

NOTE DE SYNTHÈSE

COMPTE-RENDU DU WEBINAIRE ASSOCIATION TRAME « MAGASINS DE PRODUCTEURS #19 – FORMES JURIDIQUES ET ENJEUX RÉGLEMENTAIRES »

LIEN YOUTUBE : [WEBINAIRE DES MAGASINS DE PRODUCTEURS #19 - FORMES JURIDIQUES ET ENJEUX RÉGLEMENTAIRES - YOUTUBE](#)



CADRE GÉNÉRAL ET ENJEUX DU MAGASIN DE PRODUCTEURS

Le magasin de producteurs est défini comme :

- Un outil collectif de vente directe,
- Géré par des agriculteurs,
- Sans intermédiaire commercial,
- Avec une gouvernance majoritairement détenue par les producteurs.

Il nécessite la création d'une structure juridique dédiée, afin de :

- Louer ou acquérir un local,
- Embaucher des salariés,
- Contractualiser avec les producteurs (mandat, dépôt-vente),
- Réaliser des investissements.

Repères réglementaires structurants

70 % minimum du volume de vente issu des producteurs associés (article L.611-8 du Code rural) et retransmis dans l'IT Commerce de détail. 30 % maximum du chiffre d'affaires provenant de producteurs non associés ou assimilés.

Le magasin est juridiquement considéré comme un prolongement des exploitations, et non comme un intermédiaire d'achat-revente.

👉 *La forme juridique n'est donc pas neutre : elle structure la gouvernance, la responsabilité, la fiscalité et l'inscription territoriale du projet.*

PANORAMA NATIONAL DES MAGASINS DE PRODUCTEURS

- 560 magasins de producteurs recensés au niveau national
- 446 magasins renseignés et caractérisés à ce jour par la Fédération
- 6 grandes formes juridiques mobilisées :
 - Association loi 1901
 - SARL
 - SAS / SASU
 - Coopérative agricole
 - GIE
 - Montages hybrides (association + société)

Tendances observées

Les formes associatives et GIE sont historiquement les plus anciennes. Les SAS / SASU sont plus récentes et en forte progression. Certaines formes restent marginales ou inadaptées (SCEA, SCOP, SA, syndicats).

👉 *Il n'existe aucun modèle unique : le choix dépend de l'histoire du collectif, du niveau d'engagement attendu, de la stratégie économique et des besoins de financement.*

Fiche rédigée à l'attention des conseillers et conseillères du réseau circuits courts produits fermiers des Chambres d'agriculture. Les informations ci-dessus ont été établies en fonction des réglementations en vigueur à la date de la mise à jour de cette fiche. Cette fiche n'a pas de caractère normatif, ni de portée obligatoire. Chambres d'agriculture France ne saurait être tenue responsable des erreurs commises dans ladite fiche, ni de leurs conséquences.

FORMES JURIDIQUES ET REALITES ECONOMIQUES : ENSEIGNEMENTS ET TEMOIGNAGES

Association loi 1901 – Terroirs et Compagnie (Ille-et-Vilaine)

Création et fonctionnement

- Création : **2018**
- Surface de vente : **70 m²** (+ **20 m²** de réserve)
- Producteurs impliqués dans la gouvernance : **5 à 6 actuellement** (contre **12 au départ**)
- Producteurs/artisans fournisseurs : **55**

Économie et emploi

- Chiffre d'affaires annuel : **170 000 €**
- Salariat : **1 salariée – 24 h/semaine**
- Salariat créé il y a environ **1 an et demi**
- Droit d'entrée initial : **30 €** (supprimé ensuite)

Analyse

- Statut très accessible, favorisant le démarrage
- Accès facilité aux subventions publiques
- Forte cohérence avec un projet militant et citoyen
- Mais risques identifiés :
 - Faible responsabilisation juridique,
 - Engagement inégal,
 - Essoufflement du collectif lorsque le magasin se développe.

👉 L'association apparaît particulièrement pertinente **en phase de lancement**, mais peut montrer des limites à moyen terme.

Montage hybride Association + SASU – Tour de Ferme (Indre)

Création

- Année de création : **2013**
- Producteurs fondateurs : **10**

Capital et organisation

- Apport initial par ferme : **500 €**
- L'association est associée unique de la SASU
- L'association porte :
 - Le projet collectif,
 - Les entrées et sorties des producteurs
- La SASU porte :
 - L'activité commerciale,
 - Les investissements,
 - Les salariés,
 - Les contrats et le bail

Analyse

- Séparation claire entre sens collectif et risque économique
- Très grande souplesse sur les mouvements d'associés
- Modèle stable et fonctionnel depuis 12 ans
- Dépend fortement de la qualité du binôme de gouvernance (association / société)

Fiche rédigée à l'attention des conseillers et conseillères du réseau circuits courts produits fermiers des Chambres d'agriculture. Les informations ci-dessus ont été établies en fonction des réglementations en vigueur à la date de la mise à jour de cette fiche. Cette fiche n'a pas de caractère normatif, ni de portée obligatoire. Chambres d'agriculture France ne saurait être tenu responsable des erreurs commises dans ladite fiche, ni de leurs conséquences.

SARL puis SAS – La Belle Campagne (Vosges)

Création et évolution

- Création du magasin : **2020**
- Statut initial : SARL
- Transformation en SAS : **2025**

Taille et activité

- Associés à l'ouverture : **16**
- Associés actuels : **14**
- Capital social : **2 000 € par ferme**
- Salariat : **2 salariés** (vente uniquement)
- Chiffre d'affaires annuel : **environ 1,7 million €**

Transformation juridique

- Coût total du passage SARL → SAS : **environ 4 500 €**
 - Commissaire à la transformation : **1 000 à 1 200 €**

Analyse

- La SARL facilite l'accès au crédit bancaire
- La SAS offre :
 - Une gouvernance plus lisible,
 - Une meilleure gestion des entrées/sorties,
 - Une clarification des responsabilités
- Particulièrement adaptée aux magasins à fort volume

Coopérative agricole – Hop'la (Grand Est)

Création et dimension

- Année d'ouverture : **2012**
- Producteurs associés : **14**
- Producteurs sous le même toit : **environ 70**
- Salariat : **19 salariés**
- Chiffre d'affaires annuel : **4,3 millions €**

Surfaces

- Vente : **360 m²**
- Ateliers et stockage : **360 m²**
- Bureaux et espaces sociaux : **360 m²**

Fiscalité et fonctionnement

- Pas d'achat-revente (contrats de mandat)
- Exonération d'IS sur le chiffre d'affaires des associés
- Taux de commission :
 - **27 %** : associés avec permanence
 - **31 %** : associés sans permanence
 - **33 %** : tiers non associés

Analyse

- Très forte cohérence avec l'identité agricole
- Avantages fiscaux significatifs
- Engagement financier et juridique exigeant (cautions solidaires)
- Adapté à des projets de grande taille et fortement structurés

Fiche rédigée à l'attention des conseillers et conseillères du réseau circuits courts produits fermiers des Chambres d'agriculture. Les informations ci-dessus ont été établies en fonction des réglementations en vigueur à la date de la mise à jour de cette fiche. Cette fiche n'a pas de caractère normatif, ni de portée obligatoire. Chambres d'agriculture France ne saurait être tenue responsable des erreurs commises dans ladite fiche, ni de leurs conséquences.

ENSEIGNEMENTS TRANSVERSAUX

Chiffres clés comparatifs

- Chiffre d'affaires observé :
 - **170 000 €** → petit magasin associatif
 - **1,7 M€** → magasin sociétaire
 - **4,3 M€** → coopérative agricole
- Emploi de **0 à 19 salariés**
- À partir de **1 M€ de CA**, les besoins en :
 - Gouvernance formalisée,
 - Sécurité juridique,
 - Financement bancaire deviennent structurants.

Lecture stratégique

- Les associations sont adaptées au démarrage
- Les formes sociétaires (SARL / SAS) répondent aux enjeux de croissance
- Les coopératives sécurisent l'identité agricole mais exigent un engagement fort
- Le statut ne résout pas les difficultés de gouvernance sans un travail sur l'animation du collectif