

COMMERCE AMBULANT

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

COMPÉTENCES 	SPÉCIFICITÉS 	VIE PRIVÉE 
Qualification professionnelle 	Poids des investissements 	Niveau de rémunération 
Aptitudes commerciales 	Importance de la qualité de l'emplacement 	Degré des contraintes horaires 
Maîtrise de la gestion 	Intensité de la concurrence 	Facilité de remplacement 

SOMMAIRE

LE MARCHÉ DU COMMERCE AMBULANT	2
LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE AMBULANT	6
L'ACTIVITÉ DU COMMERCE AMBULANT	8
LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE AMBULANT	12
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	13

LE MARCHÉ DU COMMERCE AMBULANT

Le commerce ambulant souffre, depuis plusieurs années, d'une baisse de la fréquentation des marchés.

Plusieurs facteurs ont contribué à ce phénomène :

- l'essor de la grande distribution et du e-commerce, plus adaptés aux nouveaux modes de consommation et de vie (horaires, choix, gain de temps).

- la stagnation des dépenses liées à l'alimentation (principale activité des marchés avec 80% du chiffre d'affaires du secteur) ainsi que l'évolution des habitudes alimentaires (les clients consomment de plus en plus de produits finis).

Toutefois, si la concurrence reste élevée pour les professionnels du secteur, ils bénéficient d'une excellente image auprès des consommateurs, notamment sur l'alimentaire : qualité et traçabilité des produits, convivialité, conseils, proximité, etc.

En outre, le marché étant souvent perçu comme le symbole d'un cadre de vie qualitatif, la plupart des mairies cherchent à les développer et les promouvoir afin d'animer la vie de leur commune et de constituer un pôle attractif pour les touristes et les populations avoisinantes (6 000 communes disposent d'un marché, soit 1 sur 6).

Les professionnels qui savent à la fois préserver les atouts traditionnels du marché (accessibilité, bon rapport qualité-prix, offre variée, convivialité) et répondre aux attentes de leur clientèle (recherche du plaisir d'achat, de la qualité, de la variété, de la fraîcheur des produits, etc.) peuvent maintenir leur activité.

Tendances

Les marchés tendront à s'adapter aux évolutions des modes de consommation : tenue de marché en soirée et le week-end, augmentation des marchés couverts, offre plus variée, etc.

Les municipalités joueront un rôle décisif dans la dynamisation de l'activité de commerce ambulant (qualité des emplacements, modernisation des installations, communication, etc.).

Enfin, les initiatives de développement et de promotion des marchés continueront à se développer (création de labels notamment).

L'organisation du marché

Selon l'activité :

- Le commerce ambulant de produits alimentaires : ce segment représente un quart des entreprises du secteur mais réalise les trois quarts du chiffre d'affaires du secteur.

La viande ainsi que les fruits et légumes représentent chacun environ un tiers des ventes. Les poissons et crustacés constituent un peu moins de 15% des ventes.

- Le commerce ambulant de produits non alimentaires : 25% du chiffre d'affaires du secteur est réalisé sur ce segment alors qu'il regroupe les trois quarts des effectifs des entreprises du secteur.

Les fleurs (la vente de fleurs par le commerce ambulant représente 6% du marché des fleurs en valeur) et le textile représentent chacun environ 20% des ventes.

Selon le mode de fonctionnement :

- Les commerçants abonnés à un ou plusieurs marchés : ils paient une redevance annuelle qui leur garantit une place fixe. Ils sont locataires des emplacements, gérés directement par les municipalités.

- Les commerçants volants, non abonnés : ils paient un droit de place à la journée selon les possibilités. Ils sont présents sur les marchés, foires, animations de quartier, brocantes...

- Les commerces sur voie publique : (routes et emplacements non réservés) doivent recevoir une autorisation de stationnement délivrée par la mairie et/ou la préfecture.

		COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE SUR ÉVENTAIRES ET MARCHÉS	COMMERCE DE DÉTAIL DE TEXTILES, D'HABILLEMENT ET DE CHAUSSURES SUR ÉVENTAIRES ET MARCHÉS
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2017	30 787 ⁽¹⁾	17 513 ⁽¹⁾
	2016	2,964 Md€ ⁽²⁾	1,584 Md€
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2015)	2018	112,0 ⁽³⁾	108,4 ⁽³⁾
	2017	108,3	111,8
	2016	104,7	101,6
	2015	100,0	100,0
	2014	95,8	102,0
	2013	92,9	102,7
	2012	88,7	109,9
	2011	86,0	112,3
	2010	81,4	107,1

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2017 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 1er janvier 2017.

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : INSEE, Bulletin statistique.

LA RÉGLEMENTATION DU COMMERCE AMBULANT

Les aptitudes professionnelles

Le professionnel doit être très disponible et avoir le sens du commerce. Dans le domaine alimentaire, il doit accepter de travailler environ 60 heures par semaine, réparties entre l'approvisionnement en marchandises, l'installation du point de vente et la présence sur les marchés (6 jours par semaine généralement). Le commerce non alimentaire est moins exigeant en termes de disponibilité. Le choix des fournisseurs, la qualité des produits et leur présentation sur les étalages sont essentiels pour réussir.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

Le commerçant ambulant doit obtenir une carte professionnelle (carte permettant l'exercice des activités non sédentaires) délivrée par le centre des formalités des entreprises de la Chambre de Commerce et d'Industrie (pour les activités commerciales) ou de la Chambre des Métiers (activités artisanales). Cette carte doit être renouvelée tous les 4 ans. Cette formalité n'est pas obligatoire dans l'unique cas où l'activité est exercée exclusivement dans la commune où se trouve le domicile principal du commerçant. Afin de permettre l'exercice immédiat de l'activité ambulante, un certificat provisoire, valable 1 mois, peut être délivré par le CFE, à la demande de l'entrepreneur, en attendant l'obtention de la carte définitive.

Pour obtenir un emplacement sur un marché, le commerçant dépose une demande à la mairie ou au concessionnaire du marché (15% des marchés sont régis par des concessionnaires privés). L'autorisation d'occupation du domaine public est personnelle, précaire et révocable. Les emplacements du cédant ne

peuvent en aucun cas être cédés au repreneur qui devra déposer une nouvelle demande d'occupation du domaine public.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

La réglementation d'ensemble de la profession est fixée par la loi 69-3 du 3 janvier 1969, 85-772 du 25 juillet 1985 et 8552 du 10 février 2003. Soumis aux mêmes obligations générales que les autres commerçants, le professionnel doit également respecter les normes propres à son activité (les normes d'hygiène, de sécurité, réglementation sur les prix, interdiction de la publicité mensongère - Règlement CE n°178/2002 du 28 janvier 2002 et 852/2004 du 29 avril 2004) ainsi que la réglementation intérieure du marché (conditions de stationnement, produits autorisés à être commercialisés, règles de propreté...). Le règlement européen CE 852-2004 a durci les normes sanitaires et d'hygiène concernant l'équipement des marchés et les équipements des commerçants, les amenant parfois à réaliser des achats coûteux.

A noter, les emplacements sont inaccessibles (interdiction de louer ou de revendre l'emplacement, loi 8552 du 12/02/2003, article L3111-1-2).

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'installation

La liste d'attente pour un emplacement est un excellent critère d'estimation de la qualité d'un marché. Le professionnel doit s'adresser aux autorités compétentes pour obtenir un abonnement sur un emplacement. Les délais d'attente sont de 6 mois en moyenne (sur les marchés parisiens et les principaux marchés de province, ils peuvent atteindre plusieurs années). En attendant, le professionnel doit rechercher des places disponibles à la journée.

Les investissements

Ils sont plus importants pour les commerces alimentaires, notamment si le véhicule doit être isotherme et les vitrines réfrigérées. Bien entretenus, les véhicules ont une durée de vie de 10 à 15 ans. Les bâches et les parasols, soumis aux intempéries, doivent être renouvelés tous les 3 à 5 ans. Le professionnel doit aussi être équipé d'une balance et d'une caisse enregistreuse (commerces alimentaires).

La gestion

Le suivi au quotidien

Le professionnel suit ses recettes quotidiennes et calcule chaque jour sa marge brute en déduisant : les achats, les frais de route et le coût de l'emplacement. Le commerce non alimentaire permet des recettes plus irrégulières : en effet, les frais sont moins importants (approvisionnements moins fréquents) et les stocks ne sont pas périssables.

Les recettes de l'activité

Les chiffres d'affaires sont nettement plus élevés dans l'alimentaire. Ils varient également en fonction du nombre de jours d'activité et de la dimension du marché.

Les charges à surveiller

Les principales charges sont liées à l'utilisation du véhicule (assurance, entretien, frais d'essence, taxe professionnelle assise sur sa valeur locative). Les frais de place sont très variables d'un marché et d'une municipalité à l'autre. Les abonnements sont plus coûteux mais ils permettent de bénéficier en priorité des meilleurs emplacements (centre du marché). Les pourboires distribués aux placiers sont également importants. Les achats s'effectuent auprès des MIN (Marché d'Intérêt National) ou directement chez les producteurs.

La maîtrise du résultat

Le professionnel doit optimiser ses approvisionnements en tenant compte des prix, de la qualité des produits et des distances. Ce dernier point est important car le commerçant doit limiter au maximum ses stocks, quitte à se rendre fréquemment chez ses fournisseurs.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Les immobilisations sont limitées au véhicule. Sur le segment alimentaire, la trésorerie doit être positive.

		COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE SUR ÉVENTAIRES ET MARCHÉS	COMMERCE DE DÉTAIL DE TEXTILES, D'HABILLEMENT ET DE CHAUSSURES SUR ÉVENTAIRES ET MARCHÉS
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2018	4 092 ⁽¹⁾	3 600 ⁽¹⁾
	2017	4 234	4 351
	2016	4 629	4 541
	2015	4 666	4 970
	2014	5 544	6 096
	2013	4 576	5 089
	2012	4 652	5 478
	2011	4 982	5 888
	2010	5 897	6 921
LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen	182 K€ ⁽²⁾	151 K€ ⁽²⁾
	Marge brute	42,86 %	51,03 %
	Excédent brut d'exploitation	16,99 %	19,24 %
	Rotation des stocks	7 jours	148 jours
	Crédit clients	2 jours	5 jours
	Crédits fournisseurs	31 jours	34 jours
	Besoin en fonds de roulement	- 15 jours	44 jours

⁽¹⁾Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾Source : Moyenne indicative. Données exprimées en % et jours (de chiffre d'affaires ou d'achat).

LES POINTS DE VIGILANCE DU COMMERCE AMBULANT

Les principales difficultés du métier

Le secteur du commerce ambulant est particulièrement risqué.

• Le manque de qualification professionnelle :

Le commerce ambulant est un métier exigeant. Une expérience préalable de la vente ambulante (sur les foires, les puces ou les marchés) est une condition indispensable pour s'installer.

• L'absence de patrimoine professionnel :

En cas de cessation d'activité, la valeur des biens professionnels se limite aux équipements et aux véhicules.

Les professionnels abonnés à des marchés très fréquentés (la liste d'attente pour un emplacement est un excellent critère d'estimation de la qualité d'un marché), installés depuis plus de 5 ans et privilégiant la qualité peuvent très bien réussir.

TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Commerce	52,0 % ⁽¹⁾
	Moyenne tous secteurs	60,4 %

⁽¹⁾Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2010.

EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR

Les principales organisations professionnelles

UFM

Union Fédérale des Marchés

1 Cour de Marseille - Fruileg 442 - 94589 Rungis Cedex

Tel : 01 46 87 47 20 - Fax : 01 46 87 35 02

FNSCMF

Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France

14 rue de Bretagne - 75003 Paris

Tel : 01 48 87 51 45

<http://www.fnscmf.com>

FFMIN

Fédération Française des Marchés d'Intérêt National

459 rue de la Tour - Centra 249 - 94576 Rungis Cedex

Tel : 01 41 80 80 85 - Fax : 01 41 80 80 36

<http://www.ffmin.com>

La presse spécialisée

Le Syndicaliste Forain

<http://www.fnscmf.com>