



REGLEMENT DEPARTEMENTAL DE L'AVEYRON:

« *Marchés des Producteurs de Pays (M.P.P.)* »



Entre d'une part, le Représentant Départemental **AGMP12**, habilité par la Chambre d'Agriculture de l'Aveyron et l'APCA (Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture),

Représenté par **Mme Sylvette HERMET (AGMP12)**

Fonction : **Présidente de l'Association de Gestion des Marchés des Producteurs de Pays de l'Aveyron**.....

et

D'autre part, **l'Organisateur** de marché (ci-après dénommé « *l'Organisateur* »)

Représenté par Mme, M. :

Fonction :

Adresse :

Tél. :

Il est convenu ce qui suit :

Titre 1 : Identification du marché

La présente convention concerne le Marché des Producteurs de Pays (*ci-après dénommé MPP*) de :

Titre 2 : Généralités

1) Objet de la convention :

Le présent règlement a pour objet la mise place d'un marché établi sous l'égide de la Charte des Marchés des Producteurs de Pays, laquelle définit les principes fondamentaux de son fonctionnement. Ce **marché est réservé aux producteurs** conformément à cette Charte de Bonnes Pratiques, émanant de **l'APCA, propriétaire de la marque « Marchés des Producteurs de Pays »**.

2) Les engagements de l'Organisateur de marché :

L'*Organisateur* déclare avoir pris connaissance des termes de la « **Charte des Marchés des Producteurs de Pays** » et s'engager à les respecter.

La responsabilité du marché revient à son Organisateur.

L'*Organisateur* doit tout mettre en œuvre pour assurer le bon déroulement du marché. Pour cela, il doit transmettre le Règlement de Marché à tous les exposants et s'assurer qu'ils en ont pris connaissance, ainsi que des conditions d'accès au marché.

Il doit rendre compte de l'organisation du marché auprès de l'AGMP12, et notamment lui transmettre préalablement à la tenue du marché la **liste des exposants et des produits qu'ils proposent à la vente**.

Il doit également faire **la promotion de la marque** « Marché des Producteurs de Pays ».

L'*Organisateur* accepte de se soumettre aux contrôles initiés par la structure départementale habilitée, l'AGMP12 ou l'APCA, et de faciliter leurs actions.

3) Commission de marché :

Afin d'assurer la bonne organisation du marché, ainsi que la coordination avec l'AGMP12, l'*Organisateur* du marché doit constituer une commission de marché. Cette commission a un rôle consultatif et décisionnel à l'égard de la mise en place du marché.

Conjointement avec les exposants, l'*Organisateur* doit effectuer un bilan annuel des marchés et informer l'AGMP12 de l'ensemble des remarques, afin que celui-ci puisse, si nécessaire, mettre en place des mesures correctives au niveau départemental.

4) Le responsable du marché :

Le responsable de marché est une personne physique commanditée par l'*Organisateur* afin d'assurer le bon fonctionnement du marché.

Il doit agir dans l'intérêt général des différents intéressés : exposants, consommateurs et collectivités locales dont dépend le lieu du marché. Il doit être clairement identifiable et **doit d'être présent ou représenté, au cours du déroulement du marché.**

Il doit faire appliquer toutes les décisions de la commission de marché, en particuliers sur les droits et obligations des exposants, et d'une manière générale, toutes les décisions prises pour s'assurer du bon déroulement du marché.

5) Les règles concernant le matériel publicitaire :

Dès la *1^{ère} année*, l'*Organisateur s'engage à acquérir*, exclusivement auprès de l'AGMP12, **le matériel de signalisation et de promotion** (panneaux, banderoles, affiches, dépliants...) ainsi que le matériel destiné à être utilisé sur le lieu de vente par les exposants (sacs, badges, plaquettes d'identification...). L'*Organisateur s'engage à s'assurer que tous les exposants utilisent ce matériel et à leur en fournir si nécessaire, ce matériel étant mis à disposition des exposants à titre onéreux.*

La composition de ce « pack matériel » minimum et son prix sont définis par l'AGMP12. Les besoins sont appréciés selon la taille du marché et sa fréquence. L'utilisation de ce matériel est exclusivement réservée aux Marchés des Producteurs de Pays.

Conformément à l'article 7 et 9.2 de la Charte MPP et aux articles du titre 5 du Règlement Intérieur MPP, il est rappelé que, hormis les biens consommables (affiches, sacs, plaquettes, tracts...), le droit lié à l'acquisition à titre onéreux des supports publicitaires durables (banderoles, panneaux routiers, kakémonos...) est strictement limité à leur usage dans le cadre des Marchés des Producteurs de Pays. **Le cessionnaire s'engage à restituer ces biens à l'AGMP12 lorsque sa situation n'en justifie plus la détention.** Le manquement à cette obligation peut donner lieu à des poursuites judiciaires.

6) Arrêté municipal :

Préalablement à la mise en place d'un Marché des Producteurs de Pays, l'*Organisateur* doit s'assurer de l'établissement d'un arrêté municipal autorisant son déroulement. Outre les dates et lieu de marché (indiquer précisément le nom de places ou rues), cet arrêté doit préciser le nombre d'emplacements disponibles réservés aux exposants, afin d'assurer la sécurité de la manifestation.

Pour l'aménagement du lieu de marché, l'*Organisateur* doit se référer aux consignes données par l'AGMP12, en accord avec les services officiels départementaux. En priorité, l'*Organisateur* doit mettre à disposition des exposants des bornes pour l'alimentation en électricité et en eau potable, ainsi que des sanitaires équipés.

7) Plan de marché et horaires :

Un plan de marché doit être établi afin de faciliter l'installation des exposants.

Il identifie chaque emplacement par un numéro et la description de ses caractéristiques : dimensions, voies d'accès, de circulation, de stationnement des exposants ... Il est conseillé de définir des emplacements dont les dimensions standards se rapprochent du mieux possible des suivantes : 3 mètres x 4 mètres ou 3m x 3m.

Il est également conseillé d'établir un marquage au sol pour éviter d'éventuels conflits et permettre aux exposants un meilleur repérage des lieux. Avant le 1^{er} marché, pour chaque emplacement, il est nécessaire de préciser le nom de son attributaire et la nature des produits qu'il propose.

Afin de coordonner le fonctionnement du marché, l'*Organisateur* doit définir les horaires d'ouverture au public, ainsi que ceux consacrés à l'installation, au déballage et l'emballage pour les exposants. Toutes ces informations doivent être clairement diffusées.

Dans le cas où la consommation sur place est autorisée, l'*Organisateur* doit mettre à la disposition du marché les tables et chaises nécessaires aux besoins des consommateurs. Il est recommandé à l'*Organisateur* d'assurer un point d'eau potable au profit de ces derniers.

8) Conditions requises à l'accès aux MPP, en qualité de producteur :

On nomme « production en vente directe », le produit issu **directement** de l'exposant, qui a été récolté, transformé ou fabriqué par lui-même.

L'accès au marché est réservé **en priorité** aux producteurs fermiers du département de l'Aveyron.

Cependant, des artisans locaux pourront y être intégrés **en complément de gamme.**

Afin de respecter l'esprit dans lequel ces marchés ont été créés et d'être en phase avec l'attente des consommateurs, **les artisans agro-alimentaires** proposeront à la vente **uniquement** des **spécialités aveyronnaises** et produits dits

locaux[MSOffice1], correspondants à l'appellation « de pays » de la marque MPP. **Ils se limiteront à 1, voir 2 suivant le cas (avec autorisation de l'organisateur local), produit à consommer sur place.**

Il n'est pas autorisé de proposer un plat principal complet : viande avec un plat assimilé à des légumes ou accompagnement divers (aligot, truffade ...).

La candidature d'exposants domiciliés dans les départements limitrophes sera considérée au cas par cas en fonction de l'équilibre du marché et de sa capacité d'accueil. C'est à l'Organisateur qu'il revient de décider, en fonction des consignes données par l'AGMP12.

Concernant les associations ou collectivités locales (école, club de sport...), elles peuvent être **exceptionnellement acceptées** sur le marché, si elles proposent des produits confectionnés par les personnes concernées par cette structure : guirlandes de Noël, objets de décoration... Il ne leur est pas permis d'acheter un produit et de le revendre en l'état. Toutefois, l'Organisateur doit vérifier auprès de ces associations que la vente est bien prévue dans leur statut conformément à l'**Article L442-7 du Code du Commerce**. Elles doivent être assujetties aux mêmes charges que les autres exposants, et bien évidemment être en règle par rapport aux organismes officiels, notamment le service des impôts.

Tout acte de revente est interdit ➤

Proposer sur les Marchés des Producteurs de Pays **des produits non issus directement du producteur constitue une pratique commerciale trompeuse** au sens de l'article L121-1 du Code de la Consommation :

« **Article L. 121-1. - I. - Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes :**

1° **Lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial ou un autre signe distinctif d'un concurrent ;**

2° **Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants :**

a) **L'existence, la disponibilité ou la nature du bien ou du service ;**

b) **Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir : ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et sa date de fabrication ; [...]**

f) **L'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel ; [...]**

3° **Lorsque la personne pour le compte de laquelle elle est mise en oeuvre n'est pas clairement identifiable. »**

« **Article L. 121-6. - Les pratiques commerciales trompeuses sont punies des peines prévues au premier alinéa de l'article L. 213-1.**

L'amende peut être portée à 50 % des dépenses de la publicité ou de la pratique constituant le délit. »

« **Article L. 213-1. - Sera puni d'un emprisonnement de deux ans au plus et d'une amende de 37 500 euros au plus ou de l'une de ces deux peines seulement quiconque, qu'il soit ou non partie au contrat, aura trompé ou tenté de tromper le contractant, par quelque moyen ou procédé que ce soit, même par l'intermédiaire d'un tiers »**

9) Référencement des producteurs :

Préalablement à leur **1^{ère} participation** aux Marchés des Producteurs de Pays, les producteurs ont l'obligation de **remplir un dossier de référencement** auprès de l'AGMP12. Le traitement du dossier de référencement fera l'objet d'une facturation auprès du producteur, dont le montant sera fixé par le Conseil d'Administration qui pourra procéder à une révision annuelle.

Une Commission d'Agrément, composée des membres du Bureau, se réunira pour traiter des cas particuliers.

L'ensemble des producteurs (fermiers et artisans) participant aux MPP, figureront dans un fichier, mis à jour chaque année par la Chambre d'Agriculture. Conformément à la loi informatique et libertés du 6 janvier 1978, les producteurs disposeront d'un droit d'accès et de rectification aux données les concernant : **un relevé des informations déclarées à l'AGMP12 sera envoyé chaque année au producteur, accompagné d'une attestation et d'une vignette à coller sur la plaquette d'identification (fournie par l'AGMP12 la 1^{ère} année de référencement).**

Une liste des exposants agréés avec leurs produits sera distribuée aux organisateurs de marchés, si le producteur en a donné l'autorisation. La Commission de Contrôle dispose à tout moment de la faculté de faire enlever du stand tout produit non déclaré avant le marché.

Les producteurs qui n'auront pas rempli cette déclaration préalable ne pourront pas participer aux MPP.

10) Cotisation des producteurs :

La marque « Marchés des Producteurs de Pays » déposée à l'INPI, est une marque protégée qui s'inscrit dans un réseau national labellisé. Tout utilisateur de cette marque doit s'acquitter d'une cotisation.

Le producteur a l'obligation de régler sa cotisation auprès de l'organisateur de marché sous peine de se voir refuser l'accès au marché. Le montant de la cotisation est fixé par le Conseil d'Administration, qui peut procéder à une révision annuelle.

Cette cotisation permet au producteur de bénéficier des avantages de la marque et de participer à l'action de l'association au niveau de la communication, la promotion, le suivi et le contrôle des marchés, ainsi que la défense du concept et d'être représenté par un collègue de producteurs à l'Assemblée Générale et au Conseil d'Administration de l'AGMP12.

11) Contrôle du marché :

Les contrôles sur le lieu du marché sont assurés par le responsable du marché désigné. Ce responsable peut notamment avoir pour mission de :

- assurer la collecte des droits de place et de la cotisation des producteurs ;
- veiller au respect de la Charte MPP, du Règlement Départemental et du Règlement de Marché ;
- intervenir pour faire respecter l'ordre et la sécurité

Il peut faire appel, en cas de besoin, à la **Gendarmerie**, qui se réfère à l'article L.442-8 du code du Commerce : « *Il est interdit à toute personne d'offrir à la vente des produits ou de proposer des services en utilisant, dans des conditions irrégulières, le domaine public de l'Etat, des collectivités locales et de leurs établissements publics.[...] La juridiction peut ordonner la confiscation des produits offerts à la vente et des biens ayant permis la vente des produits ou l'offre de services. La juridiction peut condamner l'auteur de l'infraction à verser au Trésor public une somme correspondant à la valeur des produits consignés, dans le cas où il n'a pas été procédé à une saisie* » La contravention donnée, est une contravention de 5^{ème} classe, qui peut aller jusqu'à 1 500€.

La commission, départementale ou nationale, de contrôle est habilitée à intervenir de sa propre initiative sur ces mêmes points indépendamment du responsable de marché désigné.

12) Sanctions :

Le responsable de marché, ou encore la commission de contrôle, sont habilités à établir des avertissements et des sanctions à l'égard des exposants en cas de non-respect de la Charte MPP, du Règlement Départemental et de Marché ou encore en raison d'actions qui sont de nature à troubler l'ordre public.

Les sanctions sont laissées à l'appréciation des intervenants. Ils ont pouvoir à prononcer l'exclusion immédiate, temporaire voire définitive de l'exposant. Toute sanction sera justifiée en stipulant ses motifs et sa nature, l'AGMP12 en sera tenu informé. En cas d'exclusion temporaire ou définitive, il est conseillé de réaliser un courrier par lettre recommandée avec accusé de réception.

13) Etablissement du Règlement de Marché :

L'Organisateur doit établir un Règlement de Marché qu'il soumet aux producteurs. A cet effet, l'AGMP12 tient à sa disposition un règlement de marché « type ». Le règlement adopté doit être soumis à l'approbation préalable de l'AGMP12. Il en est de même pour toutes modifications ultérieures apportées à l'initiative de l'Organisateur.

14) Application et modification du Règlement Départemental :

Le présent règlement est applicable à compter du 27/10/08, après adoption du Conseil d'Administration de l'AGMP12. Pour être applicable, toute modification du présent règlement requiert l'approbation du Conseil d'Administration de l'AGMP12.

Signatures :

Le Représentant Départemental

AGMP 12

La Présidente, *Sylvette HERMET*



L'Organisateur de marché

ou le Producteur