



Guide pour la création d'une AMAP

(Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne)

N.B. Les informations présentées ici résultent d'une synthèse des expériences acquises par l'Alliance lors de l'accompagnement des projets, ainsi que des conseils d'aide à la création de CSA (*Community Supported Agriculture*, dont s'inspirent les AMAP), principalement issus de 2 guides : celui d'Equiterre¹ et celui de la Soil Association².

L'objectif de ce guide est de faciliter la diffusion du concept AMAP sur tout le territoire en donnant la plus grande autonomie possible aux porteurs de projet. Il reste cependant indispensable que ces personnes rendent visite à une AMAP déjà en place pour apprécier réellement les valeurs qui font la richesse de ce réseau humain.

Aidez-nous à améliorer ce guide en nous envoyant vos remarques aux coordonnées indiquées en bas de la page.

Voici la démarche que nous vous recommandons de suivre : (à adapter bien sûr suivant votre contexte)

Adhérents : Bulle Bleue - Confédération Paysanne - Conseil National des Associations Familiales Laïques - Éditions Sang de la Terre - Femmes et Changements - Fédération Nationale d'Agriculture Biologique - France Nature Environnement - Mouvement Rural de Jeunesse Chrétienne - Scarabée - Union Féminine Civique et Sociale - Union Nationale des Associations Familiales - Fruits oubliés - Confédération Syndicale des Familles - Fédération Nationale des Associations de Producteurs Fermiers - Association Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs - Fédération Nationale des CIVAM - Nature et Progrès - OGM Dangers - Protection Mondiale des Animaux de Ferme - Alliances locales

Alliance Paysans Écologistes Consommateurs
40 rue de Malte 75011 Paris - Tel : 01 43 38 06 28
alliance@globenet.org ; www.alliancepec.org

¹ *Je cultive, tu manges, nous partageons, guide de l'Agriculture Soutenue par la Communauté*, Elizabeth Hunter, 1999

² *A Share in the Harvest, an action manual for Community Supported Agriculture*, Greg Pilley, 2001

1. Préliminaires	p.4
1.1. Est-ce bien une AMAP qui me convient ?	
1.1.1 Qu'est-ce qu'une AMAP ?	
1.1.1.1. La définition	
1.1.1.2. La charte des AMAP	
1.1.1.3. Historique de la démarche	
1.1.2. Pourquoi participer à une AMAP ?	
1.1.2.1. Du côté producteur	
1.1.2.2. Du côté consommateur	
1.1.2.3. L'AMAP au regard du développement durable	
1.1.3. Quelles autres possibilités sont envisageables ?	
1.1.3.1. Les autres formes de partenariats producteurs-consommateurs	
1.1.3.2. Les autres modes de commercialisation et formules de "paniers bio"	
1.2. Rejoindre une AMAP	
2. Par où commencer ?	p.16
2.1. Quelques repères	
2.2. Le producteur ou les consommateurs ?	
2.3. Y'a-t-il un nombre minimal de personnes à rassembler pour créer une AMAP ?	
3. Trouver les consommateurs	p.17
3.1. Où et comment ?	
3.2. Organiser une réunion	
3.2.1. Trouver une salle	
3.2.2. Préparer la réunion	
3.2.3. Le déroulement de la réunion	
3.3. Garder le contact	
4. Trouver les facteurs de production	p.19
4.1. Le producteur	
4.1.1. Quel profil rechercher ?	
4.1.2. Où chercher ?	
4.2. La terre	
4.2.1. De combien de terres avez-vous besoin ?	
4.2.2. Acheter ou louer ?	
5. Se mettre d'accord	p.20
5.1. La composition du panier	
5.1.1. Une alimentation variée et de saison	
5.1.2. Quels produits peut offrir l'agriculteur ?	
5.1.3. Les habitudes alimentaires des consommateurs	
5.1.4. Établir un plan de cultures	
5.1.5. Étendre la saison	

5.1.6. Coopérer avec d'autres fermes	
5.1.7. Aides au travail	
5.2. Le prix de l'abonnement	
5.2.1. Des aliments de qualité à un prix abordable, tout en assurant au producteur un revenu décent ?	
5.2.1. Établir un prix de base	
5.2.2. Les différentes modalités de paiement	
5.2.3. Pour une alimentation de qualité accessible à tous	
5.3. Le partage et la confiance : 2 idées importantes des AMAP	
5.3.1. Le partage des risques et des bénéfices	
5.3.2. Limiter les risques	
5.4. La distribution	
5.4.1. Le lieu	
5.4.2. Le jour et l'heure	
5.4.3. Le déroulement	
5.4.4. En cas d'absence	
5.5. L'organisation des consommateurs	
5.5.1. Les rôles du comité	
5.5.1.1. Avez-vous besoin d'un comité ?	
5.5.1.2. Le coordinateur	
5.5.1.3. Le trésorier	
5.5.1.4. Le responsable communication	
5.5.1.5. Le responsable distribution	
5.5.1.6. Le responsable animation	
5.5.2. Établir un lien entre le producteur et les consommateurs	
5.5.2.1. Pourquoi établir un lien ?	
5.5.2.2. La visite de la ferme au lancement de la saison	
5.5.2.3. Le bulletin de liaison	
5.5.2.4. Les animations sur la ferme	
5.5.2.5. Le site internet	
5.5.3. Les aspects réglementaires	
5.5.3.1. Former une structure légale ?	
5.5.3.2. La réglementation en matière de vente directe de produits alimentaires	
5.5.3.3. Certification biologique, pourquoi en demandez une au paysan ?	
6. Lancement de l'AMAP	p.33
6.1. Quand ?	
6.2. Préparation	
6.3. Déroulement	
7. Et après ?	p.34
7.1. Rappel des principes de fonctionnement et des engagements de chaque partenaire	
7.2. Ajuster au fur et à mesure	

7.3. Le renouvellement des abonnements

7.4. La participation au réseau

8. Les réseaux CSA à l'étranger.....p.36

1. Préliminaires

1.1. Est-ce bien une AMAP qui me convient ?

1.1.1. Qu'est-ce qu'une AMAP ?

1.1.1.1. La définition

Une AMAP est une association formée par des consommateurs et un agriculteur désirant construire ensemble un partenariat autour de la vente directe de produits par abonnement, en mettant l'accent sur :

- la qualité de la relation entre l'agriculteur et les consommateurs
(producteur présent à chaque distribution, bulletin de liaison, animations éducatives sur la ferme...) ;
- la qualité nutritionnelle, sanitaire, et organoleptique des produits
(produits frais et de saison, agriculture paysanne et biologique ou en projet de conversion, utilisation préférentielle de variétés végétales ou races animales de terroir ou anciennes réputées pour leur bon goût) ;
- l'assurance d'un revenu pour l'agriculteur
(paiement à l'avance –avec modalités- des produits) ;
- l'établissement d'un prix équitable pour les 2 partenaires
(décisions concertées).

Un comité de bénévoles est formé parmi les consommateurs pour gérer la vie de l'AMAP et pour décharger le producteur de certaines tâches (p.ex. gestion des abonnements, organisation des distributions et des animations) afin que ce dernier puisse se concentrer au maximum sur la qualité de ses produits.

1.1.1.2. La charte des AMAP

Afin d'assurer un maximum de souplesse et de réussite à l'AMAP tout en préservant les valeurs essentielles, une charte des AMAP a été rédigée (disponible sur le site internet d'Alliance). Son respect par l'AMAP est nécessaire pour être reconnue par Alliance.

La marque et la charte des AMAP élaborée par Alliance Provence sont déposées à l'INPI.

1.1.1.3. Un concept nouveau ?

Dans les années 60, des mères de familles japonaises s'inquiètent de voir l'agriculture s'industrialiser avec un recours massif aux produits chimiques (en 1957, les premières victimes de Minamata, empoisonnées au mercure, sont déclarées).

Ces mères fondent alors en

1965 les premiers Teikei, ce qui peut se traduire par "la nourriture avec le visage du fermier dessus", dont le principe de fonctionnement est le suivant : en échange de l'achat à l'avance de la récolte du paysan, ce dernier s'engage à fournir à ces mères des aliments cultivés sans produits chimiques.

A peu près à la même époque en Suisse, des fermes communautaires nommées "food guilds" développent leur propre partenariat avec les consommateurs locaux en leur fournissant chaque semaine des produits frais (légumes, lait, œufs, et fromages)³.

En 1985, un fermier américain rentre de Suisse après avoir étudié les "food guilds". Il rencontre alors Robyn Van Hen, une agricultrice bio du Massachusetts. Avec l'aide d'autres producteurs et consommateurs, ils fondent la première *Community Supported Agriculture* à la ferme Indian Line de Robyn⁴.

Le concept se répand ensuite rapidement par bouche-à-oreille dans tous les États-Unis, puis gagne le Canada.

En 2000, on recensait des CSA dans de nombreux pays : plus de 1000 en Amérique du Nord, 100 en Angleterre, et aussi en Australie, Danemark, Pays-Bas, Allemagne, Hongrie, Ghana, Nouvelle Zélande...⁵.

La même année, Denise et Daniel Vuillon, couple de maraîchers du Var, rendent visite à leur fille aux États-Unis. Cette dernière participait à la vie d'une ferme en CSA. Les Vuillon trouvèrent l'idée intéressante et l'étudièrent sur place.

Suite à une réunion organisée par ATTAC⁶ à Aubagne (13) en février 2001 sur le thème de la "malbouffe", durant laquelle les Vuillon présentèrent le concept des CSA et ses avantages, des consommateurs furent motivés. Ainsi est créée en mars la première AMAP, et les distributions commencèrent en avril avec 32 paniers.

Estimant le contexte favorable au développement de ce type d'initiative, ces maraîchers, membres de la Confédération Paysanne du Var, avec l'aide d'autres associations⁷, envisagèrent de créer une structure chargée d'accompagner les porteurs de projet AMAP dans la région.

Il fut choisi de s'affilier à l'Alliance paysans écologistes consommateurs (une des rares associations françaises comprenant différentes composantes de la société civile) car l'AMAP est un projet de partenariat transversal. Alliance Provence fut alors fondée le 10 mai 2001.

16 AMAP sont ainsi créées en 2002, sur demande de consommateurs ou de producteurs, le concept se répandant par bouche-à-oreille et voie de presse⁸.

18 AMAP sont en fonctionnement en mars 2003, dont 3 hors PACA (1 à Toulouse et 2 à Montpellier).

1.1.2. Pourquoi participer à une AMAP ?

1.1.2.1. Du côté producteur

³ <http://www.capitalpress.com/miscpages/tosetticolumns/1999/ctMAR191999.htm>

⁴ <http://www.context.org/ICLIB/IC31/SternPl.htm>

⁵ *feasibility study for CSA*, p 32-34

⁶ Association pour la Taxation des Transactions financières et l'Action Citoyenne, <http://www.attac.org/indexfr/index.html>

⁷ liste des partenaires sur <http://perso.wanadoo.fr/allianceprovence/partenaires.html>

⁸ articles disponibles sur <http://perso.wanadoo.fr/allianceprovence/articlespresse.html>

En général, les paysans participent à une AMAP pour 2 raisons principales :

- la *sécurité financière* procurée par l'achat à l'avance des produits par les consommateurs ;
- la *valorisation sociale* : travailler pour un groupe de personnes que le paysan connaît, et avec qui il peut échanger régulièrement et au delà de l'aspect commercial.

L'avis de Daniel Vuillon, premier producteur en AMAP (Ollioules, 83) :

Ollioules, le 5 juin 2003

L'AMAP, UNE ALTERNATIVE POUR LE PRODUCTEUR

Le partenariat Consommateurs Producteurs par une AMAP (Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne) positionne une exploitation agricole dans une situation complètement différente de celles rencontrées dans l'économie de marché.

La rémunération du producteur n'étant pas liée au rendement et au prix de l'unité de vente de ses productions, il va pouvoir mettre en œuvre un mode cultural qui tient beaucoup plus compte de la fertilité du sol, de la qualité de l'air et de l'eau, du respect des équilibres naturels, de la bio diversité dans la relance de variétés locales, la qualité gustative et nutritive de ses productions. Cette évolution va se faire au rythme que lui donnera l'exploitant ; mais il n'y a pas besoin d'un cahier des charges strict, la prise de conscience se fait petit à petit par le producteur encouragé et soutenu par ses consommateurs, dans un fonctionnement complètement transparent. Le prix de l'engagement des consommateurs se définit (y compris la rémunération des producteurs) de la façon suivante : charges fixes de l'exploitation + coût des productions (dépendant de ce que veulent consommer les consommateurs) divisés par le nombre de consommateurs = prix global «d'un panier» sur la période d'engagement.

Le développement en Amap se fait progressivement par l'exploitant ; le plus souvent, placé en zone périurbaine, pratiquant la vente directe il va remplacer un jour de marché par une distribution puis petit à petit il développera, s'il le souhaite, ce concept allant jusqu'à 3 distributions par semaine correspondant au rythme des cueillettes (tous les 2 jours).

La proximité, la qualité gustative, le respect des saisons, la bio diversité sont aux centre des préoccupations de ce système, qui par-là, rejoint « l'éthique » véritable de l'agriculteur biologique et paysanne.

La force du système réside dans l'autonomie de chaque Amap en lien avec sa ferme. Cette indépendance vis-à-vis de l'extérieur (pas de subvention, pas de référence au prix du marché) assure à l'Amap une pérennité qui en fait une des bases du Développement Durable.

La réponse positive récente de la C.D.O.A du Var à un projet d'installation d'une jeune agricultrice avec une Amap, en volet économique, valide le concept par la profession et l'administration agricole.

Le maintien du foncier agricole en zone de forte pression, le maintien de la ferme à dimension humaine, des savoirs-faire passent, sans problèmes par cet outil économique que constituent les Amap. (les besoins en trésorerie de l'exploitation sont assurés par le paiement à l'engagement avant la saison par les consommateurs)

Fruits et légumes, produits laitiers, viandes, volailles fonctionnent actuellement en Provence dans cette nouvelle économie (25 exploitations agricoles concernées, 4 000 consommateurs en un an de fonctionnement...)

Beaucoup de consommateurs souhaitent devenir des consom'acteurs; beaucoup d'agriculteurs veulent continuer leur métier, beaucoup de jeunes souhaitent s'installer dans une agriculture de qualité (le Jeune Agriculteur représentent 80% des fermes en Amap actuellement en Provence)... la mise en relation des uns avec les autres, reste la préoccupation essentielle d'un mouvement qui est avant tout un mouvement de consommateurs. (12 % de la population du Canada est partie prenante de cette forme d'économie solidaire aujourd'hui)

D. Vuillon
Agriculteur – Membre fondateur du
concept AMAP en France

1.1.2.2. Du côté consommateur

Selon des sondages⁹ auprès des consommateurs en CSA (modèle des AMAP), il ressort 2 raisons principales pour lesquelles un consommateur y participe :

1. santé/bien-être : consommer des produits frais, de saison, bio¹⁰, diversifiés, retrouver un certain lien avec la nature et les produits d'antan (qu'il estime, de plus, plus savoureux¹¹) ;
2. et action citoyenne : soutenir directement un agriculteur local, développer les liens ville-campagne.

La raison économique (produits de qualité à un prix abordable) ne semble pas faire partie des raisons principales.

Une AMAP conviendra donc à un consommateur si ce dernier :

- est conscient des relations entre alimentation et santé ;
- a le souhait de renouer avec la nature (côté éducatif, pour les enfants notamment) ;
- a le sentiment d'appartenir à un groupe et perçoit la ferme comme une seconde maison ;
- peut accepter les contraintes de fonctionnement (engagement sur 6 mois ou 1 an, soir et heure de livraison fixes, produits choisis à l'avance).

Concernant le dernier point, et en particulier le fait de choisir les produits avant la saison mais pas pendant les distributions, plusieurs consommateurs nous ont confiés qu'ils voyaient en fait cela comme un avantage : ils n'ont plus à réfléchir à leurs achats chaque semaine ! De plus, l'AMAP leurs permet parfois de découvrir agréablement de nouveaux produits.

1.1.2.3. L'AMAP au regard du développement durable

Voici les avantages du développement des AMAP pour la société :

⁹ Guide de l'ASC p.29, 61, 74, A Share in the harvest p.9 et 14.

¹⁰ Les produits bio ont tendance à être souvent plus sains et parfois plus nutritifs que les produits conventionnels (voir étude de l'AFSSA p.32, 38, 48, 59, 63, 83, 89, 91, 97, 101, www.afssa.fr/ftp/basedoc.rapport.pdf)

¹¹ ceci peut s'expliquer par le choix des variétés et races, leur croissance naturelle, et leur grande fraîcheur.

- apprécier les bénéfices environnementaux d'une nourriture qui n'a pas parcouru des centaines de kilomètres, avec moins d'emballages, issus d'une agriculture bénéfique pour la biodiversité, protégeant les sols et l'eau, moins polluante et moins énergivore ;
- rendre possible (ou favoriser) le retour des particularités alimentaires locales et régionales ;
- améliorer l'économie locale par une augmentation des emplois (en 2002 pour les 17 AMAP provençales, 12 postes sont passés de saisonnier à permanent afin de pouvoir fournir de produits en quantité et diversité suffisante pour toute l'année), plus de processus locaux, de consommation locale, et circulation de l'argent dans la communauté ;
- bénéficier de l'amélioration des liens sociaux, de la responsabilité sociale, du sens de la communauté et de la confiance.

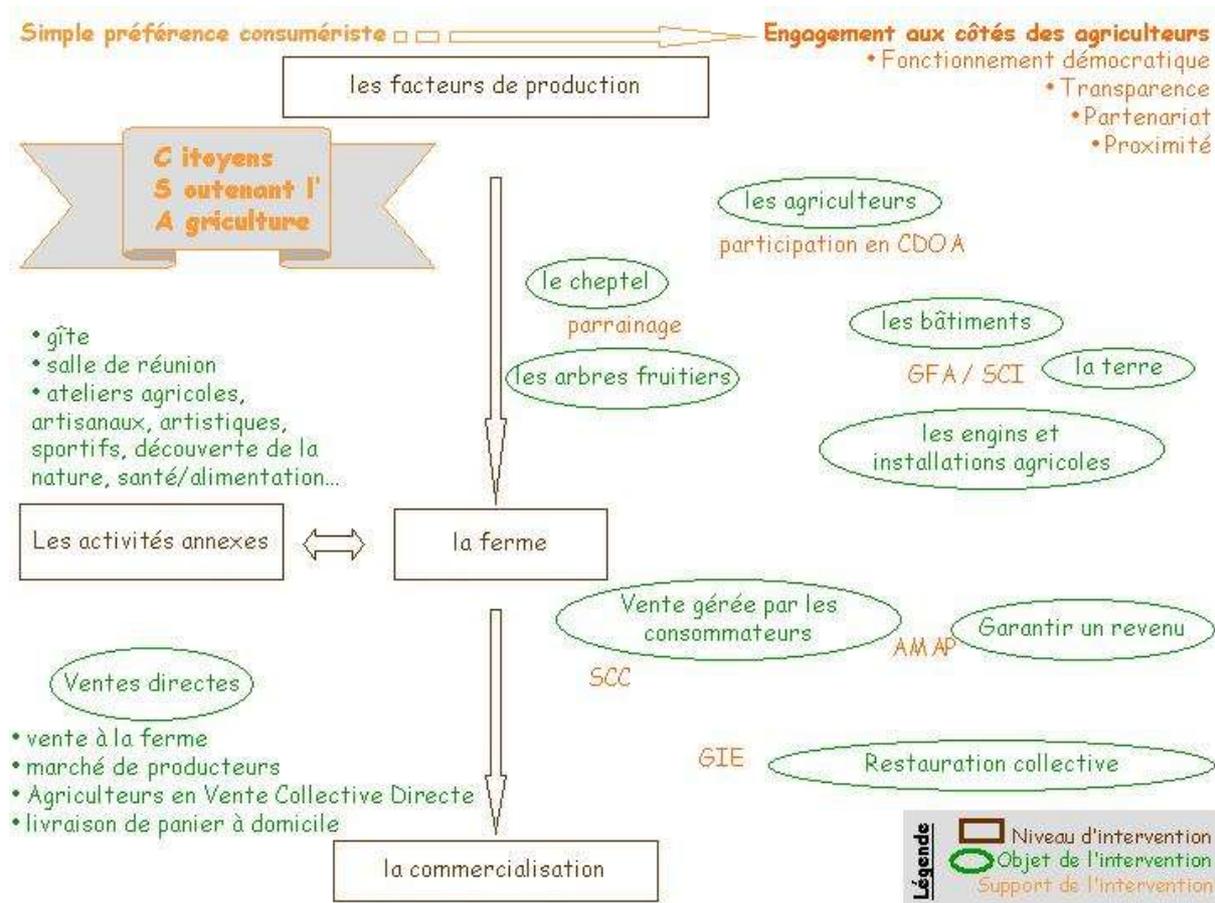
Les avantages des AMAP peuvent aussi se regrouper selon les 3 axes du développement durable: écologiquement sain, socialement équitable, et économiquement viable.



1.1.3. Quelles autres possibilités sont envisageables ?

1.1.3.1. Les autres formes de soutien citoyen à l'agriculture

Pour des citoyens désireux de contribuer directement au développement d'une agriculture plus respectueuse de l'Homme et de l'environnement, il existe plusieurs moyens de soutenir des initiatives locales allant dans ce sens, comme le montre la figure ci-dessous.



Le soutien peut se faire simplement en choisissant de s'alimenter directement auprès de producteurs (vente à la ferme, Agriculteurs en Vente Collectives Directe¹², marché de plein vent...), de choisir préférentiellement leurs services pour les loisirs (gîtes¹³, ateliers divers¹⁴...).

Ou bien ce soutien peut se faire d'une manière plus impliquée de la part du consommateur et prendre la dimension d'un véritable partenariat :

- en participant aux CDOA¹⁵ (à travers sa représentation dans une association de consommateurs, d'environnementalistes, de chasseurs ou de pêcheurs) le citoyen donne son avis sur les dossiers d'installation agricole et de Contrat d'Agriculture Durable.

¹² <http://www.avec-rhone-alpes.org>

¹³ <http://www.accueil-paysan.com>, <http://www.bienvenue-a-la-ferme.com>

¹⁴ <http://www.lesavoirfaire.com>

¹⁵ Commission Départementales d'Orientation Agricoles. Contact : cnafal.42@fen.fr

- en souscrivant des parts sociales à un GFA¹⁶ (pour les terres) ou une SCI¹⁷ (pour le bâti, les installations, les animaux ou végétaux), le citoyen peut prendre en charge le financement de ces facteurs de production ;
- en **prenant en charge la commercialisation** des produits (SCC du Vexin¹⁷) et en **assurant au producteur un revenu (AMAP)**, le consommateur permet à ce dernier de se concentrer sur la qualité de ses produits plutôt que la recherche de débouchés ;
- en choisissant d'approvisionner les centres de Restauration Hors Domicile avec des produits bio (création de GIE¹⁸, démarche *Manger Bio*¹⁹), les élus et parents d'élèves favorisent les producteurs locaux et construisent un véritable projet éducatif pour leurs enfants ;

Pour plus d'informations sur ces initiatives, veuillez vous reporter au site d'AN²⁰ et aux liens donnés en note.

1.1.3.2. Les AMAP et les autres formes de commercialisation des produits agricoles

D'après les anglais, ce qui distingue les CSA des autres formes de vente directe (paniers de légumes, vente à la ferme, marché fermier), est que, bien que ces méthodes de distribution puissent aussi être employées en CSA, les CSA reposent sur un support mutuel²¹.

Les résultats de la comparaison se trouvent dans les tableaux 1, 2, et 3 ci-contre.

¹⁶ Groupement Foncier Agricole, Société Civile Immobilière. <http://www.terredeliens.org>

¹⁷ Société Civile Coopérative. Contact : bergerie@fph.fr

¹⁸ Groupement d'Intérêt Économique

¹⁹ <http://www.unplusbio.org>

²⁰ www.alliancepec.org/7ex.htm

²¹ *a feasibility study for CSA*, p.6

Tableau 1. Comparaison de différents modes de commercialisation

Mode de commercialisation	Prix	Qualité du produit (nutritionnelle, sanitaire, organoleptique)	Choix des produits (diversité, quantité, moment d'achat)	Plus value sociale ou environnementale
Revendeur (supermarché, épicerie, marché...)	Fixé en fonction de l'offre et de la demande dans un espace de plus en plus souvent international. Le prix tient compte des marges opérées par chaque intermédiaire (dont frais de transport, frais généraux de l'enseigne, commission du ou des grossistes) ²²	Les produits sont choisis en fonction de critères de calibrage, de leur aspect esthétique, leur tenue au transport, et en rayon.	Lieu d'achat en général ouvert toute la semaine, toute la journée. Large choix de produits. Pas de quantité minimale d'achat.	En général, aucun lien entre les producteurs et les consommateurs. Les aliments ayant été transportés sur nombreux kilomètres ²³ .

²² http://www.inra.fr/cgi-bin/Internet/Departements/ESR/reloc_inter.cgi?var1=http://www.inra.fr/Internet/Departements/ESR/comprendre/js/marges.htm&var2=undefined

²³ En moyenne, aux Etats-Unis, un repas a parcouru 2.400 km avant d'arriver dans l'assiette du consommateur. <http://www.isec.org.uk/localfood.html>

²⁴ remplie avec l'aide de Denise Vuillon (maraîchère fondatrice des AMAP), et Carine Graff (animatrice de la Fédération Nationale des Associations des Producteurs Fermiers)

²⁵ Direction des Services Vétérinaires, Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

Vente à la ferme ²⁴	Fixé en fonction des coûts de production. En générale, les prix ne sont pas plus élevés que l'équivalent en GMS. Les coûts de production sont certes plus élevés, mais l'absence d'intermédiaires diminue considérablement les marges opérées.	Les produits sont soumis aux mêmes réglementations sanitaires que les autres produits (obligations de résultats), les ateliers de productions sont régulièrement contrôlés par les DSV ²⁵ et DGCCRF. La qualité organoleptique du produit est garantie par le savoir faire du paysan, qui est souvent un savoir faire traditionnel. Le produit est frais et a été ramassé à maturité.	Choix des horaires d'ouverture (restreints hors saison touristique). Choix des produits limités à la production de la ferme Dégustations et visite de la ferme possibles.	Lien direct entre producteurs et consommateurs. Les producteurs fermiers travaillent dans l'optique d'une agriculture durable.
Vente sur le marché ²¹	idem	Idem Si le marché est de plein vent, le produit peut éventuellement subir des dégradations par le vent	Vente des produits lors de la tenue des marchés (parfois le matin en semaine). Un même producteur peut faire plusieurs marchés dans la semaine.	Idem + fidélisation de la clientèle
Vente en magasin collectif (ex. AVEC ^{21,26} Rhône Alpes)	Idem Les points de vente collectifs prélèvent un pourcentage des chiffres d'affaires (entre 8 et 12 %) pour assurer le fonctionnement du magasin (fournitures, loyer, travaux...)	idem	Accessible la journée en permanence. Large choix de produits.	Contact producteur-consommateur. Gestion collective par les producteurs.

²⁶ <http://www.avec-rhone-alpes.org>

AMAP	Prix fixé conjointement par le producteur et les consommateurs afin qu'il permette au producteur de couvrir ses frais de production et de dégager un revenu décent, tout en restant accessible au plus grand nombre de consommateurs	La production étant vendue à l'avance, le producteur va chercher la satisfaction maximale des consommateurs en choisissant des variétés anciennes ou de terroirs réputées pour leur qualité organoleptique. Les méthodes de production sont respectueuses de l'Homme et l'environnement (souvent bio). Les produits sont locaux, de saison, frais. Peu d'emballage.	Les consommateurs définissent avec le producteur en début de saison la diversité et les quantités approximatives de produits désirés, ainsi que jour, lieu et horaire de distribution. Pendant la saison, les consommateurs se partagent les produits arrivés à maturité.	Les consommateurs et le producteur se rencontrent pour discuter à chaque distribution. Des animations sont organisées à la ferme. Les consommateurs peuvent agir directement sur leur territoire en soutenant l'agriculteur dans une amélioration de ses pratiques, plus respectueuses de l'environnement. Ce partenariat permet donc une gestion concertée du territoire.
------	---	--	--	--

Tableau 2. Critères spécifiques aux producteurs

Mode de commercialisation	Sécurité du débouché	Contraintes à la production	Contraintes à la vente
Revendeur (supermarché, épicerie, marché...)	Incertaine sauf si contrat	Ne seront acceptés que les produits répondant à certaines normes (calibre, aspect...)	D'autres s'en occupent
Vente à la ferme ⁵⁹	Une partie de la clientèle peut être fidélisée	Le producteur fermier produit, transforme et commercialise lui-même ses produits.	Être présent
Vente sur le marché	idem	Idem	Idem. Peut représenter 8h de travail pour un marché d'une demi-journée. Pour les produits animaux, il y a en plus les transports à l'abattoir, la présence en salle de découpe.
Vente en magasin collectif (ex. AVEC Rhône Alpes)	Débouché fixe. La réussite du point de vente dépend de la qualité de la vie de groupe et de l'entente entre les producteurs.	idem	Les producteurs doivent être présents à tour de rôle sur le magasin. Le local abrite de la pluie et des températures.

AMAP	Les produits sont achetés à l'avance (abonnement sur 6 mois) Tout ce qui est produit est distribué (pas de normalisation, pas de gaspillage). Pas de frais de mise en vente	Gestion d'une production diversifiée (en général, plus de 15 légumes différents), répartie sur toute la saison de manière homogène.	Producteur présent à chaque distribution, mais cette dernière est totalement prise en charge par les consommateurs. Le producteur est juste là pour échanger avec les consommateurs.
------	--	---	--

Tableau 3. Les autres formules de "paniers bio"

Il existe un certain nombre de formules de "paniers bio" que l'on peut trouver notamment en cherchant ces mots-clés sur internet.

En voici ici un petit aperçu (ce tableau n'est en rien exhaustif) :

formule	les produits (choix, origine...)	Relation avec le producteur	Modalités de paiement et de distribution
Le panier fermier ²⁷	Bio et traditionnels. Producteurs régionaux. Plus de 400 références	Non spécifiée	Commande minimum à partir de 40 € et livraison RENNES (35) et district Paiement à la livraison, chèques déjeuner acceptés
Natoora ²⁸	Gamme complète de produits. Possibilité de choisir les producteurs. Produits frais.	Fiches de présentation des producteurs (avec coordonnées) disponibles sur le site internet.	Livraison à domicile par Chronopost.
le Campanier ²⁹	Fruits et légumes frais, de saison, régionaux ou nationaux. Le contenu du panier n'est pas choisi par les consommateurs	Bulletin de liaison distribué avec chaque panier donnant des nouvelles des producteurs.	Abonnement illimité (suspension possible pour les vacances) Livraison hebdomadaire sur un point de distribution. Paiement à la livraison.
Le panier paysan ³⁰	Gamme complète. Produits frais et de saison, provenant de départements limitrophes (13, 30, et 84)	Possibilité de rendre visite aux agriculteurs.	Livraison à domicile

²⁷ <http://www.panierfermier.com>

²⁸ <http://www.natoora.fr>

²⁹ <http://www.campanier.com>

³⁰ <http://www.lepanierpaysan.com>

AMAP	<p>Bio (en majorité), frais, locaux, de saison. Gamme dépend du producteur partenaire.</p> <p>Les consommateurs décident avec le producteur en début de saison de la diversité et des quantités de produits nécessaires. Durant la saison, le contenu du panier n'est pas choisi par les consommateurs et est fonction des produits arrivés à maturité.</p> <p>Pour la viande, les caissettes sont homogènes mais chaque consommateur choisit les viandes sur l'échéancier des animaux proposés par l'AMAP.</p>	<p>Producteur présent à chaque distribution. Bulletin de liaison avec chaque panier. Participation minimale des consommateurs aux travaux de la ferme (ex. 1 après-midi sur les 6 mois d'abonnement).</p>	<p>Abonnement pour une saison de 6 mois, livraison hebdomadaire (en général) sur un point de chute.</p> <p>En début de saison, les consommateurs et le producteur se mettent d'accord sur les modalités d'abonnement . (diversité et quantité de produits, prix, jour, lieu et heure de distribution...).</p> <p>Les consommateurs prennent en charge l'organisation de la distribution.</p>
------	---	---	--

L'AMAP semble être le système permettant au producteur la meilleure valorisation financière de ces produits, et ayant les plus-values sociales et environnementales les plus intéressantes. Cependant, le fonctionnement de ce système entraîne des contraintes à la production pour le paysan, et à la commercialisation pour le consommateur, contraintes que tout le monde n'est pas prêt à accepter.

1.2. Rejoindre une AMAP

Les AMAP sont recensées sur le site internet à la rubrique "participer". Vous y trouverez les coordonnées des responsables AMAP proches de chez vous.

Si aucune AMAP n'est disponible, vous pouvez en créer une.

2. Par où commencer ?

2.1. Quelques repères

Si vous êtes décidés à créer une AMAP, n'oubliez pas :

Plus il y a d'inconnues (connaissance de la terre, formation et expérience de l'agriculteur, expérience des AMAP), plus le projet devra commencer petit.

Une étude anglaise³¹ sur les CSA (modèle des AMAP) permet d'apporter quelques repères. Ces informations sont à prendre à titre indicatif et ne constituent pas des règles à respecter.

Tableau 4. Diversité des CSA selon les produits

Types de CSA	Produits proposés	Surface moyenne	Méthode	Nombre moyen de membres	Distance membres ferme	Fonctionnement
Veg CSAs	au moins 30 légumes différents	2,5 ha	bio intensif	70	entre 16 et 24 km	Ferme entièrement dédiée à la CSA
Meat CSAs	volaille, agneau, porc, boeuf	> 100 ha	bio extensif	> 400	entre 32 et 48 km	abattoir et salle de transformation à proximité
Fruits CSAs	Fruits (surtout pommes et raisins/vins)	1 ha	intrants minimum	30	< 80 km	Seulement un débouché parmi d'autres. Une distribution par an.

Tableau 5. Diversité des CSA selon le nombre de producteurs impliqués

Types de CSA	Nombre de membres	Direction de la CSA	Situation de la ferme
CSA avec un agriculteur à temps partiel	20 à 40	par le fermier	petite propriété
CSA avec un agriculteur à temps plein	60 à 80	par les consommateurs (fermier = employé), ou par le producteur	terres en location ou en propriété
CSA avec 2 à 5 producteurs de différentes spécialités	150 à 600	comité réunissant les producteurs et des représentants des consommateurs	organisme de bienfaisance qui peut posséder la ferme

2.2. Le producteur ou les consommateurs ?

Il est préférable de commencer par recruter les consommateurs afin qu'ils commencent à s'investir dès le départ du projet.

³¹ *Viability of the CSA in UK*, Joe Hunt, Soil Association, 2003, p. 1-2

Les AMAP ayant démarré à partir d'un producteur connaissent en général des difficultés pour ensuite faire prendre des responsabilités aux consommateurs.

Un groupe de 4-5 consommateurs est suffisant pour étudier et mettre en place le projet. Vous recruterez plus de consommateurs quand votre projet sera plus avancé. Mais n'oubliez pas d'en parler dès le départ autour de vous et de collecter des noms de personnes susceptibles d'être intéressées.

2.3. Y'a-t-il un nombre minimal de personnes à rassembler pour créer une AMAP ?

Il n'y a pas de nombre minimal de consommateurs pour démarrer une AMAP. Ce nombre dépendra en fait du producteur : à partir de combien de personnes estime-t-il rentable de se déplacer ?

En général, les AMAP démarrent avec 25 personnes, mais certaines ont commencé avec 6 !

Beaucoup de personnes attendent de voir si cela fonctionne avant de s'engager : attendez-vous à prendre des inscriptions en cours de route !

Pour la viande, les gens s'engagent en général pour un an sur une quantité globale minimum. On peut leur proposer une première livraison pour apprécier la différence de qualité. Ils s'engagent ensuite en connaissance de cause, au fur et à mesure qu'ils ont pu goûter. L'AMAP se construit peu à peu. Il est donc nécessaire de bien réfléchir à cela avec le ou les producteurs.

Suivant le type de viande vendue, le nombre de consommateurs nécessaire peut varier : il est assez facile de distribuer dans une AMAP même peu nombreuse encore, un porc ou un veau (10-12 caissettes de 6kg) ou un agneau (4 caissettes), par contre les bœufs font 30 à 40 caissettes de 6kg .

Une AMAP débutante n'arrive pas à vendre autant. Vous ne pourrez donc travailler qu'avec des paysans qui vendent par ailleurs en vente directe et peuvent, par exemple distribuer seulement 1/2 carcasse pour l'AMAP.

3. Trouver les consommateurs

3.1. Où et comment ?

Contactez Alliance pour que nous vous recensons sur le site internet (nom, lieu, courrier électronique ou téléphone).

Parlez-en à vos amis et famille proches, collègues de travail, partenaires d'activités extérieures... faites marcher le bouche à oreille.

Contactez les associations : environnement (comme FNE³², membre d'Alliance, Amis de la Terre³³), santé, éducation, groupes ATTAC³⁴, groupes Colibri³⁵, Systèmes d'Échanges Locaux (SEL³⁶), groupes communautaires (associations de résidents...).

Beaucoup d'associations ont des listes de diffusion sur Internet, demandez leur de diffuser vos plaquettes de présentation.

³² France Nature Environnement, <http://www.fne.asso.fr>

³³ http://www.amisdelaterre.org/rubrique.php3?id_rubrique=2

³⁴ Association pour la Taxation des Transactions financières et l'Action Citoyenne, <http://france.attac.org/annexe/annuaire.php>

³⁵ <http://www.rabhi2002.net>

³⁶ <http://www.selidaire.org/pgacc.html>

Plusieurs associations de consommateurs sont adhérentes à Alliance, n'hésitez pas à les contacter : CNAFAL³⁷, UFCS³⁸, UNAF³⁹, CSF⁴⁰, ALLDC⁴¹.

Adressez-vous également aux services municipaux de votre ville pour prendre d'autres contacts locaux.

Mettez des affiches chez les professionnels de la santé, de l'éducation, les librairies, les cinémas...

Participez à des salons, expositions en prenant avec vous des plaquettes de présentation (disponibles sur le site internet de l'Alliance). Pour cela, renseignez vous auprès de votre mairie, de la presse locale, pour connaître ces événements.

Organisez une réunion de présentation.

Contactez les médias locaux. Vous trouverez leurs coordonnées en cherchant sur internet "radio ou presse ou chaîne local + nom de votre département ou région".

Mettez en avant les raisons et avantages exposés au point 1122 et 1123.

3.2. Organiser une réunion

3.2.1. Trouver une salle

Connaissez-vous quelqu'un qui pourrait mettre à votre disposition un lieu de réunion ?

Adressez-vous à vos services municipaux (maisons de quartier...) pour connaître la disponibilité des locaux associatifs. Faites vous prêter un local par une association.

De préférence, trouvez une salle facilement accessible et disponible en soirée la semaine.

3.2.2. Préparer la réunion

Prenez bien connaissance des informations contenues sur le site internet.

Si possible, rendez visite à une AMAP qui fonctionne déjà.

Demandez la présence d'un participant à une AMAP ou à d'un animateur d'Alliance pour vous aider.

Servez-vous des documents sur le site comme support de présentation.

Pensez à préparer des gâteaux bio faits-maison, ou à acheter quelques boissons (non alcoolisées) et des biscuits pour la discussion qui suivra la réunion : appliquer dès le départ la notion de partage et de convivialité.

Demandez à un ami de prendre des notes (surtout les questions du public) afin de rédiger ensuite un compte-rendu.

Prévoyez des plaquettes à distribuer aux gens qui le souhaitent.

Prévoyez une feuille pour prendre les coordonnées des gens intéressés : nom prénom, email (la manière la plus simple, rapide, et moins coûteuse de faire circuler les informations) ou téléphone, ville ou quartier de résidence.

Annoncez la réunion de préférence au moins 2 semaines à l'avance, en faisant une relance 3-4 jours avant.

Une cassette vidéo sur les AMAP est disponible sur commande auprès de la chaîne câblée Demain !

Contactez Olivier au 01.44.25.72.17 ou en écrivant à Demain ! 1 rue Patry, 92.220 Bagneux

Voici ci-dessous quelques points importants pour que les réunions se passent au mieux :

³⁷ Conseil National des Associations Familiales Laïques, <http://www.cnafal.com/sites.htm>

³⁸ Union Féminine Civique et Sociale, <http://www.ufcs.org/adresses.html>

³⁹ Union Nationale des Associations Familiales, <http://www.unaf.fr>

⁴⁰ Confédération Syndicale des Familles, <http://www.csfriquet.org/contact/contact-asso1.html>

⁴¹ Association Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs, <http://www.leolagrange-conso.org>

- annoncez des objectifs clairs et réalistes pour chaque réunion ;
- demandez aux gens dans quelle sorte de groupe ils aimeraient travailler et quelles règles de fonctionnement ils veulent ;
- ayez des méthodes pour prendre des décisions et résoudre des conflits ;
- reconnaissez les points d'accords et ceux de divergences ;
- donnez à chacun une chance de s'exprimer sur un sujet, au besoin répartir les gens en petits groupes ;
- prenez une position neutre ;
- travaillez en tenant compte des forces et faiblesses de chacun, et des différents objectifs ;
- considérez ce que les gens ont besoin de savoir pour prendre de bonnes décisions ;
- soyez ouvert sur les questions d'argent ;

en bref, rien ne peut remplacer une bonne capacité d'écoute.

3.2.3. Le déroulement de la réunion

Annoncer les objectifs de la réunion et son déroulement prévisionnel.

Présentez vous, vos motivations par rapport au projet AMAP

Présentez les AMAP (contenu du site internet)

Répondre aux questions posées

Finir en rappelant aux gens de laisser leurs coordonnées, de faire fonctionner le bouche à oreille, éventuellement annoncer la date de la prochaine réunion, et enfin les inviter à prendre l'apéro

3.3. Garder le contact

Contactez régulièrement les consommateurs intéressés (de préférence par courrier électronique ; c'est facile, rapide, et peu onéreux).

Informez-les sur la constitution du groupe, la recherche du producteur, où en sont-ils de leur côté...

Vous pouvez éventuellement dès à présent entamer la construction d'un site internet sur lequel seront disponibles les comptes rendus des réunions. (voir 5.5.2.5. le site internet)

4. Trouver les facteurs de production (producteurs, terres...) et estimer le nombre de parts réalisables

4.1. Le producteur

4.1.1. Quels critères de sélection ?

Choisissez le producteur selon :

- son expérience agricole (et ses compétences en agriculture biologique ou bio-dynamique) ;
- vos attentes en terme de produits (diversité, label ou sans) ;
- la localisation de la ferme par rapport au point de distribution : temps de trajet et pénibilité (le plus court et simple possible). Utilisez pour cela un outil comme p.ex. mappy⁴² ;
- le contact humain que vous aurez eu avec lui (est-il prêt à ouvrir sa ferme, expliquer son travail ?...);
- l'adhésion du producteur aux principes des AMAP (voir la charte).

Voir également 2.3.

⁴² <http://www.mappy.fr>

A l'heure actuelle, Alliance n'a pas encore établi des critères précis pour évaluer la faisabilité d'une AMAP avec une ferme donnée. Un groupe de producteurs travaille sur ce sujet depuis l'été 2003. Des premiers résultats sont attendus pour l'année prochaine.

4.1.2. Où chercher ?

Contactez Alliance pour savoir s'il n'y a pas des producteurs qui se sont manifestés spontanément.

Si aucun producteur n'est enregistré, vous pouvez faire passer une annonce auprès du groupement des agriculteurs bio⁴³, de la confédération paysanne⁴⁴, et du CIVAM⁴⁵ de la région ou du département.

Le mieux est encore de vous rendre directement sur les marchés ou chez les producteurs effectuant de la vente directe à la ferme (renseignez vous auprès des organismes précédemment cités et auprès de votre office de tourisme pour les connaître), et discutez avec eux. Mettez en avant les avantages exposés au point 1121.

N'oubliez pas d'emmener une plaquette de présentation des AMAP avec vous !

Si vous envisagez l'installation d'un agriculteur, adressez-vous à l'ADASEA⁴⁶.

4.2. La terre

4.2.1. De combien de surface avez-vous besoin ?

Il est en fait assez difficile de donner ici des règles générales tant les situations peuvent être différentes en fonction du terroir, du savoir-faire du producteur, et de la manière dont il va cultiver la terre (plein champs, serre, intensif, main d'œuvre disponible...).

Dans les écrits disponibles sur les CSA, on peut ainsi trouver ainsi des estimations qui donnent une marge assez large : 1 ha peut convenir pour la consommation en légumes de 37 à 100 familles (guide d'Equiterre, p.18).

Si vous recherchez des terres, regardez dans les journaux agricoles et contactez la SAFER⁴⁷ de votre région afin de connaître les terres disponibles.

4.2.2. Acheter des terres

Cela permet d'avoir une sécurité à long terme.

Il faut alors adjoindre au projet AMAP, un projet de GFA : voir www.terredeliens.org

Adressez vous plutôt à des organismes financiers "éthiques"^{45,53} qui seront plus attentifs envers les projets à plus-value sociale ou environnementale.

⁴³ sur <http://www.agribio.com/Carnet/Frame/Frame.cfm>, sélectionnez la rubrique "conseil, développement dans le menu déroulant

⁴⁴ sur <http://www.confederationpaysanne.fr>, sélectionnez la rubrique "adresses"

⁴⁵ Centre d'Initiatives pour la Valorisation de l'Agriculture et du Milieu rural, <http://www.civam.org/reseau/fedegrop/index.htm>

⁴⁶ Association Départementale pour l'Aménagement des Structures des Exploitations Agricoles, www.adasea.net

⁴⁷ Société d'Aménagement Foncier et d'Établissement Rural, www.safer.fr, rubrique "propriétés"

4.2.3. Louer des terres

Pour de nouveaux agriculteurs, la location de terres auprès d'un autre agriculteur peut se révéler intéressante car elle permet de bénéficier de l'expérience du propriétaire, éventuellement de son outillage. En échange, l'AMAP peut lui permettre de vendre ses produits aux membres.

5. Se mettre d'accord

5.1. La composition du panier

5.1.1. Une alimentation variée et de saison

Afin de permettre un régime alimentaire équilibré, le panier devra être si possible composé d'entre 6 et 15 produits différents. Parmi ceux-ci, on trouvera en majorité des produits de base appréciés de (presque) tous, accompagnés de quelques produits moins connus.

La diversité et la qualité des produits sont plus importantes que la quantité, même si les consommateurs doivent avoir le sentiment d'en avoir eu pour leur argent.

Il est important que les consommateurs comprennent la saisonnalité des produits : réalisez un tableau indiquant à quelles périodes ils pourront s'attendre à trouver tels produits lors de la distribution.

Précisez également que les paniers de légumes seront certainement plus fournis en pleine saison de production qu'en début et en fin.

Ex. de tableau de disponibilité pour les légumes en région IdF⁴⁸

⁴⁸ réalisé à partir des informations du GAB IdF, 10 rue des Frères Lumière, 77100 Meaux
tél. 01.60.24.71.84, fax. 01.60.23.90.99

produits	janvier	février	mars	avril	mai	juin	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre
aromatiques												
aubergine												
bette												
betterave rouge												
carotte												
celer branche												
céleri rave												
chicorée frisée-scarole												
chicorée sauvage												
choux blanc/rouge												
choux brocoli												
choux fleur												
choux pommé												
choux rave												
concombre												
courgette												
cresson												
échalotte												
endive												
épinard												
fenouil												
fraise												
haricot												
mâche												
melon												
navet												
oignon blanc												
oignon jaune												
panais												
petit pois												
pissenlit												
poireau												
poivron/piment												
pomme de terre												
potiron/courge												
radis noir												
radis rose												
rhubarbe												
salade type laitue												
tomate												
produits	janvier	février	mars	avril	mai	juin	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre

cultures en plein air
 cultures sous abris

Pour les AMAP viandes, il est nécessaire de donner au consommateur un échéancier des animaux disponibles, d'indiquer les races et les particularités (veau 4 mois, veau 10 mois, bœuf châtré, vache...) afin que les consommateurs puissent anticiper leur consommation, choisir, et apprendre à apprécier ces différentes viandes.

5.1.2. Quels produits peut offrir l'agriculteur ?

Une AMAP peut en principe fournir tout ce qui se produit sur une ferme : légumes, œufs, lait, viande, bois de chauffe...

Mais les terres disponibles et les compétences du fermier détermineront ce qui sera produit réellement.

Considérez avec attention votre échelle, et où vous désirez en être en terme de production dans 5 ans. Quelles sont vos priorités : production maximale ou impacts environnementaux minimums ?

5.1.3. Les habitudes alimentaires des consommateurs

Il est intéressant pour le producteur d'avoir à titre indicatif des renseignements sur la consommation habituelle des membres de l'AMAP.

Faites donc remplir un questionnaire aux consommateurs.

Ex. pour des légumes :

1. Combien de personnes comptez-vous nourrir avec le panier ? (*permettra de fixer la taille des parts de récolte*)

2. En moyenne, combien dépensez-vous par semaine en légumes ? (*donnera une idée de ce que les consommateurs sont prêts à payer*)
3. En moyenne, combien de kilos de légumes consommez-vous par semaine ? (*donnera une idée du poids approximatif des paniers*)
4. En moyenne, combien de légumes différents consommez-vous par semaine ? (*aidera à établir la composition approximative des paniers*)
5. Quand ils sont de saisons, quels légumes consommez-vous chaque semaine ? (*indique quels sont les produits qui devront constituer la base du panier*)
6. Quels légumes n'aimez-vous vraiment pas ? (*produits complémentaires*)
7. Y'a-t-il des variétés particulières que vous nous recommanderiez ? (*produits complémentaires*)
8. Pour des viandes vous pouvez demander aux consommateurs si, dans l'année, ils aimeraient des merguez d'agneau, que le paysan garde un ou des agneaux plus longtemps pour avoir du mouton, de la saucisse fraîche, si quelques uns veulent se regrouper pour faire un porc en charcuterie....

Si vous obtenez des réponses très hétérogènes (ex. pour la question 1 ou 3), essayez de faire des groupes homogènes, et établissez pour chacun de ces groupes un abonnement différent. Cependant, si vous débutez en AMAP, il est préférable de garder une unique formule d'abonnement afin de ne pas rendre la tâche difficile au départ. Ainsi, peut-être que durant votre première saison, le panier ne couvrira pas tous les besoins alimentaires des partenaires. Avec l'expérience, vous améliorerez cela.

5.1.4. Établir un plan de cultures

La tâche la plus difficile pour un fermier en AMAP est de produire une quantité constante et une large gamme de fruits et légumes⁴⁹.

Il faut être conscient que la première saison sera une saison d'essai : il y aura peut-être parfois trop d'un produit et pas assez de l'autre. Ceci s'améliorera avec l'expérience (voir aussi 7.2.).

Les producteurs en AMAP estiment que la période d'adaptation dure entre 6 et 24 mois selon le contexte (expérience du fermier, demande des consommateurs).

A partir des réponses des consommateurs et l'expérience du producteur, vous pourrez établir la composition approximative du panier pour chaque semaine.

Les quantités et périodes de semis seront déduites à partir de cette estimation.

Compenser les pertes éventuelles en augmentant les quantités de 30 à 50 %, et garder un ou deux marchés pour écouler les surplus. **Garder un marché permet d'avoir un "tampon" pour réguler le contenu du panier AMAP.**

Quelques repères pour l'organisation de la production :

⁴⁹ Leap, 1997, Filling the boxes – designing a csa crop plan. The cultivar, winter, p3-5

Une étude⁵⁰ américaine sur plusieurs fermes en CSA a révélé que la récolte et les opérations post-récoltes représentent une large proportion du temps de travail (pour 2 fermes étudiées, cela représentait 1/3 du temps). En général, le travail d'un fermier ou d'un saisonnier pouvait permettre la réalisation de 20 à 40 parts.

Le meilleur conseil que nous pouvons vous donner est d'aller rendre visite à des producteurs fonctionnant déjà en AMAP : vous trouverez leurs coordonnées sur le site internet d'Alliance/AMAP www.alliancepec.org

5.1.5. Étendre la saison

Périodes de plantation étalées, utilisation de différentes variétés, cultures sous abris et stockage sont autant de manière d'étendre la saison de récolte.

La Soil Association a édité un guide technique⁵¹ pour organiser une production diversifiée tout au long de l'année.

5.1.6. Coopérer avec d'autres fermes

Pour offrir aux consommateurs une large variété de produits, vous pouvez partager les moyens de productions avec d'autres fermes, à condition qu'elles soient en accord avec les principes de l'AMAP et qu'il n'y ait pas de revente.

Attention cependant à garder une organisation simple et transparente : un abonnement par producteur ou par type de production.

5.1.7. Les aides au travail

Les membres de l'AMAP sont vivement encouragés à participer aux travaux de la ferme, que ce soit de manière totalement bénévole ou en les faisant bénéficier d'une réduction sur leurs parts de récolte.

Ne pas compter sur l'aide des membres pour les opérations cruciales, envisagez leur participation comme un bonus. Prévoir des jours de travail et des tâches à effectuer.

Vous pouvez également faire appel à des travailleurs volontaires (ex. WWOOF⁵²), à des stagiaires d'établissement d'enseignement agricole, ou à un SEL⁵³.

5.2. Le prix de l'abonnement et les modalités de paiement

5.2.1. Des aliments de qualité à un prix abordable, tout en assurant au producteur un revenu décent ?

Des études américaines ont montré que les consommateurs en CSA réalisaient des économies importantes grâce à ce système, tout en mangeant plus de fruits et légumes de meilleure qualité⁵⁴.

Les variétés sont en effet non plus choisies en fonction de leur tenue lors du transport et en rayon, mais de leurs qualités gustatives et nutritionnelles⁵⁵.

⁵⁰ www.wisc.edu/cias/pubs/briefs/040.html

⁵¹ Setting Up an Organic Box Scheme (Soil Association technical guides)

⁵² Willing Workers on Organic Farms, <http://www.woof.org>

⁵³ Système d'Échange Local, plus d'infos sur <http://www.selidaire.org/pgacc.html>

⁵⁴ Bauermeister Jim 1997, *CSA - a first year's experience*, Washington Tilth, Autumn, p3, 12-15

⁵⁵ www.wisc.edu/pubs/briefs/52.html

Attention cependant à ne pas sous-estimer le prix : c'est la cause la plus fréquente d'échec des CSA aux États-Unis⁵⁶. Les revenus dégagés par les producteurs sont donc faibles mais moins que dans les autres branches de l'agriculture⁵⁷.

Des études anglaises⁵⁸ ont notamment montré que si les CSA assuraient une viabilité économique à court terme (remboursement des frais de production), elles ne tenaient souvent pas compte des dépréciations du capital sur le long terme.

5.2.2. Établir un prix de base

Si le producteur fournit exclusivement ses produits pour une AMAP, alors le calcul de l'abonnement se fait de la manière suivante :

charges fixes de l'exploitation + coût des productions (dépendant de ce que veulent consommer les consommateurs) + salaire du paysan, le tout divisé par le nombre de consommateurs.

Mais la plupart du temps, le producteur possède plusieurs débouchés.

Fixer un prix d'abonnement relève alors d'une estimation faite par le producteur en se basant sur les prix pratiqués sur les marchés locaux et en y opérant parfois une réduction.

Attention cependant à ne pas fixer des prix trop faibles : "le fait d'utiliser les prix du marché plutôt que les prix dérivés des vrais coûts de production rend impossible la tâche de faire connaître aux consommateurs les vrais besoins d'un fermier"⁵⁹. Souvenez-vous que beaucoup de paysans sont dans une situation difficile au point que certains vendent au dessous du prix permettant le maintien de leur exploitation sur le long terme.

N'hésitez pas à comparer régulièrement le prix de votre "panier" avec celui que vous auriez payé ailleurs afin d'améliorer vos estimations à chaque saison.

Pour exemple, un producteur bio de Provence, commercialisant à la fois en AMAP et sur marché, calcule chaque semaine pour comparaison le prix qu'auraient payé les consommateurs AMAP s'ils avaient acheté le même panier au marché ; il annonce ainsi une économie de 10-12% en hiver, 15-25% en été.

Contactez également les autres AMAP afin de connaître les prix qu'elles pratiquent.

À titre d'exemple, le prix d'un panier, rapporté à la semaine et pour convenir à une famille de 2 adultes 1 enfant, peut varier entre 15 et 25 € suivant son contenu.

Autre exemple : pour 1 personne, un panier de 2,5-3kg (9 repas dans la semaine) peut se situer vers les 10 €.

N'oubliez pas d'inclure dans le prix de base une participation minimum des consommateurs aux travaux de la ferme (ex. une journée au choix sur les 6 mois).

Il est en effet important que les consommateurs puissent avoir au moins une fois un aperçu de ce que représente le travail à la ferme (plusieurs producteurs en AMAP se plaignent que leurs consommateurs ne se rendent pas compte du travail à fournir, d'où des points de mécontentement).

⁵⁶ Daniel A Lass et al., CSA : research and education for enhanced viability and potentiel in the northeast, Northeast SARE Project LNE 95-63

⁵⁷ Viability of Community Supported Agriculture in the UK, Jo Hunt, Soil Association, 2003

⁵⁸ idem

⁵⁹ Lamb Gary, 1996, CSA : can it become the basis for a new associative economy ? in Gilman Steve (ed.) 1996 CSA farm network, Stillwater, NY

Le cas particulier de la viande

Les animaux ayant des poids variables, le paysan, pour chaque bête, donne un nombre prévu de caissettes.

Les caissettes ont un poids normalisé (par ex. 6 kg pour le bœuf, veau, porc, 4 kg pour l'agneau, 5 kg pour le mouton.). Elles sont homogènes composées de morceaux variés (à bouillir, sauter, griller).

Vous déterminez alors un prix au kilo et un poids normalisé des caissettes de produits livrés.

Les consommateurs choisissent et paient leurs caissettes en début de saison par chèques libellés à l'ordre du producteur. Un minimum (4 ou 6 caissettes l'an par exemple) est recommandé. Des commandes sont possibles ensuite selon disponibilités.

L'AMAP tient le producteur informé de la vente de ses bêtes.

Les chèques sont envoyés par l'AMAP au paysan un mois avant la date de livraison ce qui permet aux consommateurs d'échelonner leurs dépenses tout en garantissant au producteur le paiement de ses produits avant l'abattage.

Si plusieurs producteurs (pour avoir une variété suffisante de viandes par exemple) participent à l'AMAP, il est indispensable qu'ils se connaissent bien, et que le cas échéant ils soient disposés à s'entraider, à pallier à d'éventuelles défaillances des uns ou des autres, à s'organiser pour livrer ensemble etc..

5.2.3. Les différentes modalités de paiement

Une des idées fortes de l'AMAP est de permettre à un producteur de disposer à l'avance de l'argent qui lui sera nécessaire pour acheter ses intrants (semences...), lui évitant ainsi d'avoir à s'endetter auprès d'une banque.

Cependant, tous les consommateurs ne peuvent pas payer en une fois la totalité de l'abonnement pour la saison (à titre d'exemple, pour 22 semaines de distribution, l'abonnement peut valoir entre 330 et 550 € suivant les produits demandés).

Lors de l'inscription des consommateurs, proposez donc plusieurs possibilités :

- règlement en une fois ;
- 2 fois (½ le premier mois, ½ le second) ;
- 3 fois (½ le premier mois, ¼ le second, ¼ le troisième) ;
- ou en 6 fois (1/6 chaque mois) ;

Quelque soit la modalité de paiement choisie, tous les chèques seront remis au trésorier du groupe lors de l'inscription afin de garantir un revenu au producteur.

Certains producteurs en AMAP voient le paiement à l'avance à double tranchant : il faut savoir gérer l'argent des consommateurs sur les 6 mois, et ne pas se retrouver dans le besoin avant la fin de la saison. Attention donc à la répartition des dépenses.

Si vous fonctionnez en collectif informel, les chèques seront libellés directement à l'ordre du producteur.

Si vous avez créé une association loi 1901⁶⁰ et ouvert un compte à la banque, les chèques peuvent être à l'ordre de l'association, mais cela n'est pas obligatoire.

Par exemple, l'AMAP de la Lèze (31) possède des statuts légaux 1901, mais laisse les chèques à l'ordre du producteur :

⁶⁰ sur les intérêts d'une organisation formelle, voir partie 5.5.3. les statuts légaux

- la viande n'appartient jamais à l'AMAP (évite les problèmes d'assurance, de responsabilité sanitaire...);
- l'AMAP n'a rien à déclarer aux impôts;
- l'AMAP insiste sur le fait qu'elle ne gagne rien au passage, et que tout l'argent revient au paysan.

5.2.4. Pour une alimentation de qualité accessible à tous

Une autre idée forte de l'AMAP est de permettre à tous d'avoir accès à une alimentation de qualité, quelque soit son revenu.

Dans cette optique, vous aurez à développer différentes possibilités de réduction du prix de l'abonnement.

Voici ci-dessous quelques idées pour vous aiguiller, à discuter entre le paysan et les consommateurs :

- comptez dès le départ dans le calcul du prix un abonnement gratuit ou presque ;
- proposez aux consommateurs une réduction en échange de journées de travail à la ferme. Ceci peut se faire sur engagement au moment de l'inscription (réduction appliquée pour cette saison), ou suivant les possibilités durant la saison (réduction appliquée alors pour l'abonnement de la saison suivante) ;
- établissez une échelle de prix de la part suivant les possibilités financières des membres ;
- créer un fond de soutien.

5.3. Le partage et la confiance : 2 idées importantes des AMAP

5.3.1. Le partage des risques et des bénéfices

Imaginez que des mauvaises conditions climatiques occasionnent p.ex. une perte à la production de 1000 €.

Vous semble-t-il plus juste que le producteur endosse seul cette perte, ou qu'elle soit répartie entre le nombre total de consommateurs (p.ex. pour 50 consommateurs, $1000/50 = 20$ € par personne) ?

Avec l'AMAP, la production est payée à l'avance. Si un problème indépendant de la volonté du producteur survient en cours de route, les consommateurs devront en accepter les conséquences (contenu de leur panier amoindri...).

Si la responsabilité du producteur peut être mise en cause, les consommateurs conviendront alors avec lui d'un moyen de remédier au problème (nouveaux semis, achat de produit chez un agriculteur voisin, report sur le prochain abonnement...).

Et au contraire, si la production se trouve être abondante, alors les consommateurs repartiront avec des paniers débordants.

Afin d'éviter les malentendus, mentionnez sur le contrat d'abonnement une phrase telle que « je comprends qu'en devenant partenaire, j'accepte les risques et bénéfices... signature et date »

5.3.2. Limiter les risques

La bio-diversité des espèces et des variétés permet non seulement d'étendre la saison et de proposer un régime alimentaire varié, mais aussi de limiter les risques climatiques et sanitaires: si une culture connaît un problème, les autres pourront combler cette déficience.

L'utilisation de variétés résistantes ou adaptées au terroir augmente également les probabilités d'obtenir une récolte satisfaisante.

Compensez les pertes éventuelles en augmentant les quantités prévues de 30 à 50 % lors du semis, et gardez un ou deux marchés pour écouler les surplus. Commencez avec peu de membres et un plan de culture simple, puis augmentez au fur et à mesure de l'expérience.⁶¹

Vous pouvez décider d'inclure dans l'abonnement une cotisation pour un fond de soutien mobilisable en cas de problème (il pourra aussi éventuellement servir pour permettre à des consommateurs à faible revenu de participer à l'AMAP).

5.4. la distribution : lieu, jour, heure, déroulement

5.4.1. le lieu

Le lieu de distribution sera choisi en fonction de la localisation des consommateurs.

Si la majorité d'entre eux habite aux alentours de la ferme alors la distribution pourra se faire sur la ferme : cela demandera moins de travail au producteur, permettra de réapprovisionner les rayons au besoin, et donnera plus d'occasion aux consommateurs de s'investir sur la ferme.

Si la majorité des consommateurs se situe à plus de vingt minutes de trajet de la ferme, il faut alors envisager un point de distribution en ville pour 2 raisons : les consommateurs se lasseront vite de l'AMAP s'ils doivent effectuer un long trajet toutes les semaines, et à cela s'ajoute le coût écologique du à l'utilisation des voitures de chacun.

La distribution peut se faire dans un local associatif, sur un marché couvert quand ce dernier n'a pas lieu, dans le parking d'une entreprise si les consommateurs travaillent au même endroit. Vous pouvez même envisager la distribution dans une biocoop : l'AMAP ne fournissant pas tous les produits, les consommateurs finiront leurs courses dans le magasin.

Demandez aux membres du groupe s'ils ne connaissent pas un endroit adéquat, et renseignez-vous également auprès de vos services municipaux.

Quelque soit le lieu choisi, il devra y avoir suffisamment de place pour parquer les voitures et ne pas déranger les voisins.

5.4.2. Le jour et l'heure

Choisissez le jour et l'heure de distribution en fonction des disponibilités du plus grand nombre.

En général, les distributions s'effectuent la semaine vers 18-19h, et durent 1 à 2h, afin de permettre aux consommateurs de venir prendre leur panier avant de rentrer chez eux.

(pensez qu'en hiver, avec la nuit tombant à 17h, vous n'aurez plus vraiment envie de ressortir une fois chez vous)

5.4.3. Le déroulement

A chaque distribution, les consommateurs sont présents à tour de rôle afin de prendre en charge les produits dès l'arrivée du producteur.

⁶¹ Leap, 1997, Filling the boxes – designing a csa crop plan. The cultivar, winter, p3-5

Ils installent les cagettes les unes à la suite des autres, et affichent sur un panneau le contenu du panier de la semaine (de préférence dans l'ordre de disposition des cagettes).

Quand la distribution commence, un consommateur accueille les autres à l'entrée

1. en leur faisant signer la feuille de présence (2 raisons : éviter que des consommateurs n'appartenant pas à l'AMAP en profitent pour faire leurs courses gratuitement, et prendre des nouvelles des consommateurs ne s'étant pas présentés) ;
2. en leur remettant le bulletin de liaison de la semaine (voir partie 5523).

Ensuite, chacun remplit son panier en suivant les indications affichées.

Qui contrôle ? personne et tout le monde à la fois. L'AMAP fait appel à un comportement citoyen : vous êtes là pour partager les produits de manière à ce que chacun en ait suffisamment.

S'il reste des produits à la fin de la distribution, vous pouvez les partager entre les bénévoles de la semaine ou les offrir à une association caritative.

5.4.4. En cas d'absence

Si des consommateurs ne se sont pas présentés à la distribution, le responsable de la semaine les contacte.

A vous de définir au départ que faire en cas de personne absente :

- s'il s'agit d'un retard, vous pouvez l'attendre ou lui laisser son panier dans un lieu sûr ;
- si la personne est injoignable, le panier de la semaine est perdu pour cette personne et son contenu est réparti entre les bénévoles de la semaine ou offert à un organisme humanitaire.

Pendant vos vacances, vous devrez trouver quelqu'un (un voisin, un membre de la famille, un collègue de travail...) pour venir chercher le panier à votre place, et donner le nom de cette personne au responsable distribution afin qu'il le note sur la feuille d'émargement.

Pensez à bien expliquer à cette personne le fonctionnement de la distribution !

Vous pouvez également proposer votre panier à un SEL⁶².

5.5. L'organisation des consommateurs

5.5.1. Les rôles du comité

5.5.1.1. Avez-vous besoin d'un comité ?

Pour que l'AMAP fonctionne correctement, il est indispensable qu'elle ait un comité. Sans comité, l'AMAP risque d'être entièrement à la charge du producteur, et ce dernier ne pourra pas tenir longtemps ainsi !

Les membres du comité sont des consommateurs vraiment motivés par la démarche et pouvant donner bénévolement un peu de leur temps à l'AMAP.

Le comité comporte en général un coordinateur, un trésorier, un responsable communication, un responsable bénévolat, et un responsable animation. Ces rôles sont de préférence tenus par des personnes différentes, et peuvent être scindés en autant de fois que nécessaire pour éviter une surcharge de travail aux bénévoles.

⁶² Système d'Échange Local, plus d'infos sur <http://www.selidair.org/pgacc.html>

Il est important de bien expliquer les responsabilités et pouvoir de chacun.

Le comité est formé avant le lancement de la saison d'abonnement, et est renouvelable à chaque fin de saison.

Prenez garde : si vous ne recrutez pas activement un comité, vous deviendrez vous-même ce comité !

5.5.1.2. Le coordinateur

Il convoque et anime les réunions, discute régulièrement avec les producteurs et les autres partenaires pour s'assurer que les objectifs de la ferme et du groupe sont atteints, utilise ces conversations pour établir l'ordre du jour des réunions.

Il est chargé du suivi du recrutement des nouveaux consommateurs (c'est l'affaire de tous), de la gestion de la liste d'attente, et supervise le renouvellement des engagements.

5.5.1.3. Le trésorier

Il est chargé de collecter les chèques des partenaires, de les remettre au fermier en gérant les différentes modalités de versement.

Il s'occupe également de la gestion financière de l'association si les consommateurs ont choisi d'en créer une.

5.5.1.4. Le responsable communication

Il rédige les comptes rendus des réunions, fait les mises à jour d'informations, et les diffuse.

Il recueille les informations et les articles auprès des partenaires (notamment les recettes de cuisine) afin de publier un bulletin sur une base régulière.

5.5.1.5. Le responsable distribution

Il s'assure de la présence, à chaque distribution et à tour de rôle, d'au moins un partenaire de l'AMAP chargé d'aider le producteur à disposer les denrées, afficher la composition du panier, accueillir les participants.

Pour cela, il demande aux consommateurs de s'inscrire pour au moins une distribution lors de la prise des abonnements, et les contacte 2 jours avant chacune d'elles pour s'assurer de leur présence.

5.5.1.6. Le responsable animation

Il est chargé d'organiser les différentes manifestations qui auront lieu sur la ferme durant la saison : visite et pique-nique de début de saison, repas collectifs, activités pour les enfants...

Il organise avec le producteur les travaux à la ferme : aide aux champs, entretien du paysage, rénovation d'un bâtiment, d'un pont...

Renseignez-vous auprès des autres AMAP pour vous faire une idée des possibilités en termes d'animation.

Vérifiez que les consommateurs sont assurés en cas d'incident sur la ferme. Au besoin, l'AMAP peut aussi assurer ses activités.

5.5.2. Établir un lien entre le producteur et les consommateurs

5.5.2.1. Pourquoi établir un lien ?

Le pilier central de l'AMAP, et donc son principal facteur de réussite, est la relation qui va s'établir entre le producteur et les consommateurs. C'est ce qui va permettre à l'AMAP de résister en cas de coup dur (mauvaise année de production...).

Cette relation va se construire progressivement au fur et à mesure des distributions et des animations sur la ferme. A terme, les consommateurs doivent percevoir la ferme comme une seconde maison.

La plupart des consommateurs vivent aujourd'hui déconnectés des réalités du monde agricole et des rythmes de la nature. Il y a là un important travail d'éducation à faire.

Plus les consommateurs auront conscience de ces réalités, plus leur attachement à l'AMAP pourra grandir.

Sont présentés ci-dessous quelques moyens à mettre en œuvre pour favoriser l'établissement de ce lien.

5.5.2.2. La visite de la ferme au lancement de la saison

Démarrez la saison de production par un pique nique à la ferme (chacun amène pour les autres) durant lequel le producteur fera visiter son domaine et expliquera aux consommateurs ses méthodes de travail.

Il est important que chaque consommateur ait vu au moins une fois la ferme !

5.5.2.3. Le bulletin de liaison

Remis à chaque distribution, ce bulletin peut être constitué d'une simple feuille recto-verso.

Le producteur donne les nouvelles de la semaine : où en sont les cultures, quels travaux il a réalisés, les petits bonheurs et malheurs vécus...

Il est très important que le producteur joue la carte de la transparence : c'est un élément indispensable pour que la confiance s'installe.

Il ne faut pas cacher les moments difficiles : p.ex. si le producteur a eu un problème important sur les produits (maladies ou mauvais temps), il doit en faire part aux consommateurs. Sinon, ces derniers risquent de mal interpréter les choses et de se sentir lésés. Au contraire, s'ils sont informés, les consommateurs apporteront au producteur le soutien nécessaire.

Indiquez aussi la composition du panier, la présentation des nouveaux produits (histoire, développement...) des recettes de cuisine réalisables avec ces produits.

Annoncez les prochaines animations prévues. Et pourquoi pas : publiez des poèmes, des dessins...

Vous pouvez parfois y adjoindre un supplément entrant plus en détail sur tel ou tel point : présentation plus poussée de la ferme et des productions, sujets d'actualité, guide du nouveau membre, enquête pour connaître l'avis des consommateurs, préparation de l'assemblée générale...

Pour des exemples de bulletin, voir le site des Olivades (www.olivades.com, rubrique "les lettres du jardinier").

5.5.2.4. Les animations sur la ferme

Portes-ouvertes, festivals et célébrations

Il existe de nombreuses occasions d'organiser des animations : le début des saisons, le calendrier agricole, les fêtes religieuses et traditionnelles...

Répartissez les tâches pour permettre une organisation efficace.

Ateliers

Les personnes participant aux AMAP désirent en général se réapproprier la chaîne de production : organisez des animations autour des méthodes de culture.

Proposez aux enfants des ateliers pédagogiques. Prévoyez aussi de quoi les occuper quand leurs parents aideront aux travaux de la ferme.

Sortez vos meilleures recettes, donnez des cours de stockage et de préparation de conserve. Faites une démonstration de cuisine sur le site de ramassage, pour encourager les membres à essayer des légumes plus étranges.

Travaux de conservation de la faune et flore

Prenez contact avec les associations de protection de la nature locales pour organiser avec elles des animations sur la ferme.

Visiteurs sur la ferme

Attention à bien informer les gens des risques potentiels présents sur une ferme (surtout pour les enfants) : machines et outils, animaux...

Il est utile de disposer d'un point de lavage, et que le personnel de la ferme connaissent les risques.

Si des installations permettent d'occuper les enfants lors des journées de travail à la ferme, cela encouragera les gens à venir.

5.5.2.5. Le site internet

Pourquoi un site internet ?

Avoir un site internet permet de se faire de la publicité en continue pour intéresser de nouveaux consommateurs, et facilite le partage des informations sur l'AMAP.

Comment le construire ?

Vous avez maintenant la possibilité de télécharger des logiciels de conception de site gratuits (ex. sur 01net.com, et de trouver des offres d'hébergement de site gratuites elles aussi (ex. recherchez sur google "hébergement gratuit site").

Un modèle de site internet est disponible sur celui d'Alliance.

Que mettre sur le site ?

Le fonctionnement de l'AMAP, heure et lieu de distribution, produits proposés, personnes à contacter, présentation de la ferme partenaire (producteur, historique de la ferme, photos, méthodes de travail...), comptes rendus des réunions, animations organisées, lien vers le site général des AMAP...

Mettez y toutes les informations qui permettront à de nouveaux consommateurs d'avoir confiance dans votre démarche (p.ex. certificats bio). N'oubliez pas de nous signaler votre site pour que nous le référencions.

5.5.3. Les statuts légaux

5.5.3.1. Former une structure légale ?

Avoir une structure légale n'est pas un pré-requis au lancement d'une AMAP.

Attention à ne pas se perdre au départ dans des discussions sur une organisation compliquée qui risquent plus de freiner le projet qu'autre chose.

Créer officiellement une association de loi 1901 vous permettra par exemple :

- d'avoir accès à des services municipaux (locaux, panneaux d'affichages, aides diverse) ;
- de renforcer l'aspect "fonctionnement démocratique" de l'AMAP, définir les responsabilités légales, nommés les personnes ayant un pouvoir de décision ;
- ouvrir un compte bancaire pour encaisser les cotisations et régler les frais divers de gestion de l'association (photopies, téléphone, cotisation Alliance, assurance...);

Renseignez-vous auprès d'autres AMAP pour connaître leur organisation.

Des fiches pratiques sont disponibles sur <http://www.yeba.org/fiches/>.

Contactez également vos services municipaux qui sauront vous indiquer les démarches à suivre.

L'agriculteur est-il membre de l'association ? Est-il salarié de l'association ?

Il est conseillé que l'agriculteur ne soit pas adhérent l'association, car si pour une raison ou une autre (départ de l'agriculteur, mésentente insurmontable au niveau des produits...) vous devez changer de fournisseur, il vous sera plus facile de prendre une décision.

Il vaut mieux que l'agriculteur ne soit pas salarié de l'association mais prestataire de service, car cela évite à l'association d'avoir à gérer une fiche de salaire et toutes les démarches administratives qui vont avec.

Si vous avez besoin de financement ou de conseils bancaires, adressez-vous à des organismes financiers éthiques comme la Nef⁶³ ou les Cigales⁶⁴.

5.5.3.2. La réglementation en matière de vente directe de produits alimentaires

Les textes réglementaires concernés sont les suivants :

- Directive 93/43 CEE du conseil relative à l'hygiène des denrées alimentaires, traduite en droit français par l'arrêté du 9 mai 1995 ;
- Arrêté du 09 mai 1995 réglementant l'hygiène des aliments remis directement au consommateur
- Arrêté du 20 juillet 1998, fixant les conditions techniques et hygiéniques applicables au transport des aliments

Voir les fiches techniques réalisées par le Centre National d'Action Qualité

⁶³ <http://www.lanef.com>

⁶⁴ Clubs d'Investisseurs pour une Gestion Alternative et Locale de l'Épargne Solidaire, <http://www.cigales.asso.fr>

(http://www.finances.gouv.fr/DGCCRF/consommation/alimentaire/hygiene_marches/index-d.htm).

5.5.3.3. Certification biologique, pourquoi en demandez une au paysan ?

- C'est une obligation légale s'il désire commercialiser ses produits avec l'appellation "biologique", par exemple pour écouler les surplus sur un marché.
- Il produira selon des règles et standards reconnus.
- Il contribuera au développement et à la crédibilité de l'agriculture biologique.
- Le cahier des charges bio permet d'avoir une référence pour des prises de décision concernant les méthodes de production.
- Il pourra bénéficier d'un support technique.

Mais si votre groupe connaît bien son fermier, vous pouvez choisir de ne pas demander de certification pour économiser le coût de cette dernière.

6. Lancement de l'AMAP : la visite à la ferme

6.1. Quand ?

En général, on distingue 2 saisons de production :

- printemps/été d'avril à octobre ;
- et automne hiver d'octobre à avril.

Si possible, démarrez votre AMAP au commencement d'une de ces saisons.

6.2. Préparation

Rangez la ferme, évitez de laisser traîner des objets qui pourraient blesser, faites des petites fiches d'explication sur le fonctionnement des engins, installations..., prévoyez un endroit pour le pique-nique (sur l'herbe, ou table et chaise, avec possibilité d'abris en cas de pluie).

6.3. Déroulement

Accueil avec l'aide des bénévoles.

Distribution de la plaquette pour ceux qui n'en ont pas.

Présentation du producteur et du consommateur coordinateur, et leurs motivations réciproques par rapport à l'AMAP.

Annonce du déroulement de la journée.

Visite de la ferme, explication du producteur sur ses méthodes de travail.

Réponse aux questions.

Pique-nique.

Animations (bal...).

Signature des abonnements auprès du trésorier et coordinateur.

7. Et après ?

7.1. Rappel des principes de fonctionnement

Lors des premières distributions, il sera p.ex. certainement nécessaire de rappeler qu'il y aura suffisamment de produits pour tout le monde si chacun respecte les quantités affichées, qu'il ne faut pas regarder tous les produits avant de les choisir mais prendre ceux qui viennent...

Rappelez les responsabilités des consommateurs : venir chercher son panier selon les modalités définies dans le contrat. En cas d'empêchement (retard, vacances...), prévenir à l'avance et décider du sort du panier selon là aussi les modalités définies en début de saison. Tout panier non réclamé pourra être partagé entre les partenaires présents ou offert à une œuvre caritative.

Organisez une réunion du comité tous les mois ou 1 sur 2 afin de faire le point : le producteur est-il satisfait de la participation des consommateurs ? les consommateurs sont-ils satisfaits de leur panier ?...

7.2. Ajuster au fur et à mesure

A chaque distribution, le producteur écoutera le retour des consommateurs sur les paniers précédents.

A la fin de la saison, réalisez un questionnaire pour recueillir l'avis des consommateurs et préparer l'année prochaine.

Voici un exemple de questionnaire provenant du guide de la *Soil Association* :

1. quelle taille de panier avez vous choisi ?
2. à quel point de collecte allez vous ?
3. concernant la qualité des légumes que vous recevez, quelle est votre opinion sur :

	excellent	bien	variable	pauvre
leur fraîcheur				
leur goût				
la diversité proposée				
l'apparence				
leur valeur monétaire				

4. recevez vous la juste quantité de produits dans votre panier ?

Liste des produits	trop	Juste ce qu'il faut	Pas assez
...			

5. quels produits souhaitez vous voir plus souvent ?
6. quels produits souhaitez vous voir moins souvent ?
7. complétez vous votre panier par ailleurs ? si oui, pourquoi ?
8. Notre action est guidée par 3 principes cités ci-dessous. Notez chacun d'eux selon l'importance que vous leur accordez (1 important, 5 pas important) : produits bio, cultivés localement, produits de saison
9. êtes vous intéressés pour assister à une journée porte ouverte l'année prochaine sur la ferme ?
10. merci de nous signaler tout problème avec le système de distribution.
11. achetez vous des œufs ? Si non, pourquoi ?
12. avez vous essayé la viande de la ferme ? si oui, qu'en pensez vous ? si non, pourquoi ?
13. renouvellez vous votre abonnement l'année prochaine ?

14. merci de nous laissez tout commentaire sur ce système.

7.3. Le renouvellement des abonnements

Lors du renouvellement des abonnements la saison suivante, vous risquez d'être surpris par le nombre de départ.

Ne vous inquiétez pas, c'est courant !

En effet, il y a les gens qui déménagent, ceux à qui le jour de distribution ne convient pas, ceux qui trouvent leur panier trop gros ou trop petit, ceux qui ne veulent pas s'investir...

Prenez soin de connaître les raisons de leur départ, elles constitueront des indications précieuses pour les saisons prochaines.

Aux États-Unis, beaucoup de CSA perdent entre 25 et 70 % de leurs membres à chaque saison. Pour une nouvelle CSA, une perte de 50 % est typique.

Une bonne CSA devrait viser un taux de rétention des membres entre 75 et 80 % pour sa 5 ou 6^{ème} saison⁶⁵.

Mais rassurez-vous, si vous avez réussi à développer une bonne relation entre le producteur et les consommateurs (dont leurs enfants !), le bouche à oreille fonctionnant, vous aurez une liste d'attente de participants à l'AMAP.

7.4. La participation au réseau

Le développement des AMAP en France a été permis grâce aux efforts, souvent bénévoles, des membres d'Alliance.

Afin de favoriser la diffusion du concept et d'assurer sa pérennité, Alliance souhaite réunir les AMAP au sein d'un réseau. Cette mise en réseau a pour objectifs :

- d'assurer la visibilité des initiatives (facilite le renouvellement des consommateurs)
liste des AMAP mise régulièrement à jour, fiche informative sur chaque AMAP consultable par internet, communication vers les médias ;
- faciliter le partage des expériences et la recherche commune de solutions aux éventuels problèmes
organisation de rencontres et mise en place de groupes de travail sur des thèmes particuliers (ex. gestion de la biodiversité, production hivernale, éducation du consommateur...);
- donner du poids à la démarche et avoir une représentation nationale
recueil de données sur les AMAP permettant d'argumenter leurs avantages : évaluation annuelle de la durabilité de chaque AMAP.

Pour participer au réseau, il suffit simplement d'approuver la charte des AMAP et d'adhérer à une Alliance locale, ou à défaut à Alliance Nationale.

8. Les CSA à l'étranger

Réseau québécois des ASC www.equiterre.qc.ca/asc

Réseau UK des CSA www.cuco.org.uk

Principal site non gouvernemental traitant des CSA aux États-Unis www.csacenter.org

⁶⁵ Docter Michael & Linda Hildbrand, 1998, CSA success depend on retention : here's how to keep members happy, growing for market, april, p1, 4-6

Principal site gouvernemental traitant des CSA aux États-Unis www.nal.usda.gov/afsic/csa/

Association japonaise d'agriculture biologique www.jca.apc.org/joaa

En espérant avoir bientôt de vos nouvelles, nous vous souhaitons de réussir dans vos démarches !

Pour l'Alliance,

Nicolas Laurent



PAYSANS - ECOLOGISTES - CONSOMMATEURS

Adhérents : Bulle Bleue - Confédération Paysanne - Conseil National des Associations Familiales Laïques - Éditions Sang de la Terre - Femmes et Changements - Fédération Nationale d'Agriculture Biologique - France Nature Environnement - Mouvement Rural de Jeunesse Chrétienne - Scarabée - Union Féminine Civique et Sociale - Union Nationale des Associations Familiales - Fruits oubliés - Confédération Syndicale des Familles - Fédération Nationale des Associations de Producteurs Fermiers - Association Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs – Fédération Nationale des CIVAM – Nature et Progrès – OGM Dangers – Protection Mondiale des Animaux de Ferme - Alliances locales

Alliance Paysans Écologistes Consommateurs
40 rue de Malte 75011 Paris - Tel : 01 43 38 06 28
alliance@globenet.org ; www.alliancepec.org