



# PROPOSITION D'ARRÊTÉ PORTANT RÉGLEMENT DE MARCHÉ

NOVEMBRE 2023

L'AMF, la Fédération nationale des marchés de France et la Confédération générale de l'alimentation en détail ont procédé à l'actualisation du modèle de règlement de marché précisant les droits et les obligations des commerçants non sédentaires, rédigé en 2012. Ce nouveau document tient compte de l'évolution de la réglementation et intègre les observations du terrain. Reproduit ici, il peut être adapté par le maire à chaque situation locale.

*Le présent règlement est librement consultable (selon des modalités à préciser) et est remis en mains propres contre signature aux professionnels du marché.*

*(\*) Les dispositions mentionnées en italique ne représentent pas une modalité substantielle.*

-----  
**SOMMAIRE**

## **I - DISPOSITIONS GENERALES**

- Article 1 : Description du marché et activités autorisées
- Article 2 : Jours et horaires d'ouverture du (des) marché(s)
- Article 3 : Emplacements

## **II - ATTRIBUTION DES EMPLACEMENTS**

- Article 4 : Fondement des décisions d'attribution des emplacements
- Article 5 : Commerce autorisé sur l'emplacement attribué
- Article 6 : Critères d'attribution des emplacements
- Article 7 : Typologie des emplacements
- Article 8 : Abonnements
- Article 9 : Emplacements passagers
- Article 10 : Dépôt de la candidature
- Article 11 : Modalités d'occupation des emplacements
- Article 12 : Pièces à fournir
- Article 13 : Gestion des emplacements individuels
- Article 14 : Assurances
- Article 15 : Droit de présentation du successeur

## **III - POLICE DES EMPLACEMENTS**

- Article 16 : Caractéristiques particulières du domaine public et motifs de retrait de l'autorisation d'occupation d'un emplacement
- Article 17 : Congés et assiduité
- Article 18 : Suppression totale ou partielle du marché
- Article 19 : Travaux liés au fonctionnement du marché
- Article 20 : Professionnels habilités à occuper un emplacement
- Article 21 : Nature juridique de l'emplacement attribué
- Article 22 : Tarifs des droits de place
- Article 23 : Sanctions en cas de non-paiement des droits de place
- Article 24 : Modalités de paiement des droits de place

## **IV - POLICE GENERALE**

- Article 25 : Réglementation de la circulation et du stationnement
- Article 26 : Interdictions
- Article 27 : Vente de boissons alcooliques
- Article 28 : Déchargement et rechargement
- Article 29 : Sanction en cas de trouble à l'ordre public
- Article 30 : Salubrité, hygiène et information des consommateurs
- Article 31 : Protection animale
- Article 32 : Emballages et sacs
- Article 33 : Sanctions en cas de non-respect du présent règlement
- Article 34 : Modalités de mise en œuvre des sanctions
- Article 35 : Date d'entrée en vigueur du présent règlement
- Article 36 : Autorités chargées du contrôle du marché

## **ANNEXES**

- Annexe 1 : Organisation du marché
  - Equipements
  - Obligation de consulter les organisations professionnelles et recommandations relatives à la concertation avec les différents acteurs du marché
- Annexe 2 : Droits de place
- Annexe 3 : Commercialisation de boissons alcooliques
- Annexe 4 : Commercialisation de fruits et légumes
- Annexe 5 : Commercialisation de viandes / boucher, boucher-charcutier
- Annexe 6 : Commercialisation de poissons-crustacés
- Annexe 7 : Commercialisation de fromages, produits laitiers et œufs
- Annexe 8 : Charcuterie artisanale / charcuterie traiteur

# Proposition d'arrêté portant règlement général du marché

Le maire de .....

Vu le code général des collectivités territoriales et, notamment ses articles L. 2121-29, L. 2212-1 à 3, L. 2224-18, et L. 2224-18-1 ;

Vu le code général de la propriété des personnes publiques et, notamment les articles L. 2122-1 et L. 2122-2 relatifs à l'occupation du domaine public ;

Vu la délibération du conseil municipal en date du..... relative à la création d'un marché ;

Vu la délibération du conseil municipal en date du..... fixant les droits de place pour l'année ;

Vu la délibération du conseil municipal en date du..... relative aux modalités de mise en œuvre du droit de présentation d'un successeur ;

Vu le code de commerce et, notamment ses articles R. 123-208-1 et suivants relatifs aux obligations générales des commerçants ;

Vu le code de la santé publique (CSP) et, notamment les articles L. 3321-1 et suivants relatifs à la réglementation applicable aux débits de boissons ;

Vu la réglementation européenne fixant des exigences relatives à l'hygiène des denrées alimentaires et des denrées animales, dit « Paquet hygiène » : le règlement n° 178/2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire ; le règlement n° 853/2004 relatif aux denrées d'origine animale ; le règlement n° 882/2004 relatif aux contrôles officiels des produits d'origine animale ; le règlement n° 882/2004 relatif aux contrôles officiels notamment et le règlement (UE) 2017/625 du 15 mars 2017 ;

Vu le code de l'environnement et, notamment les articles L. 541-10-1, L. 541-15-6-, L. 541-15-10 et L. 573-72-1 à 3 ;

Vu l'avis des organisations professionnelles intéressées ou de la commission ad hoc lorsqu'elle existe (*cf. annexe 1*) ;

## Arrêté

### **I - DISPOSITIONS GENERALES**

**ARTICLE 1** : Description du marché et activités autorisées

Cet arrêté s'applique au(x) marché(s) d'approvisionnement ou autre.

Nature du marché et des opérations susceptibles de s'y dérouler, lieux et périmètre du (des) marché(s)<sup>1</sup> (mentionner précisément les places, rues etc.).

**ARTICLE 2** : Jours et horaires d'ouverture du (des) marché(s).

Les jours et heures d'ouverture du ou des marchés municipaux sont fixés comme suit :

.....

<sup>1</sup> Le maire a la faculté d'établir un règlement par marché ou pour l'ensemble des marchés de la commune. Il lui appartient, en vertu du principe de la libre administration communale, d'adapter ce modèle de règlement de marché pour tenir compte, le cas échéant, des spécificités et particularismes de sa commune.

### ARTICLE 3 : Emplacements (à préciser)

Quel que soit le type d'emplacement considéré, il concerne une parcelle du domaine public communal et, de ce fait, l'autorisation de l'occuper ne peut avoir qu'un caractère précaire et révocable.

Pour la même raison, la législation sur la propriété commerciale ne leur est pas applicable. Il est interdit de louer, prêter, céder, vendre tout ou partie d'un emplacement ou de le négocier d'une manière quelconque.

## **II - ATTRIBUTION DES EMPLACEMENTS**

### ARTICLE 4 : Fondement des décisions d'attribution des emplacements

Les règles d'attribution des emplacements sur le marché sont fixées par le maire, en se fondant sur des motifs tirés de l'ordre public et de la meilleure occupation du domaine public.

### ARTICLE 5 : Commerce autorisé sur l'emplacement attribué

Afin de tenir compte de la destination du marché tel que précisé à l'article 1, il est interdit au titulaire de l'emplacement d'exercer une nature de commerce autre que celle pour laquelle il a obtenu l'autorisation d'occupation.

Nul ne pourra modifier la nature de son commerce sans en avoir expressément et préalablement informé le maire et avoir obtenu son autorisation.

### ARTICLE 6 : Critères d'attribution des emplacements

L'attribution des emplacements sur le marché s'effectue en fonction du commerce exercé, des besoins du marché, de l'assiduité de fréquentation du marché par les professionnels y exerçant déjà et du rang d'inscription des demandes.

Les emplacements sont attribués dans l'ordre chronologique d'inscription sur le registre prévu à cet effet, sous réserve que les professionnels soient en mesure de fournir les documents attestant de leurs qualités définies ci-après.

Toutefois, le maire peut attribuer en priorité un emplacement à un commerçant exerçant une activité qui ne serait plus représentée sur le marché ou de manière insuffisante.

*Selon l'importance du (ou des) marché (s) concerné(s), un ou plusieurs emplacements dédié(s) aux démonstrateurs et posticheurs peuvent être prévus.*

### ARTICLE 7 : Typologie des emplacements

Les emplacements peuvent être attribués à l'abonnement ou à la journée.

Les premiers, dits « à l'abonnement », sont payables au mois, trimestre, etc.

Les seconds, dits « emplacements passagers », sont payables à la journée.

(le maire peut établir une répartition du nombre des emplacements entre ces deux catégories).

### ARTICLE 8 : Abonnements

Le maire délivre, par écrit, au commerçant abonné une autorisation d'occupation de son emplacement en se fondant sur des motifs tirés de l'ordre public et de la meilleure occupation du domaine public.

L'abonnement procure à son titulaire un emplacement déterminé.

Le maire a toute compétence pour modifier l'attribution de l'emplacement pour des motifs tenant à la bonne administration du marché.

Les abonnés ne peuvent ni prétendre à l'obtention d'une indemnité, ni s'opposer à ces modifications.

Un préavis écrit avec accusé de réception est exigé de tout titulaire d'un emplacement désireux de mettre un terme à son activité dans un délai de (*à préciser*).

Les emplacements devenus vacants feront l'objet d'un affichage pendant (*à préciser*) afin que tous les professionnels exerçant sur le marché en aient connaissance.

En cas de demande de changement d'emplacement, il sera tenu compte de l'ancienneté de l'abonnement ou de la demande.

De plus, il ne peut être attribué qu'un seul emplacement sur un même marché par entreprise.

#### ARTICLE 9 : Emplacements passagers

Les emplacements passagers sont constitués des emplacements définis comme tels dans le présent règlement et des emplacements déclarés vacants du fait de l'absence de l'abonné à (*à préciser*) heures.

L'attribution des places disponibles se fait à (*à préciser*). Tout emplacement non occupé d'un abonné à ce moment est considéré comme libre et attribué à un autre professionnel. Les professionnels ne peuvent considérer cet emplacement comme définitif.

*Les demandes d'emplacement sont portées par le placier, dans l'ordre chronologique où elles sont effectuées, sur un registre spécial passagers propre au marché, avec mention de la catégorie de produits dont relève le candidat, de la décision prise, motivée en cas de refus, et indication du numéro de l'emplacement attribué.*

*Les emplacements disponibles sont attribués dans l'ordre chronologique des demandes, et par tirage au sort concernant leur localisation.*

*En présence d'un nombre de démonstrateurs ou posticheurs supérieur à celui des emplacements réservés, les démonstrateurs et posticheurs défavorisés par le tirage au sort pourraient être placés sur les emplacements restés vacants après le placement de la totalité des passagers. (\*)*

Ils ne sont attribués qu'aux personnes justifiant de l'un des documents prévus à l'article 12 ci-après.

#### ARTICLE 10 : Dépôt de la candidature

Toute personne désireux obtenir un emplacement d'abonné sur le (ou les) marché(s) doit déposer une demande écrite à la mairie. Cette demande doit obligatoirement mentionner :

- les nom et prénoms du postulant ;
- sa date et son lieu de naissance ;
- son adresse ;
- l'activité précise exercée ;
- les justificatifs professionnels ;
- le ou les marchés choisis (les caractéristiques, notamment le métrage linéaire souhaité pour celui-ci ou chacun de ceux-ci).

Les demandes sont inscrites dans l'ordre de leur arrivée sur un registre déposé à la mairie, prévu à cet effet à l'article 6. Elles doivent être renouvelées au début de l'année.

#### ARTICLE 11 : Modalités d'occupation des emplacements

Les candidats à l'obtention d'un emplacement ne peuvent ni retenir matériellement celui-ci à l'avance, ni s'installer sur le marché sans y avoir été autorisés par les agents des halles et marchés.

Sous réserve du cas des abonnés, le titulaire d'un emplacement ne peut occuper les lieux qu'après y avoir été invité par les agents habilités.

(\*) *Les dispositions mentionnées en italique ne représentent pas une modalité substantielle.*

## ARTICLE 12 : Pièces à fournir<sup>2</sup>

Le marché est ouvert aux professionnels, et ce, dans la limite des places disponibles, après le constat par le préposé de la régularité de la situation du postulant à un emplacement, qu'il soit abonné ou passager.

Les pièces exigées devront être présentées à toute demande du gestionnaire du marché ou de ses agents, sans préjudice des contrôles effectués par les agents de la force publique. Aucun emplacement ne sera accordé aux personnes ne pouvant présenter les documents réglementaires inhérents aux professions désignées dans le présent article.

### **Commerçants, artisans, gérants de société**

- pièce d'identité ;
- carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante ;
- pour les nouveaux entrepreneurs **uniquement** : le certificat provisoire valable 1 mois.

Les personnes qui exercent une activité ambulante sur la commune de leur lieu d'habitation ou de leur siège social sont dispensées de la présentation de la carte de commerçant ambulant ou du certificat provisoire dès lors qu'ils présentent une preuve de l'exercice de leur activité professionnelle.

### **Producteurs, chefs d'exploitation agricole<sup>3</sup>, marins pêcheurs, ostréiculteurs, pisciculteurs**

- pièce d'identité ;
- justificatif de l'exercice de l'activité (par exemple, inscription au Registre des Actifs Agricoles, au Registre des Entreprises Agricoles, relevé parcellaires, ...).

### **Conjoint de chef d'entreprise ou salarié exerçant de manière autonome**

- pièce d'identité ;
- copie de la carte permettant l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale ambulante certifiée par le chef d'entreprise ;
- document établissant un lien avec le titulaire de la carte (pour le conjoint collaborateur, copie de l'extrait Kbis ou de l'extrait d'inscription au registre des métiers le mentionnant expressément ; pour le salarié, un bulletin de salaire datant de moins de 3 mois ou une copie de la déclaration préalable d'embauche faite à l'URSSAF certifiée conforme par l'employeur).

### **Professionnels vendant des boissons alcooliques du troisième groupe**

- copie de la licence III ou petite licence restaurant ou petite licence à emporter, conformément à la réglementation des débits de boissons (cf. annexe 3).

Les producteurs-récoltants qui ne vendent que des boissons alcooliques issues de leur récolte ne sont pas soumis à l'obligation de présenter la copie de la déclaration administrative et le récépissé. En revanche, lorsqu'ils vendent également des boissons alcooliques provenant d'une autre récolte, la présentation des deux documents précités est exigée.

## ARTICLE 13 : Gestion des emplacements individuels

L'autorisation n'est valable que pour un seul emplacement.

Un professionnel et/ou son conjoint collaborateur ne peuvent avoir qu'un seul emplacement sur le même marché. Aucune dérogation ne sera accordée.

---

<sup>2</sup> L'article R. 123-208-5 du code de commerce fixe les documents à présenter aux services chargés de contrôles.

<sup>3</sup> En application du 1<sup>er</sup> alinéa de l'article L 664-1 du code rural, les producteurs-vendeurs de fruits, de légumes ou de fleurs bénéficient sur les marchés municipaux de détail d'un droit global d'attribution d'emplacement de vente minimal de 10 % des surfaces pouvant faire l'objet de concessions.

## ARTICLE 14 : Assurances

Le titulaire de l'emplacement doit justifier d'une assurance qui couvre, au titre de l'exercice de sa profession et de l'occupation de l'emplacement, sa responsabilité professionnelle pour les dommages corporels et matériels causés à quiconque par lui-même, ses suppléants ou ses installations. Ainsi, outre l'assurance responsabilité civile professionnelle, une assurance couvrant le risque d'intoxication alimentaire est demandée des professionnels vendant des produits alimentaires.

## ARTICLE 15 : Droit de présentation du successeur<sup>4</sup>

Le commerçant titulaire d'une autorisation d'occupation peut présenter au maire une personne comme successeur<sup>5</sup>, en cas de cession de son fonds. Le titulaire de l'autorisation doit avoir exercé son activité sur le marché depuis au moins ... ans (dans la limite de trois ans<sup>6</sup>) conformément à la durée fixée par délibération du conseil municipal du ....

En cas de décès, d'incapacité ou de retraite du commerçant titulaire de l'autorisation, le droit de présentation est transmis aux ayants droit qui peuvent en faire usage au bénéfice de l'un d'eux. A défaut d'exercice dans un délai de 6 mois, le droit de présentation est caduc.

La personne présentée comme successeur doit être immatriculée au registre du commerce et des sociétés, et devra exercer la même activité principale telle qu'indiquée sur l'autorisation.

La demande doit être formulée par écrit (lettre recommandée avec accusé de réception).

Le maire dispose d'un pouvoir d'appréciation de la demande. La décision du maire est notifiée au commerçant titulaire du droit de présentation et à son successeur dans les deux mois. La décision de refus est motivée. En l'absence de réponse dans les deux mois, la demande est réputée acceptée.

Durant ce délai, l'emplacement ne pourra être attribué que de façon temporaire.

En cas de reprise de l'activité par le conjoint, ce dernier conserve l'ancienneté du titulaire de l'emplacement. Pour les repreneurs autres que le conjoint, l'ancienneté commence à la date de notification de l'acceptation par le maire.

## **III - POLICE DES EMPLACEMENTS**

### ARTICLE 16 : Caractéristiques particulières du domaine public et motifs de retrait de l'autorisation d'occupation d'un emplacement

L'attribution d'un emplacement présente un caractère précaire et révocable. Il peut y être mis fin à tout moment pour un motif tiré de l'intérêt général. Le retrait de l'autorisation d'occupation d'un emplacement pourra être prononcé par le maire, notamment en cas de :

- *défaut d'occupation de l'emplacement pendant (à déterminer) - même si le droit de place a été payé sauf motif légitime justifié par un document. Au vu des pièces justificatives, il peut être établi (par l'autorité gestionnaire) une autorisation d'absence ;*

---

<sup>4</sup> Conformément à l'article L 2224-18-1 : CGCT: « 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. (...) »

<sup>5</sup> Pour l'éventuel successeur, la loi n'a prévu aucune condition d'ancienneté sur le marché concerné sur le territoire de la commune.

Pour le cédant, le nombre d'année d'ancienneté minimale sur un marché, à fixer par délibération du conseil municipal, ne peut dépasser 3 ans. Il va de soi que la délibération est applicable sur un marché situé sur le territoire de la commune.



- *infractions habituelles et répétées aux dispositions du présent règlement, ces infractions ayant fait l'objet d'un avertissement et, le cas échéant, d'un procès-verbal de contravention ;*
- *comportement troublant la sécurité, la tranquillité ou la salubrité publiques.*

#### ARTICLE 17 : Congés et assiduité

- Vacance justifiée

Une vacance due à une absence :

- pour congés,
- pour une activité saisonnière,
- ou un arrêt de travail,

sera considérée comme justifiée.

- Vacance non justifiée

L'emplacement inoccupé en partie ou en totalité sans justificatif, par le titulaire d'une autorisation, pourra être repris, sans indemnité et sans remboursement des droits de place versés, après un constat de vacance par l'autorité compétente.

Ces emplacements feront l'objet d'une nouvelle attribution.

#### ARTICLE 18 : Suppression totale ou partielle du marché

Si, pour des motifs tirés de l'intérêt général, la modification ou la suppression partielle ou totale du marché est décidée par délibération du conseil municipal, après consultation des organisations professionnelles intéressées<sup>7</sup>, la suppression des emplacements ne pourra donner lieu à aucun remboursement des dépenses que les titulaires de l'autorisation d'occupation du domaine public ont pu engager.

#### ARTICLE 19 : Travaux liés au fonctionnement du marché

Si, par suite de travaux liés au fonctionnement du marché, des professionnels se trouvent momentanément privés de leur place, il leur sera, dans toute la mesure du possible, attribué un autre emplacement par priorité.

#### ARTICLE 20 : Professionnels habilités à occuper un emplacement

Les emplacements ne peuvent être occupés que par les titulaires, leur conjoint collaborateur et leurs employés. Le titulaire d'un emplacement doit pouvoir à tout moment répondre devant l'autorité municipale de la tenue de son emplacement et des personnes travaillant avec lui.

#### ARTICLE 21 : Nature juridique de l'emplacement attribué

En aucun cas, le titulaire d'un emplacement ne saurait se considérer comme en étant son propriétaire. Il ne peut faire partie intégrante de son fonds de commerce. Il lui est interdit de sous-louer, de prêter, de vendre, de négocier d'une manière quelconque tout ou partie de son emplacement, d'y exercer une autre activité que celle pour laquelle il lui a été attribué.

Toutefois, le commerçant doit pouvoir changer d'activité à condition d'en informer le maire qui jugera de l'attribution d'un nouvel emplacement. Toute contravention à cette disposition pourra être sanctionnée.

---

<sup>7</sup> Les dispositions de l'article L 2224-18 du code général des collectivités territoriales, après la modification opérée par la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996, prévoient que : « 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.

Le régime de droits de place et de stationnement sur les halles et les marchés est défini conformément aux dispositions d'un cahier des charges ou d'un règlement établi par l'autorité municipale après consultation des organisations professionnelles intéressées. »

Toute entente postérieure à l'attribution d'un emplacement qui aurait pour but dissimulé de transférer l'utilisation de l'emplacement à une autre personne (physique ou morale) que celle à laquelle il a été attribué entraînera, de plein droit, le retrait de l'autorisation précédemment accordée.

#### ARTICLE 22 : Tarifs des droits de place

Toute occupation privative du domaine public est assujettie au paiement des droits de place votés par le conseil municipal. Leur tarification est fixée chaque année par délibération du Conseil municipal après consultation des organisations professionnelles intéressées, conformément au code général des collectivités territoriales (CGCT).

#### ARTICLE 23 : Sanctions en cas de non-paiement des droits de place

Le défaut ou le refus de paiement des droits de place dus pourra entraîner l'éviction du professionnel concerné du marché sans préjudice des poursuites à exercer par la commune.

#### ARTICLE 24 : Modalités de paiement des droits de place

Les droits de places sont perçus par (*à préciser*), conformément au tarif applicable<sup>8</sup> (cf. annexe n°2).

Un justificatif du paiement des droits de place établi conformément à la réglementation en vigueur précisant la date, le nom du titulaire, le cas échéant du délégataire, l'emplacement, le prix d'occupation et le montant total sera remis à tout occupant d'emplacement. Il doit être en mesure de le produire à toute demande du gestionnaire.

### **IV - POLICE GENERALE**

#### ARTICLE 25 : Réglementation de la circulation et du stationnement (*à préciser*).

#### ARTICLE 26 : Interdictions

Il est interdit sur le marché :

- d'utiliser de manière abusive ou exagérée des appareils sonores ;
- de procéder à des ventes dans les allées ;
- d'aller au-devant des passants pour leur proposer des marchandises ;
- de bloquer l'accès aux pompiers ou aux services d'urgence ;
- de vendre des produits illicites (contrefaçons, cigarettes, stupéfiants, armes) comme de vendre à la sauvette ;
- de masquer la totalité de la vitrine des magasins riverains ;
- de bloquer l'accès aux entrées des magasins ou logements riverains. Partout où la circulation n'est pas possible sur les trottoirs, entre les maisons et les étalages des professionnels, des passages doivent être aménagés dans ou entre les étalages ;
- d'installer des panneaux publicitaires ou chevalets dans les allées ou devant le stand, en empiétant sur l'alignement ;
- de tenir des propos ou d'afficher des comportements abusifs de nature à troubler l'ordre public du marché ;
- de circuler dans les allées du marché à bicyclettes, trottinettes, rollers..., exception faite des personnes à mobilité réduite en fauteuil roulant ou équivalent ;
- de circuler avec des transpalettes ou véhicules dans les allées du marché pendant les heures de vente ;
- de suspendre des objets ou marchandises pouvant occasionner des accidents, comme de les placer dans les passages ou sur les couvertures des stands ;
- de démarcher les clients et les professionnels ;

---

<sup>8</sup> La pratique la moins « discutable » consiste à fixer un tarif unique variable selon la profondeur de l'emplacement occupé et le métrage linéaire de façade.

- de gêner les étals voisins et d'entraver la circulation dans les allées.

Les allées de circulation et de dégagement réservées au passage des usagers sont laissées libres en permanence.

#### ARTICLE 27 : Vente de boissons alcooliques

La vente de boissons des 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> groupes est interdite sur les marchés, soit pour consommer sur place, soit pour emporter<sup>9</sup>.

La vente de boissons du 3<sup>ème</sup> groupe est conditionnée à la détention d'une licence (cf. annexe 3).

#### ARTICLE 29 : Sanction en cas de trouble à l'ordre public

Le maire, dans le cadre de ses pouvoirs de police, a faculté d'exclure toute personne troublant l'ordre public.

#### ARTICLE 30 : Salubrité, hygiène et information des consommateurs

Les professionnels installés sur le marché devront respecter la législation et la réglementation concernant leur profession, notamment les règles de salubrité, d'hygiène<sup>10</sup>, d'information du consommateur, comme celles de l'arrêté du 25 avril 1995 sur la vente des vêtements usagés, et de loyauté afférente à leurs produits.

- Propreté des emplacements et des étals

Aucun déchet ne doit joncher sur le sol ou les allées pendant le marché. Les professionnels sont tenus de laisser leur emplacement propre. Aucun déchet non conditionné ne devra subsister sur les lieux après leur départ.

A l'exception des déchets devant être collectés et éliminés par un prestataire spécialisé (MRS, os et suifs, ...), les déchets d'origine animale (poissonnerie, rôtisserie, boucherie, charcuterie, traiteur) doivent être collectés dans des sacs étanches et déposés dans un container mis à disposition par le service de nettoyage.

Tous les emballages vides (caisses, cageots, cartons...) doivent y être regroupés et empilés dans les emplacements prévus à cet effet ou dans les points de collecte du marché en vue de leur traitement ou leur recyclage.

Pour rappel, dans le cadre de la lutte contre le gaspillage alimentaire, les commerçants alimentaires non-sédentaires ont la possibilité de conclure avec au moins une personne mentionnée à l'article L. 266-2 du code de l'action sociale et des familles qui en formule la demande une convention précisant les modalités selon lesquelles les denrées alimentaires lui sont cédées à titre gratuit (articles 32 II bis et 33 de la loi n°2020-105 du 10 février 2020).

- Hygiène alimentaire

Les personnes manipulant des denrées alimentaires disposent d'instructions et/ou d'une formation en matière d'hygiène alimentaire adaptées à leur activité professionnelle.

Tous les produits alimentaires doivent être conservés aux températures fixées réglementairement ou par le fabricant).

---

<sup>9</sup> Conformément à l'article L. 3322-6 du code de santé publique

<sup>10</sup> Les professionnels installés sur le marché doivent respecter la législation et la réglementation en vigueur applicables pour leur profession notamment les règles concernant la qualification préalable à l'installation lorsqu'elle est nécessaire, l'hygiène et l'information du consommateur.

Les professionnels du secteur alimentaire sont tenus également :

- de prévoir des dispositifs permettant de se laver les mains de manière hygiénique ;
  - d'entretenir, nettoyer, voire désinfecter les surfaces de contact avec les aliments y compris les comptoirs de vente, les étals et les tables etc.
- Ventes de boissons alcoolisées (cf. annexe 3)

En outre, il est interdit de vendre ou d'offrir à titre gratuit des boissons alcooliques à tout mineur de moins de 18 ans (article L. 3342-1 du CSP).

- Information des consommateurs

Les personnes vendant les produits de leur exploitation agricole ou issus de la pêche devront placer d'une façon apparente sur leur stand une pancarte rigide portant en gros caractères la mention « Producteur ». Si elles procèdent à de l'achat revente, elles doivent l'indiquer de manière claire avec des pancartes différentes en séparant nettement les produits de l'exploitation et ceux rachetés.

Pour la vente de boissons alcooliques, une affiche rappelant l'interdiction de vendre ou d'offrir à titre gratuit des boissons alcooliques à tout mineur de moins de 18 ans doit être apposée<sup>11</sup> (article L. 3342-4 du CSP)<sup>12</sup>.

#### ARTICLE 31 : Protection animale

Les dispositions relatives à la protection animale doivent être respectées.

Il est interdit de tuer, saigner, plumer ou dépouiller des animaux vivants sur le marché.

Les volailles vivantes sont autorisées sur les marchés dans le respect du bien-être animal et des dispositions des arrêtés préfectoraux.

#### ARTICLE 32 : Emballages et sacs

Les sacs de caisse en plastique à usage unique sont interdits. Seuls sont autorisés ceux d'une épaisseur supérieure à 50 µm.

Les sacs biosourcés et compostables en compostage domestique sont autorisés.

Afin de diminuer la quantité d'emballages remise à la clientèle, les commerçants sont incités à mettre en œuvre toute pratique limitant ce recours comme par exemple le fait d'accepter le contenant apporté par le consommateur. Le consommateur est responsable de l'hygiène et de l'aptitude du contenant. Le professionnel peut refuser ce contenant si ce dernier est manifestement sale ou inadapté.

#### ARTICLE 33 : Sanctions en cas de non-respect du présent règlement

Les infractions au présent règlement sont susceptibles de faire l'objet de poursuites conformément aux lois et règlements en vigueur devant les tribunaux, sans préjudice des mesures administratives auxquelles elles peuvent donner lieu.

#### ARTICLE 34 : Modalités de mise en œuvre des sanctions

Le maire est chargé de faire respecter les dispositions du présent règlement.

---

<sup>11</sup> Les modèles, les lieux d'apposition et la taille des affichettes sont fixés par l'arrêté du 17 octobre 2016. Les professionnels concernés peuvent les télécharger sur le site du ministère de la santé (cf. lien ci-après) puis les imprimer ou se les procurer auprès des fournisseurs habituels de signalétiques.

<https://solidarites-sante.gouv.fr/prevention-en-sante/addictions/article/alcool-cadre-legal>

<sup>12</sup> Le défaut d'apposition de l'affichette est puni d'une contravention de deuxième classe. La destruction, lacération ou altération de l'affiche que ce soit par le professionnel ou le client, est punie de la même peine (article R. 3353-7 du CSP).

Toute infraction au présent règlement sera sanctionnée par les mesures suivantes dûment motivées :

- premier constat d'infraction : avertissement verbal
- deuxième constat d'infraction : mise en demeure ou avertissement ;
- troisième constat d'infraction : exclusion provisoire de l'emplacement pendant (*à préciser*), après invitation à faire valoir ses observations ;
- quatrième constat d'infraction : exclusion définitive<sup>13</sup> du marché, après invitation à faire valoir ses observations.

L'exclusion provisoire ne suspend pas le paiement de l'emplacement.

**ARTICLE 35** : Date d'entrée en vigueur du présent règlement

Ce règlement entrera en vigueur à compter du.....

**ARTICLE 36** : Autorités chargées du contrôle du marché

Le directeur général des services, le commandant de la brigade de gendarmerie ou le commissaire de police, le régisseur des droits de place ou le délégataire, les agents de police municipale de la commune, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'application du présent règlement.

A.....

Le.....

signature

.....

---

<sup>13</sup> CAA Paris, 26 juin 1997, *Ville de Paris*, n° 96PA00813 : « Considérant qu'il résulte de l'instruction que M. Z... qui avait déjà fait l'objet d'une sanction prononcée à raison de son comportement, a, depuis lors et à diverses reprises, provoqué des désordres troublant l'ordre public sur le marché où il était installé ou entendait s'installer ; que, dans les circonstances de l'affaire, le maire a pu, à bon droit, à raison des faits reprochés à M. Z..., radier ce dernier, sur le fondement des dispositions de l'article 50 de l'arrêté municipal du 16 décembre 1991 susvisé des marchés de la VILLE DE PARIS » (...)

# ANNEXES

## **ANNEXE 1 : ORGANISATION DU MARCHÉ**

- Equipements
- Obligation de consulter les organisations professionnelles et recommandations relatives à la concertation avec les différents acteurs du marché

## **ANNEXE 2 : DROITS DE PLACE**

## **ANNEXE 3 : VENTE DE BOISSONS ALCOOLIQUES**

## **ANNEXE 4 : COMMERCIALISATION DE FRUITS ET LEGUMES**

## **ANNEXE 5 : COMMERCIALISATION DE VIANDES / Boucher, Boucher-Charcutier**

## **ANNEXE 6 : COMMERCIALISATION DE POISSONS-CRUSTACES**

## **ANNEXE 7 : COMMERCIALISATION DE FROMAGES, PRODUITS LAITIERS ET ŒUFS**

## **ANNEXE 8 : CHARCUTERIE ARTISANALE / CHARCUTERIE-TRAITEUR**

## **ANNEXE 9 : BOULANGERIE PATISSERIE**

---

## **ANNEXE 1 : ORGANISATION DU MARCHÉ**

### **Equipements**

Il est recommandé d'équiper le marché afin de permettre aux professionnels alimentaires un accès facilité aux installations électriques, à l'eau et à l'évacuation d'eau.

Des toilettes sont mises à disposition.

Des stationnements pour les véhicules professionnels ainsi que, dans la mesure du possible, des bornes de rechargement de véhicules électriques sont mises en place à proximité immédiate du marché.

### **Obligation de consulter les organisations professionnelles et recommandations relatives à la concertation avec les différents acteurs du marché**

- I. Obligation de consulter les organisations professionnelles intéressées avant la prise de certaines décisions relatives au(x) marché(s)

**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.**

Le régime des droits de place et de stationnement sur les halles et les marchés est défini conformément aux dispositions d'un cahier des charges ou d'un règlement établi par l'autorité municipale<sup>14</sup> après consultation des organisations professionnelles intéressées (article L. 2224-18 du CGCT).

**Cette consultation étant obligatoire, son absence entraîne l'annulation des actes en cause (CE 25 septembre 1987 SA Comptoir Lyonnais des viandes, n° 72480).**

La nature des organisations professionnelles intéressées à consulter n'étant pas précisée par la loi, une réponse ministérielle indique : « *qu'en pratique, il convient d'associer à la décision soit l'organisme de fait ou de droit qui réunit les commerçants du marché concerné, soit, à défaut, la représentation à l'échelon départemental des commerçants du marché concerné, soit, à défaut, la représentation à l'échelon départemental des commerçants non sédentaires. En tout état de cause, le choix de l'organe représentatif relève, sous le contrôle du préfet, de l'appréciation des autorités locales* » (réponse ministérielle n°48828, JO AN, 2 octobre 2000). Ceci ne fait nullement obstacle à la consultation de la Fédération nationale des marchés de France, dans ce cadre.

Le dossier de consultation comporte le plus souvent les justifications économiques et sociales qui portent le projet, les propositions d'emplacements, d'horaires, le type de marché souhaité et sa taille, ainsi que l'évaluation des investissements, le mode de financement, l'évaluation du fonctionnement et la politique tarifaire.

**Un nouvel avis devra être requis si le conseil municipal, au vu des observations formulées lors d'un premier avis, modifie substantiellement son projet.**

Cette consultation a pour objet d'éclairer la commune sur le contexte économique, ainsi que sur la pérennité du marché. **Néanmoins, l'avis rendu ne lie pas le conseil municipal qui peut, par délibération, maintenir le projet soumis à consultation.**

---

<sup>14</sup> Sur le plan strictement juridique, les autorités locales ne sont dans l'obligation de consulter les organisations professionnelles que lorsqu'elles fixent les règles relatives au régime des droits de place et de stationnement (CE 17 février 1992, « *Syndicats des marchands forains de Carcassonne et environs*, n° 126222). En pratique, il est conseillé de consulter ces organisations sur l'ensemble des dispositions du règlement intérieur.

En l'état actuel des textes, cette délibération n'est pas soumise, à peine de nullité, à une obligation de motivation mais pour conserver des relations harmonieuses avec les organisations professionnelles, qui sont des partenaires essentiels pour le bon fonctionnement du marché, cela peut s'avérer souhaitable.

Références :

- *Circulaire relative aux activités commerciales et artisanales ambulantes du 12 mars 2012, cf. lien ci-dessous ;*
- *Les cahiers du réseau n°13 : « La commune et les activités ambulantes », AMF et Associations départementales des maires du Loiret et de La Loire, mai 2012*

## II. Recommandations relatives à la concertation avec les différents acteurs du marché

- Charte pour le développement des marchés de France

Rappel de certaines dispositions de cette Charte co-signée en 2014, par l'AMF, la Fédération nationale des marchés de France et le secrétariat d'Etat chargé du commerce et le ministère de la décentralisation et la fonction publique (cf. lien ci-dessous) :

[https://www.amf.asso.fr/m/document/fichier.php?FTP=AMF\\_13258\\_CHARTE.pdf&id=13258](https://www.amf.asso.fr/m/document/fichier.php?FTP=AMF_13258_CHARTE.pdf&id=13258)

### ***Impliquer l'ensemble des acteurs et opérateurs de marchés***

*Pour les communes, il s'agit de :*

- *créer les conditions favorables à une réflexion, en lien avec les commerçants non sédentaires et/ou leurs organisations professionnelles, au travers notamment de la mise en place de commissions ;*
- *informer et consulter les commerçants non sédentaires et/ou organisations professionnelles avant la prise de décisions susceptibles d'impacter l'exercice de leur profession ;*
- *permettre aux commerçants non sédentaires d'exercer leur profession dans les meilleures conditions (électrification des marchés, mise à disposition des points d'eau, des sanitaires et d'emplacements de stationnement<sup>15</sup>).*

*Pour les commerçants non sédentaires, il s'agit :*

- *d'améliorer la qualité de l'offre de manière à entretenir un climat de confiance avec la clientèle à travers une bonne présentation des produits, un affichage des prix transparent, le strict respect des normes d'hygiène et un effort permanent d'information ;*
- *de veiller à trouver un juste équilibre entre le commerce alimentaire et le commerce non alimentaire ;*
- *d'assurer la bonne information des communes sur la désignation des représentants des organisations professionnelles pouvant siéger dans les commissions de concertation.*

### Instances de dialogue

Afin de prévenir les litiges et privilégier une démarche partenariale, les communes disposent d'un certain nombre d'outils qu'elles peuvent mettre en place, selon leurs moyens.

---

<sup>15</sup> Selon les capacités propres à chaque commune, des bornes de rechargement de véhicules électriques peuvent également être mises en place à proximité du marché.



### **Commission extramunicipale (pour toutes les communes – forme la plus souple)**

Contrairement aux commissions municipales qui sont composées exclusivement de conseillers municipaux (article L. 2121-22 du CGCT), les commissions extramunicipales permettent d'associer les administrés, des associations et des personnalités extérieures à la préparation des décisions.

**Constituées librement par délibération du conseil municipal**, elles ne sont encadrées par aucun texte. Elles peuvent être mises en place à tout moment et c'est le conseil municipal qui détermine leur objet, leur durée, leur composition et les conditions de fonctionnement (*JO AN 4.03.1985*).

S'agissant des marchés, la création d'une telle commission n'a aucun caractère obligatoire mais elle est fortement conseillée en ce qu'elle permet de maintenir un dialogue permanent entre les différents acteurs du marché.

Lorsque le conseil municipal décide de créer une commission extramunicipale dédiée au(x) marché(s), celle-ci peut être composée :

- d'élus municipaux (notamment le maire ou son représentant) ;
- du ou des agents chargé(s) du(des) marché(s)
- des représentants des organisations professionnelles et du délégataire ou de son représentant, en cas de gestion déléguée ;
- des commerçants installés sur le marché.

Une composition équilibrée entre les représentants de la commune et du marché est vivement recommandée.

Selon l'ordre du jour, la commission extramunicipale peut auditionner d'autres associations locales, des organisations professionnelles, des personnalités qualifiées...

S'agissant des attributions d'une telle commission, elle est consultée, pour avis (qui ne lie pas la commune) sur tout projet impactant l'exercice de l'activité des commerçants non sédentaires sur le marché. Attention, elle ne peut pas être consultée sur les sujets relevant des attributions exclusives du maire, en particulier ses pouvoirs de police ou d'attribution d'occupation du domaine public (sanctions, retrait d'un emplacement ...).

### **Comité consultatif (pour toutes les communes, article L. 2143-2 du CGCT)**

**Le conseil municipal peut créer des comités consultatifs** sur tout problème d'intérêt communal concernant tout ou partie du territoire de la commune. Ces comités comprennent des personnes qui peuvent ne pas appartenir au conseil municipal, notamment des représentants des associations locales.

Sur proposition du maire, le conseil municipal en fixe la composition pour une durée qui ne peut excéder celle du mandat municipal en cours.

Chaque comité est présidé par un membre du conseil municipal, désigné par le maire.

Les comités peuvent être consultés par le maire sur toute question ou projet intéressant les services publics et équipements de proximité et entrant dans le domaine d'activité des associations membres du comité. Ils peuvent, par ailleurs, transmettre au maire toute proposition concernant tout problème d'intérêt communal pour lequel ils ont été institués.

**Sur ce fondement, le conseil municipal peut créer un comité consultatif spécifique au(x) marché(s) comprenant notamment les commerçants non sédentaires et/ou leurs organisations professionnelles.**

**Commission consultative des services publics locaux (communes de plus de 10 000 habitants uniquement – article L. 1413-1 du CGCT modifiée par la loi 3DS n°2022-217 du 21 février 2022)**

Les communes de plus de 10 000 habitants ont l'obligation de créer une commission consultative des services publics locaux pour l'ensemble des services publics qu'elles confient à un tiers par convention de délégation de service public ou qu'elles exploitent en régie dotée de l'autonomie financière.

Cette commission, présidée par le maire, ou son représentant, comprend des membres du conseil municipal, désignés dans le respect du principe de la représentation proportionnelle, et **des représentants des usagers** et des habitants intéressés à la vie des services publics locaux, nommés par le conseil municipal. En fonction de l'ordre du jour, la commission peut, sur proposition de son président, inviter à participer à ses travaux, avec voix consultative, toute personne dont l'audition lui paraît utile.

**Ainsi, dans les communes de plus de 10 000 habitants, en cas de gestion déléguée ou d'exploitation en régie dotée de l'autonomie financière du(des) marché(s), les organisations professionnelles des commerçants non sédentaires sont utilement représentées au sein de cette commission.**

## ANNEXE 2 : DROITS DE PLACE

### ▪ La fixation des tarifs

La politique tarifaire des services municipaux relève de la compétence du conseil municipal qui doit la fixer dans le souci de l'égalité devant le service public. Selon qu'il s'agit d'un service public industriel et commercial ou d'un service public administratif, le prix du service est assumé en totalité ou partiellement par les usagers.

Des différenciations de tarifs sont autorisées dans trois cas : quand une loi le permet, quand il existe entre les usagers des « *différences de situation appréciables* » ou « *lorsqu'une nécessité d'intérêt général en rapport avec les conditions d'exploitation du service commande cette mesure* » (CE 10 mai 1974, « *Denoyer et Chorques* », n<sup>os</sup> 88032 et 88148).

Le régime des droits de place (assiette, tarif, formule de révision ...) doit figurer dans le règlement du marché ou dans le cahier des charges et faire l'objet d'une consultation des organisations professionnelles (*article L. 2224-18 du CGCT*).

A défaut de consultation, la délibération, et en cas de gestion déléguée, le cahier des charges fixant les modalités de gestion du marché sont entachés d'illégalité (CE 9 mai 2011, *Société les fils de Madame Géraud et autres*).

Les organisations professionnelles doivent également être consultées, en cas de modification du régime des droits de place. En la matière, une circulaire du Premier ministre du 6 août 1985 recommande une certaine pondération en cas d'augmentation de ces tarifs intervenue après une longue période de stabilité.

La fixation du tarif doit tenir compte des impératifs budgétaires. En effet, les tarifs doivent être établis afin que le budget soit équilibré dans la plupart des cas. Cette règle s'applique également en matière de droits annexes.

La fixation du tarif doit par ailleurs être préalable à l'attribution des emplacements individuels. En effet, les commerçants doivent être en mesure de connaître l'ensemble des conditions attachées à l'autorisation accordée.

Sur la composition des droits de place<sup>16</sup>, ces derniers peuvent comprendre une taxe journalière et un droit de réservation annuel ou saisonnier. Une commune peut inclure au titre des droits de place perçus dans les halles, foires et marchés, outre le droit d'occuper temporairement le domaine public, un certain nombre de prestations annexes ou de services rendus tels que le stationnement des véhicules à proximité, la fourniture d'eau et d'électricité, l'éclairage des parties communes, l'enlèvement des déchets produits par les commerçants, la fourniture de tables, tentes et matériels divers (*QE n°30833, JO AN du 2 mars 2004, p. 1636*).

En outre, lorsque des opérations d'animation ou de promotion de marchés sont mises en œuvre, il est possible – en concertation avec les commerçants ou les organisations professionnelles – de prévoir une participation financière des commerçants à ces opérations, à l'identique de ce qui peut se pratiquer pour les commerçants sédentaires affiliés à une union de commerçants, le gestionnaire du marché jouant le rôle de l'association.

---

<sup>16</sup> L'occupant d'un emplacement sur un marché ou dans des halles est un occupant privatif du domaine public, par conséquent, il est soumis au paiement d'une redevance (aussi appelée droits de place), qu'il doit acquitter auprès de la commune ou du prestataire.

## ▪ La modulation des tarifs

Par principe, la modulation des tarifs est possible à condition qu'elle respecte le principe d'égalité des usagers. Elle peut être fondée sur l'inégale valeur commerciale des emplacements (taxation plus importante de ceux situés aux croisements d'allées ou en début de marché par exemple) ou sur une différence de la superficie occupée (*circulaire n°78-73 du 8 février 1978 relative au régime des marchés et des foires*).

La pratique la moins « discutable » consiste à fixer un tarif unique variable selon la profondeur de l'emplacement occupé et le métrage linéaire de façade, quel que soit le type de marchandises vendues ou le type d'étalage. Mais sont autorisées également les modulations prenant en compte :

- le fait que l'emplacement soit couvert ou non ;
- la valeur marchande des produits vendus ;
- le type de produits vendus (alimentaire ou non).

En revanche, sont interdites les distinctions opérées en fonction :

- de la nature de l'activité : grossiste/détaillant, revendeur/producteur ;
- de la catégorie des commerçants : commerçant établi sur la commune/ commerçant hors commune ; commerçant habitué/occasionnel.

Les tarifs des droits de place et droits annexes doivent être affichés dans l'enceinte du marché sur un tableau réservé à cet effet.

Les personnes bénéficiaires d'emplacements réservés (producteurs des fruits et légumes) doivent être soumises au paiement des mêmes droits que les autres utilisateurs du marché.

*Référence :*

*Les cahiers du réseau n° 13 : « La commune et les activités ambulantes », AMF et Associations départementales des maires du Loiret et de La Loire, mai 2012*  
*L'Encyclopédie des collectivités locales - Benoît*

## **ANNEXE 3 : COMMERCIALISATION DE BOISSONS ALCOOLIQUES**

### **Classification des boissons (article L3321-1 du code de la santé publique)**

Les boissons sont, en vue de la réglementation de leur fabrication, de leur mise en vente et de leur consommation, réparties en quatre groupes :

1<sup>er</sup> groupe : Boissons sans alcool : eaux minérales ou gazéifiées, jus de fruits ou de légumes non fermentés ou ne comportant pas, à la suite d'un début de fermentation, de traces d'alcool supérieures à 1,2 degré, limonades, sirops, infusions, lait, café, thé, chocolat ;

2<sup>ème</sup> groupe : n'existe plus

3<sup>ème</sup> groupe : Boissons fermentées non distillées et vins doux naturels : vin, bière, cidre, poiré, hydromel, auxquelles sont joints les vins doux naturels, ainsi que les crèmes de cassis et les jus de fruits ou de légumes fermentés comportant de 1,2 à 3 degrés d'alcool, vins de liqueur, apéritifs à base de vin et liqueurs de fraises, framboises, cassis ou cerises, ne titrant pas plus de 18 degrés d'alcool pur ;

4<sup>ème</sup> groupe : Rhums, tafias, alcools provenant de la distillation des vins, cidres, poirés ou fruits, et ne supportant aucune addition d'essence ainsi que liqueurs édulcorées au moyen de sucre, de glucose ou de miel à raison de 400 grammes minimum par litre pour les liqueurs anisées et de 200 grammes minimum par litre pour les autres liqueurs et ne contenant pas plus d'un demi-gramme d'essence par litre ;

5<sup>ème</sup> groupe : Toutes les autres boissons alcooliques.

### **Interdiction de vendre des boissons des 4<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> groupes sur les marchés**

Il est interdit aux marchands ambulants de vendre au détail, soit pour consommer sur place, soit pour emporter, des boissons des quatrième et cinquième groupes (article L. 3322-6 du code de la santé publique).

Les commerçants ne sont donc autorisés à vendre sur le domaine public que les boissons des 1<sup>er</sup> et 3<sup>ème</sup> groupes.

### **Obligation de déclaration pour la vente de boissons du 3<sup>ème</sup> groupe**

La vente de boissons sans alcool (1<sup>er</sup> groupe) est libre.

Pour commercialiser des boissons du 3<sup>ème</sup> groupe, la copie de la déclaration Cerfa n° 11542\*05 déposée à la mairie du siège social de l'entreprise et du formulaire Cerfa n° 11543\*05 de récépissé délivré par la commune sont nécessaires ainsi qu'une AOT pour la vente de ces produits.

Les différentes licences applicables aux marchands ambulants (articles L. 3331-1, L. 3331-2 et L.3331-3 du code de la santé publique) :

- pour une consommation sur place : « Licence III »
- en cas de vente à emporter : « Petite licence à emporter »
- lorsque les boissons ne sont servies qu'en accompagnement des repas et comme accessoires de la nourriture : « Petite licence restaurant »

### **Information de la clientèle : affichage obligatoire**

Un affichage légal et obligatoire<sup>17</sup> doit être apposé dans les étals vendant des boissons à emporter, rappelant d'une part le message de Santé Publique : « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé » et d'autre part l'interdiction de vente de boissons alcooliques aux mineurs (article L.3342-4 du code de la santé publique).

---

<sup>17</sup> L'arrêté du 17 octobre 2016 fixe les modèles et lieux d'apposition des affiches.

## **ANNEXE 4 : COMMERCIALISATION DE FRUITS ET LEGUMES**

### **I. L'affichage**

Les professionnels vendant des fruits et légumes doivent respecter les réglementations d'affichage applicables ce jour ainsi que les normes de commercialisation spécifiques pour chaque produit.

#### ***I.1. Règles générales***

L'affichage doit être à proximité immédiate de la marchandise, en caractères lisibles et visibles afin de ne pas induire en erreur le consommateur.

Les professionnels doivent mentionner pour chaque fruit et légume en vrac sa dénomination de vente, son origine, le prix à la pièce ou au poids et, le cas échéant, l'état physique du produit.

La mention de l'origine en toutes lettres doit être de la même taille que la mention du prix. Dans le cas de mélange de différentes espèces de fruits et légumes, les noms complets des origines des denrées peuvent être remplacés par : « mélange originaire de l'UE », « mélange originaire de pays tiers » ou « mélange originaire de l'UE et de pays tiers ».

Les professionnels vendant des préparations en vente immédiate sont soumis aux mêmes obligations d'affichage précitées en ajoutant, le cas échéant, la mention des allergènes.

#### ***I.2. Règles spécifiques***

Il existe dix fruits et légumes soumis à des normes de commercialisation spécifiques, et pour lesquels il faut afficher des informations supplémentaires, à savoir : les pommes, les poires, les pêches, les nectarines, les fraises, les kiwis, les raisins de table, les agrumes (oranges, citrons, clémentines), les poivrons, les salades (laitues, chicorées frisées et scaroles) et les tomates. L'affichage de ces fruits et légumes devra comporter, en plus des mentions précitées au I.1, la catégorie (Extra, I, II), ainsi que la variété, le type commercial et la mention d'agents conservateurs et de substances chimiques utilisés en traitement après la récolte en fonction du fruit et légume vendu.

Des mentions supplémentaires devront également être ajoutées pour les produits soumis à un arrêté français ou à un accord interprofessionnel.

#### ***I.3. L'étiquetage des fruits et légumes biologiques***

Les professionnels vendant des fruits et légumes issus de l'agriculture biologique doivent appliquer la réglementation en vigueur (Règlement CE n° 834/2007 et Règlement CE n° 889/2008).

Ces professionnels remplissant les conditions de la réglementation précitée, sont soumis aux mêmes règles de commercialisation que les fruits et légumes non-biologiques. Toutefois, des mentions supplémentaires doivent être renseignées :

- Le terme « biologique » ou « bio » ;
- Le numéro de code de l'organisme certificateur (facultatif sur les écriteaux) ;
- Le logo Eurofeuille et la mention « Agriculture UE » ou « Agriculture non UE » ou « Agriculture et nom du pays » (obligatoire pour les produits préemballés) ;
- Le logo AB (facultatif).

Les professionnels vendant en complément de ses produits des fruits et légumes non-biologiques doivent les séparer sur leur étal afin d'éviter toute confusion.

**Source** : SAVEURS COMMERCE [www.saveurs-commerce.fr](http://www.saveurs-commerce.fr)

## **ANNEXE 5 : COMMERCIALISATION DE VIANDES** **/ Boucher, Boucher- Charcutier**

### **Diplômes ou qualifications préalable à l'installation**

Les professionnels qui ont débuté leur activité après le 6 juillet 1996 sont concernés par l'obligation de qualification professionnelle.

### **Justification des diplômes ou titres**

Les personnes qui exercent le métier de boucher ou une partie d'activité ou qui contrôlent l'exercice par de personnes non qualifiées doivent être titulaires au minimum d'un certificat d'aptitude professionnelle : **CAP BOUCHER** (Arrêté du 11 mai 2005) ou d'un **Baccalauréat Professionnel** (Arrêté du 24 juin 2009).

A défaut de diplômes ou de titres mentionnés aux alinéas précédents, ces personnes doivent justifier d'une expérience professionnelle de trois années effectives sur le territoire de l'Union européenne ou un autre Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen acquise en qualité de dirigeant d'entreprise, de travailleur indépendant ou de salarié dans l'exercice du métier ou de la partie d'activité en cause.

Cette condition de diplôme ou d'expérience est validée par la chambre des métiers au moment de l'inscription du professionnel par le Cerfa n° 14077\*02.

L'autorité responsable du marché doit donc vérifier impérativement que l'artisan boucher justifie d'une inscription au répertoire des métiers pour l'exercice du métier de boucher.

### **Inscription obligatoire au Répertoire des métiers**

Document obligatoire pour tous : Copie du Justificatif d'inscription et de qualification professionnelle artisanale (Cerfa n° 14077-02).

### **Activités soumises à l'obligation d'inscription**

- Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé (4722Z)
- Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés (47.81Z)
- Charcuterie (10.13B)
- Services des traiteurs (5621Z)

### **Formation Hygiène**

L'ensemble des employés, salariés et chefs d'entreprises, doivent être formés à l'hygiène. L'attestation de formation spécifique au Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène Boucher doit être conservée et à jour. Celle-ci est à renouveler tous les 3 à 5 ans.

**Source** : Confédération Française de la Boucherie, Boucherie-charcuterie, Traiteurs  
[www.boucherie-france.org](http://www.boucherie-france.org)

## **ANNEXE 6 : COMMERCIALISATION DE POISSONS-CRUSTACES**

### ***Poissonnier-Écailler***

#### **Qualification préalable à l'installation**

Les professionnels qui ont débuté leur activité après le 6 juillet 1996 sont concernés par l'obligation de qualification professionnelle.

#### **Justification des diplômes ou titres**

- Le chef d'entreprise, le conjoint collaborateur ou, à défaut, l'un des salariés de l'entreprise qui exerce son activité dans la préparation, la transformation ou la vente de produits frais de poissonnerie doit être titulaire :
  - Soit du Certificat d'Aptitude Professionnelle Poissonnier Écailler (Arrêté du 8-2-2018 - J.O. Du 9-3-2018)
  - Soit du Baccalauréat Professionnel Poissonnier-écailler-traiteur (JORF n°0163 du 17 juillet 2009)
  - Soit justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans au moins acquise en qualité de chef d'entreprise, conjoint collaborateur ou de salarié dans l'exercice du métier sur le territoire de l'Union européenne ou un autre État partie à l'accord sur l'Espace Économique Européen.

Cette condition de diplôme ou d'expérience est validée par la chambre des métiers au moment de l'inscription du professionnel par le Cerfa n°14077\*02.

**L'artisan poissonnier justifie d'une inscription au répertoire des métiers pour l'exercice du métier de poissonnier écailler.**

#### **Inscription obligatoire au Répertoire des métiers**

- Document obligatoire pour tous : Copie du Justificatif d'inscription et de qualification professionnelle artisanale (Cerfa n°14077-02), ou carte professionnelle d'artisan
- Activités notamment soumises à l'obligation d'inscription
  - Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé dont préparations à partir de ces produits (inclus dans 47.23Z) ;
  - Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques sur éventaires et marchés dont préparations à partir de ces produits (inclus dans 47.81Z) ;
  - Transformation et conservation de poissons, de crustacés et de mollusques (10.20Z).

#### **Formation hygiène**

- La copie de l'attestation de formation hygiène spécifique au Guide des Bonnes pratiques du poissonnier détaillant à jour doit être transmise obligatoirement à l'autorité compétente. Elle doit être renouvelée tous les 3 ans pour les salariés et chefs d'entreprises en contact avec des produits aquatiques.

### ***Pêcheurs***

Réglementation applicable à la vente directe au consommateur final de petites quantités de produits primaires d'origine animale



- Définition de la vente au détail
  - Vente au détail uniquement à des fins de consommation privée (c° de l'article L932-5 du code rural et de la pêche maritime - CRPM) ;
  - Quantité de la vente au détail : sont seules qualifiées de vente au détail, les ventes par un producteur à des fins de consommation privée de produits n'excédant pas trente kilogrammes de poids vif par acheteur et par jour (Art. R932-20 du CRPM)
  - Quantité maximale pouvant être fournie par le producteur : 100 kg de produits par débarquement et par navire de pêche pour les produits de la pêche capturés dans le milieu naturel ;
  - Distance de distribution : distance entre le navire et le commerce de détail : 50 km maximum

- Règles sanitaires spécifiques

Sources : Art. R231-14 à R231-16 du CRPM

- Transbordement, débarquement et commercialisation des produits issus de la pêche maritime

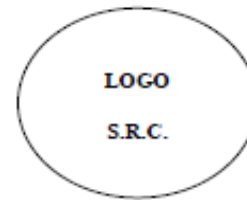
Sources : Art. D932-1, R932-2 et suivants du CRPM

R932-4 : Ces produits de la pêche maritime sont, au plus tard avant la première mise sur le marché, triés, pesés, mis en lots pour la vente et étiquetés conformément aux règlements de l'UE sous la responsabilité du producteur lorsque ces opérations ont lieu à bord du navire, du premier acheteur ou de la halle à marées.

***Conchyliculteurs, Ostréiculteurs : documents et qualifications...***

- Copie du Cerfa n° 15063 obligatoire pour tout transport d'huîtres et de coquillages vivants (commerçants, poissonniers, producteurs...) carte professionnelle ;
- Copie du certificat de producteur-expéditeur de produits (conchyliques ou ostréiques), délivrée par le Comité Régional de la Conchyliculture. Il doit être affiché obligatoirement sur les points de vente directe.

**Source :** Organisation des Poissonniers Ecaillers de France (OPEF)  
[www.uniondelapoissonnerie.org](http://www.uniondelapoissonnerie.org)



## CERTIFICAT DE PRODUCTEUR

N°: .....

<b>NOM DU DETENTEUR:</b> .....	
N° D'AGREMENT : .....	ADRESSE DE L'ETABLISSEMENT : .....
TEL : .....	FAX : .....

MEMBRE DE LA FAMILLE HABILITE : .....

SALARIE(E) CONCHYLICOLE : .....

ASSOCIE(E) : .....

PRODUCTION :			
HUITRES CREUSES <input type="checkbox"/>	MOULES <input type="checkbox"/>	HUITRES PLATES <input type="checkbox"/>	
PALOURDES <input type="checkbox"/>	COQUES <input type="checkbox"/>	AUTRES : .....	.....

ANNEE DE VALIDITE : DU : ..... / ..... / ..... <b>CACHET S.R.C.</b> AU : ..... / ..... / .....
---

ANNEE DE VALIDITE : DU : ..... / ..... / ..... <b>CACHET S.R.C.</b> AU : ..... / ..... / .....
---

ANNEE DE VALIDITE : DU : ..... / ..... / ..... <b>CACHET S.R.C.</b> AU : ..... / ..... / .....
---

ANNEE DE VALIDITE : DU : ..... / ..... / ..... <b>CACHET S.R.C.</b> AU : ..... / ..... / .....
---

ANNEE DE VALIDITE : DU : ..... / ..... / ..... <b>CACHET S.R.C.</b> AU : ..... / ..... / .....
---

ANNEE DE VALIDITE : DU : ..... / ..... / ..... <b>CACHET S.R.C.</b> AU : ..... / ..... / .....
---

DELIBERATION N° 15 DU COMITE NATIONAL DE LA CONCHYLICULTURE DU 16/04/02  
 C.N.C. tel : 01 42 97 48 44 fax : 01 42 86 08 24 S.R.C. tel : ..... fax : .....  
 e-mail : [cnc@cnc-france.com](mailto:cnc@cnc-france.com) e-mail : .....

## ANNEXE 7 : COMMERCIALISATION DE FROMAGES, PRODUITS LAITIERS ET ŒUFS

Les professionnels doivent respecter les températures réglementaires de stockage lors de la vente des produits. Pour cela, ils doivent disposer d'un matériel permettant le maintien de la chaîne du froid.

Les produits doivent être protégés de toutes contaminations extérieures. Par exemple, à l'aide d'une vitrine, d'emballage ou film disposé sur les produits (surtout les morceaux de fromages coupés), ou de plaque en plexiglass.

Les professionnels doivent également être équipés de matériel leur permettant de respecter les bonnes pratiques d'hygiène. A savoir, du matériel pour le lavage des mains, le nettoyage et la désinfection des surfaces de travail et des outils et la gestion des déchets.

Toutes ces bonnes pratiques d'hygiène sont stipulées dans le **Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène** pour la profession de détaillants en produits laitiers (1998). Il est en cours de réactualisation. Le guide est accessible aux adhérents de la Fédération des fromagers de France sur le site Internet : [www.fromagersdefrance.com](http://www.fromagersdefrance.com).

Les professionnels doivent être formés. La formation regroupe :

- La formation initiale (CAP Crémier-Fromager, BEP, Bac Pro, CQP Vendeur conseil en crèmerie-fromagerie...),
- La formation continue :
  - des formations à l'hygiène de manière régulière (tous les 3 ans) contenant les mesures de maîtrise de ce GBPH et le Plan de Maîtrise Sanitaire (PMS),
  - des formations dédiées pour des pratiques spécifiques (organisation de buffet, recettes fromagères ...).

*Remarque : Pour le secteur, la formation hygiène est obligatoire pour toute personne manipulant des denrées alimentaires. Cela implique que toutes les personnes salariées ou non salariées de l'entreprise doivent participer à ces formations.*

*Toutes les attestations de stage doivent être conservées, afin de justifier de cette formation.*

*La formation est à renouveler régulièrement, environ tous les trois ans.*

Les œufs doivent être présentés à la vente dans un endroit frais et sec, à l'abri du soleil. Pour éviter les phénomènes de condensation liés aux variations de température, il est recommandé de stocker les œufs à une température constante. Vérifier visuellement l'absence de condensation en surface des œufs.

Les œufs sont dits « extra » ou « extra-frais » jusqu'à 9 jours après la date de ponte et sont commercialisables jusqu'à 21 jours après cette date (soit 7 jours avant la DDM). Au-delà de cette date, ils doivent être retirés de la vente.

### Sources réglementaires (liste non exhaustive) :

Règlementation européenne, le PAQUET HYGIENE, en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2006.

- *Règlement n° 178/2002* établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires ;
- *Règlement n° 852/2004* relatif à l'hygiène des denrées alimentaires ;
- *Règlement n° 853/2004* fixant des règles spécifiques d'hygiène applicables aux denrées alimentaires d'origine animale.

Règlementation française :

- Arrêté du 21 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits d'origine animale et denrées alimentaires en contenant ;
- Instruction technique DGAL/SDSSA/2019-8 du 09/01/2019 : Normes de commercialisation des œufs et leurs contrôles.

**Source** : Fédération des Fromagers de France  
[www.fromagersdefrance.com](http://www.fromagersdefrance.com)

## ANNEXE 8 : CHARCUTERIE ARTISANALE / CHARCUTERIE-TRAITEUR

### Conditions de qualification professionnelle

Par application des dispositions de l'article 16 de la loi n°96-603 du 5 Juillet 1996, la fabrication de produits frais de charcuterie est soumise à une condition de qualification professionnelle.

Il est ainsi obligatoirement nécessaire de justifier :

- soit d'un CAP ou d'un BEP charcutier-traiteur ;
- soit d'une expérience minimale de 3 ans dans l'activité charcuterie traiteur

### Bonnes pratiques d'hygiène

Les artisans charcutiers-traiteurs sont tenus de respecter les dispositions du Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène (GBPH) en charcuterie consultable ici :

[https://agriculture.gouv.fr/sites/default/files/documents/pdf/gph\\_20085920\\_0001\\_p000\\_cle06\\_a617.pdf](https://agriculture.gouv.fr/sites/default/files/documents/pdf/gph_20085920_0001_p000_cle06_a617.pdf)

A cet égard, les professionnels charcutiers traiteurs exerçant sur marché appliqueront l'ensemble des règles d'hygiène applicables à l'activité (respect des températures réglementaires de stockage, protection des produits contre le risque de contaminations extérieures etc...), le cas échéant au moyen du matériel nécessaire et ils observeront tout particulièrement les dispositions du chapitre 5.10 « Exposition service en magasin, **marchés et vente ambulante**, dressage de buffets ».

### Code des usages en charcuterie

Les artisans charcutiers traiteurs appliquent les dispositions du code des usages de la charcuterie qui recense les bonnes pratiques de fabrication, définit les dénominations de vente des produits et codifie les usages de la profession.

### Information du consommateur

Les règles relatives à l'information du consommateur sont respectées.

A ce titre, la dénomination de vente et le prix sont affichés sur le produit lui-même ou sur un panneau ou écriteau situé à proximité.

Les clients sont également informés de la possibilité de se renseigner sur la présence éventuelle d'allergènes à déclaration obligatoire dans les produits vendus ainsi que le prévoient le règlement INCO n° 1169/2011 et le décret n° 2015-447 du 17 avril 2015 applicables à tous les métiers de bouche.

**Source : Confédération Nationale des Charcutiers Traiteurs (CNCT)**

Site internet : [www.charcutiers-traiteurs.com](http://www.charcutiers-traiteurs.com)

## ANNEXE 9 : BOULANGERIE PATISSERIE

### **Qualification professionnelle**

Le décret n° 98-246 du 2 avril 1998 précise que les personnes qui exercent la préparation ou la fabrication de produits frais de boulangerie, pâtisserie ou qui en contrôlent l'exercice par des personnes non qualifiées doivent être titulaires :

- d'un CAP, ou d'un BEP ou d'un diplôme ou d'un titre de niveau égal ou supérieur homologué ou enregistré lors de sa délivrance au répertoire national des certifications professionnelles ;
- à défaut de diplôme ou de titre précité, ces personnes doivent justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans acquise en qualité de dirigeant d'entreprise, de travailleur indépendant ou de salarié dans l'exercice de l'un des métiers listés par le décret.

### **Appellation boulangerie et dénomination de vente des pains**

Les articles L. 122-17 et L122-18 du code de la consommation réglementent l'appellation boulangerie : *« Les professionnels qui n'assurent pas eux-mêmes, à partir de matières premières choisies, le pétrissage de la pâte, sa fermentation et sa mise en forme ainsi que la cuisson du pain sur le lieu de vente au consommateur final ne peuvent utiliser l'appellation de « boulanger » et l'enseigne commerciale de « boulangerie » ou une dénomination susceptible de porter à confusion, sur le lieu de vente du pain au consommateur final ou dans des publicités à l'exclusion des documents commerciaux à usage strictement professionnel. La pâte et les pains ne peuvent à aucun stade de la production ou de la vente être surgelés ou congelés ».*

*« L'appellation de boulanger et l'enseigne commerciale de boulangerie mentionnées à l'article L. 122-17 peuvent être utilisées lorsque le pain est vendu de façon itinérante par le professionnel, ou sous sa responsabilité, lorsque ce professionnel remplit les conditions énoncées au même article ».*

Sur les marchés couverts et de plein vent, la DGCCRF dans une note d'information n° 2000-52 du 05/04/2000 précise : *« En l'absence de risque de confusion, dans la mesure où le consommateur ne peut être amené à croire que le pain est fabriqué sur place, il apparaît que ce type de vente peut être assimilé à une vente itinérante conformément à l'article L 121-81 du code de la consommation. En conséquence, il n'y a pas lieu de remettre en cause l'utilisation de l'enseigne de « boulangerie », ni celle de l'appellation « boulanger » dans la mesure où les autres conditions fixées par le code de la consommation sont respectées ».*

Par ailleurs, les marques, aussi connues soient elles, ou les désignations fantaisies ne peuvent pas être utilisées en lieu et place de la dénomination de vente réglementaire (article R112-4 du code de la consommation) ou les usages (exemple : « Pain de Tradition Française », « Pain complet », etc.), soit consister en une description des produits (exemple : « Baguette à la farine de maïs », « Pain aux sept céréales », etc.).

### **Bonnes pratiques d'hygiène**

Un guide de bonnes pratiques d'hygiène en pâtisserie a été réalisé par la Confédération Nationale de la Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie Française et la Confédération Nationale de la Pâtisserie-Confiserie-Chocolaterie-Glacierie de France à destination des professionnels que vous trouverez via ce lien : <https://boulangerie.org/wp-content/uploads/Guide-de-bonnes-pratiques-dhygiene-en-patisserie.pdf>

Sur les marchés, les artisans boulangers-pâtisseries sont tenus de respecter les règles d'hygiène relatives notamment à la maîtrise des contaminations (isolement), les règles afférentes aux véhicules boutiques, le stockage des denrées alimentaires etc...

## Information du consommateur

L'étiquetage des produits de boulangerie est indispensable pour guider le client dans ses achats. L'affichage concernant le prix du pain est très réglementé et encadré par l'arrêté du 9 août 1978.

Lors de la remise directe des denrées au consommateur final, des mentions d'étiquetage sont obligatoires et diffèrent selon qu'il s'agit de denrées préemballées ou non préemballées. Le consommateur doit notamment être clairement informé sur les allergènes.

**Source** : Confédération Nationale de la Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie Française  
Site internet : <https://boulangerie.org/>