



MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DE L'INDUSTRIE
ET DU NUMÉRIQUE

SECRETARIAT D'ÉTAT
AU COMMERCE,
À L'ARTISANAT,
À LA CONSOMMATION
ET À L'ÉCONOMIE
SOCIALE ET SOLIDAIRE

CHARTRE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS DE FRANCE



CHARTRE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS DE FRANCE

Mme Carole DELGA

Secrétaire d'Etat chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation
et de l'Economie sociale et solidaire

Mme Marylise LEBRANCHU

Ministre de la Décentralisation et de la Fonction Publique

M. Jacques PÉLISSARD

Président de l'Association des Maires de France

Mme Monique RUBIN

Présidente de la Fédération Nationale des Marchés de France

LE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS DE FRANCE

Préambule

Cette charte a pour but d'établir des relations de partenariat entre les communes et les commerçants non sédentaires représentés par leurs organisations professionnelles afin d'assurer la pérennité des marchés, éléments du patrimoine économique et culturel national.

Les marchés couverts et de plein vent constituent une donnée permanente du paysage économique et de la vie sociale dans des milliers de communes dans lesquelles le commerce non sédentaire assure une véritable mission de proximité, notamment pour les quartiers défavorisés des villes comme pour les zones rurales. Ils sont également une composante essentielle du maillage territorial.

Leur histoire est millénaire. Dans la Grèce antique, c'est le terme « Agora » qui désignait le marché, mais ce terme signifie aussi « la place », l'espace central, le lieu d'affluence, de vie.

Opérateur économique inévitable, le marché procure à la fois des services, des produits diversifiés, une pluralité de métiers qui concourent à une concurrence saine, à une libre confrontation entre l'offre et la demande sur un site unique.

Parce qu'ils se situent sur le domaine public, les marchés relèvent de l'autorité du maire.

Les commerçants et artisans des marchés de France sont quant à eux soumis aux règles générales du Code de Commerce.

Cette charte a donc pour objet de définir les engagements propres à développer et à valoriser ce secteur et voire à généraliser les bonnes pratiques.

Elle traduit, par ailleurs, la détermination des parties à la concertation et au dialogue, afin d'assurer la pérennité des marchés et de l'activité non sédentaire.



Secrétariat d'Etat chargé du Commerce de l'Artisanat
de la Consommation et de l'Economie Sociale et Solidaire

LA SECRETAIRE D'ETAT

Nos Réf. : 2014/063093

Paris, le 20 OCT. 2014

Madame la Présidente,

Les marchés couverts et de plein vent constituent une donnée permanente du paysage économique et de la vie sociale dans des milliers de communes au sein desquelles le commerce non sédentaire assure une véritable mission de proximité, notamment dans les quartiers de politique de la ville comme dans les zones rurales.

Ils sont également une composante essentielle du maillage territorial.

Parce qu'ils se situent sur le domaine public, les marchés relèvent de l'autorité du maire. Les commerçants et artisans des marchés sont quant à eux soumis aux règles générales du code de commerce.

Dans le prolongement d'une première convention signée en 1994, la « Charte pour le développement des marchés de France » a pour objet de définir les engagements propres à développer et valoriser ce secteur et à généraliser les bonnes pratiques.

Elle traduit, par ailleurs, la détermination des parties à la concertation et au dialogue, afin d'assurer la pérennité des marchés et de l'activité non sédentaire.

J'ai le plaisir de vous adresser cette Charte, cosignée par vous-même, Marylise LEBRANCHU, Ministre de la Décentralisation, Jacques PELISSARD, Président de l'Association des maires de France (AMF) et moi-même.

Je vous remercie de bien vouloir en assurer la plus large diffusion auprès de vos adhérents.

Je vous prie de croire, Madame la Présidente, à l'assurance de ma meilleure considération.

Carole DELGA

Mme Monique RUBIN
Présidente
Fédération nationale des syndicats
des commerçants des marchés de France
14, rue de Bretagne
75003 PARIS

Créer - Réorganiser - Transférer - Supprimer un marché

Conformément à l'article L.2224-18 du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT), les mesures relatives à la création, au transfert, à la suppression des halles ou marchés doivent être prises après consultation des représentants des organisations professionnelles intéressées.

Au-delà de cette obligation, les parties concernées (communes, représentants des organisations professionnelles) s'engagent à privilégier le dialogue, la concertation, voire à développer les relations existantes aux fins d'aboutir à un véritable partenariat dans le but de conserver un commerce de proximité en maintenant les marchés.

Impliquer l'ensemble des acteurs et opérateurs des 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 leurs 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).

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 non alimentaire et le commerce alimentaire ;
- d'assurer la bonne information des communes sur la désignation des représentants des organisations professionnelles pouvant siéger dans les commissions de concertation.

Garantir une concurrence loyale

Pour lutter contre les pratiques para commerciales, les maires, dans le cadre de leurs pouvoirs de police, veillent au strict respect de la réglementation applicable pour toutes les manifestations se déroulant sur le territoire de leur commune.

S'assurer d'une bonne gestion déléguée des marchés

Les communes, en tant qu'autorités délégantes, doivent s'assurer de la bonne exécution du contrat par le délégataire, conformément aux dispositions du cahier des charges de la concession. Elles exercent ainsi un contrôle étroit sur les conditions d'exploitation du marché, notamment au regard du rapport annuel que le délégataire est tenu de produire en vertu de l'article L. 1411-3 du CGCT. Ce rapport retrace en particulier les comptes, la totalité des opérations afférentes à l'exécution du service public, ainsi qu'une analyse de la qualité de service.

En ce sens, les communes ne manqueront pas d'exiger des délégataires des comptes détaillés en dépenses et recettes, de veiller à ce que les contrats prévoient explicitement des clauses effectives de contrôle et de révision des comptes, feront jouer les règles de la concurrence et exigeront que la durée des contrats soit conforme à celle préconisée par la législation.

En outre, les communes disposent des moyens juridiques nécessaires pour assurer, quoi qu'il arrive, le fonctionnement du service ou pour modifier son organisation (pouvoir d'infliger des sanctions au délégataire, de modifier unilatéralement le contrat ou même de le résilier pour des motifs tenant à l'organisation du service ou tirés de l'intérêt général).

Enfin, elles s'assureront que l'utilisation et la location des matériels ne soient pas imposées mais laissées au libre choix du commerçant et que tout mode libérateur de paiement soit accepté.

Veiller à la maîtrise des charges de fonctionnement

Pour exercer leur activité sur le domaine public, les commerçants s'acquittent d'un droit de place. Conformément à l'article L. 2224-18 du CGCT, les communes s'engagent à ce que le régime des droits de place et de stationnement sur les halles et les marchés soit défini conformément aux dispositions d'un cahier des charges ou d'un règlement établi par l'autorité municipale après consultation des organisations professionnelles intéressées.

A cet effet, dans le cadre d'une gestion déléguée du marché, elles garderont la maîtrise de la fixation des droits de place dont l'évolution doit répondre à des considérations notamment économiques.

LE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS DE FRANCE

Animer - Dynamiser les marchés

Les marchés sont des acteurs du développement local et de l'offre de service aux habitants, tant en milieu rural qu'urbain.

Il est important que les commerçants des Marchés de France puissent, à l'instar des commerçants sédentaires, assurer la promotion de leur activité à travers la mise en place de campagnes de communication pour perdurer dans le paysage économique actuel.

A cet égard, les communes et leurs groupements pourraient apporter leur soutien pour une meilleure promotion du commerce non sédentaire en partenariat avec les organisations professionnelles.

Fait à Paris, le 9 octobre 2014



La secrétaire d'Etat chargée du Commerce,
de l'Artisanat, de la Consommation et de
l'Economie sociale et solidaire

Carole DELGA



La ministre de la Décentralisation
et de la Fonction Publique

Marylise LEBRANCHU



Le Président de l'Association
des Maires de France

Jacques PÉLISSARD



La Présidente de la Fédération Nationale
des Marchés de France

Monique RUBIN

Madame, Monsieur le Maire de :

Madame, Monsieur le Président du Syndicat de :

Nom et Signature :

Nom et Signature :



LA FÉDÉRATION NATIONALE DES MARCHÉS DE FRANCE

est constituée de 150 organisations professionnelles régies
par la loi du 21 mars 1884.

Ses objets :

DÉFENDRE LES INTÉRÊTS DE LA PROFESSION

ASSISTER SES ADHÉRENTS

PROMOUVOIR LES MARCHÉS

COMMUNIQUER - INFORMER

F.N.S.C.M.F.

14, rue de Bretagne 75003 Paris
Tél. : 01 48 87 51 45 • Fax : 01 48 87 58 40

email : fnscons@wanadoo.fr
site : www.fnscomf.com - www.fnscomf.org





LA FÉDÉRATION NATIONALE DES MARCHÉS DE FRANCE

est constituée de 150 organisations professionnelles régies
par la loi du 21 mars 1884.

Ses objets :

DÉFENDRE LES INTÉRÊTS DE LA PROFESSION

ASSISTER SES ADHÉRENTS

PROMOUVOIR LES MARCHÉS

COMMUNIQUER - INFORMER

F.N.S.C.M.F.

14, rue de Bretagne 75003 Paris
Tél. : 01 48 87 51 45 • Fax : 01 48 87 58 40

email : fnscons@wanadoo.fr
site : www.fnscomf.com - www.fnscomf.org

