe néanmoins une fréquentation assez bonne.
- Les conditions d'exercices de ces marchés ne correspondent plus aux besoins des nouveaux consommateurs.

Quelques mots en préambule sur ces nouveaux consommateurs :

Souvent issu du flux migratoire observé sur ce territoire, des nouveaux consommateurs sont intéressés à s'insérer durablement. Idéologiquement, la population en générale est en train d'évoluer vers une grande exigence dans sa recherche de produits traditionnels car ils sont synonymes de lieux d'enracinement face à la mobilité, à l'urbanisation et à la globalisation. Cet intérêt pour le local, ce besoin d'ancrage est encore accentué chez ces mêmes consommateurs en recherche de repères territoriaux. Dans un contexte de vie nouvelle, ils multiplient leurs réflexions

sur la qualité des produits et sur la nécessité de donner aux produits qui portent un nom géographique un profil clair qui les distingue d'autres produits substitués souvent meilleur marché.

Le créneau de la qualité apparaît comme une chance pour positionner des produits qui ne sont pas concurrentiels au niveau de leur prix. Mais la qualité ne s'exprime pas seulement à travers l'aspect du produit, de son goût, de ses valeurs nutritives ou de son mode de production. Une autre dimension de la qualité prend de l'importance aux yeux du consommateur. C'est **l'ancrage territorial du produit** dans sa région de production. Cette approche nouvelle doit aider les producteurs (20% sur ce territoire) qui sont confrontés à des coûts de production élevés à insérer davantage leurs produits dans l'économie locale.

L'ancrage territorial des produits doit être toutefois plus qu'une indication de provenance :

- Garant de la typicité du produit, de son caractère authentique et unique.
- Accompagné de règles de production formalisées.
- Gage de savoirs faire à développer.

Les nouveaux consommateurs veulent connaître les modes de production et la provenance de ce qu'ils ont dans leur assiette. La proximité géographique avec les produits de terroir est pour eux, un gage de sécurité. Mais l'accès à ces marchés leurs sont trop contraignants (parking, jour hebdomadaire et horaires de ces marchés), le paradoxe est qu'ils se rabattent (par dépit) sur les « Super-Marchés » quitte à consommer des produits qui ne sont pas de proximité mais dont ils connaissent avec « clarté » la provenance grâce à la communication plus précise des grandes surfaces. Ils ne sont pas confrontés par ailleurs à des situations défectueuses de parking, d'hygiène...etc.

Les commerçants non sédentaires :

Pour les commerçants non sédentaires, nombreux sont ceux qui travaillent dans la précarité. Précarité liée au fonctionnement des marchés (Conformité, organisation, hygiène, stationnement, conflits...). Les conditions de travail de ces derniers sont difficiles et le métier de « marchand ambulant » paraît « décalé » de l'air du temps. Elles sont les suivantes : Horaires harassants, trajets longs et périlleux surtout en saison hivernale, déplacements intempestifs au regard des indisponibilités d'emplacement et leur gestion aléatoire par les placiers, « repas » souvent pris sur le pouce, conditions d'hygiène corporelle précaires. Le prévisionnel commercial (C.A., bénéfice, stock des matières premières, stock des produits finis) est très compliqué à cerner. Beaucoup de sujets deviennent sensibles à aborder, tels que : la conjoncture, la concurrence déloyale ou pas, les rapports entre commerçants sédentaires ou pas, les rapports avec les services communaux (places, stationnement, contrôles administratifs...) et les clients...

Peu enclin à l'ouverture et au dialogue, ces commerçants non sédentaires travaillent dans leur « bulle » : ils déballet, ils remballent ! Souvent, c'est le même stand qu'ils ouvrent et qu'ils ferment depuis...des années ! Cette atmosphère se ressent sur le commerçant qui oublie de « soigner » son apparence et son étal. Ça ne ressemble pas aux « têtes de gondoles » du principal concurrent à leur yeux, « les Super-Marchés qui ont tués les marchés, ... » *Propos repris.*

L'affichage des prix et la traçabilité : Pas de lisibilité à part pour l'alimentaire et notamment pour le boucher-charcutier et le fromager. Le client ne peut percevoir de manière distincte la différence qui existe entre le revendeur et le producteur.

La voirie : Ces évènements se déroulent sur le domaine public et souvent dans les centres villes. Ces endroits (petites rues, artères, places sont souvent encombrés de panneaux directionnels, poteaux, bancs, boîtes aux lettres, fontaines, escaliers, trottoirs, racines...etc.) ne sont qu'obstacles à l'accès sécurisé de ces marchés.

Le client : Il fonctionne par habitude. Une cagette de légumes qui change de place sur un étal! Et c'est le commerçant que l'on pas vu et qui n'est donc pas venu, cela équivaut à la perte du client et du chiffre d'affaires. Les emplacements sont soumis à une décision aléatoire, il est important de ne rien bouger sur un marché, sinon le chiffre d'affaires subit les conséquences. La grande surface quand elle change les emplacements de ses rayons le fait avec une pédagogie commerciale élaborée. Sur les marchés, rien de pareil n'est possible, tout reste figé.

La concurrence : L'apparition soudaine des nouveaux commerçants au statut « d'Auto entrepreneur » crée un profond malaise pour ceux qui font l'effort toute l'année de tenir leur stand. C'est la précarité qui s'installe dans la précarité!

Enfin, nombreux sont ceux aussi qui évoquent leurs difficultés et leur désarroi face à la nouvelle monnaie unique, le pouvoir d'achat, les crises économiques successives...Le malaise règne !

Voici quelques amorces de pistes afin de mettre en place de nouveaux modes d'échanges commerciaux sur ces marchés :

- Des actions de distribution commerciales plus attractives, correspondant mieux, en terme de périodicité, aux modes de vie des nouveaux arrivants.
- Des animations festives basées sur la pédagogie concernant les modes de culture et de dégustation devra devenir une priorité pour s'inspirer de ce qui se fait déjà, sur les marchés de producteurs, à implanter sur des zones porteuses en terme de fréquentation, (proximité de centres de vacances, de loisirs, départs de randonnée... etc.)
- Commercialiser et professionnaliser, en rapprochant le consommateur du producteur, en organisant les circuits courts de commercialisation entre les commerçants non sédentaires et les producteurs.
- La signalisation « qualité des produits » deviendra alors prioritaire.
- La mise en conformité de la réglementation à mettre en place par les communes afin de répondre à la demande des différents consommateurs, toujours plus avides de transparence.

1-FICHE RECAPITULATIVE DES MARCHES DE PLEIN VENT SUR LE TERRITOIRE DU PAYS HAUT LANGUEDOC ET VIGNOBLES

COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	TYPE DE MARCHES	COORDONNEES	TARIF
Agel	<i>Pas de marché</i>	<i>Uniquement 1 VIDE GRENIER l'été organisé par l'ass. La Boule Agelloise</i>	<i>Mairie : 04 68 91 21 37</i>	
Aigne			<i>Mairie : 04 68 91 22 47</i>	
Aigues-Vives	<i>Pas de marché</i>		<i>Mairie : 04 68 91 23 89</i>	
Assignan	<i>Pas de marché</i>	<i>Ambulant ts les jours : Boulanger</i>	<i>Mairie : 04 67 38 04 44</i>	
Avène	Mercredis matins - Marché saisonnier de mi-juin à mi-septembre (15 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - Vins fruits et légumes de saison BIO en juillet et août (2 exposants)	Mairie : 04 67 23 40 25 - OT des Monts et des Sources : 04 67 23 43 88	Emplacement : 5€ Avec l'eau et l'électricité
Azillanet	<i>Pas de marché</i>		<i>Mairie : 04 68 91 22 67</i>	
Babeau-Bouldoux	<i>Pas de marché</i>	<i>Ambulants : Boulanger ts les jours + Epicerie Ts les mercredi</i>	<i>Mairie : 04 67 38 04 70</i>	
Beaufort				
Bédarieux	Lundi matin - Centre Ville (80 exposants) Samedis matins Marché des producteurs Place aux Fruits (15 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL et MARCHE BIO (samedi)	Police Municipale : 04 67 95 59 51 - Mairie : 04 67 95 59 59 - OT : 04 67 95 08 79	0,80 € le ml. Avec l'eau et l'électricité WC Public
Berlou	<i>Pas de marché</i>	<i>Ambulant : Boulanger ts les jours + Charcutier (épicerie)</i>		
Boisset	<i>Pas de marché</i>			
Brenas				
Cabrerolles	<i>Pas de marché</i>			

COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	TYPE DE MARCHES		TARIF
Camplong	<i>Pas de marché</i>	<i>Uniquement 1 Vide grenier le 15 août</i>		
Capestang	Mercredi et dimanche matins - Marché couvert samedi matin - Place Jean Jaurès (25 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL : Charcuterie Cabannes (Nages) - Charcuterie Nourigat (Béziers) - Ostréiculteur et Conchyliculteur Lopez Michel (Florensac) - Berton Didier Producteur de fruits et légumes (Montady)	Mairie : 04 67 49 85 95 - OT Capestang : 04 67 93 34 23 Police 06 87 13 71 09	0 à 2ml : 4,50€ 4ml : 5,50€ 4 à 6ml : 9€ 6 à 10ml : 11€ Avec élect. + WC public. Sans eau.
Carlencas et Levas	<i>Pas de marché</i>			
Cassagnoles	<i>Pas de marché</i>			
Causses et Veyran	<i>Pas de marché</i>			
Caussiniojols	<i>Pas de marché</i>			
COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	TYPE DE MARCHES		TARIF
Cazedarnes	<i>Pas de marché</i>			
Cebazan	<i>Pas de marché</i>			
Ceilhes et Rocozels	<i>Pas de marché</i>			
Cessenon sur Orb	Mardi matin (alimentaire) et samedi matin (divers) (10 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL : 1 producteur de fruits et légumes le mardi Foire du cochon le 1 ^{er} WE de février	M. Gourmandin P : 06 85 63 72 40 ou OT : 04 67 89 65 32	1€ par ml avec 1mini de 4€ Avec élect. + WC public. Sans eau.
Cesseroas	<i>Pas de marché</i>			
Colombières sur Orb	<i>Pas de marché</i>			
Combes	<i>Pas de marché</i>			
Courniou les Grottes	<i>Pas de marché</i>	<i>Uniquement MARCHE DE PRODUITS DU TERROIR le 2ème dimanche de juin de 9h à 18h (20 exposants)</i>	OT de Saint-Pons T : 04 67 97 06 65	
Creissan	Mardi matin (1 exposant)	Boucher-charcutier RASCOL Jean	M. Jany Mairie T : 04 67 95 75 41	Emplacement 3 € avec élec.
Cruzy	Mardi et vendredi matins - Place de la République (3 à 4 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - 1 producteur de Coquillages de Mèze DRAGUIS	Garde Champêtre Mairie T : 04 67 89 41 46	Emplacement 2€. 3€ avec électricité.

COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	TYPE DE MARCHES		TARIF
Dio et Valquières	<i>Pas de marché</i>			
Faugères	<i>Pas de marché</i>			
Félines Minervois	<i>Pas de marché</i>			
Ferrals les Montagnes	Dimanches matins de juillet et août En haut du village à côté de la Poste et de l'école (17 à 20 exposants)	MARCHE PAYSAN SAISONNIER : Produits fermiers et BIO (3 exposants) légumes de saison - fromages chèvres et brebis - marrons - œufs - agneaux - artisanat - vins	Assoc. Tramontagne. Me Piva T : 04 67 97 34 71 ou 04 67 97 00 58	Nc.
Ferrières Poussarou	<i>Pas de marché</i>			
Fos	<i>Pas de marché</i>			
Gabian	Mercredi matin - Place du Cdt Terrisse - (8 à 12 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL: jardinier, charcutier, poissonnier, traiteur.	Mairie T : 04 67 24 65 18	0,61€ la publication 2,44 la place avec eau et élect.
Graissessac	Jeudi matin - Place Gambetta - (7 à 8 exposants) - Camion pizza Jeudi soir - Ameublement 1 fois par mois	MARCHE TRADITIONNEL : Primeur, charcutier, vêtements, chaussures, fromages, bio l'été , œufs frais, fleuriste	Mairie T : 04 67 23 90 00 – OT Bédarieux : 04 67 95 08 79	Emplacement 2 € Publication 8 € Avec électricité
Joncels	<i>Pas de marché</i>	<i>Uniquement marché du terroir, de l'art et de l'artisanat, le dimanche 09 août 2009</i>	Me Josette Pailles T : 04 67 23 85 07	
La Caunette	<i>Pas de marché</i>			
La Livinière	<i>Pas de marché</i>			
La Tour sur Orb	<i>Pas de marché</i>			
Laurens	Jeudi matin - Place du Marché (5 exposants)	Poissonnerie, coquillages, fruits et légumes, charcutier, pâtisserie ambulante	Mairie T : 04 67 90 28 02 – Syndic. Faugères T : 04 67 98 54 73	Emplacement 1,50 € Publication 1,50 € Avec élec.
Le Bousquet d'Orb	Samedi matin - Espace face à l'usine "Medical Tubing" (6 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL	Mairie T : 04 67 23 80 89 - OT du Pays des Monts de Sources : 04 67 23 43 38	L'emplacement : 5€ tout compris Avec l'eau et l'électricité WC Public

COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	TYPE DE MARCHES		TARIF
Lunas	Vendredi matin - Place de la Poste (4 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - 1 producteur de fruits et légumes	Mairie T : 04 67 23 81 42 - OT : 04 67 23 76 67	Gratuit Pas d'eau. Pas d'élect.
Margon	Pas de marché			
Minerve	Pas de marché			
Mons la Trivalle	Marché saisonnier - Jeudi et dimanche matins juillet et août Place du Platane (10 exposants)	PRODUITS DU TERROIRS : Produits BIO - Producteurs : vin poterie - bijoux - Divers - MARCHE NOCTURNE le 24 juillet	Com. Com : 04 34 34 62 53	2€ la place tout compris
Montels	Pas de marché			
Montesquieu	Pas de marché			
Montouliers	Pas de marché			
Murviel-les-Béziers	Mardi et samedi matins - Place Parech (5 à 6 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL : 1 charcutier, 1 boucher chevalin, 1 fruits et légumes, 1 friperie, un fleuriste, un fromager	Police Municipale : 04 67 37 84 97 - OT des Pech : 04 67 35 90 07	Emplacement 3,50 € Publication 1,50 € Avec l'eau et l'électricité WC Public
Neffiès	Pas de marché			
Olargues	Dimanche matin - Place de la Mairie (3 exposants)	MARCHE DE PRODUCTEURS : Volailleur - Charcutier - Fruits et Légumes - Estivale de la Bio 15 août 9h-19h30 (80 exposants)	M. Branville Jean-Claude Pdt de l'OTSI : 04 67 97 71 26 - Mairie : 04 67 97 70 79 - CIVAM BIO 34 : 04 67 06 23 90	5€ l'emplacement avec élec.
Olonzac	Mardi matin - Place du marché de France (exposants Hiver : 80 - Eté : 150)	MARCHE TRADITIONNEL	Mairie : 04 68 91 20 11 Gilles	1,20€ le ml avec un mini de percept à 2,40€ +1€ pour l'élect. Avec l'eau et l'électricité WC Public
Oupia	Pas de marché			
Pailhès	Pas de marché			
Pardailhan	Pas de marché			
Pézènes les Mines	Pas de marché			
Pierrerue	Pas de marché	<i>Mais des marchands ambulants passent quotidiennement</i>		
Poilhes	Pas de marché			
Poujol-sur-Orb	Jeudi matin - Place de l'Imbaïsse (15 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - 1er samedi d'Août , foire "Arts et tradition" - Marché de Noël	Mairie : 04 67 95 63 28	0,50 le ml. Avec eau et élect.

COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	TYPE DE MARCHÉS		TARIF
<i>Prades sur Vernazobres</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>Prémian</i>	<i>Pas de marché</i>			
Puisserguier	Vendredi matin - Bd Victor Hugo Promenade (30 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - MARCHE ARTISANAL 26 juillet	M. Brousse T : 04 67 93 74 02 (Police Municipale) Mairie - OT : 04 67 93 85 27	6€ pour 6ml +0,80€ par ml sup. avec élect. Pas d'eau, pas de WC.
Quarante	Mercredi et vendredi matins - Place de l'église (5 à 10 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL - Vendredi : Poissonnier Sète, Horticulteur Saleilles d'Aude, Vêtements Mercredi : Fromager, Chevalin, Pêcheur de Valras	Police Municipale T : 04 67 89 40 48	Emplacement 2,50 € Publication 1,50 € Avec l'eau et l'électricité WC Public
<i>Rieussec</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>Riols</i>	<i>Pas de marché</i>	<i>Fête du miel début septembre - Marché de Noël</i>	OT de Saint-Pons T : 04 67 97 06 65	
Roquebrun	Vendredi matin - Place de la Rôtissoire	Charcutier (Alran de Lacaune) - Boucher - Poissonnier et coiff'mobile	Mairie : 04 67 89 64 54	Gratuit.
Roujan	pas de marché sauf 1 Marché saisonnier : Jeudi matin - mercredi et samedi matins l'été	Légumes et Fruits et chevalin le jeudi matin , poissons et coquillages le mercredi , et fruits et légumes le samedi matin l'été	Mairie: 04 67 24 60 66 Pas de placier	3,10€ la place
<i>Siran</i>	<i>Pas de marché</i>			
St Chinian	Jeudi et dimanche matin - Allées de la Promenade (Exposants : 30 le jeudi et 60 le dimanche)	MARCHE TRADITIONNEL qui possède un ESPACE PRODUCTEURS / Friperies (X5), Boucher Chevalin, Fruits et Légumes (X3), Fromager, Charcutier, Poissons, Coquillages, Chaussures, Brocante, Plats cuisinés (X2), Olives, Couturière, Asperges de l'Aude, Œufs frais, Fromagerie de Bize Minervois, Poulet Rôti, Nappes, Volailles, Fleuriste. - Marché de Noël organisé par l'OT	Me Maryse Mourgues T : 04 67 38 28 28 (Mairie) - OT : 04 67 38 02 67	1,30€le ml et 5,20€ mini de perception. Eau, élect. et WC public compris.
<i>St Etienne d'Albagnan</i>	<i>Pas de marché</i>			

COMMUNES	JOURS DE MARCHÉ	TYPE DE MARCHES		TARIF
<i>St Etienne d'Estrechoux</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>St Genies de Varensal</i>	<i>Pas de marché</i>			
St Gervais sur Mare	Mercredi matin - Place du Quai (4 exposants)	MARCHE DE PRODUCTEURS : Fruits et légumes BIO, Fromages de chèvre - Alimentaire	Me Caroline Gros T : 04 67 23 60 65 ou Point d'info touristique Maison Cévenole 04 67 23 68 88 T :	Emplacement 4 € avec élec.
<i>St Jean de Minervois</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>St Julien</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>St Martin de l'Arçon</i>	<i>Pas de marché</i>			
St Nazaire de Ladarez	Jeudi matin - Place de l'église (2 à 3 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL	Mairie : 04 67 89 64 57 - OT des Pech : 04 67 35 90 07	Nc.
St Pons de Thomières	Mercredi matin place des Tilleuls et du Foirail (80 exposants) et Dimanche matin Halles (10 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL et Producteurs de produits fermiers : Fruits et Légumes de saison - Fromage de chèvre et de brebis - œufs - confitures - agneaux - marrons BIO (5 exposants) Foire du cochon le 22-02.	Mairie : 04 67 97 39 39 - OT St-Pons : 04 67 97 06 65 - Placier Mairie M. SELZER P : 06 85 76 16 60	Emplacement 1 €/m ² Avec l'eau et l'électricité WC Public
<i>St Vincent d'Olargues</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>Taussac la Billière</i>	<i>Pas de marché</i>			
Thézan les Béziers	Mardi et jeudi matin - Place de la Mairie - (10 exposants)	MARCHE TRADITIONNEL : (1 fruits et légumes le mardi) - Parfois Brocantes organisées par les associations	Me Bengattat Mairie : 04 67 32 67 00 - OT du Pech : 04 67 35 90 07	4,50€ sans élect. 5,50€ avec. Pas d'eau WC mairie
<i>Vailhan</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>Velieux</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>Verreries de Moussan</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>Vieussan</i>	<i>Pas de marché</i>			
<i>Villespassans</i>	<i>Pas de marché</i>			

2- FICHES DETAILLEES PAR MARCHES.

Voir les fiches détaillées par marché et la fiche récapitulative

3- LA REGLEMENTATION DES PLACES DE MARCHES, BORNE EDF, SANITAIRES...

TEXTES DE LOIS.

-

LE MAIRE, LE COMMERCE ET L'ARTISANAT

Le commerce non sédentaire

Les commerçants non sédentaires exercent le plus souvent leur activité sur les dépendances du domaine public communal. A ce titre, ils doivent être munis d'une autorisation délivrée par le maire, premier magistrat de la commune.

Le pouvoir du maire

Le maire exerce en effet la police des halles, foires et marchés dans le cadre des prérogatives que lui confère le code général des collectivités territoriales. Le maire est le seul titulaire de ces compétences, et la jurisprudence lui reconnaît, à cet égard, un large pouvoir d'appréciation et d'initiative.

Ses décisions sont exécutoires de plein droit. Il lui appartient cependant de réglementer les activités ambulantes sans porter atteinte à la liberté du commerce ; il ne peut donc édicter d'interdictions générales et absolues.

Une réglementation adaptée

La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, dans son article 53, a inséré dans le code de commerce une section (art. L. 123-29 et suivants) dédiée à l'activité commerciale et artisanale ambulante.

Les règles applicables à l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale figurent désormais au code de commerce et sont clairement distinctes de celles relatives aux titres de circulation relevant exclusivement de la loi n° 69-3 du 3 janvier 1969 relative à l'exercice des activités ambulantes et au régime applicable aux personnes circulant en France sans domicile ni résidence fixe.

Le décret n° 2009-194 du 18 février 2009, codifié aux articles R. 123-208-1 et suivants du code de commerce ont précisé les conditions d'application des dispositions législatives introduites par la loi de modernisation de l'économie susvisée. Un arrêté finalisera la réforme engagée qui sera mise en œuvre le 1er janvier 2010.

La déclaration d'une activité ambulante reste obligatoire mais s'effectuera auprès d'un centre de formalités des entreprises (CFE). Cette démarche s'effectuera, dans la majorité des cas, à l'occasion de la déclaration de création d'entreprise.

La déclaration sera renouvelée périodiquement (tous les 4 ans) et se concrétisera par la délivrance d'une carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante.

Enfin, le dispositif de contrôle des activités commerciales et artisanales ambulantes a été renforcé pour lutter efficacement contre la fraude. En effet, aux côtés des services traditionnels de l'Etat, des fonctionnaires municipaux spécialement habilités pourront participer aux missions de contrôle des halles et marchés. Outre les vérifications de documents nécessaires, ils pourront dresser des procès verbaux de contravention.

Une concertation nécessaire : *Pour exercer leur activité, les commerçants non sédentaires ont besoin d'un environnement favorable, qui ne peut exister qu'à travers une étroite concertation avec les collectivités locales d'accueil.*

Ce partenariat doit être encouragé pour permettre la promotion de cette forme de commerce, indispensable à la vie économique et à l'animation des villes et des communes rurales.

C'est la raison pour laquelle les délibérations du conseil municipal relatives à la création, au transfert ou à la suppression de halles ou de marchés communaux sont prises après consultation des organisations professionnelles intéressées qui disposent d'un délai d'un mois pour émettre un avis, conformément aux dispositions de l'article L 2224-18 du code général des collectivités territoriales.

L'hygiène sur les marchés : *L'arrêté du 9 mai 1995 relatif à l'hygiène des aliments remis directement aux consommateurs a transposé aux marchés les dispositions de la directive 93/43 de juin 1993 sur l'hygiène des aliments.*

Il complète et remplace des dispositions ayant le même objectif de sauvegarde de la santé publique et qui existaient depuis de nombreuses années dans les règlements sanitaires départementaux.

Ce texte soumet les marchés de plein air à des dispositions similaires à celles des autres circuits de distribution.

Cela implique une mise à niveau des équipements des marchés. Le texte avait d'ailleurs prévu une période dérogatoire de cinq ans qui s'est achevée le 16 mai 2000. Ce délai de cinq ans avait pour objectif, notamment, de permettre aux collectivités de mettre à disposition des professionnels exerçant sur les marchés les fluides nécessaires au respect des règles d'hygiène fixées par l'arrêté.

Le Secrétaire d'Etat, au commerce, à l'artisanat, aux PME, aux professions libérales et à la consommation accompagne cette transition depuis plusieurs années.

Il surveille la modernisation de l'équipement des marchés en termes de fourniture d'énergie électrique, de points d'eau et de sanitaires. C'est ainsi qu'une enquête, réalisée en 2004, à partir de renseignements fournis par les communes ayant au moins un marché fait apparaître un taux d'équipement de l'ordre de 72 % en eau, de 85 % en électricité et de 77 % en sanitaires. Il est à noter à titre de comparaison qu'en 1994 moins de la moitié des marchés étaient équipés en eau et électricité.

Des contacts ont été pris avec les maires des communes concernées, afin de leur rappeler les échéances et les différentes aides mises en place pour financer les projets de rénovation des marchés.

En effet, les communes peuvent obtenir, sous certaines conditions, des aides du Fonds d'intervention pour la sauvegarde de l'artisanat et du commerce (FISAC) pour co-financer la mise aux normes de leurs marchés. Il leur appartient de se rapprocher des services de la préfecture et du délégué régional au commerce et à l'artisanat dont les coordonnées sont annexées au présent dossier.

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA COMPÉTITIVITÉ, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES

Les collectivités locales ont des responsabilités diverses en matière de commerce, que ce soit pour l'application des réglementations ou pour l'animation commerciale elle-même.

Dossier

- Hygiène sur les marchés

Fiches sur pme.gouv

- Les ventes au déballage
- Les ventes sur la voie publique
- L'ouverture des commerces le dimanche
- Le commerce non sédentaire
- Le dispositif de régulation des implantations commerciales

Marché de plein vent (ou halle couverte dont l'usage n'est pas destiné uniquement au marché)

<ul style="list-style-type: none">• <u>Gestion collective</u>• <u>Organisation et structure</u>• <u>Eau Sanitaires</u>• <u>Évacuation des déchets</u>• <u>Nettoyage du marché</u>• <u>Protection des étals</u>• <u>Gestion du froid</u>	<ul style="list-style-type: none">• <u>Gestion individuelle</u>• <u>Hygiène du personnel</u>• <u>Nettoyage</u>• <u>Conception des étals</u>• <u>Eclairage</u>
---	---

Gestion collective : La gestion collective est assurée par la municipalité ou par délégation.

Dans le présent document, on désigne par "collectivité" la municipalité ou le délégataire selon le contrat établi.

Organisation et structure ; Veiller à regrouper tous les professionnels de l'alimentaire. Placer les professionnels travaillant et commercialisant des denrées animales ou d'origine animale (boucher, charcutier, traiteur, tripiier, fromager, pâtissier, poissonnier, ...) le plus près possible des bornes d'alimentation en eau et des bornes d'alimentation en électricité.

Pour le choix d'un nouvel emplacement de marché,

- éviter les sources extérieures de pollution comme la proximité de grands axes routiers,
- éviter de placer les marchés dans des zones soumises aux vents dominants,
- choisir un revêtement de sol facilement nettoyable (bitume, ciment, ...).
- Eau : Potabilité : eau potable
- Température : eau froide (ou tiède si possible)

Nombre de bornes d'alimentation en eau : le nombre de bornes d'alimentation en eau est déterminé de telle manière que :

- la distance maximale entre chaque professionnel et la borne soit de 25 mètres,
- le nombre maximum de professionnels affectés à une borne soit de 8.
- Veiller à ce que le débit d'eau soit suffisant à chaque borne.
- Pour une implantation optimale de ces bornes d'alimentation en eau, s'interroger sur le trajet que devra parcourir chaque professionnel, le temps d'accès au point d'eau, la facilité d'accès et le nombre de professionnels associés à un point d'eau.
- Pour faciliter l'accès des professionnels, plusieurs sorties d'eau peuvent être raccordées à la même borne.
- Les bornes doivent être conçues de manière à prévoir le raccordement de plusieurs tuyaux souples. La collectivité veillera à ce qu'il n'y ait pas de risque de chute lié à l'utilisation des tuyaux.

Conditions d'accès aux bornes d'alimentation en eau : accès réservé aux professionnels non sédentaires les jours de marché. Afin d'éviter le détournement des équipements publics mis à disposition du marché de plein vent, il peut être judicieux de prévoir des dispositifs de coupure "inviolables".

Évacuation des eaux usées : faire en sorte que l'évacuation des eaux usées ne soit pas source de pollution entre les différents étals.

Sanitaires : Des sanitaires doivent être mis à disposition des professionnels.

Quel que soit le type de sanitaires, ils doivent être :

- équipés de toilettes de type cuvette,
- équipés d'un lave-mains à commande non manuelle pourvu de savon liquide, de papier jetable et d'une poubelle,
- propres et en état de fonctionnement,
- gratuits pour les professionnels.

Situation optimale : sanisette, sanitaires en dur réservé au marché.

À défaut, utiliser les sanitaires d'un autre lieu (mairie, école, ...), la collectivité veillant à prendre en charge l'équipement complet des sanitaires et leur entretien et s'assurant de la permanence d'ouverture.

Évacuation des déchets : L'évacuation des déchets doit être réalisée dès la fin du marché par la collectivité.

En cas d'impossibilité, les déchets en attente de ramassage doivent être stockés si possible à l'abri du soleil dans des conteneurs fermés disponibles en quantité suffisante, protégés des nuisibles et des animaux errants et vidés rapidement.

Nettoyage du marché ; À la fin du marché, effectuer un nettoyage complet à l'eau de la place du marché avec un matériel spécifique (camion-citerne par exemple).

- Si ce type de nettoyage n'est pas possible du fait de son coût, faire appel au service du cantonnier de la commune pour effectuer un balayage efficace suivi d'un lavage au jet d'eau lorsque le revêtement du sol le permet.
- Le nettoyage de la place de marché peut être réalisé à l'eau non potable.

Protection des étals :

Il est nécessaire de disposer d'équipements pour protéger les denrées alimentaires des intempéries et des contaminations provenant de l'environnement (fientes d'oiseaux,...).

Situation optimale :

disposer de bâches en parfait état (non déchirées en particulier) si possible de couleur claire afin d'éviter l'augmentation de la température sous les stands en période estivale.

Entretien :

pour éviter de souiller la partie intérieure de la bâche avec les salissures présentes sur l'extérieur, plier une première fois la bâche en deux avant de la rouler. Maintenir les bâches en bon état de propreté. À titre indicatif, on réalisera un nettoyage par mois.

Gestion du froid :

Afin de permettre aux professionnels de respecter les températures de conservation exigées par la réglementation, il est nécessaire de mettre en place des bornes d'alimentation électrique en nombre suffisant, de puissance suffisante et répondant aux exigences relatives à la sécurité.

- À l'occasion de la mise en place de ces bornes, la collectivité prendra en compte l'utilisation possible de ces bornes comme source d'alimentation des dispositifs d'éclairage individuels (adapter la puissance si nécessaire) et veillera à ce que les dispositifs d'éclairage ne présentent pas de risque en terme de sécurité.
- Pour une place de marché de 4 mètres accueillant un professionnel dont l'activité nécessite la conservation au froid des denrées, prévoir une puissance électrique de 4 kW. Suivant la nature de la tension d'alimentation (système monophasé ou triphasé), les services techniques calculeront l'intensité correspondante nécessaire.
- La collectivité veillera à ce que les câbles mis en place n'engendrent pas de risque de chute.
- Accès des véhicules : prévoir un emplacement doté de bornes électriques permettant aux professionnels de stationner leurs véhicules et de les brancher si nécessaire.
- Choisir cet emplacement le plus près possible des étals afin que les professionnels puissent avoir un accès facile à leur véhicule pour réapprovisionner l'étal au fur et à mesure des besoins.
- Remarque : Afin d'éviter le détournement des équipements publics mis à disposition du marché de plein air, il peut être judicieux de prévoir des dispositifs de coupure "inviolables".

Gestion individuelle : La gestion individuelle est assurée par chaque professionnel. Pour plus d'informations, les professionnels peuvent se référer aux guides de bonnes pratiques d'hygiène élaborés par profession et suivre les formations qui s'y rattachent.

Hygiène du personnel :

Lavage des mains : lorsqu'il n'y a pas d'arrivée d'eau courante sur l'étal, prévoir un jerrican. Disposer systématiquement de savon liquide, de papier jetable et éventuellement d'une brosse à ongles.

Nettoyage -Équipement :

Le professionnel prévoira d'apporter deux seaux minimum (un pour le nettoyage et un pour le rinçage), un détergent, des lavettes et du papier jetable par exemple.

- Lorsqu'il n'y a pas d'arrivée d'eau courante sur l'étal, le professionnel pourra apporter en plus un tuyau souple permettant de se raccorder à la borne d'alimentation en eau, en veillant à assurer la sécurité des personnes, et si besoin une réserve d'eau potable.
- L'ensemble des professionnels s'organisera de manière à réaliser le nettoyage des équipements et matériels en veillant à ce qu'il ne représente pas une source de contamination des étals environnants.
- Conception des étals : Choisir des revêtements aptes au contact alimentaire, lisses, imputrescibles et faciles à nettoyer et à désinfecter.

Protection des denrées et maintien des denrées en température : Objectif :

- Prévenir toute contamination des denrées par le consommateur, par l'environnement,
- Prévenir la multiplication des germes au sein des denrées.

Remarque : il est rappelé que la réglementation en vigueur (arrêté du 9 mai 1995 relatif à l'hygiène des aliments remis directement au consommateur) n'impose pas de hauteur minimale pour l'étal et les vitrines.

Protection des denrées vis-à-vis de l'environnement : Lorsque la collectivité n'a pas encore prévu de dispositifs de protection (type bâches) ou lorsque ces dispositifs ne peuvent pas couvrir toutes les places, prévoir un équipement pour protéger les denrées alimentaires des intempéries et des contaminations provenant de l'environnement (fientes d'oiseaux, ...) correctement entretenu (type barnum).

En cas de vent :

Installer des protections latérales. Veiller à les maintenir en parfait état de propreté.

Dispositif de protection des denrées et maintien des températures :

Rappel : les consommateurs n'ont pas à manipuler les denrées présentées sur les étals. Si le professionnel laisse ses produits en libre-service, il engage sa responsabilité.

<i>Denrées</i>	<i>Maintien de la température (1)</i>	<i>Dispositif de protection (2)</i>	
	<i>Obligatoire</i>	<i>Limité</i>	<i>Renforcé</i>
<i>Fruits et légumes frais</i>			
<i>Denrées préemballées ou protégées stables à température ambiante (conserves, miel, ...)</i>			
<i>Denrées nues stables à température ambiante et consommées en l'état (produits de biscuiterie et de panification, viennoiserie, chocolaterie, confiserie, condiments, fruits secs, ...)</i>		<i>oui</i>	
<i>Produits de la pêche : poissons entiers, ...</i>	<i>oui</i>	<i>oui</i>	
<i>Produits de la pêche : filets, produits traiteur, ...</i>	<i>oui</i>		<i>oui</i>
<i>Produits laitiers</i>	<i>oui (3)</i>	<i>oui</i>	
<i>Oeufs</i>	<i>(4)</i>		
<i>Pâtisseries non stables à température ambiante</i>	<i>oui</i>		<i>oui</i>
<i>Denrées</i>	<i>Maintien de la température (1)</i>	<i>Dispositif de protection (2)</i>	
	<i>Obligatoire</i>	<i>Limité</i>	<i>Renforcé</i>
<i>Viande de boucherie - Abats - Découpes de volaille</i>	<i>oui</i>		<i>oui</i>
<i>Volaille entière</i>	<i>oui</i>	<i>oui</i>	
<i>Gibier entier en poils ou en plumes</i>	<i>oui</i>		
<i>Charcuterie - produits traiteur</i>	<i>oui</i>		<i>oui</i>
<i>Salaisons</i>		<i>oui</i>	

(1) se référer au guide de bonnes pratiques d'hygiène pour plus d'informations.

(2) dispositifs de protection des denrées vis-à-vis des consommateurs : - les dispositifs "renforcés" désignent par exemple les vitrines ou tout autre système de protection équivalent, les dispositifs "limités" désignent par exemple les murs de glace pilée, les retours de vitrines de faibles hauteurs, etc ...,

(3) sauf pour produits stables à température ambiante

(4) sauf pour les oeufs transportés sous température dirigée.

Pour éviter la contamination croisée entre les denrées, séparer les produits de natures différentes de façon à prévenir les contacts directs entre ces produits.

Pour maintenir les produits à la température exigée par la réglementation, il est conseillé :

- de disposer d'un étal réfrigéré ou de plaques eutectiques ou de tout autre moyen assurant le maintien au froid des produits (glace, ...),
- d'approvisionner l'étal au fur et à mesure des besoins et de garder le plus longtemps possible les produits réfrigérés en caisses isothermes ou dans le camion frigorifique,
- de protéger les produits de toute source d'échauffement extérieure (lampes, soleil, ...).

Éclairage :

S'assurer que les systèmes d'éclairage utilisés sont conformes en terme de sécurité et n'occasionnent pas de réchauffement des produits (choisir par exemple des lampes froides).

Actualisé en novembre 1999 - © Copyright MINEFE 2008

Outre le pouvoir de police municipale qui permet d'assurer l'ordre, la sûreté et la salubrité publiques et qui concerne notamment les activités commerciales, le maire dispose de la faculté d'autoriser l'occupation du domaine public (voirie ou stationnement), notamment pour les ventes régulières ou intermittentes.

Les halles et les marchés

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.

L'organisation des halles et marchés relève également de la compétence du maire qui établit un règlement ou un cahier des charges après consultation des organisations professionnelles intéressées (horaires du marché, réglementation du stationnement et de la circulation des véhicules, contrôle des transactions qui s'effectuent sur le marché, régime des droits de place applicable). La jurisprudence reconnaît au maire, à cet égard, un large pouvoir d'appréciation et d'initiative.

En matière d'hygiène, le règlement (CE) n°852/2004 du 29 avril 2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires est entré en vigueur le 1er janvier 2006.

Ce texte soumet les marchés de plein air à des dispositions similaires à celles des autres circuits de distribution. En effet, chaque maillon des filières alimentaires, quelles que soient ses spécificités, doit maîtriser l'hygiène des produits mis en vente, éviter les risques de contamination et de développement des micro-organismes. En revanche, le texte prévoit des dispositions particulières applicables aux sites mobiles et/ou provisoires concernant les locaux et les installations et équipements. Ces dispositions nécessitent cependant que soit poursuivie la mise à niveau des équipements des commerçants, notamment en matériel de conservation des denrées à des températures réfrigérées.

Au demeurant, le règlement souligne surtout les objectifs de sécurité à atteindre, comme le maintien de la température de conservation dans des conditions adéquates ou la propreté corporelle, afin d'éviter le développement des micro-organismes dangereux. Le choix des moyens est généralement laissé aux professionnels, qui peuvent s'aider des guides de bonnes pratiques d'hygiène élaborés par leurs organisations. Ils disposent donc d'un large éventail de moyens adaptés à l'environnement des marchés et au type de denrées.

Le ministère en charge du commerce et de l'artisanat accompagne depuis plusieurs années la modernisation des halles et marchés couverts ainsi que les marchés de plein air. Ainsi le Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce (FISAC) participe au financement des travaux de gros œuvre et d'aménagements intérieurs (climatisation, éclairage, carrelage et traitement des sols, centrale de froid) ainsi que des équipements directement rattachables à l'exercice de la fonction commerciale.

Enfin, le Centre national d'action qualité (CNAQ) a réalisé des fiches techniques qui répertorient les éléments à prendre en compte pour la mise en conformité des marchés en matière d'hygiène. Ces fiches ont largement été diffusées au plan local.

Le rôle de la DGCCRF : La DGCCRF exerce ses compétences comme pour tous les autres types de commerce : elle veille notamment à la qualité et à la sécurité des produits, à la loyauté des pratiques commerciales et à la bonne information des consommateurs.

Les ventes au déballage :

Les ventes au déballage sont effectuées sur des emplacements ou dans des locaux non habituellement destinés à la vente au public de ces marchandises.

- Le maire est l'autorité compétente pour délivrer les autorisations de ventes au déballage pour les surfaces de vente égales ou inférieures à 300 m² (article L. 310-2. du code de commerce, ancien article 27 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996).
- La durée cumulée de ces ventes ne peut excéder deux mois par an en un même lieu. Le maire est donc décideur, à la fois pour toutes les ventes effectuées sur le domaine public ainsi que pour certaines d'entre elles effectuées sur le domaine privé, dans des hôtels ou sur des parkings de grandes surfaces, par exemple.

- Ces ventes au déballage peuvent être le fait de professionnels (le plus souvent) ou de particuliers (dans ce cas, à titre exceptionnel). En ce qui concerne les ventes d'articles d'occasion, les exposants, commerçants ou particuliers, doivent être inscrits sur un registre tenu par les organisateurs et identifiant les vendeurs.
- Le rôle de la DGCCRF : Elle peut tout d'abord informer les collectivités locales sur la réglementation applicable. Elle contrôle la bonne information du consommateur, la sécurité des produits et, dans les cas de vente d'articles d'occasion, la tenue des registres par les organisateurs.

Elle participe ainsi à la lutte contre le para-commercialisme : par exemple, dans les brocantes ou les vide-greniers, à côté des particuliers qui peuvent vendre leurs objets à titre exceptionnel, se rencontrent des " faux particuliers " ou personnes vendant régulièrement dans plusieurs manifestations des objets qu'ils ont achetés, créant ainsi une concurrence déloyale vis-à-vis des commerçants qui acquittent leurs charges fiscales et sociales.

C'est un domaine où il faut concilier l'animation nécessaire des communes et le respect des règles du commerce et de la concurrence.

actualisé en mars 2008 - © Copyright MINEFE 2008

L'intervention du maire dans l'organisation des ventes réglementées est limitée aux ventes au déballage. Cette forme de vente est régie par l'article L -310-2 du Code de commerce. Les modalités d'application sont précisées par le décret n° 96-1097 du 16 décembre 1996 et par la circulaire n° 248 du 16 janvier 1997.

Les ventes au déballage sont autorisées par le maire lorsque la surface totale de vente utilisée ne dépasse pas 300 m². Ce procédé de vente concerne l'ensemble des ventes de marchandises, neuves ou d'occasion, effectuées dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente au public ou à partir de véhicules spécialement aménagés à cet effet. Lorsque la surface totale de vente utilisée par le demandeur, en un même lieu, y compris l'extension de surface consacrée à l'opération de vente au déballage, n'est pas supérieure à 300 m², l'autorisation est délivrée par le maire. Dans le cas contraire, elle est délivrée par le préfet dont dépend le lieu de la vente.

Les ventes au déballage ne peuvent excéder deux mois par année civile pour un même local ou un même emplacement. Ne sont pas soumises au régime des ventes au déballage les ventes réalisées par des professionnels : - au cours de tournées de vente au sens de l'article L 121-22 du code de la consommation,

- sous forme de ventes aux enchères au sens de l'article L 320-2 du Code de commerce,
- sur la voie publique, lorsque la surface de vente n'est pas supérieure à 300 m² et que les professionnels concernés justifient d'une permission de voirie ou d'un permis de stationnement.

Les ventes directes au consommateur constituent des ventes au déballage et relèvent du droit commun.

Pratiquées dans des locaux ou sur des emplacements destinés à la vente au public de marchandises, elles nécessitent pour l'industriel concerné qu'il satisfasse aux obligations juridiques, fiscales et sociales relatives à l'exercice de cette activité commerciale. Pratiquées dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente, elles sont soumises au régime des ventes au déballage et sont autorisées par le maire lorsqu'elles sont réalisées sur une surface de vente qui n'est pas supérieure à 300 m².

- Il est rappelé que les dates des soldes sont fixées par le préfet conformément à l'article L 310-3 du Code de commerce.
- Les liquidations des stocks sont également autorisées par le préfet dont dépend le lieu de vente conformément à l'article L 310-1 du Code de commerce.

Les sanctions :

Les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, ainsi que les services de police et de gendarmerie, sont chargés du contrôle de ces opérations commerciales. Une peine d'amende de 15 000 € est encourue par les personnes physiques reconnues coupables d'avoir procédé à une vente au déballage ou une liquidation sans autorisation ou en méconnaissance de cette autorisation, ou d'avoir réalisé des soldes en dehors de la période considérée. Cette peine est portée au quintuple pour les personnes morales. L'affichage ou la diffusion de la décision prononcée peut être ordonnée.

© Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales, 04/12/2000

Les ventes sur la voie publique :

Le contrôle de l'exercice du commerce sur la voie publique incombe aux maires en tant qu'autorités chargées de la police municipale.

Une réglementation : Le maire réglemente l'activité des commerçants ambulants sur les voies publiques et arrête les conditions dans lesquelles des permis de stationnement peuvent leur être délivrés.

De manière générale, le maire ne doit pas porter une atteinte illégale à la liberté du commerce et de l'industrie en édictant des interdictions trop générales ou absolues.

Ainsi, il ne peut interdire totalement l'exercice du commerce ambulants que sur une partie du territoire de sa commune ou à certaines heures. Il peut, par exemple, interdire l'activité des marchands ambulants dans un secteur de la commune si cette mesure est justifiée par l'agrément, la commodité et la sécurité que les usagers et notamment les touristes sont en droit d'attendre de l'usage normal de lieux publics destinés à la villégiature et à la promenade (Conseil d'Etat 23 septembre 1991) :

- Commune de Saint-Jean-de-Luz). Il peut également en limiter le nombre et fixer les emplacements où pourront s'installer les commerçants ambulants (Conseil d'Etat 17.01.1986
- Commune de Boulogne-sur-Mer - C.E. 24.07.1987
- Commune d'Anglet).

Les restrictions ainsi créées doivent être justifiées par des motifs de tranquillité, de sécurité ou de salubrité publique.

- Les conditions de délivrance des autorisations de stationnement ne doivent pas comporter de discriminations injustifiées, tendant, par exemple, à privilégier les commerçants résidant dans la commune.
- Un maire ne peut pas, non plus, interdire définitivement l'exercice de son activité à un commerçant, au motif qu'il a enfreint à plusieurs reprises les dispositions d'un arrêté municipal (Conseil d'Etat 17.03.1989 - Commune de Sarlat-la-Canéda).

Les décisions particulières :

Même en l'absence de réglementation, l'occupation à titre privatif du domaine public communal est soumise à autorisation préalable du maire. Deux types d'autorisations peuvent être accordées, selon le caractère de l'occupation envisagée :

- permission de voirie, s'il s'agit d'une occupation avec emprise : installation d'un kiosque au sol par exemple ;
- permis de stationnement, s'il s'agit d'une installation sans emprise : terrasse, étalage, stationnement d'une camionnette... Le vendeur installé sur un terrain privé (par exemple un producteur agricole), dont il est propriétaire ou locataire, doit également demander un permis de stationnement s'il utilise le domaine public pour permettre aux clients d'accéder au lieu de vente. Le maire peut exiger une redevance (recette fiscale) proportionnée à l'importance de l'emplacement.

Un contrôle préalable. :

Il est rappelé que toute personne qui envisage de faire du commerce, même à titre saisonnier, doit satisfaire aux obligations générales requises pour l'exercice de cette activité :

- 1°- être immatriculée au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, ou encore relever d'une caisse de mutualité sociale agricole ;
- 2°- être affiliée aux régimes de sécurité sociale (maladie, retraite et allocations familiales) ;
- 3°- avoir effectué une déclaration d'existence auprès des services fiscaux et de l'inspection du travail si elle emploie des salariés ;
- 4°- être détentrice, s'il y a lieu, d'une carte de commerçant étranger ou d'une carte permettant l'exercice d'activités non sédentaires.

Des sanctions :

Pour faire respecter les mesures qu'il prend, le maire peut faire appliquer un certain nombre de dispositions pénales. L'article L 442-7 du Code de commerce interdit "d'offrir à la vente des produits ou de proposer des services en utilisant, dans des conditions irrégulières, le domaine public de l'état, des collectivités locales et de leurs établissements publics".

- Les infractions à cette disposition sont punies d'une amende de 1 500 € (3 000 € en cas de récidive). Elles peuvent être constatées non seulement par les services de police et de gendarmerie mais aussi par les agents de contrôle des directions départementales de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.
- Les produits offerts à la vente et les biens ayant permis la vente des produits ou l'offre de services peuvent être consignés pendant une durée qui ne peut être supérieure à un mois. L'article R. 644-3 du code pénal punit de l'amende prévue pour les contraventions de la 4ème classe, "le fait, sans autorisation ou déclaration régulière, d'offrir, de mettre en vente ou d'exposer en vue de la vente des marchandises ou d'exercer toute autre profession dans les lieux publics en violation des dispositions réglementaires sur la police de ces lieux."
- Les personnes coupables de cette contravention "encourent également la peine complémentaire de confiscation de la chose qui a servi ou était destinée à commettre l'infraction ou de la chose qui en est le produit". Les personnes morales peuvent être déclarées responsables pénalement de ces faits.

© Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce,

L'ouverture des commerces le dimanche

La réglementation de l'ouverture des commerces le dimanche relève de la législation sociale.

Ses dispositions figurent dans le code du travail (art. L 221-1 et suivants du code du travail). Il est interdit d'occuper plus de 6 jours par semaine un même salarié. Le repos hebdomadaire des salariés doit avoir une durée de 24 heures consécutives et être donné le dimanche. L'obligation de fermeture des commerces liée au repos des salariés le dimanche ne porte pas atteinte à la liberté des échanges, ainsi que l'a affirmé la Cour de Justice des Communautés européennes*.

Cependant, des dérogations de droit sont prévues par le code du travail notamment pour le commerce au détail de denrées alimentaires qui bénéficie d'une dérogation de droit le dimanche matin jusqu'à midi.

Dérogation accordée par le maire :

En application des dispositions de l'article L. 221.19 du code du Travail, le maire (ou le préfet s'il s'agit de Paris), peut accorder une autorisation d'ouverture des commerces de détail le dimanche pour un maximum de cinq dimanches par an. Cette décision est prise après avis des organisations d'employeurs et de travailleurs intéressés. Le maire dispose d'un entier pouvoir d'appréciation pour accorder ou refuser ces dérogations.

La dérogation doit être accordée de façon collective par branche de commerces de détail. Les salariés bénéficient alors d'un repos compensateur et du doublement de leur salaire.

Lorsqu'il existe un arrêté préfectoral de fermeture le dimanche des établissements d'une branche particulière (arrêté pris à la demande expresse des organisations professionnelles et des syndicats de salariés intéressés en vertu de l'article L. 221-17 du code du travail),

Le maire ne peut pas accorder de dérogation, sauf pour le préfet à prévoir une période de l'année pendant laquelle les dispositions de l'arrêté de fermeture ne sont pas applicables afin de permettre au maire d'exercer éventuellement son pouvoir de dérogation.

En Alsace-Moselle, les dispositions particulières du code local des professions s'appliquent.

Dérogation accordée par le préfet sur demande du Conseil Municipal : L'article L. 221-8-1 du code du Travail prévoit la possibilité pour le préfet d'accorder des dérogations temporaires et individuelles en faveur des commerces de détail de biens et services destinées à faciliter l'accueil du public dans les communes touristiques ou thermales et dans les zones touristiques d'affluence exceptionnelle ou d'animation culturelle permanente. Le classement en commune touristique ou thermale, ainsi que la délimitation des zones touristiques de fréquentation exceptionnelle ou d'animation culturelle permanente, sont effectués par arrêté préfectoral sur demande du conseil municipal de la commune concernée. (*) 28 février 1991 : affaire 312/89 - C.G.T. c/Conforama L'ouverture des commerces le dimanche.

Dérogation accordée par le préfet après avis du Conseil Municipal :

L'article L. 221-6 du code du travail, autorise à déroger à la règle du repos dominical, lorsqu'il est établi que le repos simultané le dimanche de tout le personnel d'un établissement serait préjudiciable au public ou compromettrait le fonctionnement normal de cet établissement. Cette autorisation est accordée par le préfet après avis, entre autres, du conseil municipal. Elle est individuelle et temporaire et ne peut s'opposer à l'application d'un arrêté de fermeture.

La réglementation européenne des jours d'ouverture des commerces.

Il n'existe aucun texte communautaire, règlement ou directive, réglementant directement ou indirectement l'ouverture des commerces dans l'Union européenne, et aucun projet de texte n'est envisagé malgré l'extrême diversité des législations en vigueur au sein des Etats-membres.

En effet, la Cour de Justice des Communautés européennes a considéré, dans un arrêt du 23 novembre 1989, que le choix d'un jour d'ouverture des commerces fait intervenir des considérations de nature historique, culturelle, touristique, sociale et religieuse qui relèvent de l'appréciation de chaque Etat-membre. Les entraves aux échanges qui pourraient en résulter n'ont pas semblé à la Cour disproportionnées par rapport au but poursuivi. Cette jurisprudence a été constamment réaffirmée depuis.

La directive 93/104/CEE du Conseil du 23 novembre 1993 relative à l'aménagement du temps de travail ne modifiera pas cette situation : elle fixe des prescriptions minimales en matière de repos (24 heures minimum, en principe le dimanche).

© Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales, 04/12/2000

Le commerce non sédentaire :

Les commerçants non sédentaires exercent le plus souvent leur activité sur les dépendances du domaine public communal. A ce titre, ils doivent être munis d'une autorisation délivrée par le maire, premier magistrat de la commune.

Le pouvoir du maire :

Le maire exerce en effet la police des halles, foires et marchés dans le cadre des prérogatives que lui confère le code général des collectivités territoriales. Le maire est le seul titulaire de ces compétences, et la jurisprudence lui reconnaît, à cet égard, un large pouvoir d'appréciation et d'initiative. Ses décisions sont exécutoires de plein droit. Il lui appartient cependant de réglementer les activités ambulantes sans porter atteinte à la liberté du commerce ; il ne peut donc édicter d'interdictions générales et absolues.

Une concertation nécessaire :

Pour exercer leur activité, les commerçants non sédentaires ont besoin d'un environnement favorable, qui ne peut exister qu'à travers une étroite concertation avec les collectivités locales d'accueil. Outre les contacts réguliers sur le terrain, cette concertation s'exerce dans le cadre des commissions départementales du commerce non sédentaire réunies chaque année par les préfets. Cependant, ce partenariat doit être renforcé et amélioré pour permettre la promotion de cette forme de commerce, indispensable à la vie économique et à l'animation des villes et des communes rurales.

Aussi, afin de préserver et de développer les conditions favorables au développement du commerce non sédentaire, une Convention a été signée le 10 février 1994 par le président de l'Association des Maires de France et les organisations professionnelles ainsi que par le ministre de l'Intérieur et le ministre chargé du Commerce et de l'Artisanat.

Ce document comporte des dispositions destinées à établir des rapports harmonieux entre les commerçants non sédentaires et les municipalités. Il confère une meilleure sécurité à l'exercice de cette profession et vise à inscrire les marchés dans la durée. Cette convention a été publiée dans la revue "Départements et Communes" de mars 1994. Depuis, plus de la moitié des départements ont ratifié ce texte qui, à cette occasion, peut être adapté aux spécificités locales existantes afin de préserver, développer et promouvoir les marchés.

La concertation au plan central se poursuit au sein de la Commission nationale du commerce non sédentaire et dans les groupes de travail institués en tant que de besoin.

L'hygiène sur les marchés :

L'arrêté du 9 mai 1995 relatif à l'hygiène des aliments remis directement aux consommateurs a transposé aux marchés les dispositions de la directive 93/43 de juin 1993 sur l'hygiène des aliments. Il complète et remplace des dispositions ayant le même objectif de sauvegarde de la santé publique et qui existaient depuis de nombreuses années dans les règlements sanitaires départementaux.

Ce texte soumet les marchés de plein air à des dispositions similaires à celles des autres circuits de distribution. Cela implique une mise à niveau des équipements des marchés. L'arrêté avait d'ailleurs prévu une période dérogatoire de cinq ans qui s'est achevée le 16 mai 2000. Ce délai de cinq ans avait pour objectif, notamment, de permettre aux collectivités de mettre à disposition des professionnels exerçant sur les marchés les fluides nécessaires au respect des règles d'hygiène fixées par l'arrêté.

Le secrétariat d'Etat aux PME, au commerce, à l'artisanat et à la consommation accompagne cette transition depuis plusieurs années. Il surveille la modernisation de l'équipement des marchés en termes de fourniture d'énergie électrique, de points d'eau et de sanitaire. C'est ainsi qu'un inventaire réalisé à partir de renseignements fournis par plus de 4000 communes ayant un marché, et portant sur plus de plus 5000 marchés fait apparaître un taux d'équipement de l'ordre de 60 % en eau, de près de 62 % en électricité et de plus de 67 % en sanitaires.

Des contacts ont été pris avec les maires des communes concernées, afin de leur rappeler les échéances et les différentes aides mises en place pour financer les projets de rénovation des marchés. En effet, les communes peuvent obtenir, sous certaines conditions, des aides du Fonds d'intervention pour la sauvegarde de l'artisanat et du commerce pour co-financer la mise aux normes de leurs marchés. Il leur appartient de se rapprocher des services de la préfecture et du délégué régional au commerce et à l'artisanat dont les coordonnées sont annexées au présent dossier.

Une réglementation adaptée :

Il est apparu que les pratiques para-commerciales se développaient dans le secteur du commerce ambulante. Après concertation avec les professionnels, certaines dispositions du décret du 31 juillet 1970, pris pour l'application de la loi du 3 janvier 1969 relative à l'exercice des activités ambulantes et au régime applicable aux personnes circulant en France sans domicile ni résidence fixe, ont été modifiées par le décret n° 93-1273 du 30 novembre 1993, afin de soumettre à des obligations semblables l'ensemble des commerçants ambulants et mettre un terme à ces pratiques.

Afin de renforcer le dispositif de lutte contre l'exercice illégal de la profession, une circulaire du 23 août 1994 concernant les conditions légales d'exercice des activités ambulantes sur le domaine public a été communiquée à l'ensemble des préfets.

Par ailleurs, un arrêté du 25 avril 1995 régleme la vente de vêtements et articles textiles usagés ou d'occasion. Une lettre circulaire du 10 août 1996 invite les préfets à rappeler aux élus locaux l'intérêt qui s'attache à l'application des dispositions de ce texte.

La loi 95-96 du 1er février 1995 sur les clauses abusives et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial permet désormais aux ressortissants européens d'exercer une activité non sédentaire en France, dans les mêmes conditions que les ressortissants français, la notion de domicile s'appréciant sur l'ensemble du territoire de l'Union Européenne. Les modalités d'application de ces dispositions ont été fixées par le décret n° 97-1332 du 31 décembre 1997.

Pour répondre à la demande de la profession, l'article 34 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat complète les dispositions de l'article L 2214-18 du code général des collectivités territoriales (ex article L 376-2 du code des communes). Il est inséré, au début de cet article, l'alinéa ci-après "Les délibérations du conseil municipal relatives à la création, au transfert ou à la suppression de halles ou de marchés communaux sont prises après consultation des organisations professionnelles intéressées qui disposent d'un délai d'un mois pour émettre un avis".

Enfin, afin d'aider les municipalités à l'élaboration d'un règlement de marché, un document destiné à clarifier les droits et les obligations réglementaires des élus locaux et des professionnels est, depuis cette année, à la disposition des maires. Ce texte intitulé " proposition d'arrêté portant règlement général du marché " a été adressé par lettre circulaire du 4 juillet 2003, à l'ensemble des préfets pour diffusion auprès des maires des communes concernées.

Bien entendu, il appartiendra au maire, en vertu du principe de la libre administration communale, d'adapter ce modèle de règlement de marché, le cas échéant, aux spécificités et particularismes de sa commune.

© Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales, 04/12/2000

Le dispositif de régulation des implantations commerciales :

Les dispositions de la loi du 27 décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat portant sur l'équipement commercial ont été modifiées par la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996.

Le régime d'autorisation : La loi du 5 juillet 1996 a introduit un ensemble de modifications au régime d'autorisation d'exploitation commerciale requise pour la création ou l'extension de magasins de commerce de détail dépassant certains seuils de surface de vente.

Il s'agit pour l'essentiel :

- de l'abaissement à 300 m² du seuil au-delà duquel une autorisation est nécessaire pour la création ou l'extension d'un magasin ou d'un ensemble commercial ;
- de l'instauration de deux nouveaux principes sur lesquels les commissions d'équipement commercial, chargées de délivrer les autorisations, peuvent fonder leurs décisions : la prise en compte des effets des projets sur l'emploi et de leur contribution à la modernisation des équipements commerciaux ;
- de la modification de la composition et du fonctionnement des commissions départementales d'équipement commercial.

Le nombre des membres de la commission a été réduit de 7 à 6 et la loi prévoit qu'une autorisation ne peut être accordée qu'avec au moins 4 votes favorables.

L'arrêté du 12 décembre 1997 a permis que soient mieux précisés, dans les demandes d'autorisation, les éléments concernant l'environnement, la qualité de l'urbanisme et les engagements concernant l'emploi.

En outre, par la circulaire du 19 décembre 1997, l'attention des préfets a été appelée sur les points nouveaux traités dans cet arrêté, pour en tirer toutes les conséquences au niveau de l'instruction des dossiers et de la conduite des réunions des commissions départementales d'équipement commercial, et sur la nécessité de motiver les décisions de ces commissions au regard des principes et critères fixés par la loi du 27 décembre 1973 modifiée.

Au-delà de ces précisions, cette circulaire ministérielle organise une évaluation des études d'impact et des engagements pris par les auteurs de demandes d'autorisation, notamment en matière d'emploi, pour les confronter aux effets réellement constatés après réalisation de l'opération autorisée.

L'article 97 de la loi n°2000-1208 du 13 décembre 2000, relative à la solidarité et au renouvellement urbains a modifié l'article 28 de la loi n°73-1193 d'orientation du commerce et de l'artisanat (devenu l'article L 720-3 du Code de commerce) a ajouté trois nouveaux critères à l'examen des projets d'équipement commercial :

- " L'impact global du projet sur les flux de voitures particulières et de véhicules de livraison, " La qualité de la desserte en transports publics ou avec des modes alternatifs, " Les capacités d'accueil pour le chargement et le déchargement des marchandises.

Ces dispositions sont d'application immédiate et concernent toutes les demandes déposées après l'intervention de la loi. Il appartient donc aux Commissions départementales d'équipement commercial (C.D.E.C.) puis en cas de recours à la Commission nationale d'équipement commercial (C.N.E.C.), de les prendre en compte lors de l'examen de chaque projet au titre de l'article L 720-3 du Code de commerce.

Pour plus d'informations, consultez la rubrique consacrée à l'équipement commercial.

© Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales, 02/07/2002

Le 25 janvier 2010 - JORF n°0043 du 20 février 2009 - Texte n°15

DECRET Décret n° 2009-194 du 18 février 2009 relatif à l'exercice des activités commerciales et artisanales ambulantes -
NOR: ECEA0824534D

Le Premier ministre,
Sur le rapport de la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi,

Vu le code civil, notamment son article 102 ;
Vu le code de commerce, notamment ses articles L. 123-1-1 et L. 123-29 à L. 123-31 dans leur rédaction issue de l'article 53 de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, et ses articles L. 121-4, L. 121-8, L. 134-1 et L. 135-1 ;
Vu le code général des collectivités territoriales, notamment son article L. 2224-18 ;
Vu le code monétaire et financier, notamment ses articles L. 341-1 et L. 341-2 ;
Vu le code pénal, notamment son article R. 610-1 ;
Vu le code de procédure pénale, notamment son article 776 ;
Vu le code du travail, notamment ses articles L. 7311-1 et suivants ;
Vu la loi n° 69-3 du 3 janvier 1969 modifiée relative à l'exercice des activités ambulantes et au régime applicable aux personnes circulant en France sans domicile ni résidence fixe ;
Vu la loi n° 82-1153 du 30 décembre 1982 modifiée d'orientation des transports intérieurs ;
Vu la loi n° 91-1 du 3 janvier 1991 modifiée tendant au développement de l'emploi par la formation dans les entreprises, l'aide à l'insertion sociale et professionnelle et l'aménagement du temps de travail, pour l'application du troisième plan pour l'emploi, notamment son article 22 ;
Vu la loi n° 95-66 du 20 janvier 1995 modifiée relative à l'accès à l'activité de conducteur et à la profession d'exploitant de taxi ;
Vu la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 modifiée relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat, notamment son article 19 ;
Vu le décret n° 70-708 du 31 juillet 1970 modifié portant application du titre Ier et de certaines dispositions de la loi n° 69-3 du 3 janvier 1969 relative à l'exercice des activités ambulantes et au régime applicable aux personnes circulant en France sans domicile ni résidence fixe ;

Le Conseil d'Etat (section des finances) entendu,

Décète :

CHAPITRE IER : DISPOSITIONS MODIFIANT LA SECTION II DU CHAPITRE III DU TITRE II DU LIVRE IER DE LA PARTIE RÉGLEMENTAIRE DU CODE DE COMMERCE

Article 1

La section II du chapitre III du titre II du livre Ier de la partie réglementaire du code de commerce est complétée par une sous-section 3 comme suit :

« Sous-section 3 >

« Des activités commerciales et artisanales ambulantes >

« Art.R. 123-208-1.-I. — Les professions ci-après énoncées demeurent soumises à la réglementation qui leur est applicable :

« 1° Agents commerciaux mentionnés aux articles L. 134-1 et suivants ;

« 2° Personnes exerçant l'activité de vendeur-colporteur de presse mentionnée à l'article 22 de la loi n° 91-1 du 3 janvier 1991 tendant au développement de l'emploi par la formation dans les entreprises, l'aide à l'insertion sociale et professionnelle et l'aménagement du temps de travail, pour l'application du troisième plan pour l'emploi ;

« 3° Personnes qui exercent la profession d'exploitant de taxis prévue par la loi n° 95-66 du 20 janvier 1995 relative à l'accès à l'activité de conducteur ou au transport de marchandises ou de personnes prévues par la loi n° 82-1153 du 30 décembre 1982 d'orientation des transports intérieurs ;

« 4° Personnes effectuant des opérations de démarchage réglementées par des textes particuliers, notamment par les articles L. 7311-1 et suivants du code du travail relatifs aux voyageurs, représentants et placiers, par les articles L. 341-1 et suivants du code monétaire et financier relatifs au démarchage bancaire ou financier et par les articles L. 135-1 et suivants du code de commerce relatifs aux vendeurs à domicile indépendants ;

« II. — Les dispositions de l'article L. 123-29 ne sont pas applicables aux autres professionnels effectuant à titre accessoire dans une ou plusieurs communes limitrophes des tournées de vente de leurs produits ou de prestations de services à partir d'établissements fixes.

« Art.R. 123-208-2.-Toute personne assujettie à immatriculation au registre du commerce et des sociétés ou à la déclaration prévue à l'article L. 123-1-1 effectue la déclaration prévue à l'article L. 123-29 auprès de la chambre de commerce et d'industrie compétente.

« Toute personne assujettie à immatriculation au répertoire des métiers ou à la déclaration prévue au V de l'article 19 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat effectue cette déclaration auprès de la chambre de métiers et de l'artisanat compétente alors même qu'elle serait immatriculée au registre du commerce et des sociétés.

« Toute personne exerçant une activité commerciale ou artisanale et qui n'est pas assujettie à immatriculation à un registre de publicité légale ou à la déclaration prévue à l'article L. 123-1-1 ou au V de l'article 19 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 précitée effectue cette déclaration auprès de la chambre de commerce et d'industrie ou de la chambre de métiers et de l'artisanat compétente au titre de son activité principale.

« Les personnes mentionnées aux trois premiers alinéas adressent leur déclaration au centre de formalités des entreprises de la chambre de commerce et d'industrie ou de la chambre de métiers et de l'artisanat dont dépend soit leur commune de rattachement, soit la commune où se trouve situé leur domicile ou leur résidence dans le cas d'une personne physique, ou leur siège social dans le cas d'une personne morale. Lorsque le domicile, la résidence ou le siège social sont situés dans l'un des Etats membres de la Communauté européenne autre que la France, la déclaration est adressée au centre de formalités des entreprises dont dépend la commune où la personne entend exercer, à titre principal, son activité ou sa profession ambulante. La déclaration peut être effectuée concomitamment au dépôt de la déclaration de création de l'entreprise.

« La liste des pièces à produire à l'appui de la déclaration est fixée par arrêté du ministre chargé du commerce.

« Art.R. 123-208-3.-La déclaration prévue à l'article L. 123-29 est adressée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou remise contre récépissé.

« Si le dossier est incomplet, le centre de formalités des entreprises notifie à l'intéressé la liste des pièces manquantes dans un délai de quinze jours à compter de sa réception.

« A compter de la réception du dossier complet de déclaration, une carte dénommée " carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante " est délivrée par la chambre de commerce et d'industrie ou la chambre de métiers et de l'artisanat à l'intéressé dans un délai maximum d'un mois, hors le cas où la déclaration est concomitante au dépôt d'une demande de création d'entreprise. Dans ce dernier cas, le délai d'un mois court à compter de l'inscription au registre de publicité légale ou de la délivrance du récépissé de la déclaration prévue à l'article L. 123-1-1 et au V de l'article 19 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat.

« Les mentions portées sur cette carte sont fixées par arrêté du ministre chargé du commerce.

« Art.R. 123-208-4.-La déclaration prévue à l'article L. 123-29 est renouvelée tous les quatre ans, selon la même procédure que celle prévue à l'article R. 123-208-2. Cependant, en cas de renouvellement de la carte, le délai de délivrance de la nouvelle carte est de quinze jours à compter de la réception du dossier complet de déclaration.

« Le titulaire de la carte fait connaître au centre de formalités des entreprises toute déclaration modificative affectant son activité ou son mode d'exercice ou toute radiation d'un registre de publicité légale, aux fins de mise à jour ou de retrait de ladite carte.

« Pour obtenir sa radiation du registre du commerce et des sociétés ou du répertoire des métiers, l'intéressé produit ladite carte. Mention de cette radiation, ainsi que de sa date, sont portées sur la carte qui est restituée à l'autorité l'ayant délivrée. En cas de cessation d'une activité soumise à la déclaration mentionnée à l'article L. 123-1-1 ou au V de l'article 19 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat, ou non assujettie à immatriculation à un registre de publicité légale, la mention de cette cessation, ainsi que de sa date, sont portées sur la carte qui est restituée à l'autorité l'ayant délivrée.

« Art.R. 123-208-5.-I. — Toute personne souhaitant exercer une activité commerciale ou artisanale ambulante présente à toute réquisition des agents mentionnés à l'article L. 123-30 la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante en cours de validité ainsi qu'un document justifiant de son identité.

« II. — Tout préposé, salarié ou personne mentionnés aux articles L. 121-4 ou L. 121-8, exerçant une activité commerciale ou artisanale ambulante pour le compte d'une personne souhaitant exercer ladite activité, présente, à toute réquisition des agents susmentionnés, une copie de la carte de la personne pour le compte de laquelle il exerce cette activité, un document établissant un lien avec le titulaire de ladite carte, ainsi qu'un document justifiant de son identité.

« III. — Préalablement à l'occupation temporaire d'un emplacement situé sur un marché ou sous une halle créé en application de l'article L. 2224-18 du code général des collectivités territoriales, les personnes exerçant une activité commerciale ou artisanale ainsi que leurs préposés présentent, à toute réquisition, les documents visés au I ou au II aux agents mentionnés à l'article L. 123-30, ainsi qu'aux agents du gestionnaire délégué du marché, responsables du placement, missionnés à cet effet par le maire de la commune.

« Toute copie de la carte est établie et certifiée par son titulaire, sous sa responsabilité.

« Art.R. 123-208-6.-Les agents mentionnés au 2° de l'article L. 123-30 sont habilités, sur proposition du maire, par arrêté du préfet du département dans lequel se trouve la commune concernée ou, à Paris, par arrêté du préfet de police.

« Ne peuvent être habilités que des fonctionnaires titulaires justifiant d'une expérience professionnelle d'au moins deux ans dans la gestion des marchés ou d'une expérience professionnelle d'au moins trois ans dans des fonctions requérant le niveau de formation et de compétence exigibles pour cette mission de police judiciaire et dont le préfet a vérifié l'honorabilité dans les conditions prévues à l'article 776 du code de procédure pénale.

« L'habilitation porte sur le territoire de la commune qui a présenté la demande pour ses agents. Elle cesse en cas de changement de fonction du bénéficiaire.

« Avant d'entrer en fonction, les fonctionnaires ainsi habilités prêtent devant le tribunal d'instance de leur commune d'exercice le serment suivant : " Je jure de bien et fidèlement remplir mes fonctions et de ne rien révéler ou utiliser de ce qui sera porté à ma connaissance à l'occasion de leur exercice ".

« Mention de la prestation de serment est portée sur l'acte d'habilitation par le greffier du tribunal d'instance.

« Art.R. 123-208-7.-En cas de perte ou de vol de la carte, son titulaire sollicite du centre de formalités des entreprises, sur présentation d'une attestation sur l'honneur de perte ou du récépissé de déclaration de vol, la délivrance d'un duplicata.

« Art.R. 123-208-8.-L'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante sans la déclaration préalable prévue à l'article L. 123-29 du code de commerce est puni de l'amende prévue pour les contraventions de 4e classe.

« Le défaut de présentation des documents prévus aux I, II et III de l'article R. 123-208-5, ainsi que le défaut de mise à jour de la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante sont punis de l'amende prévue pour les contraventions de 3e classe. »

CHAPITRE II : DISPOSITIONS MODIFIANT LE DECRET N° 70 708 DU 31 JUILLET 1970 PORTANT APPLICATION DU TITRE IER ET DE CERTAINES DISPOSITIONS DE LA LOI N° 69 3 DU 3 JANVIER 1969 RELATIVE A L'EXERCICE DES ACTIVITES AMBULANTES ET AU REGIME APPLICABLE AUX PERSONNES CIRCULANT EN FRANCE SANS DOMICILE NI RESIDENCE FIXE

Article 2

Le décret du 31 juillet 1970 susvisé est modifié comme suit :

1° L'intitulé et le titre Ier sont remplacés par un chapitre Ier ainsi libellé :

« Chapitre Ier

« Délivrance des titres de circulation »

2° Les chapitres Ier et II du titre Ier sont abrogés ;

3° Le titre II intitulé : « Communes de rattachement » et le titre III intitulé : « Dispositions diverses » sont remplacés respectivement par un chapitre II intitulé : « Communes de rattachement » et par un chapitre III intitulé : « Dispositions diverses » ;

4° Les articles 1er à 9, 10-1 et 10-2 sont abrogés ;

5° Les articles 10, 11 à 25, 25 bis et 26 à 29 deviennent les articles 1er à 21 ;

6° La première phrase du premier alinéa de l'article 10 devenu l'article 1er est remplacée par la phrase suivante : « Toute personne qui veut exercer une profession ou une activité ambulante dans les conditions prévues par l'article L. 123-29 du code de commerce ou qui veut circuler en France dans les conditions prévues à l'article 3 de la loi du 3 janvier 1969 susvisée doit, sous réserve des dispositions de l'article 4, en se présentant personnellement, demander au préfet ou au sous-préfet de l'arrondissement où est située la commune à laquelle elle désire être rattachée ou, à Paris, au préfet de police le livret spécial, le livret ou le carnet de circulation prévus aux articles susmentionnés » ;

7° Le dernier alinéa de l'article 10 devenu l'article 1er est supprimé ;

8° L'article 11 devenu l'article 2 est remplacé par les dispositions suivantes :

« Art. 2.-La personne n'ayant ni domicile ni résidence fixes mentionnée au deuxième alinéa de l'article L. 123-29 du code de commerce s'entend comme étant le déclarant qui n'a pas d'établissement principal au sens de l'article 102 du code civil ou qui ne séjourne pas dans un Etat de la Communauté européenne depuis six mois au moins à titre de propriétaire ou de locataire d'un logement garni de meubles lui appartenant » ;

9° Au deuxième alinéa de l'article 16 devenu l'article 7, la référence à l'article 10 est remplacée par la référence à l'article 1er ;

10° A l'article 19 devenu l'article 10, les mots : « exerceront une activité ambulante ou » sont supprimés ;

11° A l'article 20 devenu l'article 11, la référence à l'article 18 alinéa 2 est remplacée par la référence au deuxième alinéa de l'article 9 ;

12° A l'article 25 bis devenu l'article 17, la référence à l'article 23 est remplacée par la référence à l'article 14 ;

13° A l'article 26 devenu l'article 15, la référence à l'article 10 est remplacée par la référence à l'article 1er ;

14° A l'article 27 devenu l'article 19, la référence à l'article 24 est remplacée par la référence à l'article 15 ;

15° Le titre III est remplacé par le chapitre III ;

16° A l'article 29 devenu l'article 21, le mot : « titre » est remplacé par le mot : « chapitre » et les mots : « au sens de l'article 2 du présent décret » sont supprimés.

CHAPITRE III : DISPOSITIONS TRANSITOIRES ET FINALES

Article 3

Le présent décret entre en vigueur à la date de publication de l'arrêté prévu à l'article R. 123-208-2.

Article 4

Les « cartes permettant l'exercice d'activités non sédentaires » mentionnées à l'article 6 du décret du 31 juillet 1970 susvisé dans sa rédaction antérieure à l'intervention du présent décret, délivrées antérieurement à la date d'entrée en vigueur du présent décret, demeurent valables jusqu'à leur date d'expiration.

Les demandes de cartes déposées antérieurement à la date d'entrée en vigueur du présent décret demeurent régies par les dispositions du décret du 31 juillet 1970 susvisé dans leur rédaction antérieure à cette entrée en vigueur.

Article 5

La ministre de l'intérieur, de l'outre-mer et des collectivités territoriales, la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, la garde des sceaux, ministre de la justice, et le secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Le 25 janvier 2010 - JORF n°0007 du 9 janvier 2009 - Texte n°5

DECRET : Décret n° 2009-16 du 7 janvier 2009 relatif aux ventes au déballage et pris en application de l'article L. 310-2 du code de commerce - NOR: ECEA0824532D

Le Premier ministre,

Sur le rapport de la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi,

Vu le code de commerce, notamment ses articles L. 310-2, L. 310-5 dans leur rédaction issue de l'article 54 de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie et L. 310-7 ;

Vu le code pénal, notamment ses articles 321-7, R. 321-1 et R. 321-9 ;

Vu le code rural, notamment son article L. 611-4 ;

Vu l'avis de la Commission consultative d'évaluation des normes en date du 9 octobre 2008 ;

Le Conseil d'Etat (section des finances) entendu,

Décète :

Article 1

I. — Les articles R. 310-8 et R. 310-9 du code de commerce sont remplacés par les dispositions suivantes :

« Art.R. 310-8.-I. — Une déclaration préalable de vente au déballage est adressée par l'organisateur par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou remise contre récépissé au maire de la commune dans laquelle l'opération de vente est prévue, dans les délais suivants :

« 1° Dans les mêmes délais que la demande d'autorisation d'occupation temporaire du domaine public et concomitamment à celle-ci lorsque la vente est prévue sur le domaine public et que le maire est l'autorité compétente pour délivrer l'autorisation ;

« 2° Dans les autres cas, dans les quinze jours au moins avant la date prévue pour le début de cette vente.

« Dans les huit jours au moins avant le début de la vente, le maire informe le déclarant que, du fait du dépassement de la durée de la vente autorisée par le deuxième alinéa du I de l'article L. 310-2, il s'expose à la sanction prévue au 3° de l'article R. 310-19.

« II. — Ces délais ne sont pas applicables aux ventes au déballage de fruits et légumes frais effectuées en période de crise conjoncturelle constatée en application de l'article L. 611-4 du code rural, ou en prévision de celle-ci, dans le but de favoriser, par un déstockage rapide, la régularisation des cours du marché ; ces ventes peuvent être réalisées sans délai, par décision conjointe du ministre chargé du commerce et du ministre chargé de l'agriculture et ce après consultation par le ministre chargé de l'agriculture de l'organisation interprofessionnelle compétente.

« III. — Un arrêté du ministre chargé du commerce fixe la liste des informations contenues dans cette déclaration.

« Art.R. 310-9.-Les ventes au déballage autorisées aux particuliers en application du troisième alinéa du I de l'article L. 310-2 sont contrôlées au moyen du registre mentionné au deuxième alinéa de l'article 321-7 du code pénal. »

II. — Les articles R. 310-10 à R. 310-14 du même code sont abrogés.

Article 2

Le 3° de l'article R. 310-19 du code de commerce est remplacé par les dispositions suivantes :

« 3° Le fait de réaliser une vente au déballage en méconnaissance de la durée de la vente autorisée par le deuxième alinéa du I de l'article L. 310-2 et dont le déclarant a été informé par le maire en application de l'article R. 310-8. »

Article 3

Le code pénal est ainsi modifié :

1° Au troisième alinéa de l'article R. 321-1, après les mots : « registre du commerce et des sociétés », sont ajoutés les mots : « ou le récépissé de déclaration d'activité remis par le centre de formalités des entreprises aux personnes physiques bénéficiant de la dispense d'immatriculation prévue par l'article L. 123-1-1 du code de commerce » ;

2° L'article R. 321-9 est ainsi modifié :

a) Le 2° devient 3° ;

b) Il est inséré un 2° ainsi rédigé : « 2° Pour les participants non professionnels, la mention de la remise d'une attestation sur l'honneur de non-participation à deux autres manifestations de même nature au cours de l'année civile ; ».

Article 4

La ministre de l'intérieur, de l'outre-mer et des collectivités territoriales, la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, la garde des sceaux, ministre de la justice, le ministre de l'agriculture et de la pêche et le secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Application des nouvelles normes sanitaires européennes aux marchés de plein air

11^{ème} législature

MINISTÈRE DES PME, DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT ET DES PROFESSIONS LIBÉRALES

Circulaire du 13 avril 2006 - relative aux ventes au déballage

Les ventes au déballage, quelle que soit leur dénomination (vide-greniers, brocantes, etc...), connaissent depuis quelques années un développement considérable.

Elles sont souvent devenues des moments forts de l'animation commerciale et touristique, en zone urbaine comme dans le monde rural.

Ce développement doit être accompagné de règles permettant de préserver l'indispensable équilibre entre la promotion de l'animation locale et le respect de la loyauté commerciale.

La présente circulaire vise à rappeler les principales règles s'appliquant aux ventes au déballage.

Textes en vigueur :

- Code de commerce (art. L.310-2, L.740-1, L.740-2, L.740-3)
- Code pénal (art. 321-7)
- Code de la consommation (art. L 121-15)
- Loi n° 2005-882 du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises (art. 21)
- Loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat (art. 27 et 31)
- Loi n° 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social (art. 9 al. 1^{er} modifié)
- Décret n° 2006-85 du 27 janvier 2006 relatif au régime de déclaration préalable des manifestations commerciales
- Décret n° 96-1097 du 16 décembre 1996 pris pour l'application du titre III, chapitre 1^{er}, de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 et relatif aux ventes en liquidation, ventes au déballage, ventes en soldes et ventes en magasins d'usines (art. 7 et 15)
- Circulaire n° 248 du 16 janvier 1997 portant sur la réglementation prévue par le chapitre premier, titre III, de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat (Titre II)

2/8

1. Définition

Les ventes au déballage sont définies par l'article L.310-2 du Code de Commerce comme les ventes de marchandises effectuées dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente au public de ces marchandises, ainsi qu'à partir de véhicules spécialement aménagés à cet effet. Doivent être considérés comme locaux ou emplacements non destinés à la vente au public de marchandises, l'ensemble des espaces, publics ou privés, qui ne sont pas exploités, en vertu d'un titre d'occupation, pour l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale, le cas échéant après autorisation d'équipement commercial.

Ainsi, les ventes réalisées dans des salles polyvalentes propriétés de la commune, dans des halls d'hôtel, ou dans des galeries marchandes des centres commerciaux, constituent a priori des ventes au déballage rentrant dans le champ d'application de l'article L.310-2 du Code de commerce.

Le régime des ventes au déballage s'applique de la même manière, que les vendeurs soient des professionnels ou des particuliers, et que les marchandises soient neuves ou d'occasion.

Ne relèvent pas du régime des ventes au déballage :

- Les ventes réalisées par des professionnels au cours de tournées au sens de l'article L.121- 22 du Code de la consommation ;
- Les ventes réalisées par des professionnels sous forme d'enchères au sens de l'article L.320- 2 du Code de commerce ;
- Les ventes réalisées par des professionnels sur la voie publique, lorsque la surface de vente n'est pas supérieure à 300 mètres carrés et que les professionnels concernés justifient d'une permission de voirie ou d'un permis de stationnement ;

- Les ventes réalisées dans le cadre du programme annuel des manifestations, dûment déclaré auprès de l'autorité administrative compétente, d'un parc d'exposition tel que défini à l'article L.740-1, dûment enregistré auprès de l'autorité administrative compétente ;
- Les ventes réalisées dans le cadre d'un salon professionnel tel que défini à l'article L.740-2 du Code de commerce, dûment déclaré auprès de l'autorité administrative compétente.

2. Régime d'autorisation administrative applicable à toute vente au déballage

Les ventes au déballage doivent faire l'objet d'une autorisation préalable, délivrée par le Préfet si l'ensemble des surfaces de vente utilisées par le demandeur en un même lieu, y compris l'extension de surface consacrée à l'opération de vente au déballage, est supérieur à 300 mètres carrés, et par le maire dont dépend le lieu de la vente dans le cas contraire (art. L.310-2 du Code de commerce). 3/8

Le décret n°96-1097 du 16 décembre 1996 prévoit que la demande d'autorisation est adressée à l'autorité compétente cinq mois au plus et trois mois au moins avant la date prévue pour le début de la vente. Lorsqu'une même opération de vente au déballage concerne plusieurs vendeurs, la demande est, dans le même délai, adressée à l'autorité compétente par l'organisateur de cette opération pour la surface totale de vente envisagée.

Cette demande, qui doit être signée par une personne ayant qualité pour représenter le vendeur ou l'organisateur, mentionne l'identité ou la dénomination sociale de ce dernier, le cas échéant son nom commercial, la date de début et la durée de l'opération projetée, la localisation, les caractéristiques et la surface de l'emplacement concerné ainsi que la nature des marchandises proposées à la vente.

L'organisateur accompagne sa demande des documents suivants :

- Un justificatif de l'identité et, le cas échéant, de l'immatriculation au registre du commerce et des sociétés du demandeur ;
- Toutes pièces justifiant du titre d'occupation de l'emplacement où la vente est envisagée ;
- Lorsque la surface de vente envisagée est à proximité immédiate d'un magasin de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 300 mètres carrés ou d'un ensemble commercial tel que défini par l'article L. 720-6 du code de commerce, un extrait du plan cadastral portant identification des parcelles adjacentes aux lieux de vente ;
- Lorsque le demandeur exploite déjà une surface de vente au lieu de l'opération projetée, une attestation en précisant l'importance ou, si elle est supérieure à 300 mètres carrés, une copie de sa déclaration annuelle, prévue à l'article 4 de la loi du 13 juillet 1972 susvisée, à la Caisse nationale de l'organisation autonome d'assurance vieillesse des professions industrielles et commerciales.
- Il est délivré un accusé de réception de la demande qui mentionne la date de réception du dossier complet par l'autorité compétente. Lorsque l'autorité saisie est incompétente, elle transmet la demande et les pièces qui l'accompagnent à l'autorité compétente, et en informe le demandeur.

La chambre de commerce et d'industrie et la chambre des métiers et de l'artisanat sont informées de l'opération projetée et disposent d'un délai de quinze jours pour faire connaître leurs observations.

L'autorité compétente doit refuser l'autorisation :

- Si la demande n'est pas déposée dans les délais prévus par la réglementation (cinq mois au plus et trois mois au moins avant la date de la vente) ;
- Si une ou plusieurs ventes au déballage ont déjà eu lieu au moins deux mois durant l'année civile dans le local ou sur l'emplacement visés ;
- Si le maintien de l'ordre public (salubrité, sécurité, tranquillité publiques) l'exige.
- Si aucune décision n'est notifiée au demandeur dans un délai de deux mois à compter de la date de dépôt de la demande regardée complète, celle-ci est considérée comme rejetée.

Les décisions de refus d'autorisation ou d'autorisation limitée doivent être motivées. Elles ne peuvent reposer sur des motifs portant une atteinte illégale à la liberté du commerce et de 4/8 l'industrie. En cas de refus implicite, l'administration est tenue, lorsque l'intéressé en fait la demande dans les délais du recours contentieux, de lui communiquer les motifs de la décision dans le mois qui suit.

3. Contenu de l'autorisation délivrée

L'autorité compétente fixe la date de début et la durée, la surface et la nature de marchandises pour lesquelles la vente au déballage est autorisée. Sa décision mentionne le lieu de la vente, l'identité ou la dénomination sociale du vendeur ou de l'organisateur et, le cas échéant, son nom commercial.

Les ventes au déballage ne peuvent excéder deux mois par année civile dans un même local ou sur un même emplacement (art. L.310-2 du Code de commerce).

Le maire et le préfet se tiennent mutuellement informés de leurs décisions afin que les ventes au déballage autorisées dans un même local ou sur un même emplacement n'excèdent pas cette durée.

Toute publicité relative à une vente au déballage mentionne la date et l'auteur de l'autorisation, la période pour laquelle elle a été délivrée ainsi que l'identité et la qualité du bénéficiaire.

Aucune publicité ou mise en vente ne peut intervenir avant la délivrance de l'autorisation.

Aucune vente au déballage ne peut être organisée dans un local public ou privé non conforme à la réglementation relative à la sécurité des établissements recevant du public.

Toute personne qui procède à une vente au déballage sur une dépendance du domaine public est tenue de justifier également d'une autorisation de voirie.

4. Obligations de tenue d'un registre

4.1. Registre des objets devant être tenu par les professionnels revendant des objets mobiliers usagés

En application de l'article 321-7 du Code pénal, toute personne dont l'activité professionnelle comporte la vente d'objets mobiliers usagés ou acquis à des personnes autres que celles qui les fabriquent ou en font le commerce, doit tenir, jour par jour, un registre contenant une description des objets acquis ou détenus en vue de la vente ou de l'échange et permettant l'identification de ces objets ainsi que celle des personnes qui les ont vendus ou apportés à l'échange.

Lorsque l'activité professionnelle est exercée par une personne morale l'obligation de tenir le registre incombe aux dirigeants de cette personne morale.

4.2. Registre des vendeurs devant être tenu par les organisateurs de manifestations en vue de la vente d'objets mobiliers usagés

En application de l'article 321-7 du Code pénal, toute personne, à l'exception des officiers publics ou ministériels, qui organise, dans un lieu public ou ouvert au public, une manifestation en vue de la vente ou de l'échange d'objets mobiliers usagés ou acquis à des personnes autres 5/8 que celles qui les fabriquent ou en font le commerce, doit tenir, jour par jour, un registre permettant l'identification des vendeurs.

Lorsque l'organisateur de la manifestation est une personne morale, l'obligation de tenir le registre incombe aux dirigeants de cette personne morale.

Ce registre doit comprendre (art. R321-9 du Code Pénal) :

- *1° Les noms, prénoms, qualité et domicile de chaque personne qui offre à la vente ou à l'échange des objets mobiliers usagés ou acquis de personnes autres que celles qui les fabriquent ou en font commerce ainsi que la nature, le numéro et la date de délivrance de la pièce d'identité produite par celle-ci avec l'indication de l'autorité qui l'a établie ;*
- *2° Lorsqu'il s'agit d'une personne morale, la dénomination et le siège de celle-ci ainsi que les noms, prénoms, qualité et domicile du représentant de la personne morale à la manifestation, avec les références de la pièce d'identité produite.*

Par ailleurs, l'article R.321-10 du Code pénal impose que le registre soit coté et paraphé par le commissaire de police ou, à défaut, par le maire de la commune du lieu de la manifestation, qu'il soit tenu à la disposition des services de police et de gendarmerie, des services fiscaux, des douanes ainsi que des services de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes pendant toute la durée de la manifestation. Au terme de celle-ci et au plus tard dans le délai de huit jours, il est déposé à la préfecture ou à la sous-préfecture du lieu de la manifestation.

5. Loyauté commerciale

5.1. Respect par les professionnels de la législation relative aux opérations commerciales

Les ventes au déballage doivent respecter l'ensemble des lois et règlements s'appliquant aux opérations commerciales, notamment :

- *La législation relative aux soldes (Article L.310-3 du Code de commerce), qui encadre toute vente accompagnée ou précédée de publicité et annoncée comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock. Une telle vente ne peut être réalisée qu'au cours de deux périodes par année civile d'une durée maximale de six semaines dont les dates sont fixées dans chaque département par le préfet, et ne peut porter que sur des marchandises proposées à la vente et payées depuis au moins un mois à la date de début de la période de soldes considérée.*
- *La législation relative aux liquidations de stocks (Article L.310-1 du Code de commerce), qui encadre toute vente accompagnée ou précédée de publicité et annoncée comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de la totalité ou d'une partie des marchandises d'un établissement commercial à la suite d'une décision de cessation, de suspension saisonnière ou de changement d'activité, ou de modification substantielle des conditions d'exploitation. Une telle vente est soumise à autorisation préfectorale, sur le fondement d'un inventaire détaillé des marchandises à liquider. 6/8*

5.2. Participation des particuliers

Les actes de commerce des particuliers ne doivent pas avoir un caractère habituel. Toute personne accomplissant des actes de commerce à titre habituel acquiert de ce fait la qualité de commerçant (Article L.121-1 du Code de commerce), et doit s'acquitter de l'ensemble des obligations administratives, fiscales et sociales, qui s'attachent à cette qualité. L'utilisation d'une personne morale pour masquer des agissements personnels ne fait pas obstacle à la constatation d'une pratique habituelle par leur auteur d'actes de commerce pour son compte propre (Com. 30 mars 1993).

Un amendement parlementaire introduit à l'article 21 de la Loi du 2 août 2005 en faveur des PME a complété sur ce point l'article L.310-2 du Code de commerce par un alinéa unique, ainsi rédigé :

« Les particuliers non inscrits au registre du commerce et des sociétés sont autorisés à participer aux ventes au déballage en vue de vendre exclusivement des objets personnels et usagés deux fois par an au plus, à condition qu'ils aient leur domicile ou leur résidence secondaire dans la commune, l'intercommunalité ou l'arrondissement départemental ou, pour les villes de Lyon, Marseille et Paris, dans l'arrondissement municipal siège de la manifestation. Les modalités d'application du présent alinéa sont fixées par décret en Conseil d'Etat. »

Ce dispositif autorise désormais explicitement les particuliers à participer aux ventes au déballage, en assortissant cette autorisation de trois limitations :

- Un particulier ne peut vendre que des objets personnels et usagés,

- Un particulier ne peut participer à plus de deux ventes par an,*
- Un particulier ne peut pas participer à des ventes au déballage qui se situent en dehors de la commune, de l'intercommunalité, de l'arrondissement départemental ou, pour les villes de Lyon, Marseille et Paris, dans l'arrondissement municipal où il a son domicile ou sa résidence secondaire.*

Cette dernière limitation relative au périmètre géographique à l'intérieur duquel un particulier souhaitant participer à une vente au déballage doit avoir son domicile ou sa résidence secondaire s'avère poser un certain nombre de difficultés d'application, en particulier pour les ventes au déballage d'ampleur régionale voire nationale, comme les grandes braderies, ou pour les ventes au déballage se situant à la frontière de plusieurs arrondissements départementaux ou municipaux.

C'est pourquoi le Ministère chargé du Commerce a engagé une concertation avec les parlementaires à l'origine de cet amendement, les professionnels concernés, et les organisateurs de vide-greniers, afin de dégager une solution de consensus à ce problème. Un complément législatif est envisagé, qui autorisera une réponse mieux adaptée à des situations locales particulières, lorsque l'ensemble des acteurs locaux en sont d'accord, sur la base d'un arrêté préfectoral pris après avis des professionnels de l'antiquité et de la brocante et des organisateurs de vide-greniers. Lorsque ce complément sera apporté, dans le cadre de la discussion d'un prochain texte législatif touchant aux règles du commerce, la limitation relative au périmètre géographique à l'intérieur duquel le particulier souhaitant participer à une vente au déballage doit avoir son domicile ou sa résidence secondaire pourra être appliquée et donner lieu à contrôle de la part des services compétents. 7/8

6. Sanctions

Les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, ainsi que les services de police et de gendarmerie, sont chargés du contrôle de ces opérations commerciales.

Une peine d'amende de 15.000 Euros est encourue par les personnes physiques reconnues coupables d'avoir procédé à une vente au déballage sans autorisation ou en méconnaissance de cette autorisation. Cette peine est portée au quintuple pour les personnes morales (Article L.131-38 du Code pénal). L'affichage ou la diffusion de la décision prononcée peut être ordonnée.

Le fait de ne pas mentionner les indications obligatoires dans toute publicité relative à une vente au déballage est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 5ème classe (1.500 Euros au plus). Les personnes morales peuvent être déclarées pénalement responsables de cette infraction.

L'amende est alors portée au quintuple.

Est puni de six mois d'emprisonnement et de 30000 euros d'amende le fait, par une personne dont l'activité professionnelle comporte la vente d'objets mobiliers usagés ou acquis à des personnes autres que celles qui les fabriquent ou en font le commerce, d'omettre, y compris par négligence, de tenir jour par jour, dans des conditions prévues par décret en Conseil d'Etat, un registre contenant une description des objets acquis ou détenus en vue de la vente ou de l'échange et permettant l'identification de ces objets ainsi que celle des personnes qui les ont vendus ou apportés à l'échange (art. 321-6 du Code pénal).

Est puni des mêmes peines le fait, par une personne, à l'exception des officiers publics ou ministériels, qui organise, dans un lieu public ou ouvert au public, une manifestation en vue de la vente ou de l'échange d'objets visés à l'alinéa précédent, d'omettre, y compris par négligence, de tenir jour par jour, dans des conditions prévues par décret en Conseil d'Etat, un registre permettant l'identification des vendeurs (art. 321-7 du Code pénal).

Est puni de six mois d'emprisonnement et de 30000 euros d'amende le fait, par une personne visée à l'article précédent, d'apposer sur le registre prévu par cet article des mentions inexactes. Est puni des mêmes peines le fait, par cette personne, de refuser de présenter ce registre à l'autorité compétente (art. 321-7 du Code pénal). 8/8

7. Evaluation de la politique de contrôle

Les Préfets voudront bien adresser au Ministère chargé du Commerce (Direction du Commerce, de l'Artisanat, des Services et des Professions Libérales), avant le 30 octobre 2006, un bilan quantitatif et qualitatif des ventes au déballage organisées et des contrôles effectués sur ces ventes dans leur département.

A Paris, le 13 avril 2006.
Le Ministre des petites et moyennes entreprises,
du commerce, de l'artisanat
et des professions libérales
Renaud DUTREIL

SECURITE SANITAIRE SUR LES MARCHES MARCHES COUVERTS OU MARCHES DE PLEIN VENT OCCASIONNELS OU REGULIERS

Références réglementaires :

Règlement N° 178/2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire

Arrêté du 9 mai 1995 (réglementant l'hygiène des aliments remis directement au consommateur) remplacé à compter du 01/01/2006 par le règlement N° 852/2004 relatif à l'hygiène des denrées alimentaires

Arrêté du 28 juin 1994 (relatif à l'identification et à l'agrément sanitaire des établissements mettant sur le marché des denrées animales ou d'origine animale et au marquage de salubrité)

Règlement N°1907/90 concernant certaines normes de commercialisation applicables aux oeufs

Objet :

Cette fiche précise les conditions sanitaires applicables aux activités de remise d'aliments aux consommateurs (présentation à la vente, restauration) sur les marchés couverts et les marchés de plein vent.

Certaines dispositions d'organisation générale (I) relèvent de la collectivité qui met à disposition les installations ou les emplacements, d'autres obligations incombent directement aux professionnels exposants

(II). Ces derniers doivent être identifiés auprès de la Direction Départementale des Services Vétérinaires du département dans lequel leur atelier de fabrication de denrées alimentaires est implanté ou à défaut de leur lieu de résidence (arrêté du 28/06/1994).

I. Organisation générale :

I.1. – Emplacement :

· regroupement des activités dans un secteur à l'abri du vent, proche des bornes d'alimentation (eau – électricité), dont le sol est facile à nettoyer (bitume, ciment...) équipements réservés à l'usage des professionnels

I.2. – Equipement :

I.2.1. – Eau :

· eau potable, bornes d'alimentation en nombre suffisant (pas plus de 8 professionnels alimentés par borne), placées de telle manière que la distance à parcourir par le professionnel ne soit pas supérieure à 25 m, l'évacuation des eaux usées doit être prévue et ne doit pas constituer une source de pollution, DDSV - 01/08/2006

I.2.2. – Electricité :

bornes d'alimentation électrique en nombre suffisant, placées de telle manière que chaque professionnel puisse y raccorder ses équipements (véhicules réfrigérés, meubles réfrigérés, appareils de cuisson...), puissance suffisante pour répondre aux besoins qui auront été prédéfinis (éclairage production thermique – autre (sonorisation...), respect des normes de sécurité (y compris en ce qui concerne le passage des câbles)

I.2.3. – Sanitaires :

A l'usage exclusif des professionnels : toilettes de type cuvette (pas de toilettes à la Turque), présence en nombre suffisant de lave-mains à commande non manuelle, équipés d'essuie-mains jetables et d'une poubelle, entretien prévu de manière à maintenir les lieux propres et en état de fonctionnement, Les sanitaires d'un lieu proche peuvent être utilisés (école, mairie...) à condition que la collectivité veille à prendre en charge son équipement, son entretien et son accès.

1.2.4. – Protection :

Les denrées alimentaires doivent être protégées des intempéries et des contaminations extérieures : bâches en parfait état, si possible de couleur claire (pour éviter l'augmentation de température).

1.3. – Opérations de nettoyage

1.3.1. – Gestion des déchets

En attente d'évacuation, les déchets sont stockés dans des conteneurs fermés, en nombre suffisant et d'accès facile, si possible à l'abri du soleil et des nuisibles (insectes, rongeurs, animaux errants), Enlèvement régulier adapté aux volumes produits,

1.3.2. – Nettoyage des emplacements

prévu à la fin de la manifestation, à définir au cours de la manifestation (moyens utilisés, responsable), de manière à ce que les professionnels disposent d'emplacements propres à chaque reprise du travail. DDSV - 01/08/2006

II. Obligations propres aux professionnels :

II.1. - Conception des étals

*· Revêtements lisses, imputrescibles, faciles à nettoyer et désinfecter,
· Equipements en parfait état de fonctionnement et de propreté (véhicules réfrigérés ou équipés, meubles réfrigérés, ustensiles...)*

II.2. Hygiène

II.2.1. - Hygiène du personnel :

tenue de travail propre, lavage des mains aussi souvent que nécessaire : présence d'un dispositif de type lave-mains à commande non manuelle, alimenté en eau muni de distributeur de savon et de distributeur d'essuie-mains, les professionnels appelés à manipuler les denrées doivent avoir suivi une formation à l'hygiène adaptée à leur activité ;

II.2.2.- Hygiène des équipements : nettoyage des équipements et du matériel qui doivent être en parfait état de propreté à chaque reprise du travail,

II.2.3. – Hygiène des denrées : protection des denrées pour prévenir les contaminations extérieures (consommateurs, environnement...): vitrines de protection, denrées exposées au fur et à mesure des besoins...

*Respect des températures, y compris pendant le transport des denrées :
produits réfrigérés :*

** températures précisées sur l'étiquetage,*

** à défaut, + 4°C maximum pour les denrées très périssables (viandes froides, sandwiches, salades composées, produits de charcuterie non stabilisés, préparations à base de crème ou d'oeufs, produits laitiers non stables...) ou +8°C maximum pour les autres denrées,*

** Remarque : la congélation de produits frais n'est pas autorisée.*

_produits livrés chauds au consommateur : + 63 °C minimum

II.2.4. – traçabilité :

Les étiquetages de tous les produits à la vente doivent pouvoir être présentés et les justificatifs de leur provenance fournis.

Cas particulier des oeufs : tous les oeufs doivent faire l'objet d'un marquage correspondant au numéro d'identification de l'élevage de poules ; pour les producteurs fermiers commercialisant leur production directement au consommateur, ce numéro d'identification est attribué par la DDSV du lieu de leur exploitation.

4-LISTE DES COMMUNES DU TERRITOIRE DU PAYS HAUT LANGUEDOC ET VIGNOBLES

Nord : 36 communes

Sud : 53 communes

COMMUNES DE LA PARTIE « VIGNOBLES »	COMMUNES DE LA PARTIE « HAUT LANGUEDOC »
<i>Agel</i>	Avène
<i>Aigne</i>	Bédarieux
<i>Aigues-Vives</i>	<i>Berlou</i>
<i>Assignan</i>	<i>Boisset</i>
<i>Azillanet</i>	Brenas
<i>Babeau-Bouldoux</i>	Cabrerolles
<i>Beaufort</i>	<i>Camplong</i>
<i>Capestang</i>	<i>Carlencas et Levas</i>
<i>Cassagnoles</i>	<i>Caussiniojols</i>
<i>Causse et Veyran</i>	<i>Ceilhes et Rocozels</i>
<i>Cazedarnes</i>	<i>Colombières sur Orb</i>
<i>Cebazan</i>	<i>Combes</i>
<i>Cessenon sur Orb</i>	<i>Courniou les Grottes</i>
<i>Cesseroas</i>	<i>Dio et Valquières</i>
<i>Creissan</i>	Ferrals les Montagnes
<i>Cruzy</i>	Graissessac
<i>Faugères</i>	<i>Joncels</i>
<i>Félines Minervoises</i>	<i>La Tour sur Orb</i>
<i>Ferrières Poussarou</i>	Le Bousquet d'Orb
<i>Fos</i>	Lunas
<i>Gabian</i>	Mons la Trivalle
<i>La Caunette</i>	Olargues
<i>La Livinière</i>	Poujol-sur-Orb
<i>Laurens</i>	<i>Prémian</i>
<i>Margon</i>	<i>Riols</i>
<i>Minerve</i>	<i>St Etienne d'Albagnan</i>
<i>Montels</i>	<i>St Etienne d'Estrechoux</i>
<i>Montesquieu</i>	<i>St Genies de Varensal</i>
<i>Montouliers</i>	St Gervais sur Mare
<i>Murviel-les-Béziers</i>	<i>St Julien</i>
<i>Neffiès</i>	<i>St Martin de l'Arçon</i>
<i>Olonzac</i>	St Pons de Thomières
<i>Oupia</i>	St Vincent d'Olargues
<i>Pailhès</i>	Taussac la Billière
<i>Pardailhan</i>	Verreries de Moussan
<i>Pézènes les Mines</i>	Vieussan
<i>Pierrerue</i>	
<i>Pailhes</i>	
<i>Pouzolles</i>	
<i>Prades sur Vernazobres</i>	
<i>Puisserguier</i>	
<i>Quarante</i>	
<i>Rieussec</i>	
<i>Roquebrun</i>	
<i>Roujan</i>	
<i>Siran</i>	
<i>St Chinian</i>	
<i>St Jean de Minervoises</i>	
<i>St Nazaire de Ladarez</i>	
<i>Thézan les Béziers</i>	
<i>Vailhan</i>	
<i>Velieux</i>	
<i>Villespassans</i>	



Foire de Roujan (photo OT)



Châtaignes