

L'éclairage indispensable
pour préparer votre projet

PROJEC TEURS



crédits photo : Fotolia

● COMMERCE AMBULANT

ISBN 978-2-84079-448-6 (PDF)
ISBN 978-2-84079-449-3 (EPUB)
ISBN 978-2-84079-450-9 (AZW)
ISBN 978-2-84079-451-6 (MOBI)

AGENCE POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISES
apce.com


APCE

CE DOCUMENT A BÉNÉFICIÉ DES REMARQUES DE :

- La FNSCMF : Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France ;
- l'ADPM : Association pour le développement des marchés ;
- l'UNFD : Union nationale des syndicats de détaillants en fruits, légumes et primeurs.

Le street fooding vous intéresse ? Ce terme désigne les commerces ambulants qui se multiplient pour apporter un café ou un plat, souvent à partir d'un "vélo-cantine" installé dans une zone d'activité ou de bureaux à l'heure du déjeuner. Il existe désormais une grande variété de concepts roulants, qu'ils soient motorisés ou à bicyclette. Les produits vendus : bars à fruits, sushis, boissons chaudes, pizza ou frites...

Retrouvez une analyse de ce nouveau marché dans un dossier de la collection "émergence" détenue par les principaux réseaux d'accueil des créateurs abonnés à l'espace professionnel APCE et sur notre boutique en ligne :

boutique.apce.com



En Bref

04

1. Définition de la profession

05

2. Éléments de l'étude de marché

07

3. Moyens pour démarrer l'activité

15

4. Éléments financiers

18

5. Règles de la profession

21

6. Contacts et sources d'information

29

7. Bibliographie

32



MISES EN GARDE

1. Dossier réalisé par l'APCE et certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, nous ne pouvons garantir dans le temps les informations et nous déclinons toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles.
2. Le dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise (ex. : les aides à la création d'entreprises ne sont pas traitées). Seules sont analysées les spécificités d'une profession (ex. : les aides pour l'édition de jeux vidéo). Ainsi, pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création (étude de marché, comptes prévisionnels, aides et financements, structure juridique, formalités...), reportez-vous au site internet de l'APCE www.apce.com

Activité dotée d'une bonne image de convivialité et de liberté, l'exercice sur les marchés attire chaque année de nombreux candidats. Mais les déceptions et abandons sont également fréquents car le métier est difficile.

Avant toute chose, il faudra se renseigner sur les listes d'attente, les formalités à accomplir (obtention de la carte professionnelle) et faire une étude de marché. La concurrence reste rude, les cadences des journées sont éprouvantes.

Le métier de commerçant ambulant permet notamment aux personnes qui ne peuvent pas financièrement prendre un bail, de démarrer leur activité à moindre frais.

CHIFFRES CLÉS

Entreprises

Plus de 105 000 commerçants ambulants d'après le fichier Sirène de l'Insee 2014

Créations annuelles

En 2014, plus de 24 000 créateurs, parmi lesquels beaucoup ont opté pour le régime de la micro entreprise

Investissement de départ

80 000 € ou plus dans l'alimentaire, selon les équipements frigorifiques. Moins dans le non alimentaire

“Les marchés de France, une tradition à partager”

www.marchesdefrance.org

Évolution du nombre des créations d'entreprises source Insee

APE	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
4781Z	4460	3826	6668	5897	4982	4722	4576	5221
4782Z	4773	4754	7048	6921	5888	5460	5089	5865
4789Z	6219	7869	19253	16347	13751	13279	12143	13071

Source : Insee

ACTIVITÉS

Le commerce “ambulante” ou “non-sédentaire” est une profession réglementée (loi du 3 janvier 1969 relative à l'exercice des activités ambulantes, régime applicable aux personnes circulant en France sans domicile ni résidence fixe, modifiée notamment par la loi LME du 4 août 2008 et le décret 2009-194 du 18 février 2009 ; loi du 5 juillet 1996 sur la promotion du commerce et de l'artisanat!).

C'est une activité qui s'exerce :

- sur la voie publique,
- sur les halles, marchés, champs de foire ou fête,
- dans des lieux privés, parfois (ex : comités d'entreprise).

Le commerçant non sédentaire n'a pas de local fixe, il déballe et remballe la marchandise le jour même ; il occupe un emplacement appartenant bien souvent à la commune.

Les produits vendus sont en grande majorité du ressort de l'alimentaire (un tiers des ventes concerne les fruits et légumes) et aussi de l'équipement de la personne ou de la maison (environ 8,5% des ventes).

→ Hors du champ d'application de la loi du 3 janvier 1969

- le colportage de presse ou de billets de loterie sur la voie publique,
- les opérations de démarchage réglementées (VRP, agent commercial, assurances...),
- les opérations de transport,
- l'exercice à titre ambulante sur le seul territoire de la commune où se trouve le domicile ou le principal établissement du commerçant,
- les tournées de vente ou de prestations de services à partir d'un établissement fixe.

Les commerçants qui exercent à titre principal une activité sédentaire (vente en magasin) et accessoirement une activité de commerce ambulante dans la ville où le magasin a son siège ou dans les communes limitrophes (certains boulangers, épiciers, etc.), ne sont pas soumis à la législation relative aux marchands ambulants (loi de 1969) et ne sont pas, par conséquent, obligés d'être titulaires de la carte permettant l'exercice d'une activité non sédentaire.

→ Exemples de commerce ambulante

Exercent une activité de commerce ambulante : les commerçants travaillant sur les marchés et marchés aux puces ; les vendeurs de marrons ou de fleurs sur la voie publique... ; les vendeurs de chouchous sur les plages... ; les cinémas itinérants dans les campagnes, les théâtres mobiles, les photofilmeurs de rue, etc.

Ces dernières années, le commerce non sédentaire a beaucoup évolué, via de nouveaux concepts comme le Street food par exemple, la restauration nomade a gagné du terrain en France et les “food truck” ont proliféré. Découvrez le street food dans ce dossier de l'APCE en vente [ici](#). Par ailleurs, les métiers ambulants connaissent un grand succès en milieu rural.

1 DÉFINITION DE LA PROFESSION

Un dossier réalisé par Village magazine s'intéresse aux entrepreneurs qui ont choisi le commerce ambulancier pour vendre des services ou produits originaux. C'est le cas de deux frères qui ont créé une pizzeria à l'intérieur d'un semi-remorque, d'une coiffeuse installée dans un camping-car, d'une restauratrice servant de la cuisine sans gluten dans une caravane, d'une teinturière animant des ateliers de teinture végétale dans une yourte transportable, d'un service proposé aux apiculteurs amateurs qui vise à extraire le miel de leurs ruches dans une ambulance de pompiers transformée en miellerie ambulante...

Source : Dossier réalisé par Ingrid Seure – Village magazine - Hiver 2014/2015

A noter : Les exemples sont de plus nombreux et originaux. Cependant, les commerçants ambulants travaillant sur les marchés représentent la grande majorité des marchands ambulants, c'est pourquoi ce dossier leur est plus particulièrement consacré.

APTITUDES

Le commerçant ambulancier, qui travaille sur les marchés, débute "la journée" en pleine nuit vers 4 heures pour aller s'approvisionner en marchandises (voir infra, fournisseurs), installe son stand vers 6 heures du matin et remballage vers 14 heures (généralement 6 matins par semaine). Par ailleurs, la tenue de la comptabilité nécessite un temps non négligeable. Des semaines de 60 heures de travail sont par conséquent fréquentes. Le métier exige une disponibilité et une convivialité à toutes épreuves.

De plus, les conditions climatiques notamment en hiver rendent le travail encore plus éprouvant.

Les principales causes d'échec sont : le manque de connaissance en matière de gestion et de réglementation et une préparation insuffisante au métier.

Une personnalité forte est de plus un atout pour obtenir une place sur un marché.

Codes APE

- le **47.81Z** : commerces de détail alimentaire sur éventaires et marchés,
- le **47.82Z** : commerces de détail de textile, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés,
- le **47.89Z** : autres commerces de détail sur éventaires et marchés.

www.insee.fr



LEXIQUE

La loi de 1969 distingue deux catégories de **commerçants non-sédentaires** : les commerçants ambulants et les forains.

Forain	Le forain est sans domicile fixe.
Commerçant ambulancier	Le commerçant ambulancier dispose, à titre de propriétaire ou de locataire, d'un domicile ou d'une résidence fixe depuis plus de six mois.
Commerçant ambulancier	Le commerçant titulaire possède un emplacement fixe, moyennant le paiement de droits mensuels ou journaliers, généralement sous la forme d'un abonnement.
Le commerçant dit passager ou le volant	Le commerçant dit passager ou le volant occupe la place d'un commerçant momentanément absent ou une place provisoirement vacante. Le volant se présente avant l'ouverture du marché et négocie l'obtention d'une place "volante" avec un placier .

LE MARCHÉ

Plus de 200 000 **personnes** exercent une activité non sédentaire en France : 50 000 travaillent sur les fêtes foraines, **135 000** sur les marchés et parmi eux 85 000 travaillent exclusivement sur les marchés (source : Dossier de la CCI, chambre de commerce et d'industrie de l'Oise). Il est parfois difficile cependant de mesurer le seul impact des commerces non sédentaires car environ 25 000 chefs d'entreprise ont une double activité (sédentaire et non sédentaire). Les chiffres sont donc à manier avec précaution.

L'Insee recense plus de 105 000 entreprises commerciales non sédentaires en France (hors producteurs et artisans non sédentaires) et 60 000 actifs, pour un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros HT. Les marchands non sédentaires sont en général des entreprises de petite taille (1 à 2 personnes en moyenne). Ils ont choisi pour la plupart le statut juridique de l'entreprise individuelle.

→ Poids économique du secteur non sédentaire d'après l'Insee

Commerces de détail sur éventaires et marchés (en millions d'€)

Chiffres d'affaires HT	Frais en personnel	Valeur ajoutée y compris autres produits et autres charges	Excédent brut d'exploitation
4 827	733	1 249	435

Source : INSEE, Actualisation sur www.insee.fr, rubrique commerces

www.insee.fr

→ Les produits vendus

40 % des commerçants ambulants assurent la vente de denrées alimentaires, 60 % la vente de produits non alimentaires (source : FNSCNS) mais le CA de l'alimentaire représente 60 % des 5 milliards d'euros HT réalisés chaque année.

La plupart des marchés (70 %) proposent de l'alimentaire et du non-alimentaire.

Répartition des produits alimentaires en % du CA

Fruits et légumes	30 %
Poissons, crustacés et coquillages	20 %
Viandes, volailles, lapins et gibiers	19 %
Crémerie et des produits laitiers	17 %
Divers	14 %

Source : Insee

D'après le rapport de branche des métiers du commerce de détail alimentaire (convention collective CCN 3244 : commerce de détail des fruits et légumes, épicerie et produits laitiers) 15 400 entreprises interviennent sur les marchés ; les deux tiers vendent des fruits et légumes...

Répartition des 15 400 entreprises de la branche selon le métier :

- fruits et légumes : 66 %
- produits laitiers : 14 %
- boissons : 4 %
- alimentation générale : 8 %
- produits bio : 2 %

autres commerces : 6 % source : Afflec

www.afflec.fr



Les exploitants de ces entreprises se rendent en moyenne sur 4 marchés par semaine, avec un nombre moyen de mètres linéaires d'événaires de 8,5 mètres (9,5 m pour les fruits et légumes).

ÉVOLUTION DU SECTEUR

→ Les marchés

La Fédération nationale des syndicats de commerçants estime à 8 000, le nombre de marchés en France. Les marchés (80 % dits de "plein vent" et 20 % couverts) sont répartis sur 6 000 communes : une commune sur six possède son marché. Taille des marchés : 45 % ont moins de 50 commerçants et 38 % comptent entre 50 et 100 commerçants, on trouve aussi des marchés plus importants de 200 à 600 commerçants.. Les marchés sont organisés en régie directe ou avec un délégué.

La ville de Paris est dotée de 91 marchés : 81 traditionnels (68 alimentaires découverts et 13 alimentaires couverts) plus Les puces et les marchés spécialisés (Marchés aux fleurs, aux livres, aux timbres...).

www.paris.fr



Des activités disparaissent (boucherie chevaline) d'autres se développent comme les rôtisseries. On assiste à l'essor d'une consommation militante, avec des produits authentiques, du bio, des circuits courts grâce aux producteurs locaux. (source : Ouest France 29 juillet 2013).

→ Les entreprises et les emplois

D'après l'Insee, fichier Sirene, le secteur compte plus de 105 000 entreprises :

- 27 314 dans le commerce alimentaire,
- 77 699 dans le non alimentaire.

Le nombre d'entreprises a augmenté rapidement mais il tend à se stabiliser tout en progressant ces dernières années (pour les 3 codes APE concernés).

On peut supposer que compte tenu des éventuels conjoints collaborateurs, l'emploi non salarié a sensiblement progressé au cours de ces dernières années.

A titre d'exemple, les conjoints sont présents dans 51 % des entreprises du bâtiment (dont 3,6 % sous forme de conjoint collaborateur régulier), 74 % dans le commerce alimentaire (dont 44 % sous forme de collaborateur régulier), 35 % dans le commerce non alimentaire (dont 36 % collaborateur régulier) et 61 % dans les cafés-hôtels-restaurants (dont 38 % de collaborateur régulier). (Source : DGE)

Les marchés de Paris et de Provence - Alpes - Côte-d'Azur restent, par exemple, très courus. Et les petites communes rurales essaient de promouvoir à leur tour les marchés. De plus, selon les informations détenues par la FNSCMF, le nombre de ceux qui cherchent un emplacement est à la hausse et non pas l'inverse.



Le pic de 2009 : mise en place du régime de l'auto-entrepreneur.

→ Perspectives

Dans beaucoup de villes, le marché est perçu comme le symbole d'un environnement réussi, facteur de retombées positives sur les commerces de proximité. C'est le principal lieu de convivialité de la commune. Cependant, la fréquentation des marchés est souvent stationnaire voire en diminution, notamment chez les plus jeunes.

Les origines de cette dégradation sont connues : le développement des grandes surfaces, la stagnation dans le budget des ménages du poids des dépenses consacrées à la nourriture et les femmes qui mènent une vie active...

Les marchés doivent s'adapter pour survivre : installer par exemple une antenne de La Poste, proposer des emplacements à des artistes, voire y faire cohabiter un snack ou un Leader Price... Et en tous cas proposer des places de parking à proximité.

Les marchés restent porteurs, notamment la vente de fruits et légumes qu'il faut voir avant d'acheter.

www.widoobiz.com



D'après l'ADPM, qui mène des actions en région Rhône Alpes, la dynamisation des marchés passe par des enjeux divers :

- La professionnalisation des acteurs des marchés,
- La modernisation du fonctionnement au sens large des marchés, grâce à une évolution et une harmonisation des règles et des pratiques,
- La mise en place d'actions visant à faire évoluer les marchés pour qu'ils répondent mieux aux attentes des citoyens,
- Une meilleure information sur les marchés aux citoyens,
- Des marchés plus animés, stimulés.

La profession gagne aussi à être mise en valeur par des campagnes de promotion/animation. Car il faut dynamiser les marchés. Les pouvoirs publics, les collectivités territoriales ont bien sûr leur rôle à jouer. (Cf. rapport Coste, bibliographie). Les accès aux marchés doivent être mieux conçus, les équipements modernisés et les horaires prolongés. Et la surface dévolue aux marchés ne doit pas diminuer d'année en année, comme c'est souvent le cas. Ainsi, autres temps, autres mœurs, les marchés s'adaptent au risque parfois de se dénaturer et de se transformer en galeries marchandes.

Selon la FNSCMF, les sujets essentiels qui retiennent l'attention de la profession sont les suivants :

- le droit à l'obtention de la carte aux conjoints collaborateurs ;
- une meilleure concertation en matière du domaine public pour la gestion des droits de place ;
- le poids des charges, l'envolée des droits de place et des prix du carburant ;
- l'organisation du paritarisme syndical et de la formation ;
- la contribution économique territoriale ;
- un assouplissement des conditions d'éligibilité au Fisac (Source : congrès de la FNSCMF).

Quelques conseils pour une étude de marché locale ou régionale

La mairie, les organismes consulaires, les données Odil de l'Insee

creation-entreprise.insee.fr

et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.

Le site de l'administration fiscale permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune,

www.impots.gouv.fr

sans oublier les bases de données sociales localisées.

www.drees.sante.gouv.fr

La consommation des ménages est analysée par l'Insee et grâce aux IDC, indices de disparité des dépenses de consommation. Autres sources d'information : les antennes départementales des fédérations professionnelles et les centres ou associations de gestion agréées.

Indispensables ! L'enquête de terrain avec le repérage de la concurrence, les investigations menées sur la zone de chalandise ou auprès des fournisseurs, clients ou prescripteurs.

Par où commencer ? Comment procéder ? Un guide pour vous aider :

Réaliser votre étude de marché avec succès - 2013

www.editions-organisation.com

CLIENTÈLE

Ce sont les plus de 40 ans qui fréquentent principalement les marchés (notamment les retraités). 71 % des clients s'y rendent par plaisir : le plaisir de faire ses courses au grand air. Les autres motivations sont : la recherche de la qualité/variété/fraîcheur des produits et leurs prix accessibles.

Un sondage sur le commerce de proximité confirme la fonction plaisir des marchés

www.csa.eu



La fréquence d'achats de produits locaux est en forte progression en France, les Français consomment plus responsable :

- Les consommateurs achètent les produits locaux presque autant au marché (73 %) que dans les grandes surfaces (68 %).
- 88 % des Français font toujours leurs courses alimentaires en grandes surfaces malgré un intérêt renouvelé de 74 % d'entre eux pour les commerces de proximité ou pour les marchés près de chez eux (62 %) et auprès des producteurs locaux (43 %).

Source :

www.encyclo-ecolo.com



Au plan national, les marchés restent attractifs puisque 30 % des ménages les fréquentent régulièrement. On note que les parts de marchés sont importantes pour les fruits et légumes (plus de 10 % des dépenses des ménages), non négligeables pour la viande et la charcuterie (environ 5 %) et pour la volaille (environ 9 %). La clientèle aisée se raréfie au profit des autres catégories, particulièrement en province

(Source : <http://www.cci-oise.fr>)

CONCURRENCE

Parts de marché 2012 et 2013 (derniers chiffres)

	Produits alimentaires (hors tabac) 2012 en %	Produits alimentaires 2013 en %	Produits non alimentaires 2012 en %	Produits non alimentaires 2013 en %
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	17,9	17,8	nd	nd
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de surgelés	7,3	7,1	nd	nd
Grandes surfaces d'alimentation générale	65,7	66,2	17,7	16,6
Grands magasins	0,1	0,1	2,2	2,3
Magasins non alimentaires spécialisés	1,2	1,1	57,3	57,4
Commerce hors magasins (dont éventaire et marché)	6,3 (2,3)	6,1 (2,3)	5,5 (0,7)	5,6 (0,7)
Ensemble commerce de détail et artisanat	98,5	98,4	83,6	82,7
Ventes au détail et automobile et autres	1,5	1,6	16,4	17,3
Ensemble	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Insee Première, le commerce en 2013, parts de marché selon la forme de vente
nd : donnée non disponible

www.insee.fr



Les principales sources de concurrence

- Les grandes surfaces qui captent d'année en année des parts de marché dans l'alimentaire et qui ont des autorisations pour ouvrir le dimanche ou qui ont développé les Drive.
- Les commerces de détail alimentaires traditionnels.
- Le e-commerce pour certains produits.
- Le commerce sédentaire spécialisé dans les produits du terroir, les marchés à thème.
- Les ventes directes des agriculteurs, les circuits courts de type Amap.
- La concurrence déloyale des vendeurs à la sauvette et de toute personne ne possédant pas la carte de commerçant non sédentaire,
- Les vides greniers et autres brocantes d'associations commerciales.

CRÉATIONS ET DÉFAILLANCES

Le nombre des créations dans la profession est élevé, mais un marchand non sédentaire sur deux disparaît moins d'un an après son entrée dans la profession (source : CCI France).

A noter : les commerçants, qui exercent à titre principal une activité sédentaire (vente en magasin) et accessoirement une activité de commerce ambulants, ne sont pas comptabilisés dans les codes ci-dessous.

APE	Secteur	Nombre d'entreprises en 2014	Créations 2014	Taux de création
4781Z	commerces de détail alimentaire sur éventaires et marchés	27 314	5 221	19,1 %
4782Z	commerces de détail de textile, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés	13 290	5 865	44,1 %
4789Z	autres commerces de détail sur éventaires et marchés	64 409	13 071	20,3 %
Total, tous secteurs confondus		3 947 106	550 791	13,9 %

Source : Insee-Sirene 2014

Les défaillances et le turn-over sont importants : de nombreux commerçants inexpérimentés se lancent comme volants sur les marchés, notamment sur le créneau du textile et font faillite.

PLACE DU CRÉATEUR

Le marchand ambulant débutant doit définir sa zone de chalandise, les ressources de la clientèle du quartier, le positionnement du marché dans la ville, les infrastructures (branchements électriques, eau, sanitaires, parkings et commerces à proximité) et l'organisation du marché lui-même.

L'étude de marché est double : l'étude sur le produit lui-même, puis sur la place de ce produit au sein du marché convoité.

Les emplacements situés au cœur du marché sont davantage fréquentés que ceux situés aux pourtours. La qualité d'un marché se mesure souvent à sa liste d'attente (6 mois en moyenne et plusieurs années à Paris et sur certains marchés de province). Autre indice de bonne santé : le nombre de commerçants volants dans l'enceinte de celui-ci.

A noter : il existe encore quelques possibilités de création de marchés dans des villes qui n'ont pas d'équipements ou qui sont sous-équipées en marchés. Les communes réfléchissent aussi aux changements d'habitude de leurs citoyens et créent des marchés d'après-midi pour mieux répondre à leurs attentes.

Se spécialiser, jouer la carte qualité et fraîcheur, privilégier l'hygiène.

Autres créneau : vendre des articles presque introuvables dans les boutiques : boutons, outillage... (Source : *Le Parisien*). Il n'est pas interdit d'avoir des idées nouvelles, mais attention aux réglementations, par exemple la vente de café ambulant est interdite si elle ne s'accompagne pas de précautions d'hygiène, avec des emballages particuliers... Il faudra se renseigner auprès de l'administration des Douanes, ou à la mairie, selon les cas, car des arrêtés municipaux peuvent restreindre ou interdire le commerce ambulant. Le maire devra cependant veiller à ce que l'interdiction soit pleinement justifiée par les circonstances de temps et de lieu pour ne pas être entachée d'illégalité.

Pour démarrer, il est préférable d'acheter en petite quantité, quitte à devoir s'approvisionner quotidiennement chez le grossiste, afin de limiter les stocks. Par ailleurs, mieux vaut acheter son véhicule utilitaire que de prendre une location de longue durée ou de contracter un crédit-bail, car il sera toujours possible de le revendre en cas d'arrêt de l'activité.

Attention ! Avant d'effectuer toute formalité, il est conseillé de se renseigner sur les conditions d'attribution des places. Car cette attribution peut parfois s'avérer très longue (de plusieurs mois à plusieurs années !).

Plus de 5 000 marchés sont répertoriés sur

www.marchesdefrance.fr



Un outil pour choisir son marché : Géomarchés.com®, conçu par l'ADPM met en relation des commerçants en recherche de place et des communes en recherche de commerçants, grâce à un système d'annonces sur Internet et téléphone mobile. Présent sur les territoires suivants : Isère, Loire, Loiret, Rhône et Savoie, cet outil devrait se généraliser progressivement sur l'ensemble du territoire.

Se faire conseiller par un réseau, par exemple l'Adie compte de nombreux porteurs de projets sur ce secteur

www.adieconnect.fr



RESSOURCES HUMAINES

Il s'agit souvent d'un travail en famille. Le conjoint ou le partenaire Pacsé a le choix entre trois statuts : conjoint collaborateur, conjoint salarié ou conjoint associé.

Les conditions sont strictes en ce qui concerne le travail des apprentis (voir Code du travail – articles [D6222-1 et suivants](#)). L'Etat tente de favoriser l'apprentissage en accordant une aide financière :

www.apce.com



[La CGAD](#) a lancé en 2009 un CEP, contrat d'études prospectives du secteur de l'artisanat et du commerce alimentaire de proximité.

FONDS DE COMMERCE

La cession du fonds de commerce était jusqu'à lors impossible pour un commerçant ambulant. Car le commerce est exercé sur la voie publique ce qui par définition le rend inaliénable et incessible, il ne peut donc être cédé, prêté, loué, même à titre gracieux. Et lorsque l'activité est exercée sur un marché, la clientèle est rattachée au marché et non au commerçant.

Ainsi, toute pratique, visant à céder l'emplacement à un tiers moyennant rémunération, était illégale.

La jurisprudence a néanmoins changé de position par un arrêt du 4 février 2014 (pourvoi n° 12.25528). Selon la chambre commerciale de la cour de cassation, si la concession n'est ni cessible, ni saisissable, son bénéficiaire n'en est pas moins détenteur d'un fonds de commerce avec une clientèle propre. Ce fonds de commerce qui a une valeur vénale peut donc être cédé en tant que tel !

De plus, la loi dite Pinel de juin 2014 a introduit l'article [L2224-18-1 dans le code général des collectivités territoriales](#) afin de faciliter la transmission des activités et du savoir-faire du commerce et de l'artisanat non sédentaires.

L'article dispose que : *“Sous réserve d'exercer son activité dans une halle ou un marché depuis une durée fixée par délibération du conseil municipal dans la limite de trois ans, le titulaire d'une autorisation d'occupation peut présenter au maire une personne comme successeur, en cas de cession de son fonds. Cette personne, qui doit être immatriculée au registre du commerce et des sociétés, est, en cas d'acceptation par le maire, subrogée dans ses droits et ses obligations.*

En cas de décès, d'incapacité ou de retraite du titulaire, le droit de présentation est transmis à ses ayants droit qui peuvent en faire usage au bénéfice de l'un d'eux. A défaut d'exercice dans un délai de six mois à compter du fait générateur, le droit de présentation est caduc. En cas de reprise de l'activité par le conjoint du titulaire initial, celui-ci en conserve l'ancienneté pour faire valoir son droit de présentation.

La décision du maire est notifiée au titulaire du droit de présentation et au successeur présenté dans un délai de deux mois à compter de la réception de la demande. Toute décision de refus doit être motivée”.

ÉQUIPEMENTS - IMMOBILISATIONS - INVESTISSEMENTS DE DÉPART

Le coût des investissements de départ, contrairement à une idée répandue, est loin d'être négligeable. Le coût est modeste si on travaille "à la balle", sans véhicule (vente de gadgets, etc.). Cependant, il peut se chiffrer rapidement en milliers d'euros.

Exemple, un étalage de 6 mètres nécessite :

- parapluies tréteaux et parasols : 1 100 € à 3 000 €,
- des bâches : environ 152 € pour 6 mètres de linéaire,
- 3 lits de camp : 100 €,
- 6 poids de 20 Kg pour amarrer les parasols : 185 €.

Pour la vente de produits alimentaires, il faut rajouter de coûteux équipements rendus nécessaires depuis l'application de la directive européenne (voir rubrique 5) :

- un véhicule isotherme (environ 20 000 € d'occasion) ou neuf (60 000 €),
- une vitrine réfrigérée : 9 000 € (4 mètres de long),
- une balance électronique : 500 à 2 700 €.

Le camion-magasin parfois nécessaire, équipé de frigorifiques ou d'équipements de cuisson est coûteux lui aussi (de 15 000 à 75 000 €). Jusqu'à 3,5 tonnes, un simple permis tourisme suffit.

Conclusion : ajouté aux frais d'établissement, aux droits de place, au stock, l'investissement moyen de départ peut représenter de 15 000 € à 100 000 €. Il est de 80 000 € en moyenne pour le commerce alimentaire (il est moindre pour le commerce de l'habillement). Il est conseillé de démarrer avec un équipement minimum et de le compléter au fur et à mesure.

Le Cecodif (ex service de l'ACFCI, assemblée des chambres de commerce) dans un ouvrage paru sur *les aspects techniques du commerce non sédentaire* énonçait quant à lui les investissements suivants :

- un bon matériel (tréteaux, parasols) de départ peut coûter près de 3 000 €,
- un barnum revient à environ 60 € le mètre carré couvert,
- les tréteaux coûtent 30 € pièce,
- les claies 12 € le mètre linéaire,
- une remorque étalage couverte coûte de l'ordre de 4 500 € en 4 mètres de long,
- un petit camion magasin aménagé pour le froid coûte de 26 000 € à 45 000 €.

→ Quelques pistes pour trouver des fournisseurs

- Les annonces des revues comme *Le Syndicaliste Forain*, *Le Journal du Forain*, la revue CAPS : www.unfd.fr, les Pages Jaunes la rubrique "Matériel professionnel", le journal La Centrale des Particuliers (pour les camionnettes et remorques...).
- Les annonces en ligne comme sur leboncoin.fr - lecoindupro.com
- La liste remise par la CCI de Paris lors de son module de formation (Cf. rubrique formation).
- Annuaire de 1399 fournisseurs lecam.co/annuaire-fournisseurs
- Service gratuit de publication en ligne de petites annonces d'achat et de vente d'attractions foraines et divers matériels pour industriels forains. www.manegesavendre.com

MATIÈRES PREMIÈRES - FOURNISSEURS - STOCKS

A Paris, l'approvisionnement se fait au MIN, marché d'intérêt national, de Rungis. En province sur les MIN, ou directement auprès des producteurs. Disposer de plusieurs fournisseurs pour éviter la précarité de certains (notamment dans l'habillement).

Grossistes de marchés : 19 marchés de gros qui incluent les MIN, Marchés d'Intérêt National comme celui de Rungis. Contacts :

www.marchesdegrosdefrance.fr

www.rungisinternational.com



En général, le stock est plus cher pour l'habillement que pour l'alimentation.

CHIFFRE D'AFFAIRES - FACTURATION

Les chiffres d'affaires annuels moyens varient selon le type de produits vendus et la qualité des commerçants.

Les CA moyens varient de 45 000 € (commerces nouvellement créés) à 150 000 €, voire 250 000 € ou plus (commerces anciens avec davantage d'effectifs). Les chiffres d'affaires sont nettement plus élevés dans l'alimentaire : 230 000 à 300 000 € sont courants avec l'emploi d'un salarié.

PRIX DE REVIENT - MARGE - RÉSULTAT

Les résultats d'exploitation sont hétérogènes pour le commerce sur les marchés : on constate des résultats avant impôts de 38 000 € et plus ; ainsi que des résultats compris entre 8 000 € et 15 000 €.

Mais les métiers ambulants restent des métiers à faible rentabilité.

Les coefficients multiplicateurs dans l'habillement sont voisins de 2,5.

→ **Principaux ratios pour les entreprises : ratios de la fédération des centres de gestion agréés**

www.fcga.fr



⚠ Attention, les ratios concernent des entreprises individuelles !

Les ratios 2013 communiqués fin 2014 pour les commerces non sédentaires non alimentaires

Fédération des centres de gestion agréés

(314 entreprises individuelles - Effectif moyen exploitant inclus : 1,3 personne)

CA HT moyen	Marge brute % CA	Valeur Ajoutée % CA	Charges de personnel % CA	Résultat courant % CA	Crédit clients en jours	Crédit fournisseurs en jours	Rotation stocks en jours
141 890 €	50,2	29,3	4,8	13,6	7	36	110

Source : Fédération des centres de gestion agréés - 2 rue Meissonier - 75017 Paris

Tél. : 01 42 67 80 62 ou www.fcga.fr

RC, résultat courant 1,3 personne	19 247 €
RC avec 1 seule personne	9 564 €
CA/personne	109 634 €
BFR	34 jours de CA

CHARGES D'EXPLOITATION

Les charges sont liées :

- à l'utilisation d'un véhicule : assurance, entretien, carburant et taxe assise sur la valeur locative du véhicule,
- aux charges locatives éventuelles : location d'un local assez frais pour le stockage des invendus de la journée, redevance fixée par le conseil municipal pour l'occupation du domaine public,
- aux achats de marchandises.

Il faut y ajouter : Les fournitures, emballages, publicité et frais postaux, les droits de place à la journée, les frais d'entretien des matériels, l'eau, le poste EDF/GDF, le remboursement des intérêts des emprunts éventuels, les honoraires versés au comptable, l'amortissement des matériels.

Le commerçant paie chaque jour 1 à 3,5 € le mètre linéaire pour installer son étal : le tarif fixé par le Conseil municipal varie selon les villes (et à Paris selon les catégories établies d'après l'attrait commercial).

Notons cependant, que sur certains marchés, les droits de place sont nettement inférieurs à 1 euro.

FINANCEMENT - AIDES SPÉCIFIQUES

Obtenir un prêt personnel de sa banque dans le meilleur des cas, de l'argent de son entourage : ainsi démarrent la plupart des marchands ambulants.

Certains obtiennent des prêts de l'ADIE, Association pour de Droit à l'Initiative Economique.

Ils sont affectés au financement du véhicule, au règlement de l'assurance, à l'achat du stock et accordés lors des phases successives de démarrage de l'activité. L'ADIE s'adresse en priorité à des personnes démunies et elle n'intervient que sur certains sites. ADIE -

www.adie.org



Pour accéder au portail des aides nationales, voir les aides recensées par l'APCE

www.apce.com



Au niveau local, des aides sont aussi proposées par :

- les chambres de commerce et d'industrie :
- l'ISM (Institut Supérieur des Métiers)

les-aides.fr



www.aides-entreprises.fr



CONTEXTE GÉNÉRAL

La réglementation de la profession est fixée par :

- la loi 69-3 du 3 janvier 1969 complétée et modifiée depuis par plusieurs circulaires et décrets d'application dont le décret du 70-708 du 31 juillet 1970.
- la loi LME, loi de modernisation de l'économie, du 4 août 2008 (article 53) et son décret d'application 2009-194 du 18 février 2009, suivi de l'arrêté relatif à la carte des commerçants et artisans du 10 mars 2010 et à l'arrêté du 21 janvier 2010 relatif à la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante.
- la loi Raffarin ou loi du 5 juillet 1996 relative au développement du commerce et de l'artisanat comporte également certaines dispositions relatives aux marchés qu'on retrouve dans le Code général des collectivités territoriales ([article L 2224-18 du CGCT](#)).
- la loi Pinel du 18 juin 2014 a introduit l'article [L2224-18-1 dans le code général des collectivités territoriales](#) afin de faciliter la transmission des activités et du savoir-faire du commerce et de l'artisanat non sédentaires.

On retrouvera les principales dispositions dans le code du commerce :

- [Articles L123-29 à L123-31 du code du commerce](#)
- [Articles R123-208-1 à R123-208-8 code de commerce](#)
- [Articles A123-80-1 à A123-80-8 du code de commerce](#)

CONDITIONS D'INSTALLATION

→ Les démarches pour s'installer

Voici le cas général avant d'examiner le cas de la ville de Paris (voir plus loin).

Attention, il convient avant toute autre démarche de se renseigner auprès de sa mairie ou du placier pour vérifier les conditions d'attribution d'une place sur le marché convoité. Parfois, la liste d'attente est longue.

→ Formalités d'installation pour les commerçants non sédentaires en province ou en banlieue parisienne

1/ Démarches au CFE, centre de formalités des entreprises

- Le non sédentaire doit procéder aux formalités de déclaration d'entreprise auprès du CFE de la Chambre de Commerce et d'Industrie (activité commerciale) ou auprès du CFE de la Chambre de Métiers (activité artisanale ou double activité, artisanale et commerciale) : l'adresse du domicile fixe détermine le lieu du CFE compétent pour recevoir la demande d'immatriculation. Le CFE, effectue alors l'affiliation obligatoire aux différentes caisses sociales, (caisse d'allocations familiales, caisse d'assurance maladie, caisse de retraite) et prévient le centre des impôts.
- Déclaration préalable au CFE en vue de l'obtention de la carte De façon concomitante (en même temps), une déclaration préalable (formulaire [cerfa n°14022*02](#)) doit être faite à ce même CFE (et non plus à la Préfecture). Objectif : obtenir la "carte permettant l'exercice des activités commerciales ou artisanales ambulantes". Le formulaire peut être envoyé par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou remis sur place contre récépissé par le CFE.

Cependant, cette formalité d'obtention de la carte n'est pas obligatoire si l'activité est exercée exclusivement dans la commune où se trouve le domicile ou l'établissement principal du commerçant. Si le commerçant exerce son activité ambulante dans sa commune uniquement, seule son immatriculation au CFE est nécessaire.

2/ Obtention de la carte professionnelle

Dans un délai maximum d'un mois à compter de la réception d'un dossier complet par le CFE, celui-ci délivre "la carte permettant l'exercice des activités ambulantes".

Cette carte est valable quatre ans et renouvelable à l'issue de cette période.

Désormais, les personnes souhaitant exercer ou faire exercer par leur conjoint ou salarié une activité ambulante en dehors de la commune de leur domicile ou de l'établissement principal de l'entreprise, doivent préalablement effectuer une déclaration, non plus auprès de leur préfecture, mais auprès du centre de formalité des entreprises compétent (CFE) :

- la chambre de commerce et d'industrie pour une activité commerciale,
- la chambre de métiers et de l'artisanat pour une activité artisanale.

Cette déclaration donne lieu à la délivrance, par le CFE, d'une carte permettant l'exercice de l'activité ambulante. Elle peut être effectuée en même temps que les formalités de création de l'entreprise.

Un arrêté fixe les modalités de délivrance de cette carte, notamment les pièces justificatives à fournir, ainsi que les informations figurant sur celle-ci. Le montant de la redevance à payer lors la déclaration est fixé à 15 euros. La carte plastifiée est délivrée dans un délai d'un mois. Elle est valable 4 ans renouvelable.

Dans l'attente de la délivrance de la carte définitive, l'entrepreneur peut obtenir, à sa demande, un certificat provisoire valable un mois, lui permettant d'exercer immédiatement son activité ambulante.

→ Pour en savoir plus : fiches APCE sur la réglementation

www.apce.com

www.apce.com

... et Références juridiques détaillées

- Modèle de déclaration préalable pour l'exercice d'une activité non sédentaire - cerfa

vosdroits.service-public.fr

- Décret 2009-194 du 18 février 2009 relatif à l'exercice des activités commerciales et artisanales ambulantes

www.legifrance.gouv.fr

- Arrêté du 21 janvier 2010, Journal officiel du 10 mars 2010, p. 4 769
- Décret n°2009-1700 du 30 décembre 2009 relatif aux activités commerciales et artisanales ambulantes.- in : JO Lois et Décrets, n°303, 31/12/2009 - En ligne sur le site de Legifrance :

www.legifrance.gouv.fr

→ Formalités d'installation pour les commerçants non sédentaires en province ou en banlieue parisienne (avec le régime auto-entrepreneur / micro-entrepreneur)

Anciennement, le régime de l'auto-entrepreneur prévoyait une dispense d'immatriculation au Registre du commerce et des sociétés ou au Répertoire des métiers.

Désormais, [la loi n° 2014-626 du 18 juin 2014](#) relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises - dite Loi Pinel supprime cette dispense d'immatriculation.

Pour plus d'informations, se reporter au site dédié de l'APCE :

www.autoentrepreneur.biz

→ Les forains

Les commerçants forains et les commerçants qui n'ont pas de résidence fixe de plus de 6 mois dans un pays de l'Union européenne, doivent faire, outre la demande de carte de commerçant ambulant, une demande de "livret spécial de circulation" auprès de la préfecture.

Pour les commerçants qui n'ont pas de résidence fixe de plus de 6 mois, la préfecture compétente est celle du lieu de leur commune de rattachement.

Les documents à fournir sont : un justificatif d'identité et un justificatif de nationalité, 3 photos d'identité, un extrait d'inscription au Registre du commerce et des sociétés ou au Répertoire des métiers. La personne qui n'est pas de nationalité française doit produire le document en cours de validité sous le couvert duquel il est entré en France, ainsi que le cas échéant, son titre de séjour et sa carte de travailleur ou de commerçant étranger.

Le livret est valable 5 ans.

→ Le cas de la ville de Paris

La procédure est la même que celle décrite pour la province mais à l'issue des démarches d'obtention des cartes professionnelles, il faut obtenir la **carte des marchés** de la ville de Paris. Contacts :

Mairie de Paris, Direction du Développement Economique et de l'Emploi, Sous-Direction du Développement Economique, Bureau du Commerce Non Sédentaire - 8 rue de Citeaux 75012 Paris - Tél : 01 71 19 20 40

Contactez les gestionnaires :

www.paris.fr

A noter : à Paris, les volants proposent uniquement des produits non alimentaires.

www.entreprises.cci-paris-idf.fr

→ Les sanctions

Les infractions à la législation sur le commerce ambulant, c'est-à-dire les ventes "sauvages", sont sanctionnées.

- L'absence de déclaration préalable et donc de carte est punie d'une contravention de 4^e classe : 750 euros d'amende ([article 131-13 du Code pénal](#)).
- Le défaut de justification de la possession d'une attestation provisoire ou d'un titre définitif est puni d'une contravention de 3^e classe : 450 euros d'amende.
- Le défaut de justification d'un récépissé de consignation émis par le centre des impôts est passible d'une amende de 300 euros.

Attention : des peines complémentaires peuvent s'y ajouter comme la suspension du permis de conduire jusqu'à 3 ans ou/et la confiscation de la chose qui a servi à commettre l'infraction (saisie des marchandises).

→ Autorisation d'exercice sur les marchés et les kiosques

Une demande doit être faite auprès du placier adjudicataire ou à défaut, auprès de la mairie dont dépend le marché.

→ Autorisation d'installation d'une vente sur le domaine public

Sur les voies publiques : une demande d'autorisation d'occuper le domaine public, avec ou sans emprise, doit être faite auprès de la mairie.

S'agissant des routes nationales, départementales ou de certaines artères de la ville, la demande est effectuée à la Préfecture. Cependant, il est très difficile d'obtenir une autorisation car le commerce sur les voies publiques est souvent considéré comme gênant pour la circulation.

Sur les plages-terrasses-étalages : la permission de voirie (occupation privative avec emprise du domaine public), doit être faite auprès de l'autorité chargée de la gestion du domaine (maire, Préfet). A Paris, prendre contact avec la CCI de Paris

www.cci75-idf.fr



→ Les ventes au déballage

La réglementation sur la vente au déballage, communément appelée "vide-grenier, brocante ou braderie" a été simplifiée. Jusqu'à présent, ces ventes étaient soumises à une autorisation préalable, à demander auprès du préfet ou du maire selon que la surface de vente était supérieure ou inférieure à 300m².

Il suffit désormais pour participer à ces ventes d'effectuer une déclaration préalable auprès du maire de la commune dont dépend le lieu de vente, quelle que soit la surface consacrée à la vente.

De plus, il n'est plus exigé pour les particuliers non inscrits au registre du commerce et des sociétés (RCS) une domiciliation dans la commune, le groupement de communes ou l'arrondissement départemental.

Ces derniers restent cependant soumis à l'obligation de ne pas participer à plus de deux ventes par an ([article L310-2 du code de commerce](#)).

[L'article R310-8 du code de commerce](#), indique que la déclaration préalable doit être adressée, dans des délais variant selon les situations, auprès du maire par lettre recommandée avec accusé de réception.

Les ventes effectuées par camion ambulant sont considérées, sous certaines conditions, comme des ventes au déballage (Rép. Min. n° 12825, JO Sénat Q, 22 février 1996, p.421).

Cependant, ne sont pas soumises à la réglementation sur les ventes au déballage les ventes effectuées par les commerçants ambulants et forains lorsque ces ventes ne présentent pas de caractère exceptionnel et qu'elles correspondent au commerce dont il est fait mention sur le Registre du Commerce et des Sociétés.

■ RÈGLES ET USAGES DE L'ACTIVITÉ

→ Obtention d'un emplacement

Critères de choix des affectations utilisés par le placier : uniquement en fonction de l'ancienneté de la demande. Les emplacements sont répartis suivant les dispositions prévues au Règlement de Marché. Toute transaction directe entre cédant-postulant est interdite.

Point de vigilance !

Il arrive que certains marchés soient difficilement accessibles à tout nouveau commerçant hors versement de “pourboires” en sus des taxes locales obligatoires. Cette pratique est non autorisée et fortement répréhensible.

De plus, la valorisation des biens cédés ne peut en aucun cas prendre en compte une valeur “estimée” de l'emplacement.

→ Les droits de place

L'attribution d'emplacements (8 à 12 mètres, voire 25 mètres linéaires) donne lieu à la perception d'un droit de place variable d'une commune à l'autre. Les droits de place sont plus chers dans des halles/en plein air. A titre indicatif, le loyer moyen à Paris est de 600 € à 1 200 € par mois.

Quelques prix relevés :

1,5 euro au mètre linéaire en province ; 3,78 euros à Paris (pour un abonné) ; 4,65 euros pour un volant. Plus sur certains marchés très convoités.

A noter : il est conseillé de prendre connaissance du règlement intérieur du marché.

→ Obligations générales incombant à tout commerçant

Les vendeurs opérant sur la voie publique sont soumis aux mêmes obligations générales que les autres commerçants notamment : la réglementation des prix (affichage et étiquetage des prix, annonces de réduction de prix, facturation, etc.), la conservation ou toxicité des produits, les normes d'hygiène et de sécurité, la vente de boissons à emporter ou à consommer sur place, l'interdiction des fraudes et des falsifications ou de la publicité mensongère...

Il est indispensable pour le commerçant de connaître les réglementations spécifiques applicables à son activité et au produit ou service commercialisé : réglementation des prix, conservation ou toxicité des produits, hygiène pour les fruits et légumes,...

Pour obtenir ces informations, deux contacts :

- La DDPP, direction départementale de la protection des populations (ex DDCCRF, la Concurrence et de la Consommation et de la répression des fraudes) qui vérifie l'inscription au RCS, le respect des dispositions économiques,

www.dgccrf.bercy.gouv.fr

- Les services vétérinaires de la Préfecture : La direction des services vétérinaires contrôle les véhicules et analyse les produits (dans l'alimentaire).

agriculture.gouv.fr

→ Normes sanitaires et d'hygiène : les équipements des commerçants

La réglementation sur l'hygiène en France a été durcie par des normes européennes.

Le **“Paquet Hygiène”** correspond à un ensemble de textes communautaires qui fixe les exigences relatives à l'hygiène des denrées alimentaires commercialisées. Il précise notamment :

- Les obligations générales en matière de sécurité sanitaire des aliments et les principales règles d'aménagement des locaux et leur équipement.
- la mise en place de procédures basées sur les principes de l'HACCP (“Hazard analysis critical control point”, ou “analyse des risques, points critiques pour leur maîtrise”) - l'utilisation de guide de bonnes pratiques d'hygiène et d'application de l'HACCP - [Règlement 852/2004 du 29 avril 2004](#).

Par ailleurs, l'[arrêté du 21 décembre 2009](#) précise les températures de conservation des produits d'origine animale périssables et apporte des précisions sur certains points (décongélation, viande hachée, gibier). [L'arrêté du 8 octobre 2013](#) indique quant à lui les températures de conservation des denrées alimentaires périssables d'origine végétale.

A noter : tout dirigeant doit également respecter le **règlement sanitaire départemental** qu'il peut se procurer auprès de la [préfecture du lieu d'implantation](#).

Attention, les contrôles vétérinaires et les contrôles de la DDPP sont fréquents en ce qui concerne le respect des normes de fraîcheur des aliments, des normes d'hygiène et de salubrité. Ne pas hésiter à les contacter avant toute installation, afin de leur demander conseil.

La directive concerne les équipements des marchés (placés sous la responsabilité de la mairie) et les équipements des commerçants, obligeant parfois à l'achat de coûteux équipements frigorifiques.

Autre source d'informations sur le site :

www.lesmetiersdugout.fr



→ L'agrément sanitaire

Pour les camions destinés au transport des denrées alimentaires, un agrément sanitaire devait être délivré par les services déconcentrés du Ministère de l'Agriculture : direction départementale des services vétérinaires.

Désormais, le certificat d'agrément sanitaire n'est plus obligatoire. Les véhicules boutiques sont contrôlés sur les marchés de plein air dans le même contexte que les commerces sédentaires (obligation de résultats).

→ Minorité et qualité de commerçant

Bien qu'une émancipation à 16 ans soit possible, le mineur émancipé ne pouvait être commerçant avant d'avoir atteint la majorité légale (18 ans).

[L'article L121-2 du code de commerce](#) est venu modifier cette interdiction : *“le mineur émancipé peut être commerçant sur autorisation du juge des tutelles au moment de la décision d'émancipation et du président du tribunal de grande instance s'il formule cette demande après avoir été émancipé”*.

→ Activités réglementées

Certaines activités sont réglementées et donnent lieu à des formalités avec obtention d'autorisations spécifiques : brocante, vente de boissons, métaux précieux. On peut se renseigner auprès de la chambre de commerce et du service d'action économique de la Préfecture et consulter les fiches [“activités réglementées”](#) de l'APCE sur ces sujets.

La Fédération Nationale des Marchés de France pourra également vous renseigner - Tél. : 01 48 87 51 45 ou fnsncs@wanadoo.fr

→ Assurance

L'assurance responsabilité civile professionnelle n'est pas obligatoire mais vivement recommandée (certains marchés comme à Paris l'exigent). En effet, un accident peut arriver (un parapluie mal ajusté tombe et blesse un passant, etc.).

→ Développement durable

Commerces de proximité, les marchés contribuent au développement durable surtout lorsque les circuits d'approvisionnement sont des circuits courts (producteurs locaux). Lieux d'insertion, d'échange, les marchés participent également au lien social. Enfin, depuis peu, des actions de gestion des déchets et de tri sélectif sont engagées sur certains marchés. On peut se renseigner auprès de l'ADPM qui a travaillé sur la problématique de la propreté des marchés. L'ADPM propose un plan d'action en cinq étapes afin de sensibiliser les commerçants des marchés à un travail plus respectueux de l'environnement.

Source :

www.geomarches.com

STATUT

Commerçant ou artisan.

ORGANISMES SOCIAUX

Le marchand ambulant indépendant (non salarié), commerçant ou artisan, doit s'affilier au RSI, interlocuteur unique, auprès duquel sont reversées toutes les cotisations :

- Assurance vieillesse/retraite,
- Assurance maladie,
- Allocations familiales,

www.rsi.fr

Remarque : le RSI met à disposition sur www.rsi.fr, un simulateur de calcul des cotisations sociales avec les taux et barèmes en vigueur sur l'année en cours, soit à partir d'une estimation de revenus, soit à partir de la base forfaitaire en début d'activité.

Rappel

Le cadre de ce dossier "Projecteurs" ne permet pas d'évoquer en détail les différentes structures juridiques, le calcul des cotisations sociales, etc. Retrouvez les aspects juridiques, sociaux et fiscaux de la création d'entreprise sur le site de l'APCE

www.apce.com

Tous ces aspects sont bien sûr développés dans le guide métier "Vendez sur les marchés" !

STRUCTURE JURIDIQUE

En 2014, les nouveaux chefs d'entreprises ont choisi comme structure juridique

Codes APE	Sociétés	Entreprises individuelles
47.81Z	520	4 701
47.82Z	93	5 772
47.89Z	209	12 862

Le commerce sur les marchés ou sur la voie publique peut être exercé sous forme d'entreprise individuelle (c'est le cas la plupart du temps) ou en société (SNC, SARL...).

On note une forte proportion d'auto-entrepreneurs/micro-entrepreneurs.

RÉGIME FISCAL

Il existe 2 taux de TVA :

TVA au taux réduit sur les produits alimentaires, boissons et ventes à emporter

TVA au taux normal sur les autres produits et boissons alcoolisées.

Régime fiscal habituel : Impôt sur les bénéfices (impôt sur les sociétés ou impôt sur le revenu), selon la structure choisie.

NB. Le régime fiscal de la **micro entreprise** est très utilisé, notamment par les commerçants non sédentaires :

www.autoentrepreneur.biz



INSTITUTIONNELS

- DGE, Direction générale des entreprises - BP 80001 - 67, rue Barbès - 94 201 Ivry-sur-Seine Cedex
Tél. : 01 44 87 17 17
www.entreprises.gouv.fr
- [Secrétariat d'Etat chargé du commerce](#) 139 rue de Bercy, 75012 Paris Cedex 12
Tél. 01 40 04 04 04
- DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation, et de la répression des fraudes).
Les contrôles vétérinaires et contrôles du respect des normes de fraîcheur des aliments, normes d'hygiène et de sécurité effectués par la [DGCCRF](#), sont fréquents.

ORGANISMES PROFESSIONNELS ET DIVERS

- FNSCMF, Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France
14 rue de Bretagne - 75003 Paris - Tél. : 01 48 87 51 45 et www.fnscmf.com
La fédération forte de ses 20 000 adhérents et de ses [170 syndicats fédérés](#), défend les intérêts des commerçants non sédentaires depuis près de 80 ans.

Ses Objets :

La défense des intérêts de la profession

- 1000 élus locaux et un Conseil d'administration national fédéral sont au service des adhérents

Syndicats et Fédération les représentent auprès des :

- Municipalités
- Des organismes sociaux (RSI)
- Des Chambres Consulaires
- Des Instances gouvernementales

Ses actions :

L'assistance aux adhérents

La promotion des marchés par le biais d'une contribution volontaire assise sur les droits de place

La Communication, l'information

- Un journal mensuel d'informations
- Un site internet (www.marches de France.fr)
- Un site internet mutualisé (www.marchedefrance.org)

- UFM, Union Fédérale des Marchés
1 cours Marseille 94550 Rungis Complexe - Tél. 01 46 87 47 20
- La Fédération des marchés de Gros de France (anciennement : FFMIN, Fédération Française des Marchés d'Intérêt National)
457 rue de la Tour - Centra 249 - 94 576 Rungis Cedex - Tél. : 01 41 80 80 85
www.marchesdegrosdefrance.fr et pour Rungis : www.rungisinternational.com

- Le Monde Festif en France
9 rue de l'église - 94490 Ormesson sur Marne - Tél. 01 45 76 92 42
- Syndicat national des industriels forains
69 boulevard de Strasbourg, 75010 Paris - Tél. 01 47 70 07 19
- ADPM, Association pour le développement des marchés
CCI Lyon, Place de la bourse - 69289 Lyon cedex 02 - Tél. 0 811 65 39 00

www.geomarches.com



L'ADPM, association lancée en 2004 est un réseau d'acteurs du commerce non sédentaire (chambres consulaires, collectivités locales et territoriales, commerçants des marchés, consommateurs). Elle a pour rôle d'animer son réseau, en permettant l'échange d'informations auprès et entre ses adhérents. Elle innove et développe de nouveaux projets avec pour objectif de moderniser et dynamiser les marchés, pour les faire perdurer et les ancrer dans le 21^{ème} siècle.

- Géomarchés.com® : cartographie des marchés et outil sur Internet et téléphone mobile de mise en relation entre des commerçants en recherche de place et des communes en recherche de commerçants.
- Ecole des marchés, formations pour les porteurs de projet (voir page suivante)
- Eden Marché, démarche de tri et de valorisation des déchets des marchés
- Mtonmarché.com®, portail sur internet et téléphone mobile à destination du grand public et mettant en avant les portraits des commerçants des marchés.

L'ADPM ouvre son expertise sur d'autres territoires afin d'accompagner les collectivités locales sur les enjeux de leurs marchés : création, dynamisation, promotion, formation et conseil réglementaire et sur la gestion des déchets.

- Adie, association pour le droit à l'initiative économique
Tél. 0 969 328 110
Depuis la création de l'association, ce sont plus de 15 000 personnes qui ont créé leur propre emploi dans la vente ambulante.

www.adie.org



www.adieconnect.fr



- L'UNFD, Union nationale des syndicats de détaillants en fruits, légumes et primeurs qui représente les 10 000 primeurs sur marchés en France, défend leurs intérêts et offre des formations adaptées.
UNFD, 5 rue des Reculettes 75013 Paris – Tel : 01 55 43 31 90

www.unfd.fr



- CGAD, Maison des métiers de l'alimentation – 56 rue de Londres 75008 Paris – Tel : 01 44 90 88 44

www.cgad.fr



→ Centres techniques

- CTIFL, Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes
22 rue Bergère - 75009 Paris - Tél. : 01 47 70 16 93
- IFM, Institut Français de la Mode (et ex centre technique de l'habillement)
36 quai d'Austerlitz - 75013 Paris Tél. 01 70 38 89 00

www.ctifl.fr

www.ifm-paris.com

FORMATION

Aucune qualification n'est requise. Aucune formation spécialisée n'existe : c'est une formation acquise sur le tas ou en famille.
A noter cependant :

- La CCIP, chambre de commerce et d'industrie de Paris propose à partir de 30 € des ateliers thématiques :
"Devenir commerçant non sédentaire"

www.ccip.fr

Un atelier sur le thème : "Créer son commerce ambulancier". Il est animé par l'ADAV 33 (Association des amis des voyageurs de la Gironde) et l'Adie (Association pour le droit à l'initiative économique). Renseignements auprès de Hauts de Garonne développement – Tél. : 05 57 54 32 50 - E-mail : contact@hdgdev.com

www.hdgdev.com

- Ecole des marchés : en collaboration avec la CCI de Lyon, l'ADPM, association pour le développement des marchés, organise régulièrement des journées d'information et des formations à destination des porteurs de projets.
Consultez l'agenda de la CCI de Lyon pour connaître les dates des sessions de l'Ecole des Marchés ou l'agenda de l'ADPM sur Geomarches.com, le site des professionnels des marchés.
Pour participer à l'Ecole des Marchés, l'inscription est obligatoire et ne peut se faire que par téléphone, Tél. : 0811 65 39 00.

- La Fédération des marchés de France organise pour les syndicats et ses adhérents des sessions :
"Formation Hygiène H.A.C.C.P"

www.marchesdefrance.fr

- La FNSCMF dispose d'un numéro d'agrément et dispense des formations essentiellement auprès des personnes en charge de la gestion des marchés et de ses adhérents

www.marchesdefrance.fr

- L'UNFD organise des formations autour de la vente des fruits et légumes adaptées aux commerces non sédentaires

www.unfd.fr/formations

7 BIBLIOGRAPHIE

SALONS

La Fédération Nationale des Marchés de France (FNSCMF), organise chaque année, le Congrès des Marchés de France.

www.marchesdefrance.fr



Tous les 2 ans l'UNFD organise son congrès réunissant les primeurs de toute la France, un moment convivial pour échanger sur l'évolution du commerce de proximité avec d'autres professionnels des métiers de bouche et capter de nouvelles idées :

www.unfd.fr



INTERNET

Tous les jours, un marché près de chez vous !

www.marchesdefrance.org



L'officiel en ligne (et aussi en version papier) des activités à caractère ou à connotation commerciale, se déroulant sur le domaine public.

www.officiel-presse.com



Site internet de mise en relation commerçants / communes.

Géomarchés pour les commerçants : est une plateforme web pour les commerçants ambulants

www.geomarches.com



Des marchés, des commerçants, des recettes de cuisine et des actualités.

www.mtonmarche.com



7 BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES ET ÉTUDES

- *Vendez sur les marchés*, Editions d'Organisation/APCE
- *Vendre sur les foires et marchés*, Editions du Puits Fleuri
- *Vendre sur les marchés et les voies publiques*, Editions Delmas
Tous ces ouvrages n'ont pas été actualisés récemment.
- Rapport CCI Paris – île de France : Le commerce non sédentaire, un atout pour nos villes
30 avril 2015

www.cci-paris-idf.fr

MÉDIAS

Travailler sur les marchés, reportage de France 5

www.france5.fr

Dans les secrets des marchés de l'été – informations complémentaires sur les marchands ambulants en France

www.m6.fr/emission-zone_interdite

REVUES ET ANNUAIRES

→ Revues

- *Le syndicaliste forain*, revue bimensuelle publiée par la FNSCMF,
- *Caps*, revue mensuelle publiée par l'UNFD
(Cf. dossier APCE sur le [commerce de détail de fruits et légumes](#)),
- *Le Cam* : "le magazine au service des commerçants non sédentaires"

www.unfd.fr

lecam.co

→ Annuaire

Guide de marchés guide des foires et braderies - Editions Le Cam Tél. 04 90 90 18 00

www.lecam-2000.com

Le guide officiel : législation, répertoire des mairies, des marchés, foires, braderies, brocantes, fournisseurs de la profession, même éditeur



14, rue Delambre
75682 Paris cedex 14
Tél. : (33) 01.42.18.58.58
Télécopie : (33) 01.42.18.58.00
E-mail : info@apce.com
Internet : www.apce.com

Référence APCE : COR 11

Code APE : 47.81Z / 47.82Z / 47.89Z

Date d'actualisation : septembre 2015