

État des lieux des marchés forains en Ile-de-France

Les marchés occupent une place encore importante en termes d'approvisionnement et d'animation pour les centres villes et les quartiers en Ile-de-France.

Si 30 % des ménages français s'y rendent et 12 % s'y approvisionnent deux fois par semaine en 1998, les Franciliens y vont plus volontiers que les provinciaux.

À la veille de l'application des nouvelles normes d'hygiène, l'Iaurif a réalisé une enquête pour mieux connaître les marchés forains de la région.



J.L. Daniel, Médiathèque Iaurif

Le suivi réalisé par les Chambres de Commerce et d'Industrie a permis de faire une estimation des marchés en Ile-de-France : sans compter les marchés spécialisés ou occasionnels, la région en compterait entre 600 et 700 au total.

Pour mieux connaître les caractéristiques de ces marchés, une enquête a été réalisée auprès des communes de plus de 1 000 habitants. Sur les communes destinataires du questionnaire, 80 % y ont répondu et parmi elles, 328, soit 62 %, disposent d'un ou plusieurs marchés, 514 marchés au total ont été recensés. Bien qu'incomplètes, les réponses à l'enquête donnent donc une image représentative de la géographie des marchés et de leurs caractéristiques.

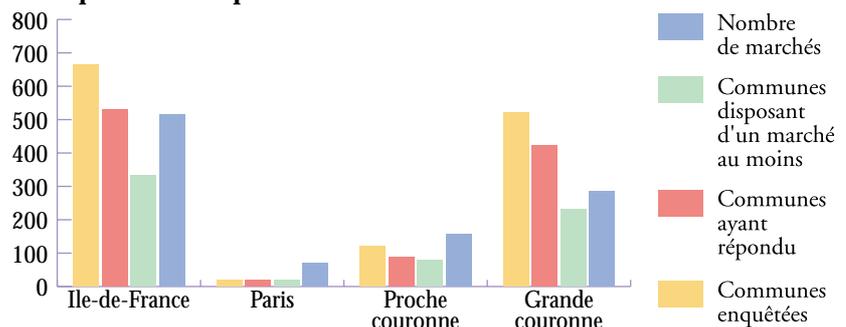
Une forte proportion de petits marchés

À Paris, tous les arrondissements en sont dotés ; en proche couronne neuf communes seulement n'en disposent pas. **Le taux d'équipement est beaucoup plus faible en grande couronne**, 55 % en moyenne sur les quatre départements, avec un niveau nettement plus élevé dans le Val d'Oise. Les communes disposant de plusieurs marchés sont à quelques exceptions près, toutes localisées à Paris et en proche couronne ou en bordure immédiate de celle-ci.

Si la présence d'un marché est fortement corrélée avec la taille de la



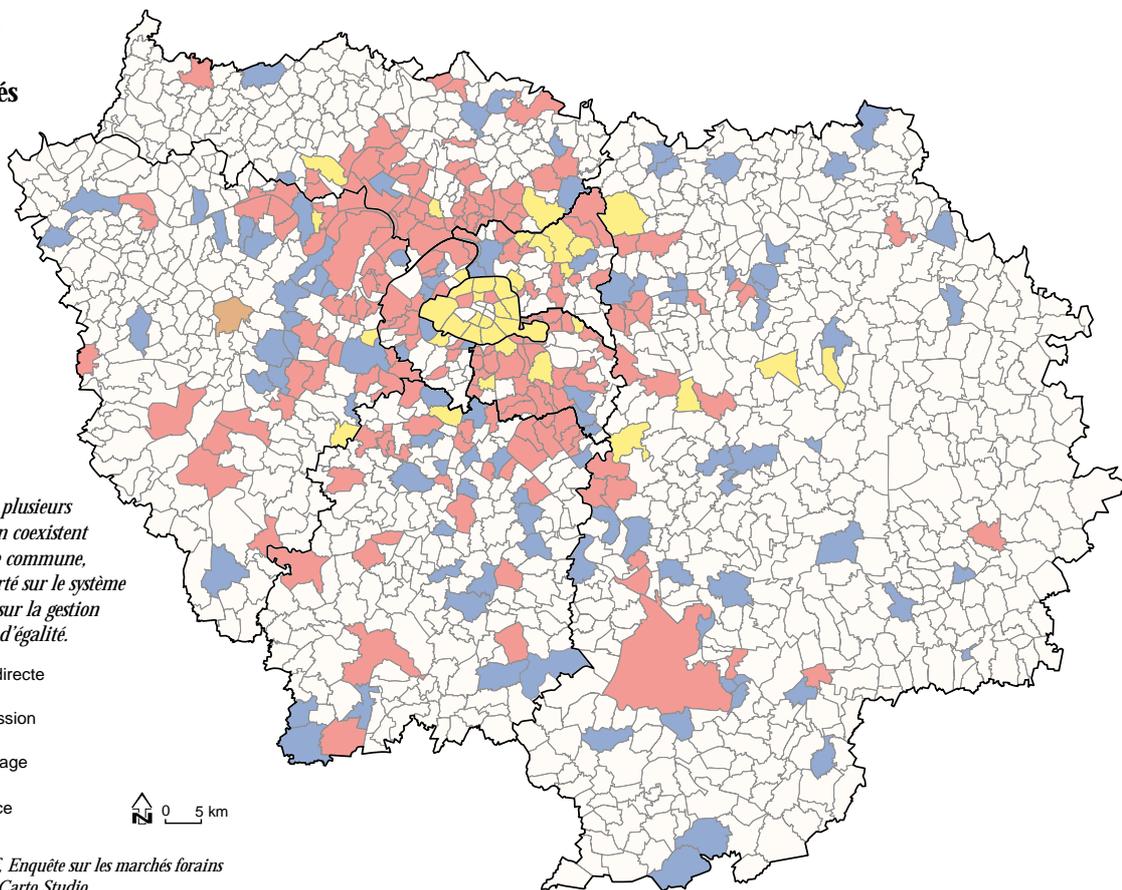
Les réponses à l'enquête



Source : Iaurif, Enquête sur les marchés forains d'Ile-de-France, second semestre 1999



Les modes de gestion des marchés



Source : © Laurif, Enquête sur les marchés forains d'Ile-de-France / Carto Studio

commune, la densité des forains rapportée à la population est très variable (de moins de 1 à 53), et se situe autour d'une moyenne de 7 forains pour 1 000 habitants.

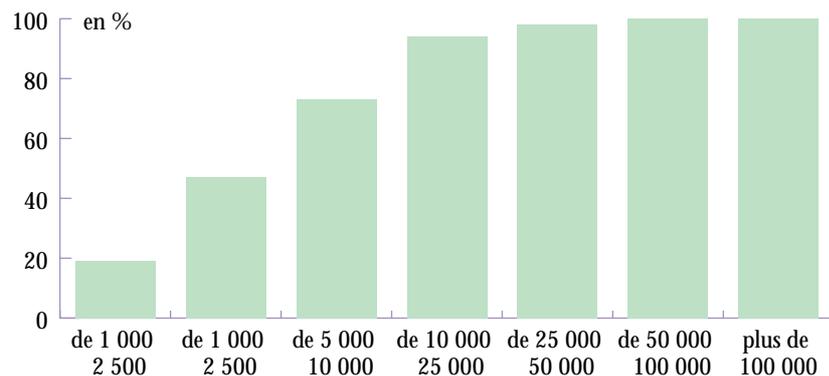
La taille moyenne des marchés est de 50 forains par marché, cepen-

dant, le poids des plus petits est important : 65 % comptent en effet moins de 50 forains et 35 % moins de 20. Cette situation est préoccupante dans la mesure où ce sont précisément les plus petits marchés qui ont du mal à se maintenir et dont la

mise aux normes est la plus difficile à réaliser. Un phénomène d'autant plus préoccupant que les statistiques prennent en compte le total des commerçants — abonnés⁽¹⁾ et volants⁽²⁾ — le jour le plus fréquenté de la semaine.

Bien que minoritaires, 46 % des marchés disposent d'une structure couverte (10 % de halles fermées et 36 % de halles ouvertes). Comparé à la situation française où huit marchés sur dix sont des marchés de plein vent, cette situation est une spécificité francilienne.

Part des communes disposant d'un marché en fonction de leur population



Source : Laurif, Enquête sur les marchés forains d'Ile-de-France, second semestre 1999

(1) Les abonnés sont titulaires d'un emplacement réservé et payent un abonnement pour un ou plusieurs jours par semaine.

(2) Les volants ne disposent pas d'emplacement réservé et le placier leur est attribué un selon leur ordre d'arrivée et la nature des produits vendus.

(3) Cette notion peut correspondre aussi bien à une création ex nihilo qu'à un transfert de marchés sur une autre ville.

**Beaucoup
de créations en 20 ans,
mais une moindre vitalité
des marchés de semaine**

L'enquête a fait apparaître une forte vague de créations⁽³⁾ de marchés depuis 1970. 182 sont en effet postérieurs à cette date, et le mouvement s'est poursuivi au cours de la dernière décennie, période pendant laquelle plus de 60 marchés ont été créés. On note un nombre important de créations en Seine-et-Marne et dans les Yvelines, deux départements connaissant une forte croissance démographique. Une majorité de marchés (57 %) fonctionne deux fois par semaine. Les marchés couvrent tous les jours de la semaine, à l'exception du lundi. Se calant sur la disponibilité

de la clientèle, ils se tiennent plus souvent le week-end et le mercredi. Du fait de la diminution de la fréquentation et d'un plus faible pouvoir d'achat ces jours-là, les marchés de semaine sont moins rentables pour les commerçants : **le nombre de commerçants peut donc aller du simple au triple pour un même marché, selon qu'il se tient en semaine ou le week-end.**

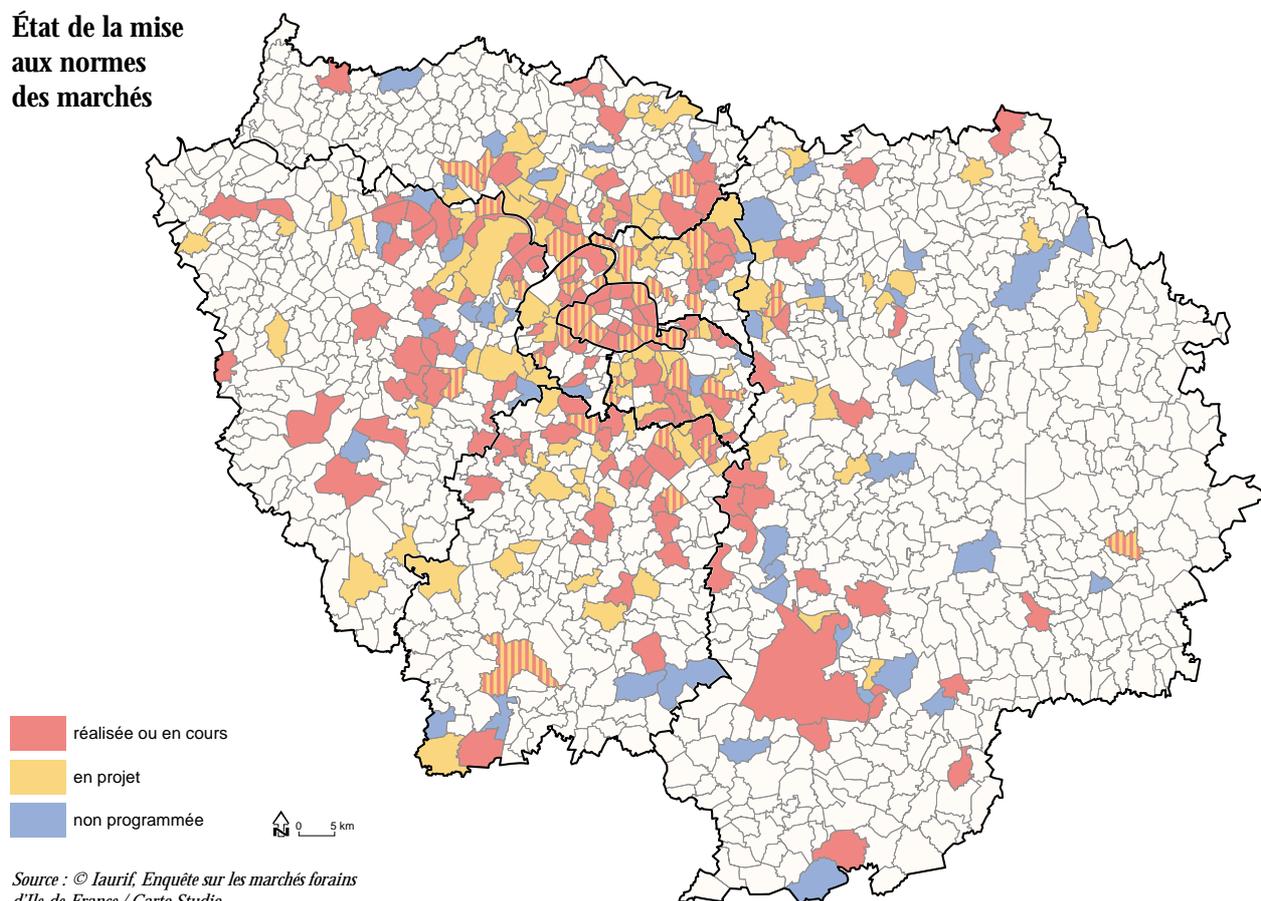
Un certain nombre d'initiatives pour adapter les horaires des marchés au nouveau rythme de vie des ménages ont été répertoriées (par exemple en soirée). Si elles sont encore minoritaires (42 au total dont 25 marchés d'après-midi), ces expériences sont une voie à explorer à condition qu'elles soient tentées sur des sites bien localisés par rapport aux flux de clientèle.

**La concession,
un mode de gestion
privilegié en Ile-de-France**

La concession est le système de gestion le plus répandu en Ile-de-France, il concerne 55 % des marchés contre seulement 23 % en régie directe et 21% en affermage. Il s'agit d'une spécificité francilienne : 80 % des marchés français étaient en effet en régie directe en 1994. Le système de gestion déléguée est très concentré en Ile-de-France : huit sociétés se partagent 95 % du marché, et à elles seules, les deux premières (Géraud, Lombard et Guérin), gèrent plus de la moitié des marchés.

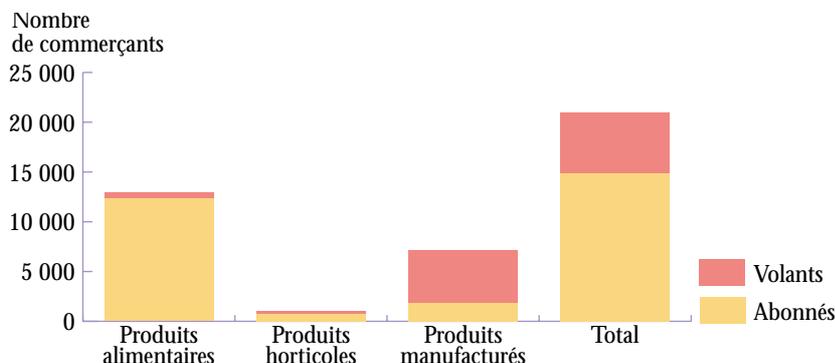
Le rapport de force entre la commune et le délégataire se fait souvent au détriment de la première : les collectivités

**État de la mise
aux normes
des marchés**



Source : © Iaurif, Enquête sur les marchés forains d'Ile-de-France / Carto Studio

Nature de l'offre sur les marchés



Source : Laurif, Enquête sur les marchés forains d'Ile-de-France, second semestre 1999

locales multiplient les critiques à l'égard de ce système. Elles évoquent la difficulté à remettre en cause le lien contractuel avec le délégataire en cas de problème, la complexité juridique des contrats en raison de leur ancienneté et de la multiplication des avenants, enfin la difficulté du contrôle financier par la commune de la prestation du délégataire.

Une évolution préoccupante des marchés

L'enquête a montré que l'ensemble des marchés franciliens totalisent près de 15 000 abonnés et 6 000 volants⁽⁴⁾, 18 % exercent leur activité sur les marchés parisiens, 37 % en proche couronne, et 45 % en grande couronne.

Plus on s'éloigne du centre de l'agglomération et plus la proportion des

volants s'accroît : 15 % à Paris, 28 % en proche couronne et 34 % en grande couronne. Près des deux tiers des commerçants non sédentaires proposent des produits alimentaires, un tiers des produits manufacturés ; les fleuristes tiennent une place non négligeable (4 % de l'offre) qui témoigne de l'intérêt croissant des consommateurs pour ces produits. Les résultats de l'enquête confirment une tendance déjà observée dans le passé : **30 % des marchés franciliens enregistrent une baisse de l'offre de produits alimentaires au profit des produits manufacturés.**

La dynamique des marchés a été étudiée au regard de deux critères, l'évolution de la fréquentation du marché par les commerçants et par la clientèle au cours des cinq dernières années. **Pour quatre marchés sur dix, le niveau de fréquentation par la**

(4) Dans cette approche, abonnés et volants peuvent fréquenter plusieurs marchés.

La réglementation relative à la mise en conformité des marchés

La directive européenne du 14 juin 1993 détermine des objectifs généraux d'hygiène pour assurer la sécurité alimentaire des consommateurs, à charge pour les états membres de prendre des mesures adéquates. Elle a été traduite dans la réglementation française par l'arrêté du 9 mai 1995. Celui-ci réglemente l'hygiène des aliments remis directement au consommateur, il poursuit trois objectifs : éviter toute contamination ou détérioration des denrées alimentaires, maîtriser la contamination entre produits de nature différente et conserver les denrées à des températures précises. Il définit des obligations pour le gestionnaire portant sur l'aménagement et l'équipement du marché (protection contre les sources de pollution, équipement en fluides et sanitaires), sur l'évacuation des déchets et le nettoyage du marché. Quant aux professionnels, ils doivent respecter les règles d'hygiène dans le cadre du transport, du stockage, de la manipulation des aliments et respecter les températures de conservation des aliments (maintien de la chaîne du froid). L'article 10 de l'arrêté a accordé une dérogation jusqu'au 15 mai 2000 pour l'application des températures de conservation des aliments vendus sur les marchés de plein vent antérieurs à la date de l'arrêté. Ce texte est complété par l'arrêté du 20 juillet 1998 qui définit les conditions techniques et sanitaires appliquées au transport des aliments.

État d'avancement de la mise aux normes des marchés	Mise aux normes réalisée		Mise aux normes en cours		Mise aux normes en projet		Mise aux normes ni réalisée, ni en cours, ni en projet		Total des marchés	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
Paris	4	6	49	69	7	10	11	15	71	100
Proche couronne	35	22	40	25	74	47	9	6	158	100
Grande couronne	83	29	50	18	103	36	49	17	285	100
Ile-de-France	122	24	139	27	184	38	69	13	514	100

Source : Laurif, Enquête sur les marchés forains d'Ile-de-France, second semestre 1999

Les différents modes de gestion des marchés

Les marchés forains sont des services publics à caractère industriel et commercial et relèvent de la responsabilité municipale. Quel que soit le mode de gestion choisi, le maire joue un rôle déterminant dans la gestion des marchés (en particulier l'élaboration du règlement intérieur et la fixation des droits de place).

Les modes de gestion les plus fréquemment observés sont :

- la régie directe : le fonctionnement du marché et sa gestion sont assurés par la municipalité, en particulier l'attribution des places aux «volants» et la perception des droits de place confiée à un placier qui est un employé municipal ;
- la gestion déléguée : le choix du délégataire est obligatoirement précédé d'un appel d'offres depuis la loi Sapin de 1993.

Dans le cas d'une **concession** et sur la base d'un cahier des charges, le concessionnaire prend en charge la construction des bâtiments ou équipements et l'exploitation du marché. Le contrat d'**affermage** comprend les mêmes clauses que la concession, à la différence près que les équipements sont fournis par la commune et mis à disposition du fermier.

clientèle et les commerçants est en diminution. La situation semble plus critique dans deux départements —la Seine-Saint-Denis et le Val d'Oise— où respectivement, 40 % et 36 % des marchés voient leur fréquentation baisser. En revanche, les marchés essoniens et parisiens connaissent une plus forte vitalité.

Parmi les principaux problèmes identifiés par les gestionnaires, ceux **liés à l'accessibilité** (absence ou insuffisance de stationnement, localisation inadaptée et mauvaise visibilité du marché) ont été cités dans 38 % des cas, les problèmes liés à **la fréquentation** (désaffection des marchés de semaine par la clientèle et par les commerçants), et à **l'inadaptation de l'offre**

(marché trop petit, dégradation de la qualité des produits) viennent en second. La concurrence exercée par d'autres formes de distribution (autres marchés mais surtout grande distribution) est évoquée dans 20 % des cas.

Paradoxalement, peu de réponses (8 %) mettent en avant le problème de la mise en conformité des marchés. Il en est de même pour l'insécurité qui concerne très peu de communes. Enfin, un problème non évoqué dans l'enquête mais évoqué dans les entretiens menés dans le cadre de cette étude, est le difficile renouvellement des effectifs dans les métiers de bouche et la diminution du professionnalisme des commerçants forains.



J. L. Daniel, Médiathèque Laurif

Retard dans la mise en conformité des marchés

Depuis le 16 mai 2000, la totalité des marchés, équipements et commerçants concernés, doivent répondre aux normes imposées par la réglementation (voir le premier encadré). À la date de l'enquête, seuls 24 % des marchés franciliens ont été mis aux normes. Cette mise au norme est par ailleurs en cours dans 27 % d'entre eux et en projet dans 38 % des cas. Il existe encore 13 % des marchés pour lesquels cette question n'est pas encore d'actualité.

La dérogation ne s'appliquant pas aux marchés couverts, et ceux-ci représentant près de 50 % de l'échantillon, on constate donc que le processus de mise en conformité connaît un retard significatif. Plusieurs raisons expliquent ce retard. **Tout d'abord, une**

Aides à la création, restructuration et mises aux normes

Seules les aides aux municipalités sont décrites ci-dessous.

- Subvention de l'État : le FISAC (Fonds d'intervention pour la sauvegarde de l'artisanat et du commerce) finance les dépenses d'investissement (subvention maximum de 2,5 millions de francs hors taxes par an sur trois ans) et certaines dépenses de fonctionnement (études en amont par exemple).
- Subvention de la région d'Ile-de-France par le biais des contrats ruraux (communes de moins de 2 000 habitants) et régionaux (communes de plus de 2 000 habitants) qui financent des projets de développement portant sur trois opérations au minimum.
- Subvention départementale : deux conseils généraux, le Val d'Oise et l'Essonne, ont mis en place des dispositifs en faveur de la revitalisation des marchés ou sont en voie de le faire.

méconnaissance par les communes de la réglementation et des règles précises à mettre en œuvre, et ce jusqu'à une date récente. La prise de conscience de cette situation par les chambres consulaires a conduit à l'édition de guides d'information. Aujourd'hui encore, la technicité de ces aménagements et leur adaptation à des contextes toujours particuliers rendent nécessaires une concertation en amont avec l'ensemble des acteurs concernés.

La seconde raison est **le coût élevé généré par ces aménagements aussi bien pour les collectivités locales que pour les commerçants.** Des investissements d'autant plus lourds que la mise en conformité est souvent l'occasion pour la commune de mener une opération de restructuration plus complète sur le marché. Pour les professionnels, le respect de la chaîne du



B. Gegauff, Médiathèque Iaurif

froid nécessite l'acquisition de matériels coûteux, difficilement compatible avec le chiffre d'affaires de ces professions. Aujourd'hui, une ques-

tion se pose : avec quelle sévérité seront effectués les contrôles sur l'application des nouvelles règles par les administrations concernées ?

Pour en savoir plus

Les marchés forains en Ile-de-France, étude réalisée dans le cadre du Contrat d'objectifs État/Région par Carole Delaporte et Isabelle Chagnot.

Contacts utiles

CCIP (Chambre de commerce et d'industrie de Paris), tél siège 01 55 65 55 65.
CCI Versailles Val d'Oise-Yvelines, tél 01 30 84 78 78.
CCI de l'Essonne, tél 01 60 79 91 91.
CCI de Meaux, tél 01 64 36 32 57.
CCI de Melun, tél 01 64 52 45 01.
CCIP - 75, tél 01 53 40 46 00.
CCIP - 92, tél 01 46 14 26 26.
CCIP - 93, tél 01 48 95 10 00.
CCIP - 94, tél 01 49 56 56 00.
Centre local d'Action Qualité (CLAQ), tél 0139 50 14 54.
Conseil Régional d'Ile-de-France, DAVT, tél 01 53 85 71 02.
Direction régionale du commerce et de l'artisanat (DRCA), tél 01 43 19 36 36.