

# **Le marché**

## **La préparation**

En été il faut 10 h de préparation d'un marché et 8 h de vente. La production est maximum.

En hiver, il faut 5 h de préparation et 5 h de vente. Le mauvais temps, les jours courts et la fin des productions divisent le temps presque de moitié.

C'est une contrainte assez importante qui implique que l'exploitant gère bien ses suivis de cultures et apprécie le système de vente directe.

## **Le lieu**

Le marché de Saint-Brieuc a lieu les mercredi et samedi matin, place Saint-Anne. Un parking gratuit est mis à disposition par la ville à 500 m. Les véhicules déchargeant doivent dégager la place à 8h00 (8h30 l'hiver). Des bornes électriques sont mises à disposition.

Sur le site se trouvent 6 étales de légumes en bio, plus 3 de pain, 1 de galettes, 1 de fromage, 1 de poulets/moutons bio, et 2 de légumes en conversion.

Jean-François est le plus ancien producteur du marché car il occupe une place depuis 1985. De ce fait il a pu se constituer une clientèle très fidèle. Son étale, de 8 x 2,5 m avec un couloir et une ligne de cageots, est protégé par un parasol qui est déployé en cas de pluie ou de fort soleil.

## **Autorisation de vente**

Pour une vente irrégulière, une demande est adressée à la Mairie, expliquant la nature des produits. Les produits alimentaires sont prioritaires. Chaque matin, vers 7h30, le vendeur doit voir le responsable administratif des places (le placier) qui distribue les places selon les besoins et la surface disponible. Ce dernier gère aussi les différends entre les vendeurs. Le vendeur règle le montant de sa place au placier à chaque marché.

Pour une vente régulière, le vendeur peut obtenir une place définitive, attribuée par le placier, avec un abonnement. Une commission des marchés au sein de la commune examine pour chaque demande d'abonnement la régularité du vendeur, sa marchandise, son ancienneté. Chaque mois Jean-François règle son droit de place au Trésor Public d'un montant de 210 F et obtient au retour une quittance. Le prix est le même quelque soit le jour de marché.

Pour une vente improvisée, la Mairie décide.

Dans tous les cas, le prix d'une place est défini par la commune et dépend de l'ampleur du marché et de la

surface de l'étale du vendeur.

## Les contraintes

Pour l'information, il est nécessaire que le logo A.B. soit bien visible.

L'étale de légumes ne pose pas de problèmes d'hygiène. Les cageots sont récupérés sur le marché, nettoyés et recyclés. Les légumes sont toujours lavés.

Vendre des poulets à cuire nécessiterait un véhicule adapté au transport de viande et agréé par la DSV, ou bien une glacière. Jean François prend les commandes des clients et réceptionne directement sur le marché les poulets déjà vendus et livrés par l'abattoir, donc échappe à ces contraintes.

Aujourd'hui, Jean-François ne cotise plus au CNIPT par oubli. Il s'est aussi retiré du registre du GNIS car la cotisation est trop élevée par rapport au chiffre d'affaire. Un contrôle d'huissier sur le marché, il y a 10 ans, a fait peser une menace et obligé Jean-François à réduire son volume de plants à vendre. Ces écarts aux règlements semblent être plus ou moins tolérés.

## Matériel et coût

Les coûts sont considérés hors taxe.

Véhicule utilitaire	7000 F
Diable de bonne qualité	1500 F
Parasol et pieds d'occasion	1200 F (neuf : 2800 F)
Balance à pile sans ticket d'occasion	3000 F (neuf 1er prix : 4000 F)
Tréteaux	60 F
Rallonge électrique	300 F
Étiquette à planter efficace (lot de 40)	200 F
Sac d'emballage avec anse (lot de 2000)	200 F
Panneau publicitaire	250 F

Les fournisseurs de matériels sont I.B.B. (panneaux, étiquettes), « Espace Mag » qui est un magasin spécialisé pour les commerçants, des magasins de bricolage, des vendeurs ambulants sur le marché même...

## Les prix

Il est difficile de les définir car il y a déficit de références en bio. Ils sont basés sur ceux du conventionnel et des magasins bio. L'étude des coûts de production, l'écoute des clients, permettent de définir une base.

Puis des discussions entre producteurs fixent les prix.

Jean-François applique une marge de 1,5. Il l'estime à peine suffisante et correspondant plutôt au marché de gros. Les productions bio peuvent se valoriser mais la régulation se fait selon l'offre et la demande. Le plus important est de se fixer un prix plancher pour être rentable.

Le chiffre d'affaire d'un samedi de novembre dépasse les 2000 F, ce qui représente en moyenne 50 clients.

Les ventes du samedi sont le double de celles du mercredi.

Les prix des légumes, supérieurs à ceux pratiqués par les producteurs conventionnels, se justifient par :

- une meilleure qualité sanitaire et nutritionnelle (pas de résidus chimiques, davantage de matière sèche, de vitamine),
- une grande qualité gustative,
- un coût de production supérieur à cause du prix élevé des fertilisants, des semences et plants bio, du surcroît de travail pour le desherbage, des rendements plus faibles des variétés à bonnes qualités gustatives.

La réputation du producteur n'est pas chiffrable. Cependant, Jean-François a fait la sienne sur la qualité de ses fraises. Aujourd'hui, ses variétés de tomates attirent les clients de loin.

Une étude économique déterminera si les prix sont sous-évalués.