

## Vente sur les marchés de détail

### ➤ Le marché de détail : description et chiffres clés

---

Il existe différents types de marchés : marchés de produits alimentaires, de produits manufacturés, mixtes, de producteurs.

Le marché concentre une clientèle fidèle, qui apprécie le lieu pour sa convivialité, la proximité avec les commerçants, la fraîcheur des produits, ...

Pour un producteur, c'est un lieu quasi-incontournable où il est possible de réaliser un chiffre d'affaire conséquent et à moindre frais, à condition de respecter quelques règles fondamentales.

Dans la Loire, le marché de détail est le moyen privilégié par les producteurs pour commercialiser leurs produits : 36 % des produits fermiers étaient vendus par ce biais en 2007 et 65 % des producteurs faisaient au moins 1 marché par semaine cette même année.

Depuis, la transformation à la ferme a poursuivi son expansion et la vente sur les marchés de détails a donc gagné en importance dans les modes de commercialisation des produits agricoles de la Loire.

# ▶ Vendre sur un marché : les 8 clés pour réussir

---

- **La qualité d'accueil** : les consommateurs fréquentent les marchés pour le contact humain avec les commerçants. Un sourire en toute circonstance est donc de mise. Pour les plus à l'aise, un échange privilégié avec chaque client contribuera à leur fidélité.
- **L'assiduité** : Les clients apprécient de pouvoir retrouver leurs producteurs chaque semaine, tout au long de l'année. Sauf contrainte de saisonnalité de la production, l'assiduité du producteur sur son emplacement est donc fondamentale pour fidéliser les clients. Par ailleurs, cette assiduité est bien souvent imposée dans le règlement des marchés.
- **Avoir une attitude marchande** : Sur un marché, chaque commerçant est en concurrence avec les autres. Pour vendre ses produits, il faut donc aller chercher les clients, les faire venir sur le stand et leur donner envie d'acheter. Au-delà de la qualité du stand et de l'accueil, il faut pouvoir parler de ses produits, en être fier et parler de ses mérites. Par ailleurs, proposer aux clients de déguster vos produits. C'est le meilleur moyen de leur donner envie d'acheter.
- **Mettre en valeur son statut de producteur local** : aujourd'hui plus que jamais, il existe une réelle tendance pour le « consommer local ». La mention PRODUCTEUR doit donc être clairement visible sur le stand. Ça doit être la principale information inscrite sur le stand. En plus de cette mention, il est judicieux d'inscrire le nom de la commune de l'exploitation qui rassure le consommateur et répond à ses attentes de transparence et de proximité.
- **L'apparence globale du stand** : Sur un marché, un consommateur utilise d'abord ses yeux pour voir votre stand. L'état général, la propreté et l'agencement sont essentiels pour attirer et fidéliser les clients. Pour cela, il existe de nombreux moyens d'agrémenter son stand : étiquettes, panneaux, banderoles, mascotte, ... Attention toutes fois à ne pas surcharger l'habillage du stand pour rester centré sur l'essentiel : le producteur et ses produits.
- **Avoir un stand fourni et diversifié** : il est tentant de vouloir vider son étal et rentrer chez soi en ayant vendu toute sa marchandise. En réalité, l'abondance et la diversité des produits sur un stand sont les éléments de bases qui déclenchent l'envie d'acheter. Il est donc important de veiller à ce que jusqu'à la fin, tous les produits soient disponibles et le stand bien rempli. Ainsi, vous rentrerez avec une partie de la marchandise apportée mais en ayant réalisé un chiffre d'affaire plus important.
- **Avoir un stand fonctionnel** : sur un marché, un commerçant n'a que quelques heures pour réaliser son chiffre d'affaire. C'est un moment intense où il faut monter et démonter le stand rapidement, attirer les clients, les servir, réapprovisionner le stand, le nettoyer, encaisser les ventes, ... . Pour que la vente sur un marché ne se transforme pas en casse-tête, la fonctionnalité et l'ergonomie du stand sont des éléments incontournables. A la manière de concevoir un atelier de transformation, il est nécessaire de concevoir un stand qui minimise les déplacements, facilite le respect des règles d'hygiène, réduise les gestes et postures pénibles et qui soit facilement montable et démontable.
- **Choisir son marché et son emplacement** : bien qu'il ne soit pas

toujours possible de choisir, le marché et l'emplacement sont des éléments essentiels à prendre en compte. Tous les marchés ne se valent pas : chacun a son jour précis, sa clientèle particulière et son environnement concurrentiel interne et externe spécifique. Il est donc très important de choisir un marché dont le jour convient à l'organisation du travail sur l'exploitation, dont la clientèle et son pouvoir d'achat correspondent à la gamme de produits proposée et à ses prix, et sur lequel la concurrence n'est pas déjà trop importante sur la gamme que vous proposez. Au-delà du marché, l'emplacement est lui-aussi très important pour réussir ses ventes. Un même stand enregistrera un chiffre d'affaire très différent selon son emplacement. Ainsi,

mieux vaut privilégier les emplacements où le passage y est le plus important et où peu voire aucun autre stand à proximité ne propose la même gamme. Dans tous les cas, il est nécessaire d'adapter sa communication et donc la visibilité du stand en fonction de l'emplacement

#### Boîte à outils :

Sur l'ensemble de ces aspects, la Chambre d'agriculture de la Loire vous propose plusieurs formations spécifiques chaque année, ainsi que les services de conseillers spécialisés en production fermière et commercialisation.

## ➤ Obtenir un emplacement sur un marché —

Il existe deux types d'emplacement : les emplacements pour les abonnés et les emplacements pour les passagers.

Pour obtenir un emplacement d'abonné et donc pouvoir s'y installer chaque semaine, il faut s'adresser au gestionnaire du marché. Le plus souvent, c'est la Mairie qui en a la charge ou qui orientera la demande vers le gestionnaire.

Pour obtenir un emplacement de passager, et donc s'installer pour une occasion ponctuelle, il est important de s'adresser au préalable au gestionnaire pour connaître la démarche à suivre. Dans la plupart des cas, les demandes d'emplacement sont traitées le jour même du marché, juste avant son ouverture, et les emplacements sont attribués selon des procédures qui varient en fonction du nombre d'emplacements disponibles et des demandes formulées.

Quoiqu'il en soit, un emplacement sera toujours attribué sous réserve de disponibilité et sous réserve que le stand respecte les conditions imposées par le règlement du marché (types de produits, diversité, ...).

A noter : obtenir un emplacement passager ne donne pas droit à obtenir obligatoirement un emplacement la fois suivante. A chaque édition du marché, ces places sont réattribuées selon la procédure habituelle, en fonction des disponibilités et des demandes.

Au-delà de se renseigner auprès des gestionnaires des marchés, l'association M Ton Marché (partenaire de la Chambre d'Agriculture de la Loire) propose un site internet qui référence toutes les places vacantes sur les marchés, signalées par les gestionnaires : [www.geomarches.com](http://www.geomarches.com)

## Les règles à suivre

### Les procédures administratives

Pour vendre sur un marché, il faut tout d'abord déclarer son activité de vente en Préfecture et à la DDPP.

Si la vente ne concerne que des produits issus de l'exploitation, celle-ci est considérée comme un prolongement de l'activité agricole. En revanche, si vous pratiquez de l'achat-revente de produits non-issus de l'exploitation, il s'agit alors d'une activité commerciale à part entière qu'il faudra déclarer au registre du commerce.

Il faut également assurer l'activité et donc vérifier que la vente directe est bien incluse dans la police d'assurance.

### Le règlement du marché

Chaque marché à son propre règlement. Parmi les règles, chaque commerçant doit fournir divers documents et s'acquitter des droits d'emplacement. Des horaires précis de montage et démontage des stands sont également à respecter.

En supplément, de nombreuses communes imposent des règles sur la propreté du stand et la propreté de l'emplacement après le départ.

Dans tous les cas, il est nécessaire d'obtenir ce règlement auprès du gestionnaire du marché pour être sûr d'être en règle.

### Publicité, transparence, étiquetage et signalisation

Sur les marchés, les règles de publicité et de transparence s'imposent en matière de prix et de dénomination.

Attention aux termes employés (fermier, produit fermier, producteur, ...) dont certains sont encadrés par des règles d'usage précises.

Concernant l'étiquetage, une règle de base existe : tout doit être fait pour éviter toute tromperie au consommateur. Il est donc

important d'indiquer clairement la provenance des produits (surtout si sur le même stand sont proposées des produits issus et non-issus de l'exploitation).

### Les règles d'hygiène et de sécurité

Sur les marchés, comme dans les ateliers de transformation, des précautions indispensables sont à prendre en matière d'hygiène. Ce sont celles imposées notamment par le « Paquet Hygiène ». Il existe ainsi des réglementations précises notamment sur les températures de conservation, entraînant des sanctions lourdes en cas de non-respect.

Dans tous les cas, il est important de faire tout ce qui est possible pour **éviter d'introduire des germes** dans les denrées (lavage des mains, conditionnement, port de gants, utilisation d'ustensiles de manipulation, séparer les produits crus et cuits/transformés, ...) et de **limiter le développement de ceux déjà présents** (conservation au froid, par séchage, sous-vide, ...).

Pour s'assurer d'être en règle, se reporter aux textes de références :

- Arrêtés du 21 décembre 2009 et du 8 octobre 2013 relatifs aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail [...]

**IMPORTANT : ces éléments constituent une synthèse des réglementations et obligations en vigueur. Ils ne sont donc pas nécessairement exhaustifs. Il est donc indispensable de prendre contact avec un conseiller spécialisé de la Chambre d'Agriculture, la DDPP ou la DDCSPP pour obtenir des informations complémentaires.**

## Vente sur les marchés de détail

Dernière mise à jour : 2018

### ▼ Contact

Pierre MOREAU

Chambre d'agriculture de la Loire

43 avenue Raimond –BP 40050

42272 SAINT-PRIEST-EN-JAREZ CEDEX

Tél 04 77 92 12 12 – pierre.moreau@loire.chambagri.fr