



Référentiel technique, définissant les exigences portant sur la mise en place d'une démarche « March'ethic » pour les marchés forains

Démarche proposée par l'association loi 1901 à but non lucratif : « March'ethic »

Sommaire

Article 1 : Domaine d'application	3
Article 2 : Cadre normatif et réglementaire	3
Article 3 : Définition des termes employés et des abréviations	4
Article 4 : Exigences du référentiel	5
1. Exigences générales, critères d'éligibilité.....	5
Marchés forains	5
Légalité des structures et exigences réglementaires	5
2. Objectifs et cibles	6
3. Présentation des enjeux.....	7
4. Mise en œuvre	7
4.4.1 Système de management local	7
4.4.2 Exigences	8
4.4.2.1 Exigences liées à l'Animation du marché	8
4.4.2.2 Exigences liées à l'Environnement.....	8
4.4.2.3 Exigences liées à l'enjeu Social	9
4.4.2.4 Exigences liées à l'Economie.....	10
4.4.2.5 Exigences liées à la Culture	11
5. Processus de labellisation.....	11
5.1 Responsabilités	11
5.2 Gouvernance de la démarche	11
5.3 Conditions d'attribution, de maintien, de suspension ou de retrait du label.....	11
Article 5 : Communication.....	12

Préambule

Le label March'ethic a été élaboré au départ par la COOP Performance QSE en collaboration avec les parties prenantes concernées par les marchés forains.

Cette démarche est portée à ce jour par l'association loi 1901 à but non lucratif « March'ethic », groupement de conseillers expérimentés en organisation et management, pouvant intervenir dans les secteurs privés, publics et associatifs. Ces experts en management et développement durable (DD) accompagnent les dirigeants et élus dans la mise en place de leurs projets.

L'objectif de March'ethic est de rendre au marché (de plein vent) son rôle d'*Agora*, lieu de vie de la ville, où les habitants se retrouvent pour acheter les produits dont ils ont besoin, pour échanger et trouver de nouveaux services en collaboration avec leurs élus et commerçants. Les habitants, mais aussi les produits sur les étals, rendent chaque marché unique, ancré dans un territoire local. C'est la territorialité d'un marché qui lui donne sa force à la fois commerciale et humaine.

Le projet March'ethic répond aux différents enjeux du développement durable : respect de l'environnement, solidarité, dynamisme économique et culturel et gouvernance éthique. De ce fait, Il s'inscrit dans la démarche globale des ODD (Objectifs Développement Durable) en proposant l'application de 7 critères sur les 15 proposés suite aux accords de Paris de 2015 vers un agenda 2030.

Article 1 : Domaine d'application

March'ethic est une démarche ayant pour objectif le maintien ou le développement des marchés forains ou dits de plein vent, dans le respect des enjeux du développement durable. Il s'adresse à tous les marchés, également à ceux qui seraient couverts.

Article 2 : Cadre normatif et réglementaire

Les objectifs et principes de March'ethic s'inscrivent :

- **Dans une démarche mondiale :**
Pacte Mondial pour l'environnement. Agenda 2030 . Accords de Paris de 2015...
- **Dans une démarche nationale :**
 - 1) La loi Grenelle 2 (2010)** qui définit un cadre pour la mise en place d'une gestion durable des déchets :
 - Diminuer de 15% les quantités de déchets destinés à l'enfouissement ou à l'incinération et réduire la production d'ordures ménagères de 7% sur 5 ans.
 - Limiter le traitement des installations de stockage et d'incinération à 60% des déchets produits sur le territoire, afin de favoriser la prévention, le recyclage et la valorisation.
 - Mettre en place des filières de récupération et de traitement spécifiques pour les seringues, les déchets dangereux des ménages, les pneus et les produits d'ameublement.
 - Moduler la contribution financière de chaque produit à sa filière de traitement en fonction de son impact environnemental et de ses valorisations.
 - Mettre en place un diagnostic déchets avant toute démolition de certains types de bâtiments.
 - Créer une collecte sélective obligatoire des déchets organiques par leurs gros producteurs.

- Instaurer des plans départementaux de gestion des déchets issus du BTP, privilégiant l'utilisation de matériaux recyclés.
 - Autoriser les collectivités locales à expérimenter, pendant trois ans, la mise en place d'une part variable incitative, calculée en fonction du poids et du volume des déchets, dans la taxe d'enlèvement des ordures ménagères.
- 2) Le **Pacte National contre le gaspillage alimentaire** : 11 mesures visant à réduire de moitié le gaspillage alimentaire. Cette démarche associe les grandes surfaces, les ONG de solidarité et le consommateur.
 - 3) Déclinaison sur le plan national des **axes ODD et adaptation aux enjeux climatiques** définis par les accords de Paris de 2015.

- **Dans une démarche locale** :

- 1) Les **Programmes Locaux de Prévention des Déchets (PLP)** sont issus des réflexions et concertations menées lors du Grenelle Environnement. Le Plan national de prévention de la production de déchets, adopté dès 2004, fixe un cadre de référence : « Les actions de prévention portent sur les étapes en amont du cycle de vie du produit avant la prise en charge du déchet par un opérateur ou par la collectivité, depuis l'extraction de la matière première jusqu'à la réutilisation et le réemploi ».
- 2) Les démarches d'**Agendas 21** et les **plans locaux de Développement Durable**.

Il convient de rappeler que le suivi du référentiel March'ethic consiste à :

- respecter la réglementation existante ;
- respecter les normes en vigueur ;
- remplir les exigences du référentiel.

Article 3 : Définition des termes employés et des abréviations

PLP : Programme Local de Prévention des Déchets

ODD: Objectifs Développement Durable

ESS : Economie Sociale et Solidaire

RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises

RSO : Responsabilité Sociétale des Organisations

QSE : Qualité Sécurité Environnement

SYCTOM : Syndicat intercommunal de traitement des ordures ménagères

RSE : Responsabilité sociale des Entreprises

...

Définitions :

Marché forain ou de plein vent (source : Larousse) : Réunion de commerçants ambulants qui, à jours fixes, vendent dans un lieu dépendant du domaine public des produits comestibles, des articles ménagers, vestimentaires, etc.

Gestionnaire : Le gestionnaire du marché est la structure chargée de l'organisation globale du marché en relation avec les commerçants , exemples : Mairie, concessionnaire, société privée, association...

Ethique : adhésion à un système de valeurs, de règles de conduite qui permettent de guider nos actions

Empreinte environnementale (source www.sequovia.com) : vise à traduire, de manière concrète et universellement compréhensible, l'impact des activités humaines sur les écosystèmes et la planète. Elle évalue la surface totale requise par notre mode de vie pour produire les ressources que nous utilisons (nourriture, vêtements, biens et services...), pour répondre à notre besoin d'énergie et pour fournir l'espace nécessaire à nos infrastructures (logements, routes...).

Déchets verts (source www.dictionnaire-environnement.com) : déchet végétal résultant de l'entretien et du renouvellement des espaces verts publics et privés (parcs et jardins, terrains de sports, etc.), des collectivités territoriales, des organismes publics et parapublics, des sociétés privées et des particuliers. *Du point de vue réglementaire leur collecte est régie par le décret du 7 février 1977, relatif à la collecte des déchets encombrants, leur élimination par la loi cadre du 15 juillet 1975. Le brûlage est interdit, ainsi que le dépôt sauvage, pouvant entraîner une pollution des sols.* Une des voies de valorisation les plus intéressantes reste le compostage sur plateforme.

Biodéchets (source www.dictionnaire-environnement.com) : catégorie des déchets biodégradables solides des ménages qui comprennent : les déchets alimentaires, les déchets verts, les papiers et les cartons.

La collecte sélective des biodéchets au porte-à-porte (séparative) ou par apport volontaire permet d'obtenir un matériau valorisable par compostage ou méthanisation. D'autres biodéchets peuvent être collectés sélectivement pour fabriquer du compost. Ce sont par exemple les déchets de cantines, de restaurants ou de supermarchés. Par extension, les boues organiques d'épuration répondant aux critères de qualité réglementaire sont assimilables aux biodéchets et peuvent également être valorisées après compostage ou méthanisation.

Article 4 : Exigences du référentiel

1. Exigences générales, critères d'éligibilité

Marchés forains

Le référentiel s'applique à tous les marchés forains¹, sans critère géographique ni politique. Il est applicable sur tout le territoire français de même que sur tout marché forain d'un pays de l'Union Européenne.

Légalité des structures et exigences réglementaires

Les démarches sont portées par l'élu en charge de la collectivité ainsi que par le gestionnaire du marché (concessionnaire par exemple) s'il est différent. C'est l'entité porteuse des démarches qui sera auditée et sera labellisée.

Cette entité doit avoir un statut juridique en règle. La réglementation doit être a minima respectée ?

En cas de gestion concédée, la ville doit avoir signé un accord avec le concessionnaire du marché forain.

¹ Voir Article 3 : Définition des termes employés et des abréviations

2. Objectifs et cibles

Les objectifs du présent référentiel sont les suivants :

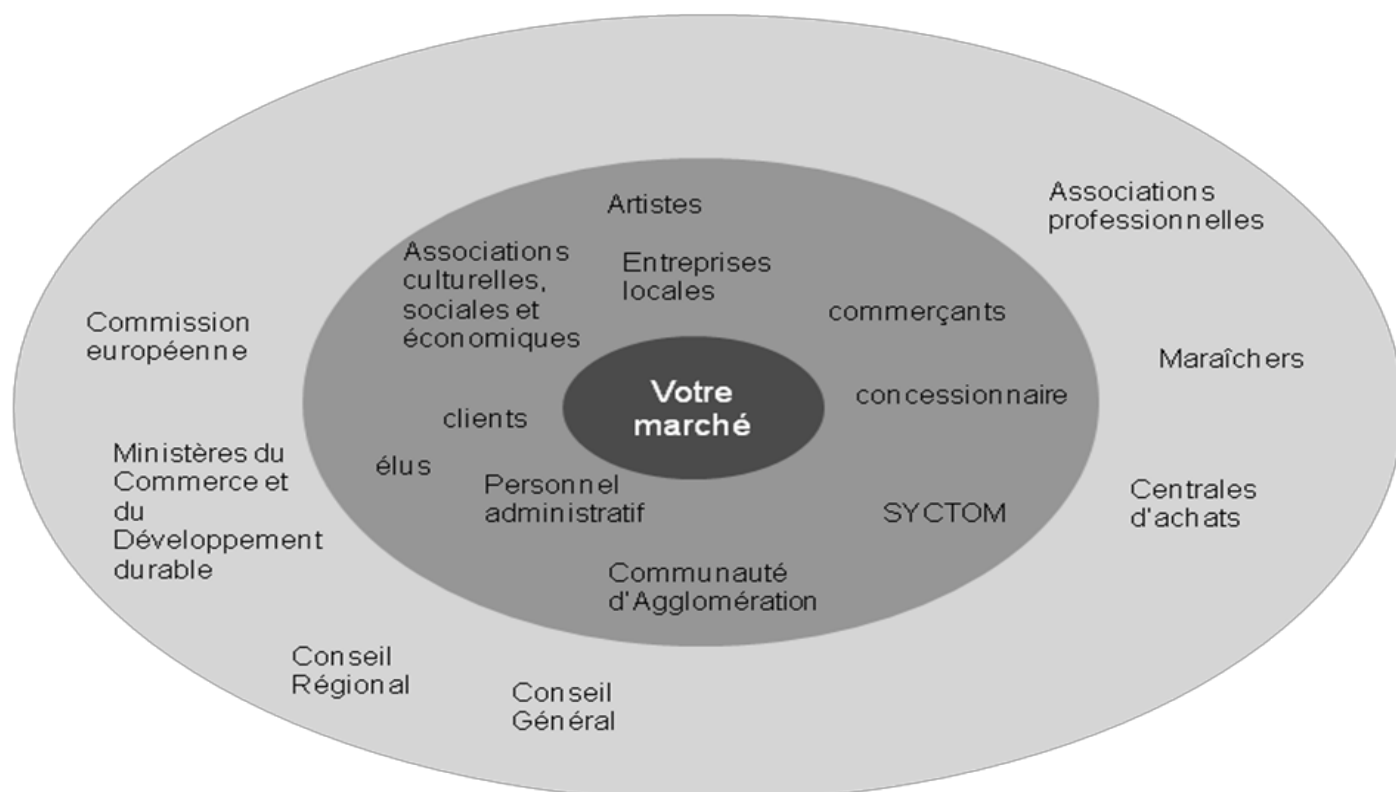
- Définir un cadre pour la mise en place d'une démarche responsable sur les marchés forains ;
- Mettre à disposition des villes participantes un outil pour l'évaluation de la démarche March'ethic ;
- Accompagner les villes participantes dans une démarche d'amélioration continue, c'est-à-dire une prise en compte progressive et inclusive des enjeux du développement durable dans la gestion des marchés forains.

Cartographie des parties prenantes

Le marché est placé au centre d'une gouvernance locale plus ou moins liée au projet. Les acteurs directement impliqués sont inscrits dans le premier cercle : Elus, commerçants, clients, CA, association culturels et touristiques, entreprises.

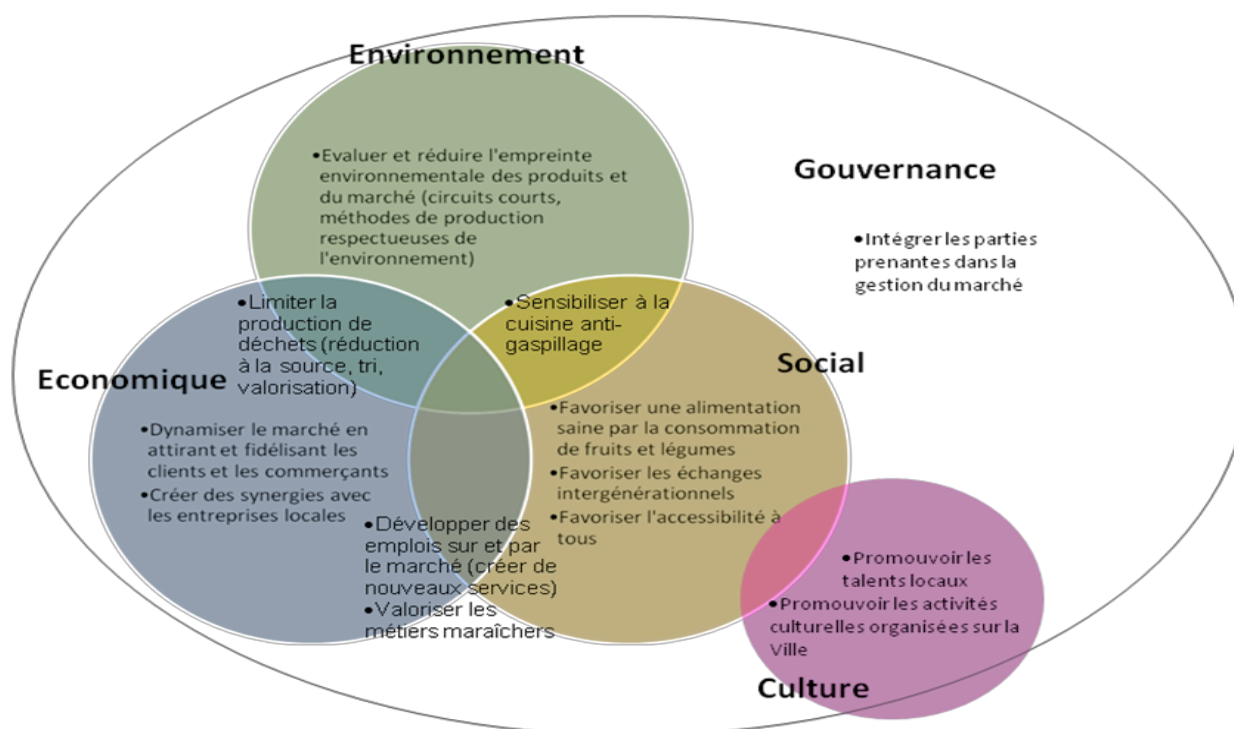
Associés sur un plan plus éloigné les institutions européennes, nationales, régionales ainsi que les fournisseurs des commerçants (hors circuits courts).

Cette liste n'est pas limitative, la gouvernance de March'ethic est définie avec les Elus et gestionnaires.



3. Présentation des enjeux

La démarche March'ethic répond aux différents enjeux du développement durable qui concernent les marchés forains. Les enjeux environnementaux, sociaux, économiques ainsi que culturels sont liés entre eux et incarnés par les réalités du marché :



4. Mise en œuvre

4.4.1 Système de management local

L'ensemble du système de management de la démarche March'ethic doit être décrit formellement et affiché publiquement. Le bénéficiaire de la labellisation March'ethic est le gestionnaire du marché. Dans le cas d'une mise en place d'un gestionnaire délégataire, c'est la collectivité territoriale qui bénéficiera de la communication.

1. Engagement du gestionnaire du marché à mettre en œuvre les exigences du présent référentiel
2. Identification d'une personne relais pour assurer le rôle de référent de la démarche
3. Définition d'un comité March'ethic et de son fonctionnement (acteurs et parties prenantes de la démarche, description des tâches, répartition des rôles, des responsabilités et des objectifs de chacun)
4. Définition d'un plan d'action
5. Evaluation de la démarche en permanence dans un souci d'amélioration continue

4.4.2 Exigences

4.4.2.1 Exigences liées à l'Animation du marché

Exigences
Rédaction d'une politique ou une charte formalisant l'engagement dans la démarche March'ethic. Ce document doit être affiché sur le marché.
Formalisation de l'adhésion des commerçants à la démarche au minimum dans la signature d'une clause contractuelle ou tout autre document les liant au gestionnaire.
Information et sensibilisation régulière des commerçants et de la clientèle.
Réalisation d'un questionnaire régulier sur les pratiques des clients (déplacements, habitudes de consommation, satisfaction...)

4.4.2.2 Exigences liées à l'Environnement

Dans une perspective d'action locale pour répondre à une problématique globale, la démarche March'ethic s'attache à réduire l'impact environnemental des activités liées au marché forain : réduction des déchets à la source, recyclage et réemploi des matériaux, promotion de méthodes de production plus écologiques, valorisation des circuits courts.

Sous-thématiques	Exigences
Identification des déchets	Identification qualitative et quantitative des flux de déchets
Suppression des sacs plastiques	Rappel de l'interdiction d'utiliser des sacs plastiques non compostables en date du 1er janvier 2017
	Accompagnement à la recherche d'alternatives
Tri et valorisation des déchets	Etude des filières de tri et de valorisation pour chaque type de déchets et rapport de préconisations limitant l'incinération et l'enfouissement technique
	Mise en place progressive des filières adaptées
	Mise en place d'actions de valorisation des restes végétaux

	Respect des consignes de tri des matériaux recyclables (papier, plastiques, cartons, bois...) quand cela est possible
Sensibilisation	Sensibilisation des commerçants à la réduction à la source des déchets et à leur tri par matière
	Sensibilisation des clients et chaland à la réduction des déchets à la source et à leur tri par matière et à leur revalorisation
Produits	Favoriser les circuits courts dans la mesure du possible pour les produits agricoles et agro-alimentaires pour valoriser les produits locaux. Le pourcentage de producteurs locaux doit être suivi et augmenter progressivement dans le temps.
	Sensibilisation des clients et des chalands à la saisonnalité des produits et à leur empreinte environnementale
Transports	Enquête annuelle sur les pratiques de transports (déplacements des clients et logistique des commerçants)
	Sensibilisation des clients et des chalands à la mobilité douce (utilisation du covoiturage, du vélo, etc. pour venir sur le marché).
	Sensibilisation des commerçants aux principes de logistique durable.
	Développement progressif des pratiques durables de mobilité en mettant en place si besoin un site de covoiturage dédié au marché pour limiter l'usage de véhicules individuels et en ménageant un espace de stationnement pour les vélos. Evaluation de l'impact des actions et détermination d'un objectif de développement de la mobilité douce.

4.4.2.3 Exigences liées à l'enjeu Social

Le marché vit pour et par des femmes et des hommes. March'ethic place l'échange humain au cœur de ses préoccupations. La démarche cherche à dynamiser l'emploi sur le marché en accompagnant des personnes en réinsertion professionnelle et en développant de nouveaux services. Les clients du marché sont aussi sensibilisés à une alimentation saine et équilibrée.

Sous-thématiques	Exigences
Réinsertion	Emploi d'au moins une personne en réinsertion professionnelle sur le marché
Création d'emploi	Etude des opportunités de développement de services autour du marché afin de générer de l'emploi (transport, livraison, services d'aide à la personne, etc.). Mise en œuvre progressive en fonction de cette étude d'opportunités.

	Relais sur le marché des offres d'emploi locales (affichage des annonces, bourse à l'emploi) ponctuellement ou de manière permanente.
	Création d'emplois par de nouveaux services
Accessibilité	Optimisation de l'accessibilité du marché aux personnes à mobilité réduite et/ou proposition de services d'aide aux courses pour ces personnes (exemple : personnes âgées, handicapées...)
Mixité sociale	Incitation aux échanges intergénérationnels sur le marché en intégrant les écoles, centres d'activités extrascolaires, les maisons de retraite et clubs pour personnes âgées
	Enquête sur la fréquentation du marché permettant de définir la répartition du public par tranche d'âge et catégorie socioprofessionnelle.
Pouvoir d'achat	Sensibilisation des clients et des chalandes à une cuisine anti-gaspillage (dans une optique de réduction des dépenses liées à l'alimentation)
Sensibilisation	Promotion d'une alimentation saine notamment par la consommation de fruits et légumes

4.4.2.4 Exigences liées à l'Economie

L'objectif général de March'ethic est de donner une nouvelle dynamique économique aux marchés forains, en attirant et fidélisant de nouveaux commerçants et une nouvelle clientèle et en intégrant davantage le marché à la dynamique économique du territoire.

Sous-thématiques	Exigences
Dynamisme de l'offre : maintenir l'offre et faire venir de nouveaux commerçants	Inventaire des services proposés sur le marché
	Enquête auprès des chalandes et clients pour connaître leurs attentes en termes de service de la part du marché forain
	Intégration de services innovants ou réintégration de services traditionnels ayant disparu sur le marché (barbier, rempailleur – canneur...)
Dynamisme de la demande : faire venir de nouveaux clients	Suivi de la fréquentation du marché
	Campagne de communication sur le marché afin d'attirer et de fidéliser les clients
	Offre de nouvelles prestations permettant d'accroître la fréquentation (navette, site de covoiturage...)

Synergies locales	Identification d'opportunités et mise en place progressive de synergies entre le marché, les entreprises et les associations locales, notamment dans le cadre de leur politique de RSE
Valorisation des métiers du maraîchage	Valorisation des métiers maraîchers via des opérations de communication (partenariats avec les écoles)

4.4.2.5 Exigences liées à la Culture

Le marché étant avant tout un lieu de vie et d'échanges, March'ethic promeut la collaboration avec les associations culturelles et les artistes locaux.

5. Processus de labellisation

5.1 Responsabilités

Pour entrer dans la démarche le gestionnaire sera sous contrat avec l'association « March'ethic »

La ville et L'association s'engagent à signer et respecter la convention établie.

La ville ou le gestionnaire du marché par délégation s'engage à informer et à faire adhérer les commerçants à la démarche.

5.2 Gouvernance de la démarche

Audit

L'audit est effectué annuellement par un organisme de contrôle indépendant, sur site,

La labellisation est attribuée par le comité de labellisation sur la base de l'audit de l'organisme tiers.

Comité de labellisation

Il est composé de représentants des parties prenantes, de l'association « March'ethic » et de l'organisme de contrôle tierce partie.

Le comité décide de l'attribution ou du maintien de la labellisation March'ethi

5.3 Conditions d'attribution, de maintien, de suspension ou de retrait du label

Pour être labellisé, le marché doit être conforme à toutes les exigences ou avoir levé les non-conformités dans un délai d'un mois après l'audit.

Des remarques peuvent être établies par l'organisme de contrôle mais n'ont pas d'impact sur la labellisation ; ce sont autant de pistes d'amélioration continue pour la gestion du marché.

Article 5 : Communication

Une fois prise la décision de labellisation, et tant que cette dernière reste valide, le gestionnaire pourra communiquer sur la démarche elle peut être communiquée comme précisé dans la convention entre le marché et L'association « March'ethic ».

L'attribution, le maintien, la suspension ou le retrait du label est gérée par le comité de labellisation March'ethic au regard du rapport d'audit et des éventuelles actions correctives proposées.



Suite à la décision prise par le comité de labellisation, la collectivité et le concessionnaire pourront utiliser le logo March'ethic dans le cadre de leur communication : sites internet et autres formes de communication visuelle en précisant le périmètre de labellisation à savoir soit le nom du ou des marchés soit le nom de la ville pour l'ensemble de ses marchés;

« March'ethic » Association loi 1901 a but non lucratif.
Adresses : 21 route d'Ancy le Franc 89390 Ravières
site : www.marchethic.com
Contact: contact@marchethic.com Tél : 07 06 74 70 08