

# MÉTHODOLOGIE POUR LA CRÉATION DE MARCHÉS PAYSANS



# UN GUIDE DE BONNES PRATIQUES POUR LA MISE EN OEUVRE DE MARCHÉS PAYSANS

Ce guide a pour objectif de proposer une méthodologie pour la création, la gestion et la pérennisation de marchés paysans. Il s'appuie sur les 10 ans d'expérience de l'ADEAR13 en termes de montage de tels marchés.

Il est à destination des agents de développement, élus ou paysans qui souhaiteraient mettre en place des marchés paysans sur le modèle de ceux créés par l'ADEAR13 (Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural) depuis 2001. Ce guide pratique a donc vocation à recenser des bonnes pratiques et des enseignements à tirer pour la mise en œuvre de marchés paysans.

Il a été réalisé sur la base des conditions de création et de développement des 6 marchés paysans existants actuellement dans les Bouches-du-Rhône ainsi que d'autres expériences de marchés paysans qui ont périclité. Ce guide de bonnes pratiques n'est donc pas exhaustif pour la création de marchés de producteurs mais s'intéresse au modèle de marchés paysans tel que celui développé par l'ADEAR13. Il ne doit pas non plus être considéré comme un mode d'emploi applicable à la lettre mais plutôt comme un recueil de pistes et réflexions à prendre en compte pour développer de nouveaux marchés paysans.



ADEAR 13

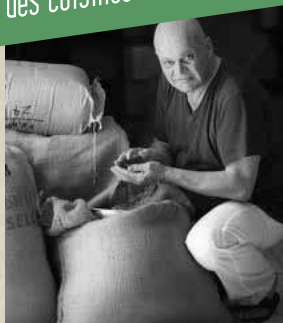
04 90 55 17 86  
[contact@adear13.com](mailto:contact@adear13.com)



06 25 28 11 27  
[CICM@cuisinesmed.com](mailto:CICM@cuisinesmed.com)

# Gérard Vives

Président du Conservatoire International  
des Cuisines Méditerranéennes



« La cuisine ça commence en faisant son marché, mais trouver les produits de bonne origine à des prix raisonnables, je vous l'accorde, est un exercice parfois compliqué, il faut y consacrer un peu de temps, ouvrir les yeux et faire appel à son bon sens.

La première des choses est de refuser la banalisation de l'alimentation que l'on nous propose. Cet appauvrissement est d'autant plus paradoxal qu'aujourd'hui il y a abondance de produits qui peuvent voyager rapidement et se conserver grâce à des techniques propres et efficaces. Toutes ces avancées technologiques devraient nous permettre de manger mieux et c'est le contraire qui se passe.

Mais les méga-producteurs ainsi que la grande distribution, pourvoyeurs d'une grande partie de la nourriture du monde occidental, font fi des principes élémentaires tels que la saisonnalité et le goût, et fournissent toute l'année, les mêmes produits insipides.

Il faut être vigilant, la profusion de produits dans ces magasins nous ferait croire qu'il y a une grande diversité, alors que c'est l'inverse.

Un conseil aux consommateurs, fuyez ces grands et inhumains magasins, truffés de pièges et de tentations, et un autre aux industriels, cessez de faire des publicités télévisuelles mensongères et hors de prix et dépensez plutôt votre argent en achetant de bonnes matières premières payées au juste prix aux producteurs. Si un agriculteur gagne dignement sa vie en produisant propre et raisonnable, il ne sera plus contraint d'empoisonner la terre au nom du rendement. »

*Extrait du livre de Gérard Vives « La bonne cuisine, bon marché, bonne pour la santé ».*

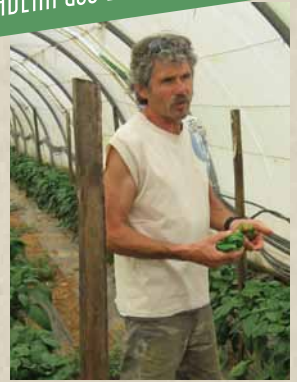
« Vous l'avez compris, il faut fuir les grandes surfaces et se diriger tout droit vers un marché paysan, ou vous trouverez des marchands respectueux de la terre, qui vendent des produits de saison à des prix honnêtes, qui rendent le chemin de la plante à l'assiette le plus court que possible, vous y trouverez l'inspiration et si elle n'est pas au rendez-vous, des conseils d'utilisation des produits vous seront toujours prodigués...allez, zou...ne perdez plus de temps allez vite en cuisine ! »

*Gérard Vives – Auteur de « La bonne cuisine, bon marché, bonne pour la santé »  
(Editions du Rouergue)*

# Armand Durigon

Président de l'ADEAR des Bouches-du-Rhône

« En 2001, avec la Confédération Paysanne, nous avons eu l'opportunité de rencontrer l'Association Cours Julien à Marseille et de créer le premier marché paysan du département. L'idée était de permettre aux paysans de reconquérir l'espace urbain pour y créer un marché représentatif de la diversité des terroirs locaux. Dès le départ, nous avons cherché à aller au-delà des clivages syndicaux et à avoir une réelle diversité de producteurs locaux représentatifs des petites et moyennes fermes issues d'une agriculture familiale et paysanne.



Rapidement, ce premier marché paysan a rencontré un réel succès et nous en avons créés depuis 5 autres dans le département... et la demande de nouveaux marchés de ce type continue d'affluer de la part des consommateurs! Ils ont compris tous les bénéfices qu'ils peuvent en tirer.

Bénéfices également partagés par les producteurs car ces marchés sont un réel atout pour la profession agricole. En effet, dans un monde rural en déconstruction, on a réussi à sauver plusieurs fermes grâce aux marchés paysans en créant une forme innovante de commercialisation. Finis les intermédiaires qui privent les producteurs de leurs revenus! Nous avons pu nous réapproprier la valeur ajoutée de la production grâce au marché paysan et aux autres formes de vente directe. Aujourd'hui, on fait figure de résistants en produisant à la demande des consommateurs contrairement aux agriculteurs qui dépendent du bon vouloir des intermédiaires commerçants.

Par ailleurs, le marché paysan nous permet de sortir d'un certain isolement en étant chaque semaine au contact d'autres paysans et des consommateurs. C'est important pour nous de pouvoir échanger et avoir un retour sur la qualité de sa production.

Vous l'aurez compris, je ne peux que vous inviter à créer des marchés paysans dans vos villes et avec les producteurs de vos régions. Un conseil: pour que le marché fonctionne au mieux il faut conserver un esprit de groupe avec des référents de marché qui s'occupe de la coordination... respect et solidarité sont à promouvoir, contrairement aux marchés forains! »

*Armand Durigon – Paysan maraîcher et membre fondateur du premier marché paysan des Bouches-du-Rhône*

# SOMMAIRE

- 1 Qu'est ce qu'un marché paysan ?
- 2 Pourquoi créer des marchés paysans ?
- 3 Les 3 piliers pour créer un marché paysan dans de bonnes conditions
  - 1 Constituer le groupe de paysans pour démarrer un marché paysan
  - 2 Etablir un partenariat sur place pour accueillir le marché paysan
  - 3 Définir concrètement les conditions de réalisation du marché
- 4 Démarrer le marché
- 5 Faire vivre le marché et le faire reconnaître
- 6 L'importance d'un règlement intérieur pour organiser le marché
- 7 Une fois le marché installé... accueillir de nouveaux producteurs
- 8 Annexe 1 \* Règlement intérieur des Marchés Paysans de l'ADEAR13
- 9 Annexe 2 \* Charte des Marchés Paysans de l'ADEAR13
- 10 Exemple 1 \* Le Marché Paysan du Cours Julien (Marseille)  
Un marché paysan avec une gestion tripartite.
- 11 Exemple 2 \* Le Marché Paysan de La Gavotte (Les Pennes-Mirabeau)  
Un marché paysan en gestion directe avec la mairie.



# QU'EST CE QU'UN MARCHÉ PAYSAN ?

## Un marché de producteurs...

Un marché paysan est un marché composé de producteurs agricoles partageant des valeurs communes. Sont autorisés à y participer les producteurs bénéficiaires de l'Amexa<sup>1</sup> ainsi que les cotisants solidaires dont l'activité agricole est l'activité principale.

Par ailleurs, à titre dérogatoire les artisans boulangers sont autorisés s'il n'y a pas de paysan boulanger candidat. En effet, le pain est un produit d'appel important sur ce type de marché. Les producteurs de coquillages et poissons peuvent également y être présents à titre dérogatoire.

## ...partageant des valeurs communes...

Le marché est dit « paysan » car les producteurs présents partagent des valeurs communes en termes de modèle d'agriculture à défendre. Les valeurs partagées sont proches de celles de la charte de l'agriculture paysanne formalisée par la FADEAR. Une charte propre au marché recensant ces valeurs communes peut être également rédigée.

## ...et regroupés au sein d'une organisation professionnelle agricole

La gestion du marché est en partie assurée par les paysans eux même. Pour ce faire, l'importance d'une organisation formalisée est reconnue ; c'est par exemple le cas de l'ADEAR<sup>13</sup>. En effet, une organisation professionnelle permet :

- de formaliser les relations avec les partenaires
- de faire appliquer le règlement intérieur
- de gérer les entrées et sorties de producteurs
- de permettre une communication efficace...

## L'intérêt de viser des marchés d'envergure :

Pour qu'un marché paysan soit identifié comme tel et puisse se développer dans de bonnes conditions, il doit pouvoir se distinguer des marchés classiques de revendeurs et avoir une certaine visibilité. Pour ce faire, il apparaît nécessaire de viser des marchés d'envergure en termes de taille et de productions représentées. Un marché paysan doit rassembler plusieurs caractéristiques afin d'avoir cette envergure et ainsi acquérir une certaine notoriété : diversité de productions, emplacement du marché, visibilité...



<sup>1</sup> Assurance maladie des exploitants agricoles

# Pourquoi créer des marchés paysans ?

## Des intérêts économiques et sociaux pour les producteurs



Pour les producteurs agricoles, le fait de vendre leur production en direct sur un marché paysan est une possibilité de se réapproprier une partie de la valeur ajoutée de leur production en s'adressant directement au consommateur. Ce mode de commercialisation a par conséquent un intérêt économique non négligeable en permettant une meilleure valorisation des produits. Le marché paysan est ainsi un réel outil du développement rural en contribuant à l'installation et la pérennisation de fermes adaptées à ce mode de commercialisation.

La création de marchés paysans permet par ailleurs de faire une distinction entre les marchés classiques de revendeurs où les producteurs ont souvent des difficultés à obtenir une place et ces marchés spécifiquement créés pour promouvoir une agriculture en circuit court.

Enfin, les producteurs présents sur les marchés témoignent tous de l'intérêt de pouvoir passer du temps une fois par semaine avec d'autres producteurs pour pouvoir échanger sur leurs conditions de production et sur le monde agricole. Le marché paysan devient alors un outil de transmission et d'échange entre producteurs. Le marché a par conséquent un véritable rôle de pédagogie alimentaire pour les consommateurs. Il est important de préciser que l'échange avec les consommateurs est également important pour les producteurs qui peuvent ainsi avoir un retour direct sur leur production.



## Témoignage

« Pour les producteurs, en plus de la possibilité de vendre directement notre production, le principal intérêt des marchés paysans est de pouvoir se retrouver ensemble chaque semaine pour discuter de nos problèmes respectifs et de notre façon de vivre. C'est un lieu d'échange et cela crée du lien social entre les paysans. »

## ● Répondre à la demande des consommateurs en produits frais

La demande des consommateurs en produits alimentaires frais, de qualité et de proximité est croissante comme en témoigne le développement des circuits courts de distribution (AMAP<sup>2</sup>, magasins de producteurs, etc...). L'attente de la part des populations pour des marchés paysans est bien croissante et représentative des nouveaux modes de consommation qui se dessinent.

A ce titre, ces marchés sont particulièrement attendus dans les centres urbains où les consommateurs sont demandeurs d'un rapprochement entre ville et campagne pour l'accès à l'alimentation.



## Témoignage

« Au fil des années, on s'est rendu compte que les marchés paysans que l'on a contribué à créer étaient devenus un véritable service public. Les paysans sont revenus dans la cité et ont répondu à une véritable carence en produits frais. »

## ● Des retombées économiques et sociales pour le quartier

La création d'un marché paysan proposant uniquement des produits alimentaires frais et locaux, et donc complémentaire des marchés classiques de plein vent est un atout considérable pour redynamiser les quartiers concernés. Les marchés paysans constituent en effet un lieu de vie et de rencontre entre urbains et ruraux et participent dans ce sens à une dynamique collective dont les retombées économiques et sociales se font sentir dans le quartier. Ils permettent notamment d'attirer une clientèle nouvelle pour les nombreux commerces de proximité. Ainsi, contrairement à ce que peuvent penser les commerçants locaux parfois réticents, les projets de marchés paysans sont un atout pour la fréquentation du quartier et par conséquent pour le commerce local. Les marchés paysans contribuent ainsi à créer de nouveaux lieux de vie et de rencontre réguliers dans les villes qui les accueillent.



## A RETENIR

Que ce soit pour les paysans, pour les consommateurs ou pour les villes, la création d'un marché paysan engendre de nombreuses retombées positives. Il est souvent nécessaire de rappeler ces arguments pour convaincre les commerçants de l'intérêt d'un marché dans leur quartier. Ce sont souvent eux qui sont réticents au départ craignant la concurrence.



Les 3 piliers  
pour créer un marché paysan  
dans de bonnes conditions

# Constituer le groupe de paysans pour démarrer un marché paysan

## A RETENIR

*La constitution du groupe de paysan qui démarrera le marché est une étape indispensable. Un groupe de producteurs soudé par des valeurs communes doit être formé. Les paysans devront bien se connaître et partager la volonté de faire vivre le marché. Ceci est surtout vrai au début car le marché peut mettre deux ans avant de véritablement démarrer et l'assiduité des producteurs conditionne ce bon démarrage.*



### • Une dynamique de groupe assurée par des paysans référents

Avant de démarrer le marché, la constitution d'un groupe soudé de producteurs est indispensable. Dès cette étape, il est important de veiller à obtenir une bonne dynamique de groupe. Plus le groupe sera soudé, plus il sera prêt à affronter les problèmes qui ne manqueront pas de se poser par la suite.

Généralement, le groupe de paysans qui va se former pour faire vivre le projet de marché est animé par des paysans référents. Ils veilleront à l'animation de ce groupe de paysans et seront bien souvent les interlocuteurs du groupe vis-à-vis des partenaires du futur marché. Ces paysans peuvent également être accompagnés par un salarié de la structure accompagnant la mise en œuvre du marché.

### • Un recrutement des paysans par la mobilisation des réseaux existants

Pour que le marché puisse exister, il est nécessaire de recruter des paysans intéressés par ce mode de commercialisation qui va se mettre en place. Deux voies sont à privilégier. D'une part, le bouche-à-oreille de la part des premiers paysans motivés est souvent le moyen le plus efficace. D'autre part, l'intérêt d'être accompagné par une structure de développement agricole permet de mobiliser le réseau existant de paysans et de structures partenaires pour faire connaître le projet.

## Une taille de groupe minimale à viser pour bien démarrer

Une douzaine de producteurs semble être un minimum pour qu'un marché démarre dans de bonnes conditions. Par ailleurs, il est important de préciser qu'au cours de l'élaboration du projet de marché, tous les paysans ne donneront pas forcément suite à leur envie de poursuivre. Par conséquent, il est important de constituer un premier groupe d'une quinzaine voire une vingtaine de producteurs.

## Témoignage

« Dès le départ, il faut un marché riche en diversité. Il ne faut pas avoir peur d'avoir beaucoup de producteurs dès le départ ; c'est la « masse » qui attire les consommateurs. »



## Des valeurs communes à établir

Afin de souder le groupe de paysans autour d'un projet commun plusieurs moyens existent. Il semble important d'insister sur les valeurs communes qui rassemblent les paysans autour de ce projet. Pour ce faire, la rédaction d'une Charte y faisant référence est un moyen efficace de faire émerger ces valeurs. Par la suite, elle permettra d'une part d'améliorer la lisibilité du projet et d'autre part de transmettre ces valeurs aux nouveaux arrivants. L'organisation de visites de ferme des paysans entre eux est également un moyen efficace de faire connaître entre eux les producteurs ainsi que les méthodes de production. L'organisation des réunions de préparation du projet directement chez les producteurs permet de combiner réunion et visite de ferme. Des temps conviviaux sont également importants afin de souder le groupe, autour d'un repas par exemple.

Les 3 piliers  
pour créer un marché paysan  
dans de bonnes conditions

## Établir un partenariat sur place pour accueillir le marché paysan

### A RETENIR

*La qualité des relations entre le groupe de paysans et les partenaires sur place est un des critères les plus importants pour la pérennité du marché. Le groupe de paysans ne peut mener le projet de marché seul. Des appuis et partenariats sont à rechercher pour démarrer le marché et le dynamiser par la suite.*



### Un appui politique à rechercher pour faire accepter le projet

Lors du démarrage d'un marché paysan, il n'est pas rare que les commerçants alentour y soient défavorables. L'opposition peut parfois être virulente. Aussi, il est important d'avoir sur place une réelle volonté politique de la part des partenaires locaux afin que ceux-ci expliquent et défendent le projet.

D'une part, la volonté politique et l'appui de la municipalité est à rechercher. Une réunion de concertation et de présentation du projet menée avec la municipalité à destination de la population locale et en particulier des commerçants sera la bienvenue.

D'autre part, la recherche d'un partenariat avec les associations de quartier, CIQ, associations de commerçants est également nécessaire pour faire connaître et accepter le projet.

### Témoignages

« S'il n'y a pas de volonté politique de la Mairie, ça ne peut pas marcher. Il faut un véritable engagement pour accueillir le marché et défendre ce projet auprès des consommateurs. »

« Les marchés qui ont fonctionné sont ceux où il y a eu une implication personnelle forte localement. Que ce soit une association locale ou la volonté d'un conseiller municipal par exemple, il est indispensable d'avoir un appui favorable en ville pour accueillir le marché. »

## Des autorisations administratives à obtenir

Que le projet de marché paysan soit à l'initiative de la municipalité ou d'un autre organisme, il faudra dans tous les cas une autorisation administrative de la part des autorités municipales. Celle-ci prendra la forme d'une délibération de Conseil Municipal, d'une convention ou d'une Délégation de Service Public.

## Un modèle de partenariat à privilégier : une association partenaire sur place

L'implication des associations sur place est variable et deux formes de partenariat sont possibles. L'organisation professionnelle agricole, relais des paysans, peut être en partenariat direct avec la municipalité qui gère le marché.

Toutefois, à l'usage, un autre modèle semble le plus adapté pour que le marché fonctionne dans les meilleures conditions. Une association partenaire localisée dans la ville ou le quartier où a lieu le marché a toute sa place pour faire fonctionner le marché. Elle joue alors un rôle d'intermédiaire efficace entre la municipalité et l'organisation agricole avec un partage des rôles à établir entre ces trois entités. Ce modèle est à privilégier notamment dans le cas où la demande de marché émane de ce type de structure non agricole.

### Témoignage

« Les marchés paysans qui fonctionnent le mieux sont ceux où il y a 3 interlocuteurs : la Mairie qui donne son accord et appuie le marché, une association en ville qui s'occupe de la gestion quotidienne, des animations et de la communication auprès des consommateurs et une association agricole qui s'occupe de la relation avec les producteurs et de l'application du règlement intérieur... »



## La nécessité d'établir une convention et de répartir les rôles

Afin d'éviter tout désaccord par la suite, il est indispensable d'établir une convention de partenariat entre les différents partenaires du marché paysan. Elle devra d'une part rappeler les enjeux et objectifs du marché et d'autre part répartir les rôles des différentes structures.

Les rôles à répartir entre les partenaires (organisation agricole, association partenaire et municipalité) sont les suivants : gestion des emplacements, entrée des producteurs, application du règlement intérieur, stationnement, nettoyage, communication, animations, etc...

### Témoignage

« C'est indispensable d'avoir une convention qui explique bien qui se charge de quoi. Avec les années qui s'écoulent, on oublie les engagements que l'on prend. S'ils sont écrits, on peut y faire référence si besoin est. »

Les 3 piliers  
pour créer un marché paysan  
dans de bonnes conditions

## Définir concrètement les conditions de réalisation du marché

### A RETENIR

*Les caractéristiques du marché (emplacement, jour, etc...) vont grandement déterminer le type de clientèle qui le fréquentera. Il convient par conséquent de bien réfléchir aux conditions de réalisation du marché afin de s'assurer de sa fréquentation et donc de son dynamisme*



### Les caractéristiques d'un bon emplacement

L'emplacement du marché paysan est un déterminant essentiel de la fréquentation qu'il va avoir. A l'usage, on constate que la proximité du lieu d'habitation est un des principaux facteurs de fréquentation du marché. Il est conseillé de privilégier un lieu qui est déjà un lieu de passage et où des commerces sont déjà présents. Le marché paysan sera ainsi un service supplémentaire apporté au consommateur. Par ailleurs, l'accès du lieu doit être facilité (transports en commun, parking à proximité...).

### Témoignage

« L'emplacement est essentiel pour un marché. Historiquement, un marché c'est le centre du village. Tout au moins, cela doit être un lieu de passage, un lieu visible et où les gens prendront le temps de s'arrêter. S'il y a des commerces à proximité c'est encore mieux, le marché deviendra alors un service supplémentaire pour la population. »



## Quel jour choisir pour le marché paysan

Traditionnellement les marchés ont lieu de 8h à 13h30. L'expérience montre que les marchés les plus fréquentés sont ceux du samedi. Cependant, cette date peut engendrer une difficulté pour le recrutement des paysans. En effet, le samedi est un jour où les paysans ont parfois déjà une place sur un marché classique de plein vent. Le mercredi matin semble également être un jour favorable aux marchés paysans.

Enfin, si la majorité des marchés existants ont lieu le matin, il semblerait que les marchés en soirée puissent avoir un fort potentiel de développement. En effet, des marchés de 16h à 20h permettent de viser les consommateurs qui sortent du travail, moment privilégié pour faire les achats alimentaires.

## Le cas particulier de « l'espace producteurs »

La création d'un « espace producteurs » semble être une variante intéressante du marché paysan lorsqu'un marché classique est déjà présent dans la localité. Dans ce cas, sur le marché existant, un espace sectorisé est délimité et aura vocation à accueillir exclusivement des producteurs. Il sera géré comme un marché paysan classique.

Ce modèle permet de profiter des consommateurs qui se déplacent pour le marché existant, ce qui peut faciliter le démarrage du marché paysan. Cependant, il faudra redoubler d'effort de communication pour que les gens fassent bien la distinction entre cet « espace producteurs » et les stands de produits alimentaires du marché classique.

## Témoignage

« En se greffant à côté du marché existant notre « espace producteurs » est devenu un lieu fréquenté par les consommateurs du marché. Le marché paysan a ainsi bénéficié de la clientèle du marché existant. »



## Les « marchés bios », une opportunité supplémentaire ?

Afin de créer une distinction supplémentaire de qualité, il est possible d'envisager la création d'un « marché paysan bio » en restreignant l'accès aux seuls producteurs pratiquant une agriculture biologique. Cependant, à l'expérience on constate que les valeurs communes partagées autour d'une agriculture paysanne des marchés paysans semblent être une garantie de qualité suffisante pour les consommateurs. Bien entendu, ceci n'empêche pas que les producteurs en agriculture biologique présents sur les marchés paysans doivent pouvoir être identifiés clairement par les consommateurs.

De plus, il sera beaucoup plus difficile de trouver un nombre suffisant de producteurs en agriculture biologique pour compléter le marché, notamment sur certaines productions spécifiques.

# Démarrer le marché

## ● Trois conditions à réunir pour un bon démarrage

Comme il a été précisé, trois conditions sont indispensables pour que le marché puisse démarrer dans les meilleures conditions possibles :

- avoir mobilisé un groupe de producteurs pour démarrer suffisamment grand (au moins une douzaine) et avec une gamme diversifiée de produits
- s'être assuré d'avoir un soutien politique de la municipalité et des associations de quartier pour permettre de « défendre » le projet de marché paysan
- avoir choisi un emplacement combinant un maximum de critères de fréquentation favorables.

Une fois ces conditions réunies et les partenariats établis, le marché paysan est prêt à démarrer... mais le travail n'est pas fini !

## Témoignage

« Le plus dur pour un marché c'est le démarrage. Il faut s'assurer d'avoir : une volonté politique, un bon emplacement et un bon groupe de départ avec un marché attrayant pour le client. »

## ● Un « squelette de marché » à bien réfléchir

Pour que le marché soit suffisamment attrayant, il est indispensable que les consommateurs puissent y trouver une large gamme de produits. On distingue des produits d'appel et des produits complémentaires. Les produits d'appel sont les légumes, les fruits, les œufs, le fromage et le pain qui sont indispensables sur le marché. Pour ces produits, il est souhaitable d'avoir plusieurs producteurs, et ce dès le démarrage. A ces produits, il est nécessaire d'ajouter des produits complémentaires : viande, volaille, miel, produits de la mer, conserves, etc... pour lesquels un seul stand suffira.

Enfin, une fois défini le squelette de marché avec plusieurs produits d'appel et produits complémentaires, il est possible d'envisager la présence de produits secondaires : plantes aromatiques, fleurs coupées, confitures, spiruline, graines germées, etc... Ces nouveaux produits permettent d'étoffer le marché et ainsi d'accroître son attractivité.



## Témoignages

« Il faut démarrer avec un noyau assez costaud ! On ne fait pas le détour pour acheter 3 bricoles et pour aller acheter ailleurs ensuite. »

« Le squelette du marché, ce sont de beaux stands. »

### Passer le cap difficile des premières années

Une fois lancé, le marché paysan devra faire ses preuves et se faire connaître pour atteindre un rythme de croisière. A l'expérience, on constate que deux années sont généralement nécessaires avant que le marché ne devienne profitable pour les producteurs et qu'une clientèle soit fidélisée. Il convient par conséquent de s'accrocher pour faire vivre le marché et d'être présent de manière régulière même lorsque cela ne semble pas rentable au début. En effet, durant ces premiers marchés, il est indispensable d'acquérir la confiance du consommateur et rien n'est pire qu'un marché paysan où les producteurs sont régulièrement absents.

### Témoignage

« Il faut compter au moins 2 à 3 ans avant que le marché ne soit reconnu et atteigne son rythme de croisière. Au départ, on a beaucoup « ramé ». Il a fallu faire beaucoup d'animations avec un groupe soudé qui s'est serré les coudes. »



### Un prix rémunérateur comme gage de confiance entre producteur et consommateur

La fixation du prix sur les marchés paysans doit permettre de rémunérer le producteur à hauteur de son travail. Idéalement, il est calculé à partir du prix de revient des produits concernés. Cependant, dans de nombreux cas (maraîchage diversifié par exemple) ce prix de revient est très difficile à calculer. Dans la pratique, on cherche à s'en approcher en se basant sur le temps de travail nécessaire à chacune des productions. Des formations existent pour apprendre à calculer au mieux le prix de revient et le prix de vente de ses productions. Enfin, on constate que les prix sont généralement lissés et restent ainsi les mêmes par saison.





# Faire vivre le marché et le faire reconnaître

## A RETENIR

*Durant les deux premières années en particulier, mais également par la suite, il va être nécessaire de faire connaître le marché et faire reconnaître sa spécificité en tant que marché paysan. Pour ce faire, la dynamique de groupe des producteurs est essentielle. Elle peut être favorisée par différentes actions.*



## Des valeurs communes à faire partager

Pour que le groupe des producteurs reste soudé, il est essentiel que les valeurs communes qui les motivent à se rassembler chaque semaine soient rappelées et partagées. La formalisation d'une charte du marché rédigée par le groupe de producteurs est une possibilité pour atteindre cet objectif.

Par ailleurs, la communication auprès des consommateurs doit aller dans ce sens. Des panneaux de présentation de chaque ferme explicitant les caractéristiques de chaque exploitation et leur mode de production sont également un outil intéressant pour communiquer les valeurs du groupe auprès des consommateurs.

## L'assemblée générale annuelle du marché

Une fois par an, une assemblée générale de marché permet de faire le point sur la manière dont le fonctionnement du marché est ressenti par chacun. Cette réunion d'environ une heure permet de prendre le temps de réfléchir en groupe sur la manière dont chacun veut que le marché avance. C'est également le moment de réfléchir aux productions manquantes sur le marché et de prévoir les animations à réaliser sur le marché. De plus, cette réunion permet d'élire les paysans référents organiseront la vie du marché, veilleront à son bon fonctionnement et le représenteront auprès des partenaires.

## • Des animations indispensables pour rythmer le marché

L'organisation régulière d'animations permet de regrouper les producteurs autour d'une dynamique commune en faisant bénéficier ainsi l'ensemble du marché. Régulièrement, chaque producteur s'engage à réaliser une animation autour d'un produit de saison. Ces animations peuvent également être organisées de manière collective par plusieurs producteurs. Enfin, ponctuellement (noël, anniversaire du marché, ...) l'ensemble des producteurs peut se mobiliser pour réaliser une animation commune.

Un accompagnement à la mise en place de ces animations peut être proposé à travers des formations courtes par exemple ou en échange de savoir-faire avec des paysans déjà expérimentés.

## • La communication par la presse

Lors de chaque animation ou évènement spécifique rythmant la vie du marché, il est indispensable d'en profiter pour faire connaître le marché paysan et ses spécificités par voie de presse. Un fichier avec les contacts de journalistes locaux peut être réalisé (journaux municipaux, presse quotidienne régionale, presse spécialisée culture et évènements, sites internet, ...). L'envoi systématique de communiqués de presse permettra de faire connaître le marché paysan, ses spécificités ainsi que l'animation qui va avoir lieu.

## • L'identification visuelle du marché

Sur place, il est nécessaire de marquer visuellement le marché pour l'identifier en tant que marché paysan. Plusieurs outils de communication peuvent être utilisés tels que banderoles, signalétique municipale, oriflammes, etc... Par ailleurs des commandes groupées de matériels tels que parasols, cabas ou sacs de marchés avec le logo du marché peuvent améliorer cette identification.



# L'importance d'un règlement intérieur pour organiser le marché

À l'expérience, force est de constater que l'ensemble des conflits ou désaccords qui ont pu être observés sur les marchés paysans peuvent être réglés en faisant référence au règlement intérieur des marchés paysans.

Ce règlement intérieur précise les conditions d'accès au marché, le fonctionnement du marché ainsi que les différentes étapes de la vie du marché.



## Témoignage

« Le règlement intérieur est très important pour le fonctionnement du marché. Au quotidien on n'en ressent pas le besoin, mais, dès qu'un problème se pose, on s'aperçoit que la réponse est dans le règlement intérieur. Ce règlement fait alors office de balise pour répondre au problème posé. »

Il convient de revenir sur certains points caractéristiques d'un marché paysan à mentionner dans un règlement intérieur :

## • Des marchés de producteurs

Sur les marchés paysans, seuls peuvent être présents des producteurs agricoles (à l'exception des artisans boulangers) et il est précisé que la présence du producteur est obligatoire. La vente ne peut donc pas être confiée à un salarié bien que le producteur puisse être assisté par des salariés.

Le producteur doit par ailleurs faire preuve de régularité dans cette présence et informer les clients et autres producteurs en cas d'absence exceptionnelle.



## • Un achat/revente strictement encadré

Seuls les produits issus de l'exploitation du producteur peuvent être vendus sur un marché paysan. Cependant, une tolérance est accordée uniquement dans le cas où, un accident exceptionnel survient pour une production habituellement produite par le producteur. A ce moment là, la possibilité d'avoir un achat/revente limité à 20% est possible. Il faudra par contre étiqueter le produit en mentionnant le producteur et, ce dernier, aura été visité par les producteurs comme dans le cas de l'entrée d'un nouveau producteur.



## • Des sacs biodégradables en remplacement des sacs plastiques

Sur les marchés paysans de l'ADEAR13, les sacs en plastique sont interdits. L'utilisation de sacs doit se limiter aux sacs biodégradables en amidon de maïs ou de pomme de terre. A l'usage, des commandes groupées sont organisées pour faciliter l'approvisionnement de ces sacs, réduire les coûts par l'attribution de subventions et permettre l'impression de logo de marché sur ces sacs.

# 7 Une fois le marché installé... accueillir de nouveaux producteurs

## Accueillir de nouveaux producteurs pour augmenter la fréquentation du marché

Une fois que le marché aura démarré et que la fréquentation sera en augmentation, il va falloir envisager l'entrée de nouveaux producteurs. En effet, l'expérience montre que l'augmentation progressive du nombre de producteurs n'engendre pas forcément une concurrence directe pour les producteurs déjà installés. Au contraire, une augmentation régulière et contrôlée du nombre de producteurs ira dans le sens d'une augmentation de la fréquentation du marché par les consommateurs.

Il est donc important d'envisager l'entrée de nouveaux producteurs et ce particulièrement pour les produits d'appel. Pour les produits complémentaires et produits secondaires, il est toutefois conseillé d'attendre un certain seuil de fréquentation avant de doubler les stands.



## Témoignage

« Lorsque Christophe est entré sur le marché avec une production proche de la mienne, mon chiffre d'affaires a baissé pendant les 2 premiers mois car il a fallu se partager les consommateurs. Mais, passé cette période, l'entrée de ce nouveau producteur a « boosté » le marché et a attiré de nouveaux consommateurs si bien que nos chiffres d'affaires respectifs ont augmenté et le mien est redevenu le même qu'auparavant. »

## • Une procédure d'entrée pour respecter les valeurs du marché

Lorsqu'une place est disponible sur un marché ou lorsqu'un producteur souhaite entrer sur le marché, il est nécessaire qu'il adresse une fiche de candidature qui détaillera de manière exhaustive l'ensemble de ses productions ainsi que son mode de production et sa motivation à entrer sur un tel marché.

Deux producteurs déjà présents sur le marché en question, dont un au moins de la production concernée, se rendront sur place afin de réaliser une visite pour faire connaissance avec le producteur candidat et vérifier la compatibilité de son exploitation avec le fonctionnement et les valeurs des marchés paysans.

## • L'apprentissage de la vente sur un marché paysan

Lors de la visite de la ferme, un rappel des valeurs communes partagées sur le marché s'impose. Il est nécessaire à ce moment que les producteurs déjà présents explicitent l'historique et le fonctionnement du marché et comment bien s'y intégrer. Si une charte du marché existe, il est nécessaire d'y faire référence.

Par la suite, si le producteur vend pour la première fois sur un marché paysan, il peut être utile de le conseiller sur les comportements à adopter face au consommateur : discours à tenir, savoir communiquer et présenter ses produits, comment bien rendre la monnaie, etc... Les producteurs déjà présents ont alors un rôle important de transmission des savoirs.

## Témoignage

« Lorsque'on démarre un marché, il y a des choses à apprendre : il faut savoir présenter ses produits sur le stand, adapter sa personnalité, savoir utiliser sa balance et même rendre la monnaie ; si tu fais des erreurs, les consommateurs perdent confiance. »



# Règlement\* intérieur des marchés paysans de l'ADEAR13

## Art. 1

### L'entrée des producteurs sur un marché

#### Art. 1, 1 : Les candidats

Peuvent être candidats

1. les exploitants agricoles qui sont bénéficiaires de l'Amexa
2. les cotisants solidaires dont l'activité agricole est l'activité principale, lesquels devront devenir exploitants agricoles dans un délai de 3 ans après leur arrivée sur le marché
3. les artisans boulangers à titre dérogatoire s'il n'y a pas de paysans boulangers candidat.

Les producteurs vendent directement et exclusivement des produits agricoles provenant uniquement de leur exploitation.

Le producteur s'engage à souscrire une assurance responsabilité civile concernant la vente sur les marchés, couvrant les risques inhérents à la vente ambulante de ses produits.

Le producteur reste responsable de ses obligations vis-à-vis des différents services de l'Etat (services, vétérinaires, répression des fraudes, services fiscaux, etc.).

Le producteur doit être à jour de son adhésion à l'ADEAR.

#### Art. 1, 2 : Déroulement de la candidature

Tout producteur qui souhaite intégrer un marché paysan doit en faire la demande à l'ADEAR. L'association lui fournit la charte, le règlement intérieur, et une fiche de candidature.

A réception par l'ADEAR du dossier complet (fiche de candidature renseignée, charte et règlement signés), la candidature suit plusieurs étapes:

- 1/ l'association vérifie auprès du ou des marchés pour lequel le producteur est candidat qu'il y a de la demande pour le produit proposé. Ceci se vérifie par :
  1. une discussion entre les producteurs du marché concernés (produits similaires)
  2. un vote de tous les producteurs du marché lors d'une réunion de marché (à bulletin secret si besoin)
  3. la soumission de la décision par le référent au conseil d'administration de l'ADEAR qui en dernière instance valide ou non la décision.

S'il n'y a pas de place, le candidat est informé que sa demande est mise en attente.

- 2/ s'il y a de la place pour le(s) produit(s), une visite d'exploitation est organisée avec deux paysans mandatés par l'ADEAR. Cette visite permet de vérifier la compatibilité de l'exploitation avec les principes de la charte des marchés paysans. C'est aussi l'occasion de mieux présenter au candidat le fonctionnement des marchés paysans et de lui faire connaître l'association. C'est aussi l'occasion de faire connaissance avec le candidat.



**3/** suite à la visite, un compte-rendu est transmis au conseil d'administration de l'ADEAR. Ce dernier rend alors un avis sur la candidature:

- soit la candidature est rejetée. Le candidat en est alors informé par courrier.

- soit la candidature est acceptée. Le candidat reçoit alors, par courrier, un accord du conseil d'administration. Cet accord précise sur quel marché le producteur est admis, et pour quels produits. L'admission d'un producteur sur un marché ne signifie pas nécessairement qu'il est autorisé à vendre l'ensemble des produits de son exploitation, mais seulement ceux spécifiés dans l'accord.

Seule la réception d'un accord écrit du conseil d'administration valide l'entrée d'un producteur sur un marché paysan. Cette entrée ne peut pas se faire avant réception de l'accord.

### Art. 1.3 : Délais de candidature

La réponse à une candidature dépendant de la disponibilité des bénévoles (visite, réunion du conseil d'administration), un délai d'environ deux mois doit être compté pour obtenir un accord. Pour une meilleure anticipation des planning de production, des candidatures groupées pourront être organisées en avant saison.

Tout producteur peut être sollicité par l'ADEAR pour aller visiter un candidat au marché.

### Art. 1.4 : L'entrée d'un nouveau produit sur un marché

Lorsqu'un producteur présent sur un marché paysan souhaite proposer un nouveau produit de son exploitation à la vente, qui n'avait pas été mentionné dans l'accord du conseil d'administration, il doit en faire la demande selon la même procédure que pour l'entrée d'un nouveau candidat (voir Art. 1.2).

Un accord écrit mis à jour avec le ou les nouveaux produits sera renvoyé par l'ADEAR au producteur concerné.

NB: pour le maraîchage, un nouveau légume n'est pas considéré comme un nouveau produit mais des conserves de légumes le sont.

### Art. 1.5 : Période d'essai

A l'entrée sur le marché, une période d'essai d'un mois permet de vérifier que le producteur respecte bien le règlement du marché. Il permet aussi au producteur de vérifier que le marché paysan lui convient. A l'issue de cette période d'essai, l'accord du conseil d'administration est donné pour une durée d'un an, tacitement reconductible. Le renouvellement pourra être, le cas échéant, soumis à une nouvelle visite.

Une copie de cet accord est envoyé pour information à la mairie du lieu du marché, aux référents du marché, et le cas échéant à l'association partenaire du marché.



### Art. 2

## Le fonctionnement du marché

### Art. 2.1 : Assiduité

Les producteurs s'engagent à être présents sur le marché tout au long de l'année, à l'exception des périodes d'arrêts saisonniers de la production (par exemple mises bas), ou des vacances de l'exploitant. En cas d'absence, le producteur s'engage à prévenir à l'avance les autres producteurs du marché et les clients.

### Art. 2.2 : Vente

La vente doit être assurée par le producteur ou un membre de sa famille ou, à titre exceptionnel, un salarié de l'exploitation ne travaillant pas à l'usage unique de la vente.



### Art. 2, 3 : Achat / revente

Les producteurs s'engagent à vendre uniquement les produits de leur exploitation. Toutefois, pour avoir un maximum de choix sur le marché, les producteurs peuvent se fournir ailleurs pour les produits qu'ils produisent mais qu'ils n'ont pas de façon temporaire, à certaines conditions :

- Le producteur qui « dépanne » doit être agréé par l'ADEAR et doit fournir les mêmes garanties que les producteurs exposants.

- Ce « dépannage » ne doit pas dépasser 20% de la valeur des produits des ventes de la journée.

- Le lieu de provenance des produits doit être signalé par l'étiquette du producteur.

Ce dépannage doit bien évidemment s'effectuer dans le respect de la réglementation en vigueur.

### Art. 2, 4 : Relation aux consommateurs

Dans un souci de transparence, les producteurs s'engagent à communiquer, auprès des consommateurs, sur leur exploitation et leur mode de production, notamment par un panneau de présentation de leur ferme.

### Art. 2, 5 : Sacs et cabas

Les sacs plastiques à remettre aux consommateurs sont interdits sur les Marchés Paysans. L'utilisation du 'panier' doit être vivement recommandée. Quand les sacs sont indispensables, les producteurs utiliseront des sacs biodégradables. Des commandes groupées pourront être organisées.



## Art. 3

## La vie du marché

Les marchés paysans existent grâce à l'implication de chacun, tant dans le projet collectif du marché que dans la vie de l'association ADEAR. Cela implique que chacun, à sa mesure, participe à la vie du marché et en assure la gestion.

La vie du marché est rythmée par un certain nombre d'évènements auxquels chacun doit prendre part :

### Art. 3.1 : Les animations

la plupart des marchés organisent régulièrement des animations dans le but de dynamiser le marché, au bénéfice de tous. Ces animations sont décidées en assemblée générale du marché en début de saison puis organisées soit par un producteur autour d'un produit spécifique, soit collectivement. Il est important que chaque producteur s'engage à participer aux animations selon le calendrier décidé en AG. Dans certains cas, une participation financière pourra être demandée aux producteurs pour financer des frais spécifiques liés à une animation (ex: musiciens, etc.). Les frais relatifs à des animations individuelles sont pris en charge par le producteur concerné.

### Art. 3.2 : Les réunions de marché

Elles peuvent être organisées ponctuellement, à la fin du marché, en fonction des questions à traiter. Chacun est tenu d'y participer. C'est l'occasion de donner son avis sur le fonctionnement et la vie du marché.

### Art. 3.3 : L'assemblée générale du marché

Organisée une fois par an, elle permet de faire le point sur l'année écoulée, et de définir le calendrier des animations pour l'année à venir. Elle permet aussi de faire le point sur les nouvelles candidatures ou les nouveaux produits présents sur le marché. Tout producteur est tenu d'y participer. En cas d'absence, le producteur ne pourra pas revenir sur les décisions qui auront été prises (entrée d'un nouveau producteur, etc.).

## Art. 3.4 : L'assemblée générale de l'ADEAR13

Les marchés paysans fonctionnent grâce au rôle joué par l'association, d'abord pour leur lancement, puis pour leur gestion. Chaque producteur présent sur un marché paysan est adhérent de l'ADEAR13. Il doit donc participer à l'assemblée générale annuelle de l'association. C'est à cette occasion que sont validées les propositions d'investissement en matériel sur les marchés, que les règlements des marchés peuvent être modifiés, que le montant de la cotisation est voté. C'est aussi l'occasion de faire le point sur l'ensemble des actions de l'ADEAR, et d'élire le conseil d'administration.

### Art. 4

## Les marchés et l'ADEAR13

### Art. 4.1 : Les référents

Chaque marché désigne deux paysans référents du marché à l'occasion de son assemblée générale. Le rôle des référents est de faire le lien avec le conseil d'administration de l'ADEAR, et avec les animateurs. Ils veillent au bon fonctionnement du marché. Ils fédèrent les producteurs, et ont un rôle de médiateur en cas de problème. Ils organisent les réunions de marchés avec les animateurs. Ils gèrent l'entrée de nouveaux produits sur le marché. Ils font remonter les demandes ou les problèmes à l'ADEAR.

Les référents sont invités au moins une fois par an à participer au conseil d'administration, et à chaque fois que le CA le juge nécessaire.

Cependant l'implication des référents ne doit pas faire oublier que chacun est co-responsable de la vie du marché.

### Art. 4.2 : Les animateurs

L'ADEAR met à disposition des marchés paysans du temps d'animateurs salariés. Ces animateurs appuient les référents et les producteurs dans la vie du marché et dans l'organisation des animations. Ils appuient les marchés pour la promotion et la relation

avec les médias. Ils suivent les démarches administratives et les relations avec les partenaires (mairie, association). Ils recherchent des subventions pour financer la vie des marchés et les investissements (panneaux, sacs, ...).

## Art. 4.3 : Le conseil d'administration de l'ADEAR13

Le conseil d'administration gère l'ensemble des activités de l'association. Concernant les marchés paysans, il valide et contrôle les entrées et sorties des producteurs sur les marchés. Il est légitime pour gérer les cas litigieux qui ne trouvent pas de solution à l'échelle du marché.

Le CA représente aussi les marchés auprès des instances publiques, des partenaires et des financeurs.

Une association locale peut aussi être partenaire de l'organisation du marché.

### Art. 5

## Exclusion d'un producteur

La radiation d'un producteur ne respectant pas ses engagements ou ne payant pas sa cotisation peut être prononcée par le conseil d'administration de l'ADEAR13.

Cette radiation est notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception, si après discussion avec les référents du marché et/ou envoi d'un courrier d'avertissement, le producteur ne respecte toujours pas ses engagements.

Une copie de la radiation est adressée aux référents du marché, aux services municipaux concernés, et, le cas échéant, à l'association partenaire.



# Charte des marchés paysans de l'ADEAR13



ADEAR 13

Les marchés paysans de l'ADEAR13 permettent à des producteurs autonomes de vivre dignement de leur métier en proposant des produits frais, locaux, de saison et de qualité à des consommateurs responsables.

Ce sont des lieux de convivialité et de rencontre où l'échange y est favorisé, notamment par une pédagogie alimentaire et une communication accrues entre producteurs et consommateurs.

Un modèle d'agriculture y est défendu par une transparence dans les modes de production et par la valorisation de pratiques agricoles inscrites dans une démarche d'agriculture paysanne.



## 1 Favoriser l'installation et le maintien de paysans

Le marché paysan est un modèle innovant de commercialisation en circuit court ancré dans son territoire. Contrairement aux marchés classiques de revendeurs, il est réservé en priorité aux producteurs agricoles qui y vendent leur production.

Le marché paysan est ainsi un réel outil du développement rural en contribuant à l'installation et la pérennisation de fermes adaptées à ce mode de commercialisation.

## 2 Rémunérer le travail des paysans

Le marché paysan caractérise au mieux ce qu'on appelle une vente directe puisqu'il n'y a pas d'intermédiaire entre producteurs et consommateurs.

Ce mode de commercialisation permet de revaloriser le paysan et son travail. Il vise ainsi à procurer un revenu viable aux producteurs permettant ainsi de favoriser leur autonomie et créer des emplois.

### 3 Défendre la souveraineté alimentaire et une agriculture de proximité

---

Le marché paysan est un lieu d'achats et de ventes éthiques si bien qu'on peut le considérer comme étant d'utilité publique. C'est une alternative de commercialisation qui permet de soutenir la production locale.

On peut le considérer comme une solution d'avenir qui promeut une agriculture paysanne locale permettant de répondre à des enjeux plus globaux.

### 4 Promouvoir une relation équitable et transparente entre les producteurs et les consommateurs

---

Le marché paysan permet une reconnexion du monde urbain avec le milieu rural en créant de nouveaux liens entre ville et campagne.

C'est un lieu régulier d'échange et de solidarité entre des producteurs agricoles et des consommateurs urbains. La transparence envers les consommateurs y est réelle tant sur les méthodes de production que sur les prix.

### 5 Créer un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

---

Chaque semaine, le marché paysan devient un lieu incontournable de découverte et de convivialité. C'est un espace de plaisir et d'échange où l'on se rencontre entre producteurs, entre consommateurs mais également entre consommateurs et producteurs.

Les qualités d'accueil contribuent au bien-être et à la qualité de vie du quartier et par extension à celle de la ville. Des animations ponctuelles peuvent également avoir lieu.

### 6 Proposer des produits agricoles frais, locaux, de saison et de qualité

---

L'engagement des producteurs permet d'assurer la bonne qualité gustative et sanitaire des produits. Le choix de proposer des produits frais et de saison permet d'avoir accès à une gamme de produits originaux en termes de goût, de couleurs, de variétés...

Les méthodes de culture pratiquées cherchent également à favoriser la qualité des produits vendus.

### 7 Respecter l'environnement et économiser les énergies sur les fermes

---

Les producteurs des marchés paysans sont inscrits dans une démarche d'agriculture paysanne. A ce titre, ils ont des méthodes de production qui visent à respecter les cycles naturels et leur environnement. Le raisonnement à long terme, le respect de la nature, des animaux et de la saisonnalité sont favorisés dans les actes de production. De fait, sont exclues les productions hors-sol, les serres chauffées et les productions à base d'OGM.



# Le Marché Paysan du Cours Julien (Marseille)

## Un marché paysan avec une gestion tripartite

Créé en 2001, le marché paysan du Cours Julien est le premier marché paysan des Bouches-du-Rhône. Il est né de la rencontre entre un groupe de paysans militants issus de la Confédération Paysanne et des responsables d'une association de quartier, l'Association Cours Julien, lors de manifestations organisées en réaction aux crises de la filière fruits et légumes qui se succèdent à la fin des années 2000.

Ce marché est implanté au cœur de Marseille sur un lieu de passage : une place qui bénéficie de nombreux commerces et services alentour. Le nombre de producteurs passe de 12 producteurs à 29 en 2011. En l'espace de 10 ans, le marché est devenu un véritable lieu de rencontre et de convivialité hebdomadaire et sa fréquentation est de plus de 2000 consommateurs chaque mercredi matin.

La gestion du marché est déléguée à l'Association Cours Julien qui joue le rôle d'intermédiaire entre la mairie et l'ADEAR13. Cette association est indispensable dans le bon fonctionnement de ce marché et a contribué à son rapide développement et à sa reconnaissance. Une DSP (Délégation de Service Public) de la part de la Ville de Marseille précise que l'Association Cours Julien est juridiquement responsable de l'organisation du Marché Paysan. La commune perçoit les droits de place et les producteurs restent soumis au règlement des marchés de la Ville de Marseille.

Une convention de partenariat entre l'Association Cours Julien et l'ADEAR13 précise les rôles de chacun :

- l'Association Cours Julien assure les relations avec les services municipaux ; l'ADEAR13 assure celle avec les producteurs
- la communication est à la charge de l'Association Cours Julien
- toute nouvelle demande d'inscription doit être étudiée conjointement par les deux associations.

En pratique, l'Association Cours Julien est l'interlocuteur de la mairie et des consommateurs et mène un travail de qualité sur :

- la mise en œuvre d'un programme d'animations mensuelles réalisées par les producteurs autour de produits de saison
- la communication (dossiers de presse, communiqués de presse mensuels, animations)
- la relation avec la Mairie (proposition d'une charte, gestion des emplacements, du nettoyage, des parkings, de l'électricité, etc...)
- l'identification dans le quartier.

L'ADEAR13 en tant qu'organisation collective de producteurs assure les relations avec les producteurs et s'occupe notamment de :

- l'entrée des nouveaux producteurs
- la définition de règles de fonctionnement et l'application du règlement intérieur
- la réalisation de commandes groupées de matériel (sacs biocompostables, cabas, parasols, etc...).



# Le Marché Paysan de La Gavotte (Les Pennes-Mirabeau)

## Un marché paysan en gestion directe avec la mairie

Créé en 2005, le marché paysan de la Gavotte est né de la volonté d'un conseiller municipal de mettre en place ce type de marché sur sa commune et de dynamiser un quartier. La rencontre avec un responsable de l'ADEAR13 a permis de bénéficier de l'expérience de cette association de producteurs dans la création de marchés paysans.

Face à cette décision politique, la municipalité a en effet tendance à attendre un projet « clé en main » pour répondre à leur attente. La principale difficulté réside notamment dans la gestion des entrées et sorties de producteurs sur le marché. La décision est donc prise de mobiliser les forces de l'ADEAR13 pour constituer un groupe de paysans suffisamment nombreux pour pouvoir débiter ce marché.

Une période de deux ans s'écoule alors durant laquelle quelques réunions techniques seront organisées entre un groupe de paysans moteurs et les élus municipaux. Pour finaliser le projet, les salariés de l'ADEAR13 y ont également participé.

Ce marché est situé sur un parking à proximité de commerces et de services ; ce n'est pas un lieu de passage mais c'est un lieu facilement accessible. Ce n'est qu'au bout de 2 ans qu'une clientèle fidèle s'est établie et que le marché a atteint son rythme de croisière. Le marché paysan de La Gavotte est l'exemple réussi d'un vrai marché paysan municipal. Le soutien de la Mairie a été présent dès le départ pour porter ce projet. Par la suite, elle a su se positionner en faveur du marché face aux commerçants opposés à ce projet craignant une possible concurrence. Aujourd'hui, ce marché représente un véritable service complémentaire à la population. En 2011, il compte 18 producteurs et une fréquentation de 500 consommateurs chaque samedi matin.

Dans le cas du marché de La Gavotte, l'ADEAR13 est en partenariat direct avec la municipalité qui gère le marché. Une délibération de la mairie précise l'accord entre la mairie et l'ADEAR13. L'ADEAR13 a à sa charge « la mise en place, le suivi, l'animation et l'agrément des producteurs selon une charte de qualité. »

Par ailleurs, une convention de partenariat précise l'accord entre les deux structures. Il y est convenu que :

- la ville des Pennes-Mirabeau assure les relations avec les services municipaux et que l'ADEAR13 assure celle avec les producteurs
- la communication est réalisée en accord entre la ville des Pennes-Mirabeau et l'ADEAR13
- toute nouvelle demande d'inscription doit être étudiée et entérinée par l'ADEAR13, dans le cadre de la charte de qualité adoptée par tous les producteurs fermiers candidats
- les droits de place seront perçus par la commune.



Pour aller plus loin...

## AFIP BOURGOGNE

Construire ensemble des circuits alimentaires de proximité.  
AFIP Bourgogne, CFPPA de Montmorot, 2009.

## ARDEAR Rhône Alpes

L'agriculture paysanne, une réelle alternative. Lyon, ARDEAR, 2004.

## CHAFFOTE Lydie, CHIFFOLEAU Yuna

« Vente directe et circuits courts : évaluations, définitions et typologie »  
*Les Cahiers de l'Observatoire CROC*, n°1, février 2007. <http://www.equal-croc.eu>.

## CORDELLIER S.

« Quelles finalités économiques et sociales pour les circuits courts ? »  
*Transrural initiatives* n°313, 2006, p.3 à 4.

## FRANCOIS M.

« Commercialiser les produits locaux : circuits courts et circuits longs »  
*Cahier de l'innovation*, Observatoire Leader, n°7, 2000.

## MARECHAL Gilles

Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires.  
Editions Educagri, 2008.

## Transrural Initiatives

Dossier Longue vie aux circuits courts, 1 et 2, n°313 et 333, 2006, 2007.

