



CRÉER ET GÉRER UN MARCHÉ DE PRODUCTEURS BIO

POURQUOI ?

- **Pour les producteurs bio** : maîtriser la communication et porter collectivement un message clair et cohérent.
- **Pour les consommateurs** : avoir accès à une large gamme de produits et avoir des garanties sur la qualité des produits.
- **Pour les communes** : bénéficier de retombées positives en termes d'image liée à la mise en avant de produits respectueux de l'environnement et à la création d'une dynamique nouvelle.

DE LA CRÉATION À LA GESTION DU MARCHÉ BIO : DEUX FONCTIONNEMENTS POSSIBLES

1 / Marché créé et géré par une ville : c'est la ville qui dicte les règles, écrit le règlement de marché, gère les places, les abonnements, etc.

2 / Marché dont la gestion est déléguée aux producteurs (soit marché sur lieu privé comme une ferme, soit parce que la mairie ne souhaite pas s'impliquer et laisse toute la gestion aux producteurs) : création d'une association du marché par les producteurs et formalisation de règles de fonctionnement et d'autogestion.

LA CRÉATION D'UN MARCHÉ BIO, UNE DÉMARCHE EN PLUSIEURS TEMPS

1/ Faire le bilan de l'existant : où sont les marchés bio qui existent déjà ? Comment fonctionnent-ils ? Quels sont les facteurs de réussite ?

2 / Associer la municipalité, des producteurs bio, des associations locales (de quartier par exemple) autour de la réflexion. Consulter les commerçants et les magasins bio locaux.

3 / Trouver des producteurs bio. Au préalable, réfléchir aux caractéristiques recherchées chez les producteurs, à la gamme de produits que l'on souhaite proposer. Pour identifier les producteurs bio répondant aux critères déterminés, faites-vous aider du groupement des agriculteurs biologiques de votre département. Un marché peut débuter avec un minimum de 4 producteurs dans la mesure où les lignes de produits principales sont couvertes : légumes, produits laitiers, pain. Au départ, éviter d'avoir deux producteurs commercialisant le même produit. Des producteurs sur la même ligne de produits mais proposant des produits différents (exemples : fromages lactiques et tomes) sont complémentaires. La diversité des produits est facteur de l'augmentation des ventes de tous les produits.

4 / Choisir le lieu. Privilégier un lieu intégré dans un bassin de consommation important ou au bord d'un axe routier majeur. S'assurer de la présence de possibilités de stationnement à proximité et de transports en commun.

5 / Déterminer le jour et les horaires. Pour cela, tenir compte des horaires des autres marchés et des contraintes des producteurs. Aussi, penser à être présent sur des plages horaires où les gens peuvent se libérer de leurs obligations (temps du déjeuner ou en fin d'après-midi, début de soirée).

6 / Choisir le mode de gestion : communale ou par une association des producteurs du marché. Formaliser les règles de fonctionnement.



7 / Formaliser la création du marché. Lorsque le marché est situé sur l'espace public, sa mise en place fait l'objet d'une délibération du conseil municipal. Lorsqu'il s'agit d'un marché géré par la commune, un règlement de marché spécifique est approprié pour limiter les potentielles dérives (caractéristiques des producteurs admis par exemple). Dans la mesure où le marché a lieu sur un espace public, les modalités pratiques (emplacement, installations électriques, points d'eau, signalisation, réglementations générales...), dans le cas d'une gestion par une association de producteurs, doivent être actées au sein d'une convention.

8 / Communiquer.

UN FONCTIONNEMENT À ENCADRER

Que le marché soit géré directement par la commune ou qu'il soit géré par une association de producteurs, il est important de formaliser des règles de fonctionnement afin de garantir le respect de l'objectif de départ.

• LES OUTILS NÉCESSAIRES

Le règlement de marché : dans le cas où le marché est géré par la commune, il fait l'objet d'une délibération du conseil municipal.

Le règlement de fonctionnement : lorsque le marché est géré par une association de producteurs, il vient compléter les statuts de l'association (qui restent assez larges et renseignent plutôt des objectifs généraux) et il apporte les précisions quant aux règles de fonctionnement. Le règlement de fonctionnement peut être amélioré au fur et à mesure de la vie de l'association (alors qu'il est assez compliqué de modifier les statuts).

Quel que soit le type de règlement, il est important de formaliser les points suivants : caractéristiques des producteurs pouvant intégrer le marché, mode d'intégration de nouveaux producteurs, autorisation ou non de l'achat-revente, du dépôt-vente, éviction et sortie du marché, emplacements, communication, répartition des investissements en temps et en argent, répartition des tâches, etc.

Par exemple, si le marché est 100% bio, vérifier que, dans le règlement du marché figure la nécessité pour les producteurs de fournir un certificat bio tous les ans.

La convention de marché : elle lie l'association de gestion du marché et la municipalité autour des modalités pratiques : organisateur, lieu, horaires, jours, paiement des droits de place, gestion du placement, gestion de l'introduction de nouveaux vendeurs, accès à l'électricité, nettoyage, modalités de communication, d'information et d'animation, affichage du partenariat, police des lieux.

LES FACTEURS DE RÉUSSITES :

- **Obtenir la motivation et le soutien des élus municipaux.**
- **Consulter les acteurs locaux :** commerçants, associations locales.
- **Dans le cas d'un marché sur l'espace public, s'assurer que la création du marché a été actée en conseil municipal afin de garantir une pérennité du marché dans le temps** [cela évitera que l'on vous demande ensuite, de manière informelle, de cesser le marché].
- **Formaliser, en amont, un règlement de fonctionnement pour se prémunir de certaines difficultés.**
- **Proposer une gamme de produits large :** au minimum, légumes, pain et produits laitiers.
- **Choisir un lieu avec un potentiel de consommation important.**
- **Prévoir un budget pour la communication au démarrage et pour une communication continue dans le temps.** Exemple 1 : proposer à la mairie de mettre en place des indications permanentes dans la ville. Exemple 2 : prévoir un planning d'animations.

LA RÉGLEMENTATION

La réglementation en termes d'hygiène et d'étiquetage est la même que pour les marchés de plein vent classique.

En terme de communication, il est impossible de communiquer sur l'aspect « biologique et conversion à l'agriculture bio » du marché si un des exposants n'est pas en bio ou si un des exposants est en première année de conversion à l'agriculture bio.



POUR EN SAVOIR PLUS SUR L'AGRICULTURE BIO

► **Contactez le Groupement d'Agriculteurs Biologiques de votre département**

> CÔTES D'ARMOR

GAB d'Armor ■ 02 96 74 75 65

> FINISTÈRE

GAB 29 ■ 02 98 25 80 33

> ILLE ET VILAINE

Agrobio 35 ■ 02 99 77 09 46

> MORBIHAN

GAB 56 ■ 02 97 66 32 62



Réseau Gab • Frab
Les Agriculteurs bio de Bretagne

ILS SOUTIENNENT
UNE AGRICULTURE
DE QUALITÉ EN
BRETAGNE



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

