

Un partenariat entre consommateurs urbains
et agriculteurs locaux :

une économie solidaire
en prise avec la réalité

Autrans, 4 et 5 juin 2007





- **Qu'est-ce qu'une AMAP ?**

- Une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) est un partenariat entre un groupe de consommateurs et un ou plusieurs agriculteurs, basé sur un système de distribution de « paniers » composés des produits de la ferme.

- C'est un contrat solidaire, basé sur un engagement financier des consommateurs, qui payent à l'avance une part de la production sur une période définie avec le producteur. En échange, ce dernier s'engage à respecter les principes de l'agriculture paysanne et à parler en toute transparence de ses méthodes de production.

- Les deux parties s'engagent à respecter la charte des AMAP Rhône-Alpes, dans laquelle les producteurs sont encouragés à pratiquer une agriculture biologique.

- L'association « Alliance paysans écologistes consommateurs » accompagne les consommateurs qui se constituent en AMAP.

- En résumé, les AMAP se fondent sur un contrat dont les objectifs sont d'offrir :
 - au **paysan**, une garantie de revenu
 - - au **consommateur**, des aliments frais, de saison, généralement biologiques, produits à partir de variétés végétales ou de races animales de terroir. C'est aussi une éducation à l'alimentation, au goût, et aux problématiques de la production agricole.
 - - aux **deux partenaires** : un prix équitable !

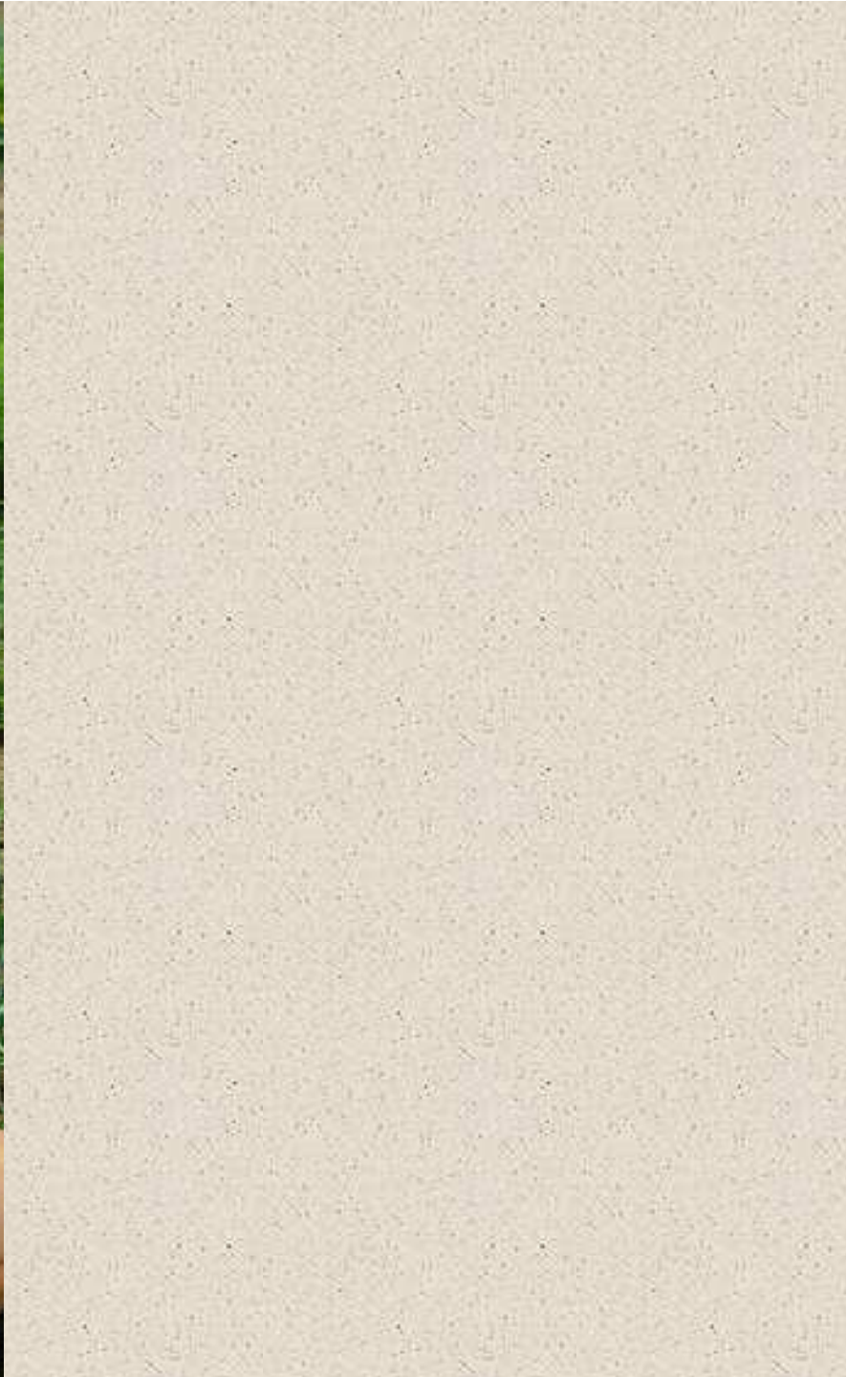
- Ce sont aussi des animations sur la ferme, favorisant les échanges.

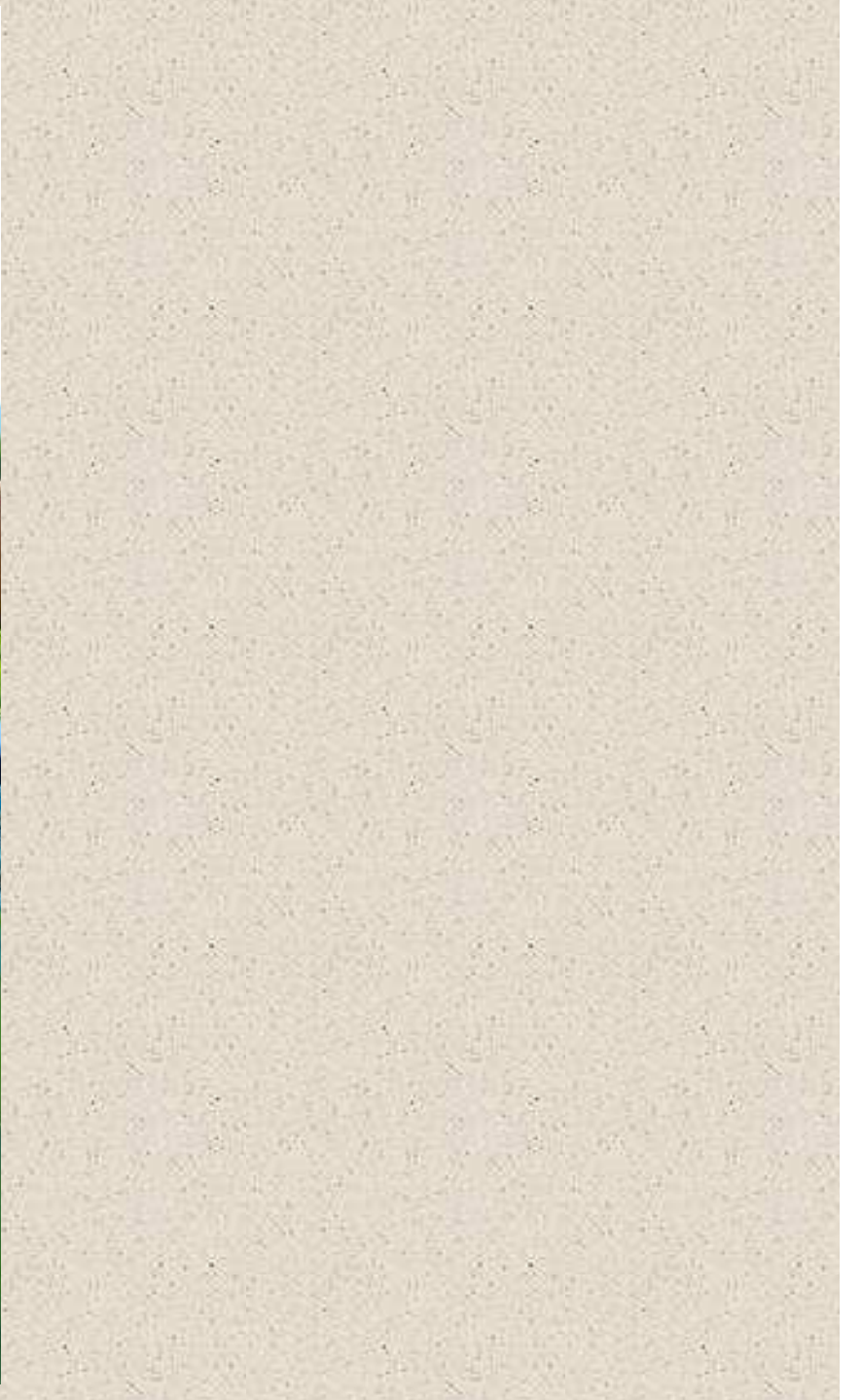
















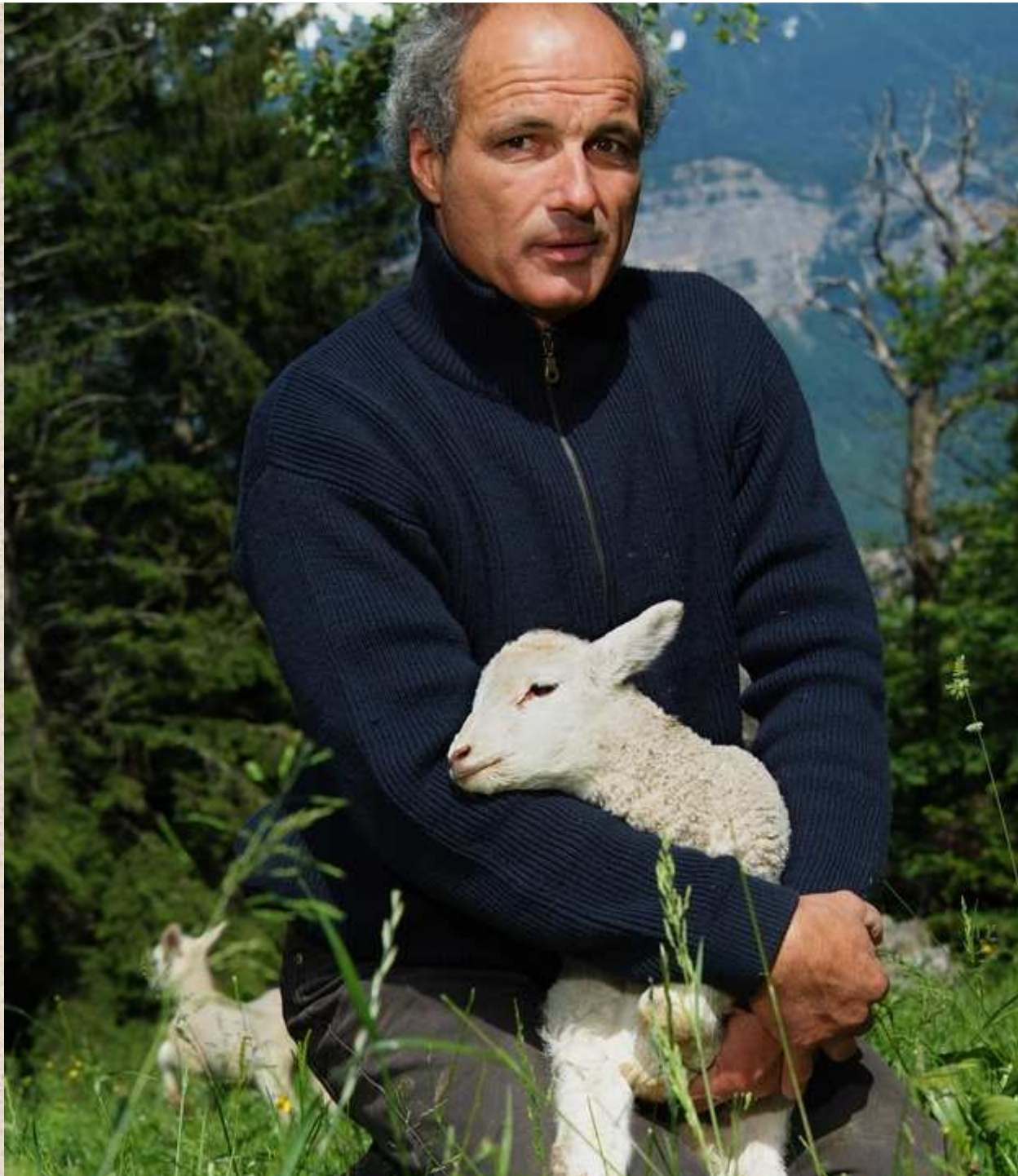














L'engagement des consommateurs

1) L'engagement d'achat à l'avance

- Paiement de tout ou partie des produits **avant** leur distribution.
- **Paiement total à la signature du contrat (au même moment)** en une ou plusieurs fois (=1 ou plusieurs chèques) ; pas d'ajustement du coût du panier d'abonnement en cours de saison.
- Organisation éventuelle d'une période de test préalable à l'engagement contractuel.

2) La solidarité

- Stipuler dans le contrat l'acceptation d'un panier moins garni en lien avec les aléas climatiques.
- Prévoir des **moyens de discussion et régulation** en cas de production inférieure et supérieure aux prévisions du producteur.
- Rechercher des alternatives pour la solidarité avec des consommateurs moins aisés, mais aussi pouvant être freinés par d'autres conceptions de consommation (réflexions avec des travailleurs sociaux, des personnes en difficulté financières, des personnes non habituées à consommer des produits de qualité).

3) la participation

- **Prises de décisions collectives** pour l'organisation des distributions, la promotion de l'AMAP, la relation avec le réseau des AMAP (Comité de Développement) et l'organisation de bilans de saison (évaluation de l'AMAP et questionnaire de satisfaction des consommateurs), etc...
- Chaque adhérent participe à une action au moins une fois dans l'année (lien producteur consommateur pendant la distribution, atelier, débat ou action collective). Tenue d'une liste d'adhérents. Gestion des listes d'attente. Tenue d'une feuille de distribution par produit et par producteur. Structuration éventuelle en association loi 1901.

L'engagement des producteurs

4) La production

- Maîtrise des techniques de production pour une exploitation en vente directe.
- Mise en œuvre des critères d'une agriculture paysanne (ou biologique, mais dans ce cas obligatoirement « AB »).
- Organisation de la production pour une distribution régulière (calendrier prévisionnel).
- Gestion des défections et des surproductions.

5) La transparence

- **Répondre aux questions des consommateurs.**
- Se référer au cahier des charges de l'agriculture biologique et à la charte de l'agriculture paysanne (et à la charte des AMAP en Rhône-Alpes) pour expliquer ses contraintes, spécificités et atouts.
- Communication sur les conditions et aléas de production et recherche de solutions (ex : dates de distributions + souple pour les fruits, report du contrat en cas de défection. Expliquer sa « politique de prix »).

6) La pédagogie

Visite de la ferme au moins une fois par saison. Expliquer la ferme par oral (minimum). Développer des outils pédagogiques et de liaison avec les consommateurs (feuille de chou, ateliers à la ferme, techniques d'animation, site Internet...)... Mais cela est du ressort aussi des consommateurs.