

DEVENIR PRODUCTEUR DE PANIERS EN AMAP

OU,
S'ENGAGER À ÊTRE PARTENAIRE
DE SES CLIENTS !



Document réalisé par le SEDARB
Julie Mouret – stagiaire AgroSup, tutrice Marie-Hélène Vergote
Anne Lothoré, chargée AMAP au SEDARB



CONTEXTE

Les premières AMAP en France (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) datent du début des années 2000. Si les principes de la charte des AMAPs* constituent rapidement le socle commun à toutes, chaque groupe peut, pour autant, s'organiser « à sa façon ».

La diversité des AMAPs, dans leurs manières de vivre la relation de partenariat entre Producteurs (le plus souvent bio) et consommateurs, peut donner une impression de flou et interroger les Amapiens et les Producteurs, comme d'autres acteurs (répression de fraudes...).

*La charte des AMAP élaborée par Alliance Provence en 2003, est un document de référence définissant des valeurs, principes et engagements auxquels doivent souscrire les associations désirant être reconnues comme AMAP. En particulier 18 principes posent des fondements (Cf. Fiche 6 : Aspects juridiques et fiscaux).



Le SEDARB propose ici aux producteurs un ensemble de fiches pointant des éléments importants à considérer par ces derniers avant de s'engager pour « devenir producteur de paniers en AMAP, donc partenaire de ses clients Amapiens », parce qu'une AMAP n'est pas un marché classique, et que vendre à des Amapiens est un métier.

Fiche 1

La communication incontournable du Producteur en AMAP

- Des notions importantes à considérer : transparence, confiance, solidarité
- Des moments clés dans la relation Producteur-Amapien

Fiche 2

La composition des paniers et la planification des cultures

- Une composition des paniers adaptée aux Amapiens
- Gérer la saisonnalité de la production
- Des outils prévisionnels clés

Fiche 3

Le prix du panier et des produits

- Déterminer le prix du panier
- Estimer le prix des produits

Fiche 4

Les contrats lient le Producteur à chaque Amapien

- L'intérêt de contractualiser
- Le contenu des contrats

Fiche 5

La distribution des produits

- Bien fixer les préalables : le lieu, l'horaire ...
- L'organisation des distributions

Fiche 6

Aspects juridiques et fiscaux

- L'accueil sur la ferme et la travail bénévole
- Le nom « AMAP », déposé à l'INPI
- Le statut de la vente et la fiscalité des AMAP

LA COMMUNICATION INCONTOURNABLE DU PRODUCTEUR EN AMAP

LES POINTS ESSENTIELS

La qualité de la relation de confiance entre le Producteur et le groupe d'Amapiens, comme la convivialité au sein de l'AMAP, est un atout majeur pour le bon fonctionnement de ce système de commercialisation. En effet, ce dernier se base sur le lien établi, la relation de confiance et la bonne entente entre les personnes, en particulier entre le Producteur et les Amapiens.

La communication et l'animation de l'AMAP sont donc des enjeux essentiels pour le Producteur, d'autant plus s'il décide d'axer sa commercialisation essentiellement en partenariat AMAP. La communication va permettre à la relation de confiance de s'installer et de se pérenniser. Elle se joue à différents niveaux : 1) entre le Producteur et les Amapiens ; 2) entre le Producteur et les autres Producteurs le cas échéant ; 3) entre Amapiens ; 4) entre les Amapiens et les personnes extérieures à l'AMAP.

Si les Amapiens ont un rôle essentiel à jouer à ces différents niveaux, des aspects importants sont à considérer du point de vue du Producteur : **il doit se sentir concerné afin de favoriser une bonne qualité relationnelle avec son groupe d'Amapiens**. Il profitera de moments particulièrement propices pour construire et entretenir la convivialité, tels que les distributions, visites à la ferme, bilans de fin de saison.

Des notions importantes à considérer pour guider la communication

La **solidarité** est un principe des AMAP, car les adhérents doivent partager les risques liés aux aléas de production. Mais en contrepartie, le Producteur doit obligatoirement être **transparent** sur trois points particulier : le mode de production, l'origine des produits et la construction du prix des produits.

En respectant ce principe de transparence, la relation de **confiance** pourra s'établir sur la durée entre le Producteur et les Amapiens. Ceci jouera fortement sur la perception de la qualité des produits par l'Amapien : il aura compris que « l'AMAP n'est pas un panier de produits quelconques », mais « le produit du travail de qualité d'un producteur local ». Enfin, le Producteur doit tenir compte du caractère imprévisible de sa relation avec les Amapiens : s'engager dans ce système de commercialisation, qui repose sur la relation humaine, comporte **un risque** et le Producteur doit en avoir conscience.

Les moments clés de communication pour établir la relation Producteur – Amapien(s)

La communication entre le Producteur et les Amapiens se joue à divers moments de la vie de l'AMAP.

Avant et au début, il s'agit de bien communiquer sur la **relation de partenariat** entre le Producteur et les consommateurs : « l'AMAP n'est pas un panier » et tous doivent intégrer et assimiler les principes fondamentaux du système AMAP.

En fonctionnement de croisière « normal » de l'AMAP, le Producteur doit faire vivre la transparence en tenant informés les Amapiens des contenus des paniers, de la construction des prix des produits. Il doit également communiquer sur son métier, ses méthodes de production, les différents problèmes qu'il rencontre sur l'exploitation. Il est important que la convivialité soit entretenue durant les distributions, les visites à la ferme. Pour mieux communiquer, le Producteur doit observer les réactions des Amapiens et être attentif à leurs remarques. Divers moyens existent pour faire passer correctement et rapidement des informations aux Amapiens (blog à organiser par les Amapiens, tableau d'affichage, feuille de chou, réunion). Chaque AMAP a son propre fonctionnement mais un Amapien doit jouer le rôle de « référent Producteur » et se charger de diffuser l'information de manière à ce que tous soient au courant relativement rapidement.

En cas de problème, quel qu'il soit, le Producteur doit faire le nécessaire pour informer et discuter si certains points méritent plus de précisions : expliquer les aléas, communiquer si des problèmes de relation surviennent pour ne pas laisser s'installer des tensions, des incompréhensions, voire le conflit.

Préambules : des notions importantes à considérer

1. La notion de solidarité ... et ses limites

Cette notion est à l'origine du système AMAP qui se donne comme objectif de soutenir l'agriculture paysanne en créant un lien direct entre le Producteur et le consommateur. Le Producteur doit se sentir soutenu par les adhérents de l'AMAP notamment lors du partage des risques des aléas de production. Pour autant, les Amapiens ne comprennent pas toujours pourquoi le panier est moins garni que la fois précédente. C'est pourquoi le Producteur doit faire l'effort d'informer régulièrement les adhérents.

Même si l'acte des Amapiens est militant, il n'en reste pas moins un acte d'achat de la part du consommateur, et un acte commercial du côté Producteur. Pour clarifier cette notion de solidarité tout en gardant la juste distance dans cette relation et évitant les débordements, les relations entre Producteur et Amapiens sont matérialisées par un contrat. Le panier a une valeur réelle qui ne doit pas être sous-estimée.

D'autre part, lors de l'accueil à la ferme, il est nécessaire que le Producteur signale les limites physiques de l'espace de l'exploitation et de la maison ouverte au public, afin que les gens distinguent clairement les endroits où ils peuvent se rendre. Il peut arriver que le Producteur se sente envahi par les consommateurs qui investissent trop son espace de travail mais aussi de vie. Ceci peut engendrer malaise, mauvaise ambiance, et risque pour le fonctionnement même de l'AMAP.

2. La notion de transparence & les obligations du Producteur

La charte AMAP pointe la nécessaire transparence du Producteur sur :

- **le prix** : la charte des AMAP dit que « *Le mode de calcul devra être totalement transparent et le Producteur devra fournir régulièrement des informations aux consommateurs pour leur permettre de vérifier si les termes du contrat sont respectés* » ;

- **l'origine des produits et le mode de production** : la charte des AMAP est bien claire sur ce point aussi : « *La production de l'agriculteur doit être réalisée dans le respect de la charte de l'agriculture paysanne et tous les produits doivent provenir de l'exploitation. Aucun produit ne doit être acheté à l'extérieur sans accord des consommateurs* ».

L'introduction d'autres produits devra bien être expliquée, d'autant plus si, de fait, elle participe au maintien du revenu du Producteur (Cf. Fiche 3 : Prix du panier et des produits).

S'il pratique l'achat-revente ou l'échange de produits avec des producteurs voisins, le Producteur en AMAP devra vérifier que ses Amapiens ont bien saisi l'origine des produits. Les consommateurs sont particulièrement pointilleux sur cette question et, s'ils adhèrent aux AMAP, c'est souvent en premier lieu pour connaître la provenance des produits, et pas nécessairement pour soutenir un Producteur ou encore moins un type d'agriculture (l'agriculture paysanne).

D'autre part, le meilleur moyen pour que les Amapiens se rendent compte du mode de production est d'organiser des visites à la ferme, où le Producteur montre concrètement de quelles manières il cultive.

Mode de production biologique : certification utile pour les producteurs

La plupart des producteurs font le choix de la certification « agriculture bio », plus lisible pour le consommateur, mais la démarche d'AMAP s'adresse à tout producteur souhaitant faire évoluer ses pratiques vers le mode de production biologique. Quand le producteur ne vend pas toute sa production via l'AMAP, la certification bio lui sert aussi à valoriser sa production en bio sur d'autres marchés.

3. La notion de confiance

Dans de nombreux cas, le consommateur est attiré par l'aspect local des produits et la proximité avec le Producteur est fortement appréciée. Au fil des semaines, le groupe apprend à se connaître et la relation avec le Producteur devient plus conviviale. Peut alors s'installer la confiance, concept primordial dans ce système de vente. L'engagement contractuel est bien sûr indispensable mais peu à peu les rapports humains prennent plus d'importance. La confiance joue, par exemple, un rôle essentiel dans la perception de la qualité des produits. Cette relation est importante dans le groupe consommateur – Producteur mais attention à ne pas laisser l'engagement moral prendre la place de l'engagement contractuel...



4. La notion de risque

Comme dans toute relation humaine, un caractère imprévisible existe quant à la qualité et la pérennité de la relation entre personnes. Il est donc important que le Producteur ait conscience du risque qu'il prend lorsqu'il s'engage dans le système AMAP, en particulier s'il mise principalement sur ce mode de commercialisation. Le Producteur doit réaliser qu'il est essentiel de s'investir et de soigner sa communication auprès des Amapiens. **La commercialisation en circuit court nécessite bien deux casquettes : celle du Producteur et celle du commerçant. La vente en AMAP n'est pas un moyen de s'affranchir du métier de vendeur et d'une relation attentive à ses clients.**

Indépendamment de son investissement personnel dans la communication auprès des Amapiens, le Producteur n'est pas maître de la qualité de la relation des Amapiens entre eux : une mauvaise ambiance, un bureau d'élus de l'AMAP non constructif, un manque de solidarité, de compréhension, de mise en application du principe des AMAP... peuvent engendrer l'arrêt de l'AMAP, avec les conséquences portées par le Producteur.

Les moments clés pour une communication réussie

Il y a des moments clés où le Producteur doit être particulièrement vigilant sur sa communication pour établir la relation de confiance avec les adhérents Amapiens :

- au commencement de l'AMAP, dès les premières réunions pour la création de l'AMAP et premières distributions ;
- lors du fonctionnement de croisière « normal » de l'AMAP ;
- en cas de problèmes.

1. Communication du Producteur lors des débuts de l'AMAP : premières réunions et distributions

Sur quoi communiquer ?

Lors des premières réunions de l'AMAP, il est très important de communiquer suffisamment sur les **principes fondamentaux des AMAP et le partenariat Producteur-Amapiens** afin que Producteurs et Amapiens soient sur la même « longueur d'onde ». Tout le groupe doit se familiariser avec la notion d'engagement (même si cela prend du temps et s'assimile au fur et à mesure de la vie du groupe), et chacun doit prendre conscience de ses responsabilités.

Le Producteur doit rapidement demander aux Amapiens de responsabiliser les personnes relais : référent Producteur, contrat, communication... qui peuvent relayer l'information de façon intelligente et compréhensible pour le groupe d'Amapiens, sinon le Producteur risque d'avoir l'impression de passer son temps à se répéter et à informer en vain.

Comment favoriser la communication ?

Le Producteur peut inciter fortement les Amapiens à :

- lire attentivement, individuellement et collectivement, la charte des AMAP, le règlement intérieur, le contrat ;
- aller voir d'autres AMAP, distributions, pour comprendre ce que l'engagement engendre (le système AMAP n'est pas une simple distribution de paniers) ;
- se faire appuyer si nécessaire : par d'autres acteurs d'AMAP, les structures locales, réseau bio, pour aider à organiser les premières réunions et favoriser une compréhension la plus élargie possible des principes des AMAP et bases du contrat entre Producteurs et Amapiens.

2. Communication du Producteur en fonctionnement de croisière « normal » de l'AMAP

Faire vivre la transparence

Information sur le contenu des paniers

- tenir un registre, pour avoir la mémoire des paniers livrés chaque semaine (les Amapiens – ou du moins le référent distribution – doivent le faire aussi de leur côté, mais cela est utile que le Producteur en ait aussi la mémoire, y compris pour la planification de ses cultures) ;
- en cas de produits provenant d'ailleurs : être toujours très clair sur l'origine, pourquoi ils sont achetés ailleurs et pas produits sur l'exploitation, etc.

Information sur les prix

Le Producteur, en fin de contrat, peut diffuser à l'AMAP le récapitulatif de toutes les semaines (paniers avec leur contenu et leur valeur réelle) et le comparer avec le montant des chèques encaissés et le registre tenu par les Amapiens, afin qu'ils remarquent qu'ils ne sont pas lésés : si certains paniers sont « légers » à certains moments de l'année, d'autres sont bien plus fournis à la période de pleine production.

Information sur ce qui se passe sur la ferme

Il est essentiel d'expliquer quelles sont les contraintes de production, pourquoi certains légumes sont plus difficiles à cultiver ou reviennent plus souvent dans les paniers...

Entretenir la convivialité

La convivialité doit être entretenue lors des distributions, réunions et événements organisés dans le cadre de l'AMAP, où les Amapiens doivent être moteurs. Durant la distribution, le Producteur peut donner des informations sur l'utilisation des produits, et faire passer des recettes originales ; ou inciter les Amapiens à le faire systématiquement.

Moyens pour une bonne communication

Observer les réactions des consommateurs sur les produits et des Amapiens sur le panier

Le Producteur doit être attentif aux remarques sur les retours trop fréquents de produits dans le panier, les manques (Cf. Fiche 2 : Composition des paniers et planification des cultures) et expliquer les manques par rapport au planning prévisionnel des produits.

Les Amapiens n'expriment pas tous spontanément ce qu'ils ressentent, comment ils perçoivent le panier (contenu, volume...) et comment ils l'utilisent. Et pourtant, le Producteur doit mesurer les tendances et savoir ce que le consommateur veut pour adapter ses paniers. Cela peut se faire dans le cadre de l'AMAP ou lors des marchés, des ventes à la ferme..., si le Producteur en a l'occasion.

En fin de contrat, il est important que le Producteur sache pourquoi les Amapiens ne renouvellent pas leur engagement, grâce à des questionnaires de satisfaction par exemple.

Le Producteur doit s'appuyer sur des relais & des effets leviers

Les Amapiens relais diffusent les informations à l'ensemble du groupe, par différents moyens : mailing liste, blog, tableau d'affichage au moment de la distribution, feuille de chou à imprimer et distribuer lors du rendez-vous hebdomadaire.



BBA

Communiquer en continu, et de façon ciblée et ...

... de façon pédagogique

Le Producteur doit garder en tête que les Amapiens ne connaissent pas l'agriculture, les pratiques agricoles, la vie en milieu rural. Il doit partir du principe qu'il n'y a rien d'évident pour eux et que toute information est utile.

...de façon rapprochée

Le Producteur doit entretenir des relations fréquentes avec les personnes « moteur » de l'AMAP, en particulier le Conseil d'administration (CA), le bureau et référents désignés par le groupe :

- être proche du CA, sans en faire partie (Cf. Fiche 6 : Aspects juridiques et fiscaux) ;
- demander à être membre invité aux moments clés de l'AMAP (statut d'invité d'honneur permanent dans les statuts ou règlement intérieur de l'AMAP) pour participer aux AG, CA... ;
- demander à être informé régulièrement des points le concernant et discutés en CA.

...de façon hebdomadaire

- privilégier la relation avec le « référent Producteur » (celui qui appelle toute les semaines pour connaître le contenu du panier, etc.) : ne pas hésiter à lui raconter ce qui se passe ;
- passer du temps au moment de la distribution avec des Amapiens que le Producteur connaît moins, et en particulier les nouveaux venus ;
- prévenir dès qu'il y a des soucis dans la production : dans la mesure du possible, prévenir avant que le problème survienne.

... à des moments clés en cours d'année

- accueillir sur la ferme au moins une fois par an pour que les Amapiens visualisent la ferme, ce qui s'y passe, et aussi pour consolider le groupe. Plus le groupe est consolidé, plus l'information circulera entre Amapiens, et plus le travail de communication du Producteur sera facilité ;
- proposer des accueils pédagogiques réguliers : activités sur la ferme (participation au ramassage de pomme de terre, poser une serre, une haie... (sur place, délimiter les espaces physiques où les Amapiens peuvent circuler ainsi que les jours d'ouverture, pour ne pas se laisser envahir).

Une attention particulière aux nouveaux entrants

Le Producteur doit porter attention aux nouveaux venus ! Cela prendra un temps réel et effectif pour leur passer l'information et s'assurer qu'ils ont compris ce qu'est une AMAP et quelle est la nature de la relation de partenariat entre le Producteur et les Amapiens. Le Producteur doit inciter l'AMAP à prendre soin de ces nouveaux venus (lecture partagée de la charte AMAP, du règlement intérieur, de la nature du contrat...)

Importance des bulletins de liaison ou feuilles de chou, mailing listes, blog, outils d'affichage, panneau blanc avec les informations de la semaine

La mise en place de ces outils d'information est indispensable pour informer les adhérents sur l'actualité de l'AMAP. Avec ce système, de nombreuses informations très utiles peuvent circuler très rapidement : l'utilisation des produits, des problèmes logistiques, le prix du panier, le fonctionnement de l'AMAP... C'est un très bon moyen de communication qui nécessite une mise à jour hebdomadaire.

Ce n'est pas au Producteur de gérer ces bulletins de liaison mais bien aux Amapiens de s'en occuper, de questionner le Producteur... Le Producteur, lui, doit se rendre évidemment disponible pour répondre, donner l'information et aussi inciter l'AMAP à responsabiliser un ou plusieurs Amapiens pour récolter et diffuser les informations à l'ensemble du groupe.

De façon générale, le Producteur peut aussi inciter les Amapiens à mieux s'organiser pour faciliter sa communication :

- Créer des espaces d'échanges

- lors des distributions : Le Producteur doit laisser les Amapiens prendre en charge l'organisation de la distribution pour qu'il ait du temps libre pour parler de ce qu'il fait, discuter avec les Amapiens, en particulier ceux qu'il connaît moins. Le Producteur peut proposer à l'AMAP de mettre une « boîte de doléances », où chacun peut glisser un mot indiquant les points qui le dérangent, et les bonnes idées aussi ! ;
- lors de points réguliers, de réunions qui serviraient de base pour que chacun discute des éventuels problèmes qu'il rencontre au sein de l'AMAP ;
- lors d'une réunion de début et fin de campagne (pour fixer les contenus, et voir in fine les manques aux paniers ou au contraire les produits revenant trop souvent). Le Producteur pourrait assister à certaines de ces réunions afin de communiquer ses informations et points de vue sur les difficultés qu'il rencontre également avec sa production par exemple (tout en sachant que le Producteur a un temps limité pour les déplacements et réunions en plus de son temps de travail).

- Développer le côté militant et impliquer des adhérents à faire vivre le groupe

Le fait d'adhérer à une AMAP est déjà un acte militant en soi, il faut « simplement » que l'Amapien en ait conscience. Le Producteur, avec le bureau de l'AMAP, peut encourager les Amapiens à développer le militantisme et la vie de groupe en organisant des débats, discussions, conférences autour du métier d'agriculteur et de l'agriculture en général.

- Maintenir un groupe de taille limitée

Au delà de 50 personnes, le groupe peut devenir moins « lié ». L'information passe mieux dans des petits groupes de façon informelle que dans les grands groupes. Plus le groupe grossit, et accueille de nouvelles personnes, plus les Producteurs et l'AMAP devront être vigilants à développer des outils et dispositifs spécifiques pour permettre le partage fluide de l'information entre tous. Il est donc préférable de garder une taille de groupe suffisamment restreinte ce qui permet de mieux connaître tous les adhérents.

Quand le nombre de paniers devient trop important, le Producteur peut inciter l'AMAP à se scinder en 2, et à ce que groupe de départ aide le nouveau groupe à s'organiser et s'autonomiser : le temps passé par le Producteur à gérer (les problèmes) dans un groupe trop grand et sans cohésion sera plus important que le temps passé par le Producteur à mener 2 distributions à 2 AMAP plus petites, où la communication passe mieux.

3. En cas de problème

Les problèmes techniques de production

Le Producteur doit tenir informé les Amapiens sur les difficultés qu'il rencontre avec sa production : aléas climatiques, sanitaires...

Les problèmes de relation

Parfois, il se peut qu'il y ait une incompréhension des attentes de chacun. S'installe alors une situation conflictuelle qui pourrait fortement altérer la qualité relationnelle du groupe. Le mieux est de ne pas laisser s'installer ces tensions et d'instaurer des réunions qui serviraient de base pour que chacun discute des éventuels problèmes qu'il rencontre au sein de l'AMAP.

... avec un ou plusieurs Amapiens

Si les discussions avec la(les) personne(s) concernée(s) n'améliorent pas la relation, en informer rapidement les membres du CA – bureau.

... avec le CA – Bureau

- en discuter avec d'autres Producteurs : comment gèrent-ils leur propre AMAP ? ;
- ne pas se priver de médiateurs, personnes extérieures (autres AMAP, réseau bio...).

LA COMPOSITION DES PANIERS ET LA PLANIFICATION DES CULTURES

LES POINTS ESSENTIELS

Dans le système de commercialisation en AMAP, plusieurs points sont particulièrement à considérer du point de vue du Producteur :

- la signature de contrats Producteur – Amapiens engage le Producteur à fournir une diversité de produits tout au long de la durée du contrat ;
- l'Amapien n'a pas vraiment le choix des produits de son panier hebdomadaire : si les grandes lignes et principaux produits sont indiqués dans le contrat signé en début de période, de fait, chaque semaine l'Amapien « découvre » le contenu de son panier ;
- le Producteur, directement en lien avec les Amapiens, peut avoir un retour sur le contenu des paniers et adapter dans la mesure du possible la composition des paniers pour la période du contrat : meilleur équilibre de la diversité et fréquence de retour des produits. Afin de proposer un panier suffisamment attractif et diversifié, en toutes saisons, la stratégie de composition du panier (variétés, volume) et la gestion des distributions (périodes creuses et surproduction), ainsi que la planification des cultures en amont, sont fondamentales en AMAP.

Prévoir des paniers diversifiés

Allier les légumes traditionnels et attendus et des légumes originaux pour rendre le panier attractif

- ✓ proposer chaque semaine des légumes dits « faciles » qui nécessitent peu de préparation ;
- ✓ associer les différentes catégories de légumes (légumes racine, fruit, feuille, fleur, graine...);
- ✓ privilégier des légumes feuilles qui apportent un visuel très attractif et donnent une impression de volume ;
- ✓ dans la mesure du possible, proposer des produits d'appel qui attirent et surprennent la clientèle.

Gérer la saisonnalité de la production

Fournir des paniers garnis et diversifiés en période creuse

Pour cela, différents moyens seraient à articuler, suivant les possibilités du Producteur :

- augmenter la diversité des espèces et variétés ;
- faire des semis décalés ;
- allonger la période de culture : conduite des cultures sous abris, stockage de certains légumes...;
- améliorer ses équipements disponibles et ses compétences pour mieux organiser son travail.

Anticiper l'écoulement de la surproduction

Si la commercialisation se fait exclusivement via des AMAP, le Producteur devra anticiper la période de forte production :

- augmenter le volume des paniers, en compensation d'une période moins fournie ;
- proposer des « colis » de légumes qui ne rentrent pas dans le contrat AMAP ;
- transformer une partie de la production.

Les étapes clés pour bien planifier ses cultures

1. Établir une composition approximative des paniers chaque semaine
→ élaborer un **tableau prévisionnel des paniers** (composition & quantités)
2. Construire un **tableau prévisionnel de production**
→ noter toutes les cultures à prévoir avec les informations relatives à chaque culture
3. Élaborer un **calendrier de production** : organiser l'assolement et les rotations
4. Pour les produits destinés à être conservés, déterminer les **périodes & lieux de stockage**

Des précautions à considérer

La finalité pour le Producteur est d'avoir un outil de production qui fonctionne de manière optimale, ce qui sous-entend un équipement approprié, une bonne gestion de la fertilité des sols et une organisation du travail adaptée au système de production. Il est important de préciser qu'un plan de culture incluant une grande diversité de produits est très complexe à gérer et n'est pas à conseiller pour un Producteur qui débute en maraîchage.



Des éléments indispensables pour gérer au mieux une composition des paniers adaptés aux Amapiens

1. Bien s'enquérir des envies des Amapiens pour limiter l'effet d'« imposition » d'un contenu de panier : diversité et volume

Le Producteur doit proposer des produits et des variétés en considérant les goûts des Amapiens, et en les informant des contraintes de production (temps, coût...). Ce travail « d'enquête » peut se faire en amont des plantations, sous forme de réunion, ou de questionnaire à construire et distribuer (prise en charge logistique par l'AMAP).

Cette enquête peut aider le Producteur à prévoir les quantités de semences à acheter, la gamme de prix que les Amapiens seraient prêts à payer pour un panier de produits par semaine... C'est un bon moyen pour que les Producteurs et les Amapiens soient « sur la même longueur d'onde ».

Le questionnaire doit être synthétique, court et comporter des questions ouvertes afin de laisser la possibilité aux Amapiens de s'exprimer.

Une fois la saison commencée, un feedback Amapiens, une écoute attentive des retours consommateurs lors des distributions et des bilans intermédiaires ou en fin de contrat, permettront aussi d'ajuster d'une année sur l'autre le contenu des paniers aux besoins des Amapiens.



Prévoir suffisamment de diversité ... mais pas trop

Dans le système AMAP, il faut arriver à trouver le bon compromis entre l'exigence de diversité des Amapiens et les possibilités de production du maraîcher en fonction des diverses contraintes (type de sol, climat, main d'œuvre, rotations, assolement, surface disponible, tunnel/sans tunnel, irrigation...). Afin de rendre son panier plus attractif, le Producteur peut proposer des légumes originaux (anciens ou exotiques) mais ne doit pas en abuser (topinambour, rhubarbe, panais, crosne...).

En automne – hiver ...

L'objectif pour le Producteur est de fournir un panier qui allie les légumes traditionnels d'hiver (carotte, pomme de terre, poireau, chou, courge) et les légumes feuilles qui vont apporter un visuel très attractif et donner du volume au panier. Il est donc indispensable de proposer par exemple des épinards, des salades, des blettes, de la mâche, de la chicorée, des endives...

Au printemps – été ...

Le Producteur doit fournir les légumes attendus par les Amapiens tels que les courgettes, les aubergines, les tomates, les poivrons. Il est important de réaliser un panier volumineux avec des salades, des blettes. Le Producteur peut laisser les fanes des carottes et des radis afin que la couleur verte domine.

L'aspect visuel du panier est très important pour le consommateur qui se base très souvent sur le volume, plus que sur le poids pour évaluer son panier. La couleur verte est associée à la fraîcheur des produits, ce qui est primordial pour l'Amapien.

Dans tous les cas, en hiver, comme en été, le Producteur doit avoir une diversité suffisamment importante pour ne pas lasser les Amapiens, quitte à garder des produits en réserve pour susciter l'envie chez l'Amapien. Ainsi, le Producteur doit instaurer un système de roulement sur deux voire trois semaines. Il doit aussi fournir dans le panier des **légumes dits « faciles »**, comme la salade, qui ne demanderont pas une longue préparation aux Amapiens. **Les produits d'appel**, tels que les fraises, les tomates, les melons, les framboises vont permettre de satisfaire les Amapiens.



Prévoir les quantités de légumes par panier

La quantité de légumes par panier et la différenciation éventuelle de taille et prix de paniers doivent être raisonnées avec les Amapiens. Le Producteur peut faire le choix de proposer plusieurs tailles de paniers pour s'adapter à un plus large public :

- les « petits » paniers permettent généralement de nourrir 2 – 3 personnes pour la semaine : ils offrent moins de diversité, de façon à proposer les produits « de base », en quantité suffisante néanmoins (s'il y avait trop de diversité, les quantités seraient petites à chaque fois, pas forcément suffisantes pour faire un plat pour 2-3 personnes) ;
- les « grands » paniers sont adaptés à des familles plus nombreuses (4 – 5 personnes) et offrent souvent plus de diversité.

Même si cette tâche est fastidieuse, surtout pour les AMAP de taille importante, ce travail d'analyse des envies des Amapiens et d'échanges pour expliquer les choix de production (notamment de ne pas cultiver certains produits, trop coûteux ou compliqués techniquement pour le Producteur ou par rapport à des types de sols...) est essentiel.

Cette phase débouche sur une liste de produits souhaités, et doit se traduire en volume de produits nécessaires, et planning de production prévisionnel.

2. Gérer la saisonnalité de la production : période creuse / surproduction

Le maraîchage, comme l'arboriculture, sont des productions très saisonnières, ce qui implique une organisation rigoureuse de la part du Producteur.

Les périodes creuses

Durant **les périodes creuses** (généralement de février à mai), le maraîcher a souvent du mal à remplir le panier en quantité et qualité. Ces périodes creuses sont anticipées normalement lors de l'élaboration du calendrier de production. Afin d'écourter au maximum cette période, le Producteur cherchera à étendre au maximum la période de récolte, au moyen notamment :

- des cultures sous abri. Le Producteur doit prévoir une surface suffisante de serres afin de dessaisonner la production ;
- du choix variétal qui permet d'échelonner les récoltes. Il existe des variétés plus ou moins précoces pour chaque légume. Le Producteur peut développer une gamme de légumes qui permet de faire la transition (salade d'hiver, endives, pissenlit, scorsonère...);
- de l'étalement des plantations de manière à récolter de manière différée.



Enfin, si le Producteur a le matériel approprié, il peut planifier **le stockage** de légumes de garde (oignon, chou, carotte, betterave, céleri-pomme ...)

La gestion de ces périodes ne doit pas impliquer seulement le Producteur mais également l'ensemble des adhérents de l'AMAP. L'association doit se sentir concernée, et une décision collective devra être prise.

Différentes solutions sont :

- l'arrêt des paniers durant quelques semaines ; si le Producteur ne peut absolument pas assurer ses paniers, cette solution peut être envisagée. Dans ce cas, la période ne devra pas excéder 1 mois sinon, le risque de non renouvellement des contrats sera très important ;
- le complément des paniers avec des légumes ou avec d'autres produits (légumes secs, conserves, ...), achetés ou échangés avec d'autres Producteurs. Ce fonctionnement n'est pas interdit dans le système AMAP, mais il doit y avoir une totale transparence sur l'origine de ces produits et la manière dont ils sont produits (avec un système de code couleur différent pour les produits achetés par exemple, copie du certificat bio du Producteur fournisseur...);
- l'espacement des distributions à 15 jours : dans ce cas, bien penser à rappeler toutes les semaines de distributions aux Amapiens qui oublient parfois de venir chercher leur panier... ;
- **maintenir un panier peu garni** en baissant le prix ou en proposant de compenser cette perte par des paniers de valeur supérieure en été.



Les périodes de surproduction

Une gestion partagée

Il est à rappeler que ce n'est pas au Producteur de gérer tout seul les périodes de grosses productions : les Amapiens ne doivent pas « l'abandonner » pendant les vacances scolaires. Aux Amapiens alors de trouver des systèmes de remplacement pour récupérer les paniers pendant les vacances, même s'ils sont absents.

Pour autant, les périodes de surproduction sont à anticiper côté Producteur, qui doit prévoir comment écouler ses surplus :

- augmentation du volume du panier AMAP, en compensation d'une période moins fournie, pour permettre de lisser le volume sur l'année (mais cela a une limite : la capacité de consommation en 1 semaine ; à moins de suggérer des recettes pour faire des conserves...);
- si les paniers AMAP sont déjà au prix juste sur tout le reste de l'année, le Producteur peut proposer des « colis » de légumes en particulier (suivant la demande), qui ne rentreraient pas dans le contrat AMAP mais qui seraient commandés et livrés sur le lieu de distribution ... ;



- anticipation au moment des plans de culture de paniers « alternés » : pendant les périodes de forte production, les Producteurs récoltent et fournissent les mêmes légumes toutes les semaines ce qui peut lasser les Amapiens...

Pour éviter cela, l'AMAP peut se scinder en deux groupes ce qui permet au Producteur d'écouler toutes les semaines ses produits mais de les alterner sur les deux groupes. Ainsi, lorsque le Producteur conçoit son plan de culture, il doit prévoir des quantités moindres puisque, toutes les semaines, il ne fournira un même légume que pour la moitié des paniers ;



Exemple : si l'AMAP représente 40 paniers, faire 2 groupes de 20 paniers. **La semaine 1**, le premier groupe recevra des courgettes, tandis que l'autre aura un autre légume par exemple des tomates. En revanche, **la semaine 2**, les courgettes viendront compléter les paniers du 2^{ème} groupe alors que le premier groupe recevra des tomates ! Pour ces légumes, le Producteur doit donc prévoir des quantités pour **20 paniers par semaine** et non pour 40 paniers.

Attention car ce système engendre une organisation plus fine de la part du Producteur qui doit chaque semaine prévoir des paniers de même valeur mais complétés différemment !

- transformation d'une partie des produits pour les conserver et compléter les paniers durant la période creuse. Cela nécessite cependant du savoir-faire, des équipements spécifiques éventuels, de la main d'œuvre à libérer ou à trouver au moment de pic de travail, donc de l'organisation et investissements éventuels en amont sur le système de production.

Mises en garde

Si le Producteur a d'autres débouchés que l'AMAP, l'écoulement de la surproduction pose beaucoup moins de problèmes. C'est pourquoi, la stratégie commerciale doit se raisonner en amont, en considérant aussi les autres formes de vente et débouchés, et permettre au Producteur de valoriser toute sa production.

Afin de gérer au mieux la saisonnalité de la production, il est indispensable que le Producteur ait un **matériel adapté** à ce qu'il envisage de faire (tables chauffantes pour la gestion de la pépinière, aire de lavage appropriée...).

Des outils prévisionnels clés

La planification des cultures commence avec la gestion et la codification du parcellaire. Le Producteur doit organiser la gestion de ses planches de manière à faciliter les rotations. L'attribution des planches à chaque culture pour chaque saison ne doit pas se faire au hasard mais doit être raisonnée. Le principe est le même pour les serres qui constituent un outil essentiel pour permettre de la diversité toute l'année.



1. Établir une composition approximative des paniers hebdomadaires

Sur la base des éléments précédents (choix raisonné des produits, diversité, volumes des paniers... avec les Amapiens), le Producteur peut élaborer, en fonction des périodes de production possibles **un prévisionnel de la composition des ses paniers** (grands et petits) : des tableurs simples permettent de programmer la composition des paniers pour chaque semaine ainsi que les quantités de chaque produit à fournir, avec calcul du prix du panier associé (Tableau 1).

Le Producteur peut également remplir le même tableau mais avec les quantités réelles qu'il a fournies pour chaque semaine, ce qui lui permettra de mieux ajuster les contenus des prochains paniers.

Enfin, un tableau récapitulatif permettra au Producteur de repérer facilement les quantités de chaque légume à planter pour toute la saison (Tableau 2).

Ce document peut être transmis aux Amapiens qui seront alors informés des produits qu'ils recevront chaque semaine en principe. Accompagné des explications (orales) du Producteur, cela leur permet également de mieux appréhender la saisonnalité de la production (que tout le monde ne comprend pas toujours).

Tableau 1 : composition approximative des paniers

Nbre paniers Groupe 2	30	Semaine 19				Semaine 20				Semaine 21				Semaine 22				Quantité nécessaire		
		groupe 1		groupe 2		groupe 1		groupe 2		groupe 1		groupe 2		groupe 1		groupe 2				
Légumes	Unité	P. U.	Qté	Montant	Qté	Montant	Qté	Montant	Qté	Montant	Qté	Montant	Qté	Montant	Qté	Montant	Qté	Montant		
aillet	botte	1,2	2	2,40	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	220	
salade	pièce	1,2	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	200	
radis	botte	1,2	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	1	1,20	200	
fèves	kg	4		0,00	1	4,00	2	8,00		0,00		0,00	2	8,00	2	8,00		0,00	170	
petit pois	kg	5,5	1	5,50		0,00		0,00	2	11,00	2	11,00		0,00		0,00	2	11,00	180	
roquette	bqt	1	1	1,00		0,00		0,00	1	1,00	1	1,00		0,00		0,00	1	1,00	100	
cresson	bqt	1		0,00	1	1,00	1	1,00		0,00		0,00	1	1,00	1	1,00		0,00	100	
ortie	kg	14		0,00	0,3	4,20	0,3	4,20		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	15	
carottes	botte	3		0,00		0,00	1	3,00	1	3,00		0,00	1	3,00	1	3,00		0,00	100	
oignons	botte	1		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	1	1,00	1	1,00	50	
persil	bqt	1	1	1,00		0,00		0,00	1	1,00	1	1,00		0,00		0,00	1	1,00	100	
				0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Prix du panier				12,30		12,80		19,80		19,60		16,60		15,60		16,60		17,60		
total Groupe 1		65,30		total année		65,30	4 semaines X 16 = 64 (si panier = 16 euros)													
total Groupe 2		65,60		total année		65,60														

Passerelle Éco – N°32

Tableau 2 : récapitulatif des quantités nécessaires pour la saison

2009			mai	juin	juil	août	sept	oct	Quantité total	
Légumes	Unité	P. U.	Qté	Qté	Qté	Qté	Qté	Qté	nécessaire	Légumes
aillet	botte	1	0						0	aillet
aromates	bqt	0,5		0	0	0	0	0	0	aromates
arroche	kg	3		0	0				0	arroche
aubergines	kg	3			0	0	0	0	0	aubergines
basilic	bqt	0,5				0	0	0	0	basilic
betterave	kg	2,5			0	0	0	0	0	betterave
blette	kg	2,5		0	0	0	0	0	0	blette
carottes	kg	2,2	0	0	0	0	0	0	0	carottes

2. Construire un tableau prévisionnel de production

Cette étape va permettre au Producteur de programmer pour toutes ses cultures :

- **la quantité à produire : les quantités des différents produits et variétés à produire** se calculent en fonction des paniers prévisionnels élaborés préalablement. Le Producteur peut prévoir une marge de sécurité d'environ 30%, en cas d'aléas climatiques ou sanitaires. Cette marge de sécurité est à nuancer selon les légumes.
- **la surface à prévoir** : elle est très dépendante de l'exploitation. En effet, elle varie fortement en fonction des rendements observés pour chaque légume qui eux-mêmes dépendent du type sol, du climat, de la pression parasitaire, des ressources en eau. Il existe des références locales de rendement mais il convient à chaque Producteur de calculer un rendement ajusté à son exploitation en fonction de son expérience. Une fois que la moyenne de rendement est obtenue, le calcul consiste à **diviser la quantité à produire d'un légume par le rendement moyen ce qui va donner la surface sur laquelle implanter la culture**. Ces calculs sont appliqués pour les surfaces nécessaires en plein champ et sous abri.
- **la date de semis/plantation**
- **date de repiquage**
- **date de début de récolte / date de fin de récolte**
- **quantité de semences à acheter** : se calcule en fonction de la surface destinée à la culture, de la densité de semis et du nombre de semence par gramme.

L'objectif est d'avoir un outil qui aide à organiser rigoureusement le travail de l'agriculteur (Tableau 3).

Tableau 3 : tableau prévisionnel de production

LÉGUMES	VARIÉTÉS	Quantité à produire (c'est ce qu'on trouve dans le tableau récapitulatif des paniers)	rendt kg ou boites ou pièces/m ²	Surface totale à prévoir	date de mise en place	date repiquage godets	date de repiquage ps ou serre	date début de récolte	date fin de récolte	Quantité de semence en g/m ²	nbre graine au g	Quantité totale en g de plants ou semences
aill			1,5	0	février		mai	juil	août	64	0,1	0
aromates (bouquet)			10	0	avril							0
arroche (kg)			0,5	0	avril				juil			0
aubergines (kg) - serre	Black Beauty, longue violette, rosa bianca (précoce),...		3	0	mars	avril	avril	juil (plants achetés)	oct	0,04	167	0
basilic (bouquet)			15	0	avril		mai	juil	oct	0,015		0
betteraves (kg)	Détroit, Plate Egypte, Crapaudine,...	250	2	125	avril			juil	août	1	59	125
betteraves (kg)			2	0	juin			sept	c	1		0
blette (kg) - serre			1,5	0	15 dec/janvier		mars	mai	juil	0,5	59	0
blette (kg)			1,5	0	mars		avril	juil	déc	0,5	59	0
blette (kg)			1,5	0	mai		juin	juil	déc	0,5	59	0
brocoli (kg) - serre			0,5	0	février		avril	juin	nov	0,025		0
brocoli (kg)			0,5	0	mai		juin	sept	nov	0,025		0

Passerelle Éco – N°32

Passerelle Éco – N°32

3. Élaborer un calendrier de production : organiser l'assolement et les rotations

Le prévisionnel de production terminé, l'agriculteur peut élaborer son calendrier de production dans lequel les cultures sont organisées en fonction du temps (des périodes de production ; des mois de l'année), et de l'espace (des planches et des serres). Si des parcelles sont regroupées en îlots, des onglets correspondant à chaque îlot pourront être créés afin de simplifier les tableaux.

L'attribution des planches aux cultures se fait en fonction de la colonne « surface à prévoir » du tableau prévisionnel de production et des rotations (Tableau 4).

Tableau 4 : calendrier de production

Parcelle A1	nov	déc	janv	fév	mars	avril	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc
A101		S fève					R	R						
A102		P ailé		S carotte			R ailé	carotte						
A103	S fève						R	R						
A104			S pois nain				R	R						
A105	S fève						R	R						
A106			physalis déjà en place							R	R	R		
A107				S pois grimpant			R	R	R					
A108				S pois grimpant			R	R	R					
A109			S pois nain				R	R						
A110		S fève					R	R						
A111			S pois nain				R	R						
A112		S fève					R	R						

Passerelle Éco – N°32

Il est à noter que la conduite des cultures en AMAP doit être très précise et la gestion des abris doit être très fine pour permettre une rotation rapide. Le calendrier est donc indispensable pour prévoir et organiser le travail de façon optimale et essayer d'anticiper et d'y insérer au mieux les imprévus éventuels. Ce travail est nécessaire, surtout en production maraîchère où de nombreux facteurs peuvent contrarier le planning initial.

4. Déterminer les périodes & lieux de stockage pour les produits destinés à être conservés

Si le Producteur prévoit de stocker une partie de sa production, cette dernière étape est indispensable afin de gérer au mieux les lieux de stockage. Cette gestion peut se faire à l'aide d'un calendrier dans lequel les périodes de stockage pour chaque légume sont prévues.

Afin de comparer son plan de culture, il est important que le Producteur échange avec d'autres agriculteurs également en AMAP. Il pourra ainsi prendre conscience de l'organisation nouvelle que ce mode de commercialisation implique. Un système de parrainage serait intéressant à mettre en place et permettrait aux maraîchers nouvellement installés d'avoir une aide technique d'anciens plus expérimentés.

LE PRIX DU PANIER ET DES PRODUITS

LES POINTS ESSENTIELS

Un principe fort inscrit dans la charte des AMAP est l'engagement financier des Amapiens sur une durée déterminée, au travers du contrat liant le Producteur à chaque Amapien : les Amapiens au travers de ce contrat achètent une partie de la récolte du Producteur à un prix qui est d'une part **rémunérateur** pour le Producteur qui peut ainsi se dégager un revenu, et d'autre part **juste** pour l'Amapien.

La détermination du prix du panier est donc essentielle au bon fonctionnement de l'AMAP :

- si le prix retenu est trop faible, les recettes de la vente ne permettront pas de dégager un revenu suffisant pour le Producteur une fois les charges payées, et le sens même de l'AMAP s'effondre ;
- si le prix est trop élevé, les Amapiens trouvant les produits trop chers ne renouveleront pas leur contrat.

Les Amapiens se trouvent en effet en tension entre d'une part leur désir de soutenir « leur » agriculteur et d'autre part le fait que leur engagement dans la durée et l'abaissement des coûts de commercialisation (vente directe) doivent logiquement se retrouver dans le prix du panier. Lorsque l'on parle de prix dans le système AMAP, on peut retenir que deux paramètres sont à dissocier :

- la détermination du prix du ou des paniers
- la réflexion sur la valeur des produits, et donc la valeur du travail du Producteur pour les produire, une réflexion primordiale par rapport au respect de la charte et objectif même des AMAP.

Déterminer le prix des paniers

Un premier point est de déterminer s'il y aura qu'une taille de panier, ou plusieurs tailles, selon le public concerné (rural / urbains, familles nombreuses, célibataires, étudiants...) et de voir quel prix les consommateurs se voient payer pour cela ;

Un prix constant. Le prix des paniers (grands / moyens / petits) est déterminé au début du contrat et doit rester constant même si la production varie en fonction des saisons. **Le prix est donc lissé** sur la durée du contrat (voire sur l'année), car les paniers ont une valeur réelle parfois supérieure, parfois inférieure au prix décidé ;

Un prix rémunérateur. Pour les Producteurs ne commercialisant qu'en AMAP leur récolte, le prix des paniers doit leur permettre de dégager un revenu une fois les coûts de production payés. Pour les Producteurs ayant d'autres débouchés que l'AMAP, leur revenu ne dépend pas seulement des AMAP, et le calcul du prix des paniers des Amapiens sera donc plus ou moins impactant selon l'importance des autres débouchés. Pour autant le prix des paniers devra permettre de rémunérer le travail du Producteur ;

Un prix transparent. Quelque soit la façon de fixer la valeur des produits du panier in fine, il est essentiel que les Amapiens aient accès à des informations sur les prix des produits, ce qui oblige le Producteur à être totalement **transparent** sur ses questions. C'est la première étape pour se poser la question de la valeur des produits et du travail du Producteur.

Un prix juste et équitable. L'idée est louable, mais en pratique, il est compliqué d'estimer la valeur des produits, et la valeur donnée au travail du Producteur ;

Estimer la valeur des produits

Différentes références sont utilisées par les Producteurs afin de calculer le prix des produits qu'ils distribuent dans les paniers. De manière générale, nous constatons que ce sont **les prix du marché** qui constituent la référence pour de nombreux agriculteurs, ce qui, au regard de la charte AMAP, n'a pas vraiment de sens. **Le prix de revient** des produits serait une référence plus appropriée qui permettrait de prendre en compte les diverses charges de production.

Déterminer le prix du panier : des principes

1. Un prix constant

Le prix est fixé collectivement, en fonction d'un certain nombre de paramètres par le Producteur et les Amapiens (voir § *le calcul du prix du panier en fonction des sources de revenus*). Pour autant, durant toute la période du contrat, le prix du panier reste le même, indépendamment de son contenu réel qui varie selon les périodes.

Le prix décidé peut donc sous-estimer la valeur des paniers (c'est le cas en été par exemple) ou au contraire, le surestimer en hiver (en particulier si le Producteur ne peut pas développer une gamme importante et variée de produits en hiver).

Le système AMAP est donc réfléchi pour qu'il y ait un prix moyen lissé sur l'année grâce aux paniers qui « se compensent » entre les saisons. Ceci devrait pousser les adhérents à s'engager sur une période assez longue.

2. Un prix transparent

La fixation du prix des produits fournis dans les paniers doit être aussi **transparente que possible et régulièrement discutée** afin que :

- les Amapiens aient la garantie du bon rapport qualité – prix du panier, tout en comprenant les fluctuations de son contenu et de sa valeur ;
- les Amapiens soient en mesure de vérifier qu'ils participent à maintenir une agriculture paysanne, au travers d'un juste prix, équitable, et qui permette au Producteur de tirer un revenu rémunérateur pour les investissements et le travail effectué.

Le prix du panier est fixé collectivement en début de saison suite à une négociation. En revanche, le contenu du panier et l'adéquation au prix convenu relève de la responsabilité du Producteur. C'est pourquoi le mode de calcul du prix des produits du panier doit être totalement transparent de façon à ce que les Amapiens aient connaissance des différents facteurs qui rentrent en compte, et s'assurent que le prix du panier fixé permet au Producteur de rémunérer son travail.

3. Un prix juste et équitable, à corréliser avec le revenu du Producteur

La finalité du système de commercialisation en AMAP est de maintenir une agriculture paysanne et par conséquent, des paysans sur un territoire. Le prix des produits commercialisés via les AMAP doit donc permettre au Producteur de se dégager **un revenu suffisant afin de pérenniser son activité**.

La réflexion sur le prix du panier doit être accompagnée **d'une réflexion sur le revenu** du Producteur. En effet, le prix des paniers doit rémunérer le Producteur pour son travail, sinon il y a risque de ne pas le maintenir en place sur la durée (et donc, perte de sens par rapport à l'objet même de la création de l'AMAP).

De façon générale, les Producteurs ont tendance à sous-estimer la qualité de leur travail et à ne pas mettre assez en valeur leurs produits (notamment en bio) dont ils devraient pourtant être fiers. Ils ne tiennent pas forcément compte de tous les coûts de production (intrants, investissements, coûts de commercialisation, etc.) et encore moins de tout leur temps de travail, ce qui ne va pas nécessairement dans le sens de la pérennité de l'exploitation (faute de revenu suffisant), ni dans celui de l'AMAP (dont l'objet même est de maintenir une agriculture paysanne).



Estimer le prix des produits, la valeur du travail et sa rémunération

La question du revenu est délicate mais primordiale. La charte AMAP prévoit que « *si le Producteur travaille exclusivement en AMAP, un mode de calcul devra prendre en compte les charges de l'exploitation et définir les recettes qui doivent être dégagées annuellement* ». Mais le calcul du revenu que l'on doit verser au Producteur n'y est pas précisé.

1. Calcul du prix du panier en fonction d'un niveau attendu de revenu

Dans le cas « simple » où les Producteurs commercialisent exclusivement en AMAP, le prix des paniers doit leur permettre de vivre de leur travail, donc de dégager un salaire, une fois tous les coûts de production et de commercialisation déduits. La formule suivante peut être appliquée :

$$\text{Prix moyen du panier} = (\text{charges fixes de l'exploitation} + \text{coûts de productions} + \text{coûts de commercialisation} + \text{revenu du Producteur}) / \text{Nombre de paniers distribués}$$

Mais ce mode de calcul comporte des limites :

- généralement le Producteur a plusieurs sources de revenu (plusieurs débouchés, activités...) ce qui ne permet pas d'appliquer toutes les charges de production aux seules produits vendus en AMAP ;
- le calcul des différents coûts est très long et fastidieux, et n'est pas pratiqué dans beaucoup d'exploitations ;
- quel niveau de revenu appliquer ? qui détermine le revenu d'un Producteur ? À quel niveau ? Quelle valeur donne t-on à son travail ?

Est ce que le revenu minimum en France serait un référent minimum possible, réaliste et souhaitable pour permettre au Producteur et à sa famille de vivre ? Faut-il baser le calcul sur le SMIC horaire ou le SMIC mensuel ? Dans ce cas, il faudrait prendre en compte la productivité de chaque agriculteur, ce qui induirait une comparaison entre Producteurs amenant à choisir celui dont les coûts sont moindres... ou à accepter le temps de formation des nouveaux... ? Ce serait le coût à payer pour avoir des paysans qui s'installent...

Aucune référence n'existe en termes de productivité du travail ou du capital. Or, la production d'un grand nombre de produits, afin d'offrir une large gamme aux Amapiens, entraîne des difficultés concrètes d'organisation du travail et de financement des investissements spécifiques qui seraient nécessaires pour chaque produit.

2. Calcul du prix du panier à partir d'un Chiffre d'Affaire souhaité

Pour simplifier la tâche, le Producteur peut partir d'un objectif global de chiffre d'affaire (CA) annuel (incluant sa rémunération) et le diviser par le nombre de paniers livrés dans l'année (en prenant en compte seulement les semaines où seront distribués les paniers). On peut donc appliquer la formule suivante :

$$\text{Prix moyen du panier} = \text{CA attendu} / \text{Nombre de paniers distribués}$$

Cette méthode plus simple ne permet pas de connaître véritablement le niveau de rémunération du Producteur, ni si le prix est juste et équitable, ni si le Producteur pourra en vivre longtemps, ni si l'AMAP participe de fait à maintenir une agriculture paysanne...

3. Calcul du prix du panier en fonction du prix de tolérance des Amapiens

Le Producteur peut rester en cohérence avec les Amapiens en évaluant régulièrement leurs attentes, leur sensibilité par rapport au prix et ainsi constater le montant qu'ils seraient prêts à payer.

Certains Producteurs calculent leur prix en estimant intuitivement le consentement à payer des Amapiens. Mais cela permet-il de dégager un revenu quand le prix de référence des consommateurs est celui de la grande distribution ? Le Producteur en tous cas ne doit pas brader ses produits.

4. Calcul du prix du panier en fonction du prix du marché ? De Rungis ?

Le problème de ces prix est qu'ils s'alignent sur des prix de produits agricoles issus de systèmes de production industriels, de grande taille, et n'intégrant pas tous les coûts de production (subvention, coûts des pollutions engendrées). Il est donc difficile de mettre en concurrence ces unités industrielles et des systèmes de production paysans aux plus petites tailles économiques, employant plus de main d'œuvre, en bio notamment, et plus respectueux des équilibres environnementaux et sociaux.

Aussi, s'aligner sur le prix de marché n'a pas forcément de sens en AMAP. On peut regretter que cela reste souvent la référence utilisée, faute de moyens pour calculer les coûts réels de production et de commercialisation, et pour faire l'évaluation réelle du revenu du Producteur.

5. Calcul du prix du panier sur la base des autres débouchés avec application d'une réduction

Souvent, les Producteurs se réfèrent soit aux prix pratiqués sur les marchés ou dans les autres modes de commercialisation qu'ils pratiquent, soit aux mercuriales diffusées par des réseaux professionnels. Certains pratiquent de façon plus intuitive, se référant à leur expérience ou à des comparaisons avec d'autres agriculteurs.

S'il a d'autres débouchés, l'agriculteur peut se permettre d'être plus « souple » sur les prix des paniers et la charte prévoit de pratiquer des réductions, généralement de 20%, par rapport aux prix des marchés. En effet, le système AMAP permet une distribution rapide des produits, sans emballage et sans forcément nécessiter des frais de déplacement conséquents. _

6. Calcul du prix du panier en fonction du prix de revient des produits

Les principes de la charte AMAP supposent que les prix soient fixés par rapport à l'exploitation et non pas par des critères extérieurs qui ne correspondent pas à la réalité de la production. Les prix seraient donc relatifs à chaque exploitation et permettraient de couvrir ses charges propres.

Afin de rester cohérent avec ces principes, il serait nécessaire **de connaître le prix de revient** des différents produits, c'est-à-dire de calculer la somme des coûts supportés pour la mise en production et commercialisation des produits prévus dans les paniers AMAP.

Cela suppose de connaître les différents types de charges propres à l'exploitation :

- **charges opérationnelles** (amendements, semences, plants, traitements, consommables, irrigation) ;
- **charges de structures** (carburant, entretien – réparation, charges salariales, cotisations sociales ...).

Dans ces deux types de charges, il existe les charges directes affectées et les charges indirectes ventilées. Les charges directes affectées sont propres à chaque culture, en revanche, les charges indirectes ventilées ne sont pas directement affectables à une culture en particulier mais en concernent plusieurs.

Le Producteur doit donc réfléchir à la valeur des éléments suivants :

- le temps de travail et la main d'œuvre, qui constituent la charge prépondérante en maraîchage diversifié ;
- le matériel et les charges de mécanisation ;
- les traitements et fertilisation ;
- l'irrigation.

Ces méthodes de calcul (couramment utilisées en conseil de gestion) permettraient d'évaluer les coûts de revient des productions, et de fixer plus sereinement un prix aux produits en fonction d'un revenu attendu.... la question du montant de la rémunération du travail du Producteur resterait entière, mais pourrait être discutée avec les Amapiens : quelle valeur donnent-ils au travail du Producteur ? Quel devrait être le prix du panier ? combien seraient-ils prêts à payer effectivement ? quelles aides / soutiens publics devraient être affectés à ces Producteurs pour permettre le développement d'une agriculture paysanne en France, de fait...

Le SEDARB et le réseau FNAB (et autres acteurs & conseils de gestion) peuvent être contactés pour travailler collectivement ces questions.

LES CONTRATS ENTRE AMAPIENS ET LE PRODUCTEUR

LES POINTS ESSENTIELS

En AMAP, les engagements du Producteur et des consommateurs sont matérialisés par un contrat liant le Producteur à chaque Amapien. Tous les Amapiens ont un même modèle de contrat ; mais le contrat est signé individuellement entre chaque Amapien et le Producteur. Pour autant, le contrat ne remplace pas la relation de confiance qui s'installe entre le Producteur et les consommateurs, mais il apporte une certaine sécurité pour les deux parties.

Pourquoi contractualiser ?

Côté Producteur

- écoulement sécurisé de la production ;
- connaissance à l'avance du nombre de paniers distribués donc des quantités à planter ;
- visibilité économique de l'activité.

Côté Amapien

- assurance d'avoir un panier de produits de saison à un prix constant ;
- avoir la possibilité de s'engager auprès d'un Producteur à partager les risques liés aux aléas ;
- soutenir l'agriculture locale.

Des deux côtés :

Avoir un document auquel se référer en cas de souci et/ou pour le faire évoluer en fonction des pratiques réelles entre le Producteur et les Amapiens

Le contenu du contrat

1. Durée du contrat

Dans l'idéal, les contrats doivent être suffisamment longs pour permettre au Producteur d'avoir une visibilité sur sa production, son revenu et ses besoins en trésorerie sur le moyen - long terme. Un contrat de 12 mois, même si contraignant, permet de lisser les effets de saisonnalité pour l'Amapien. Dans la pratique, les contrats sont très souvent de durée intermédiaire (6 mois) afin de répondre aux attentes des Producteurs et des consommateurs.

2. Période d'interruption des distributions (s'il y en a une) et jokers éventuels

Le Producteur doit veiller à ne pas avoir une période d'interruption trop longue, sinon il prend le risque de perdre des Amapiens au fil des contrats

3. Date de début et fin de contrat

La période de renouvellement est très importante et doit être réfléchi à l'avance pour faciliter la reconduction des contrats

4. Liste des produits prévus pour les distributions en AMAP (sauf aléas climatiques, de production,...)

5. Montant et mode de calcul du prix du panier

En AMAP, le prix doit être totalement transparent afin de garder la confiance des Amapiens.

6. Informations relatives à la distribution des paniers

Le lieu, le jour, l'horaire ainsi que les responsabilités de chacun doivent être mentionnés.

7. Engagements du Producteur

8. Engagements du consommateur

9. Modalités de paiement

10. Référence à la charte des AMAP et mentions légales d'usage

Pourquoi contractualiser ? Quel intérêt ?

On peut se mettre d'accord verbalement, mais les choses sont toujours plus claires et précises quand elles sont écrites, et on peut s'y rapporter en cas de litige.

Côté Producteur(s)

L'avantage évident pour le Producteur est un écoulement sécurisé de sa production, ce qui n'est pas le cas dans d'autres systèmes de commercialisation où le consommateur choisit ce qu'il achète comme sur un marché. Le Producteur sait donc combien de paniers vont être distribués aux Amapiens pendant la durée du contrat, ce qui lui permet d'avoir une visibilité économique de son activité. D'autre part, l'assurance de vendre sa production permet au Producteur de mieux organiser et de planifier ses cultures puisque les plantations se feront en fonction du nombre de contrats (anticipation des volumes et optimisation de l'organisation du travail). Le prépaiement d'une partie de la récolte par les Amapiens lui permet d'être plus serein sur sa trésorerie.



Côté Amapiens

Sur la durée du contrat, les consommateurs ont l'assurance d'avoir toutes les semaines un panier de produits de saison, locaux, variés, à prix fixe - même si à certaines périodes les paniers sont moins remplis qu'à d'autres, en moyenne, diversité et volume sont garantis (sauf gros souci au niveau de la production (aléa climatique majeur) : mais cela fait partie du principe des AMAP : risque partagé cf. charte AMAP) - sans avoir besoin de passer du temps à choisir dans les magasins ou sur le marché. L'effet de surprise du panier est apprécié par les consommateurs qui découvrent ou redécouvrent des produits qu'ils n'auraient pas achetés par eux-mêmes. Le consommateur se laisse guider dans la conception de ses menus et paradoxalement, cela peut lui donner un sentiment de liberté.

C'est un acte d'achat mais aussi un acte militant car l'engagement contractuel est le moteur d'une certaine mobilisation de la part des consommateurs. Pour certains, le fait de soutenir l'agriculture locale est une fierté et le contrat leur permet de rendre concret son désir d'engagement.

AMAP – Les Jardins du Charmoi



Le contenu du contrat : des incontournables ... à adapter

Le contrat identifie clairement des deux parties : nom – prénom – coordonnées du Producteur et du consommateur (et identification d'un deuxième consommateur éventuel en cas de « co-panier » si deux personnes partagent le même panier, charge à elles de se répartir le contenu du panier chaque semaine ou en alternance 1 semaine sur 2).

Il devrait contenir certaines rubriques détaillées ci-dessous.

Il est possible bien sûr d'insérer en outre des encadrés spécifiques sur des points particuliers. Par exemple, sur les produits livrés en plus des paniers sur le lieu de distribution (Cf. Fiche n°6 sur les Aspects juridiques et fiscaux).



Il importe que le contrat soit au plus proche de ce qui se passe dans la réalité, quitte à le faire évoluer : le contrat n'a pas vocation à être gravé dans le marbre : d'une saison à l'autre, en fonction de la réalité de chacun (Producteurs/consommateurs), des modifications peuvent être apportées.

1. La durée du contrat

Dans le principe, l'AMAP permet au Producteur d'écouler toute sa production sous contrat avec les Amapiens et donc de sécuriser son revenu sur cette partie de la production contractualisée. L'assurance de l'écoulement de sa production contractualisée avec les Amapiens est d'autant plus importante que le contrat est de longue durée (1 an par exemple).

L'esprit AMAP milite pour des contrats longs



L'idéal pour le Producteur est un **contrat long de 12 mois** car la production agricole se planifie en général sur une année. Le Producteur a ainsi une visibilité économique sur le long terme et n'assume pas seul la saisonnalité de la production. Ces contrats longs permettent au Producteur (et à l'AMAP) de « garder » les Amapiens toute l'année sans avoir à relancer plusieurs processus de renouvellement de contrats (toujours fastidieux en manipulation de chèques, suivi des contrats, recherche de nouveaux Amapiens en cas de nombreuses défections...)

Pour l'Amapien, un long contrat permet de lisser les effets de saisonnalité : les paniers moins bien garnis en période creuse en hiver ou inter-saison sont compensés par des paniers plus garnis l'été.

Néanmoins les contrats longs peuvent aussi présenter des limites :

Le Producteur engagé sur un contrat à long terme pourrait se sentir soumis à une pression assez forte car il doit assurer des paniers toute l'année.

L'Amapien de son côté, même s'il est assuré d'avoir des paniers de produits toute l'année au même prix, peut trouver contraignant financièrement l'engagement sur un contrat long (engagement d'achat avec préfinancement des produits sur 1 an).

C'est pourquoi, des modalités de paiement plus souples pour les Amapiens peuvent être décidées au cas par cas (encaissement en plusieurs fois...) pour lever certaines réticences côté consommateurs et les garder sur du long terme malgré tout.

À l'inverse, les contrats courts (3-4 mois) ne sont pas avantageux pour le Producteur

Les contrats courts ne permettent pas au Producteur de planifier sa production et peuvent favoriser les entrées-sorties fréquentes, alors que le principe de l'AMAP est aussi l'engagement sur la durée, et la compréhension des petits aléas et variations obligatoires du fait des cycles de productions et des aléas climatiques. Sinon les consommateurs auraient tendance à quitter l'AMAP lorsqu'ils ne sont plus intéressés par les légumes du panier.

Dans la pratique les contrats AMAP sont souvent d'une durée intermédiaire et progressive

Afin de répondre aux attentes et contraintes des Producteurs et consommateurs, un compromis de 6 mois est souvent trouvé, pour les 2-3 premiers cycles en particulier. Dans ce cas, le Producteur doit faire très attention à la période où il renouvelle ses contrats.

De manière générale, les premiers contrats sont toujours plus courts ce qui permet au Producteur et aux consommateurs d'avoir une période d'adaptation. Le Producteur peut proposer aussi une période d'essai au début du contrat : de 2-3 semaines pour les légumes ; jusqu'à 2 mois pour les produits d'origine animale (laitier ou viande) qui se basent sur un système de commande individuelle effectuée à l'avance, afin que les Amapiens ajustent les quantités de leur commande en fonction de ce qu'ils consomment réellement.

2. Période d'interruption des distributions & jokers

Un contrat long ne signifie pas nécessairement qu'il y a une distribution hebdomadaire durant toute la période du contrat. En effet, en période creuse, le Producteur a parfois des difficultés à remplir son panier : moins de diversité et moins de production. Différentes pratiques agricoles peuvent être adoptées pour néanmoins garder une certaine diversité et/ou limiter la durée de cette période creuse (Cf. Fiche 2 planification des cultures – « Gérer la saisonnalité de la production ») en concertation avec les consommateurs.

Cependant, le Producteur confronté néanmoins à une baisse de production peut choisir différents systèmes (à discuter en amont avec les Amapiens et à inclure dans le contrat) :

- prévoir une période d'interruption des livraisons dans le contrat. Par exemple : 1 mois d'interruption sur un contrat d'1 an ;
- livrer seulement tous les 15 jours pendant la période creuse ;
- prévoir des « semaines de carence », également appelées « Jokers ». Chaque contrat comprend par exemple 4 jokers : 2 pour le Producteur, 2 pour le consommateur. Dans la période du contrat, le consommateur peut poser deux jokers (au moins une semaine à l'avance) et ne pas venir récupérer son panier. Le principe est le même pour le Producteur qui signale à l'avance qu'il ne viendra pas livrer les légumes. Ces 4 paniers ne sont pas payés par le consommateur. La régularisation sur le prix est différente selon les AMAP mais généralement, si le calcul mensuel se base sur 4 paniers, elle se fait naturellement car certains mois comptent en réalité 5 livraisons.



3. Date de début et fin du contrat

Indépendamment de la durée du contrat, le Producteur devra faire attention aux dates de début et fin de contrat, et à leur articulation avec les périodes d'interruption éventuelles de distributions. **Le choix de ces dates est déterminant pour le Producteur !**

Le(s) moment(s) de l'année de début et fin de contrat doi(ven)t en effet être choisi(s) de manière stratégique (notamment en lien avec la période d'arrêt de distribution) pour que les consommateurs reconduisent facilement leur contrat et limiter l'érosion du nombre de paniers. Septembre est un moment où les consommateurs rentrent de vacances, et entament une « nouvelle année », c'est une période favorable, car les Amapiens du cycle précédent ont en mémoire les paniers bien garnis de l'été ; et les nouveaux consommateurs arrivants sont attirés par des paniers encore importants et/ou diversifiés (ils ne commencent pas d'emblée par des paniers d'hiver...).

Arrêter les contrats avant une longue période d'arrêt (entre janvier et mai notamment) est souvent synonyme de reprise poussive, pour relancer une dynamique.

4. La liste des produits

Afin d'être clair sur la production qu'il souhaite commercialiser en AMAP, le Producteur et les Amapiens doivent établir et inscrire dans le contrat la liste des produits qui concernent ce mode de distribution.

5. Le montant et mode de calcul du prix des paniers

Le Producteur doit mentionner le prix des paniers et expliquer comment il calcule le montant des produits fournis dans les paniers pour que le prix soit transparent (Cf. Fiche 3 : Le prix des paniers et des produits).

6. Informations relatives à la distribution des paniers

Le lieu, le jour et l'horaire de distribution des paniers doivent être notifiés clairement (Cf. Fiche 5 : La distribution des produits). De plus, la répartition des rôles de chacun doit être claire : la distribution se fait par un ou plusieurs adhérents de l'AMAP et non par le Producteur (Cf. Fiche 5 : La distribution des produits).

7. Les engagements du Producteur

Il faut mentionner ce à quoi s'engage le Producteur commercialisant en AMAP, en particulier :

- fournir chaque semaine un panier diversifié, dont le prix est totalement transparent ;
- être présent lors des distributions et donner des informations régulières concernant les cultures, l'exploitation, les produits... ;
- s'engager à cultiver en respect avec la charte de l'agriculture paysanne et de ne pas utiliser ni pesticides, ni herbicides de synthèse (voire aller vers ou être en l'agriculture bio) ;
- s'engager à respecter la transparence sur les produits et à demander l'autorisation des consommateurs pour les produits qui sont exceptionnellement achetés/échangés avec d'autres Producteurs pour compléter les paniers ;
- proposer des solutions, en concertation avec le groupe AMAP, en cas d'aléas de production.



AMAP – Les Jardins du Charmoi

8. Les engagements du consommateur

De son côté, le consommateur s'engage à :

- venir chercher son panier chaque semaine sur le lieu de distribution à l'horaire prévu ;
- effectuer un certain nombre permanences, durant la durée du contrat, pour la distribution (2 en général, à moduler selon le nombre d'adhérents, et la durée du contrat) ;
- accepter de payer à l'avance la production (pour X paniers) ;
- accepter les aléas de production et assumer les pertes de récolte et les périodes de surproduction avec le Producteur ;
- trouver, s'il est absent, un remplaçant qui viendra récupérer son panier ou assurer sa permanence s'il est absent ;
- accepter de ne pas se faire rembourser le panier non récupéré.

AMAP – Les Jardins du Charmoi



9. Modalités de paiement

L'idée forte de ce système de commercialisation est le prépaiement qui permet au Producteur de faire des investissements sans avoir à s'endetter auprès d'une banque.

Les chèques doivent libellés au nom du Producteur et non pas au nom de l'AMAP (qui ne doit pas se positionner en tant qu'intermédiaire. Si c'était le cas, l'association serait soumise à des responsabilités sanitaires, devrait déclarer son activité aux impôts, même si elle ne réalise pas de bénéfice (Cf. Fiche 6 : Aspects juridiques et fiscaux). Pour éviter toute confusion, la personne s'occupant des chèques ne doit pas être qualifiée de « trésorier » (terme qui pourrait sous-entendre qu'il y a transaction financière entre le Producteur et le consommateur via l'AMAP), mais de « référent contrat ».

D'autre part, cette gestion de l'argent exclut toute transaction financière durant la distribution ce qui permet d'éviter toute confusion avec un autre mode de commercialisation, soumis à d'autres réglementations (vente au déballage...).

Toutefois, tous les consommateurs peuvent ne pas être en mesure de payer la totalité de l'abonnement pour la durée du contrat. L'objectif n'est pas de toucher seulement une clientèle aisée mais bien de permettre à des personnes au revenu moyen d'accéder aux AMAP et de soutenir aussi le mode de production paysan. Il est donc nécessaire de proposer plusieurs possibilités au moment de l'inscription (règlement en une ou plusieurs fois, voire mensuel).

Dans tous les cas, les chèques doivent être remis au référent contrat de l'AMAP au moment de la signature du contrat afin que le Producteur ait une garantie de revenu. Aux dates prévues, le Producteur pourra encaisser ses chèques sans avoir à les réclamer aux consommateurs.

10. Référence à la charte des AMAP et des mentions légales d'usage

- toujours faire référence à la charte AMAP « *j'ai pris connaissance de la charte AMAP qui m'a été remise ...* » ;
- mentionner à la fin du contrat :
 - « *La loi française est la loi applicable* »
 - « *Un délai de rétractation de 7 jours est prévu à compter de la date de signature du contrat* »
 - « *Un préavis de 4 semaines doit être déposé auprès du conseil collégial de l'AMAP X en cas de résiliation, en conformité avec le règlement intérieur* ».

LA DISTRIBUTION DES PANIERS

LES POINTS ESSENTIELS

La distribution, un moment privilégié clé de la vie de l'AMAP et du Producteur

En AMAP, contrairement à d'autres modes de commercialisation, la relation et la communication Producteur-Amapien sont essentielles. A ce titre, la distribution est un moment crucial du fait de la présence des Amapiens, des produits et du(es) Producteur(s).

La distribution est le moment où sont distribués les produits, mais c'est aussi un moment d'échanges : au-delà de la distribution proprement dite, le partage d'informations nouvelles entre Producteur(s) et Amapiens comme entre Amapiens (sur la vie de la ferme, du village, des uns et des autres,...) et la convivialité, sont essentiels et appréciés de tous. C'est une occasion pour le Producteur de parler de son métier, de renseigner les gens sur son exploitation. Ces échanges permettent au partenariat Producteur – Amapiens de se nouer, de se renforcer, et de perdurer malgré des situations difficiles (récoltes moindres par exemple).

Aussi, il est assez difficile d'imaginer des distributions sans présence du Producteur. Si le Producteur ne peut assumer du temps de présence à chaque distribution, mieux vaut privilégier un système plus « classique » de distribution de paniers (où les Producteurs déposent les paniers en des points convenus), ou d'autres formes de commercialisation.

Des principaux éléments sont à considérer pour une distribution réussie

1. *Les modalités de la distribution (jour, heure et lieu) doivent être réfléchies soigneusement et conjointement entre le Producteur et les Amapiens dès les premières rencontres ; elles doivent ensuite être explicitement inscrites dans le contrat.*
2. *Le lieu de distribution doit être central pour les Amapiens, facile d'accès, suffisamment grand, convivial et aménagé de façon à favoriser l'échange.*
3. *La distribution est assurée par un ou plusieurs adhérents Amapiens et s'organise autour de tâches principales :*
 - *mise en place des produits avant l'arrivée des premiers Amapiens ;*
 - *affichage de la composition des paniers ;*
 - *pointage des Amapiens ;*
 - *supervision des pesées et des paniers ;*
 - *rangement en fin de distribution.*
4. *Le Producteur doit être présent lors des distributions et y informer les Amapiens sur ses produits, les prix...*
5. *Réfléchir à l'avance à la solution à adopter en cas de panier(s) non récupéré(s)*
6. *Profiter de la distribution pour échanger et communiquer des informations afin d'entretenir la convivialité : échange de recettes, informations sur la ferme, les produits, les Amapiens,... C'est le moment où le Producteur peut avoir un retour sur ses produits et prendre en compte les remarques et les idées des Amapiens.*

Nous proposons ici quelques conseils pour permettre une distribution optimale en AMAP, pour le Producteur, les Amapiens, et à terme, pour une pérennisation du partenariat entre eux.

1. La distribution : élément essentiel qui doit être précisé contractuellement

La distribution des paniers est prévue par le contrat signé entre chaque consommateur et le Producteur. Ainsi, le contrat précise **le jour, l'heure et le lieu de distribution** des paniers. Ces éléments doivent être définis, par tout le groupe d'Amapiens avec le Producteur lors des réunions préalables à la rédaction du contrat. La distribution ne doit être contraignante pour personne et doit donc être mûrement réfléchie.

Afin d'évaluer le coût de commercialisation en AMAP et le temps de travail supplémentaire que cela engendre pour le Producteur, il faut quantifier les trajets à parcourir et les coûts liés (temps de déplacement, carburant, amortissement véhicule...), le temps de présence lors de la distribution et les coûts annexes éventuels pour la distribution. Cela permet notamment d'estimer l'impact de la commercialisation en AMAP sur le système de production du Producteur (temps de production et récolte).

2. Le lieu de distribution : un élément clé de la convivialité

Principes généraux

Plusieurs options s'offrent au Producteur selon la localisation de la ferme par rapport aux Amapiens, mais des principes généraux sont à respecter pour que les adhérents aient envie de venir récupérer leur panier et passer du temps sur le lieu de distribution pour discuter. La convivialité et l'échange, permettent donc de désamorcer des problèmes éventuels, suspicions, incompréhensions... qui sont autant de grains de sable qui peuvent gripper le système. D'où l'importance du lieu de distribution. Il convient donc de :

- **trouver un lieu central pour les Amapiens**, qui doivent être eux-mêmes relativement « proches géographiquement entre eux » : si le lieu de distribution est trop lointain pour une majorité de consommateurs pour des trajets hebdomadaires, cela va rapidement devenir contraignant pour les Amapiens. Et outre ce côté pratique évident, ce n'est pas forcément très écologique de multiplier les longs déplacements ;
- **trouver un lieu facile d'accès, où il est facile de se garer**, aussi bien pour le camion du Producteur que pour les véhicules des Amapiens. Ces derniers, en particulier les responsables de la distribution, devront ménager une place pour le camion, pour faciliter son déchargement ;
- **trouver un lieu suffisamment grand** pour accueillir les Amapiens (même s'ils sont rarement tous là en même temps, faire en sorte d'éviter les gros bouchons, peu propices au confort et aux discussions), organiser les tables de distributions et de pesées pour que chacun puisse circuler sans que cela soit oppressant ;
- **aménager l'endroit** de façon conviviale, pour favoriser l'échange et donner envie aux Amapiens d'y passer du temps ;
- **profiter de ce moment** de présence et de rencontre des Amapiens pour diffuser de l'information.

Les Amapiens peuvent être support pour relayer les informations du Producteur : tableau blanc avec 2-3 infos sur la ferme ou info du quartier, distribution de la feuille de chou (envoyée par mail et imprimée). Il faut laisser le maximum de temps au Producteur pour qu'il discute avec les Amapiens, et qu'il ne passe pas son temps dans la logistique (Cf. Fiche 1 sur la Communication).

Changer de lieu de distribution peut être compliqué et préjudiciable pour la dynamique du groupe. Il faut veiller à garder des relations agréables avec les responsables du lieu d'accueil et de s'acquitter des formalités évidentes (prévenir à l'avance de l'utilisation ou non utilisation des locaux, remettre le lieu en état, assurance si nécessaire,...).

Des spécificités éventuelles selon le lieu de distribution

- La distribution se passe directement à la ferme

L'exploitation peut être choisie comme lieu de distribution si elle est proche du lieu d'habitation des Amapiens.

Du côté du Producteur : ce système a des avantages mais peut aussi entraîner quelques soucis. En effet, il n'a pas de déplacement, ce qui peut faciliter apparemment son organisation et engendrer moins de frais et de perte de temps. Faire déplacer les Amapiens sur son exploitation crée incontestablement du mouvement sur la ferme, mais cela peut être à double tranchant si le Producteur a envie de rester au calme chez lui. En tous cas, des signalisations devront être disposées pour que les personnes extérieures sachent facilement repérer les endroits où elles peuvent circuler ou non (machines, outils qui pourraient blesser des enfants...).

Du côté des Amapiens : le consommateur voit le lieu de production ce qui attise sa curiosité. C'est un environnement plus favorable pour qu'il s'intéresse et pose des questions sur le travail du Producteur.

Attention néanmoins à des dérives classiques, qui empiètent rapidement sur la disponibilité du Producteur et son temps de travail consacré à la distribution : exemple de consommateurs qui ne respectent pas les horaires de la distribution, et passent chercher le panier en dehors des horaires de distribution (le jour même, ou le lendemain...) Producteur qui peu à peu finit par tout prendre en charge (installation, préparation des paniers, pesées...) car il est directement sur place.

- La distribution se déroule dans un local public mis à disposition par la mairie, salle des associations...

- La distribution se passe sur un lieu privé

Les lieux privés peuvent également être utilisés comme lieu de distribution. On peut citer l'exemple des parkings ou bien des locaux d'un restaurateur, d'un magasin bio... ce point de rencontre peut permettre de dynamiser le lieu d'accueil.

La distribution peut se dérouler au domicile d'un adhérent ce qui est souvent très pratique pour les Amapiens.

Dans ces deux derniers cas, c'est souvent une opportunité trouvée par un adhérent qui va déterminer le lieu de distribution.

3. Les horaires de distribution, durée

AMAP – Les Jardins du Charmoi



L'horaire, défini en début de saison, et indiqué dans le contrat entre le Producteur et l'Amapien, ne doit être ni contraignant pour le Producteur, ni pour les Amapiens, qui doivent s'accorder du temps sur le lieu de distribution, parce que « l'AMAP n'est pas un panier à récupérer en 2 minutes... ».

Généralement, les distributions de paniers se font en fin de journée, moment où les gens sont moins pressés et peuvent prendre leur temps. Le côté pratique ne doit pas l'emporter sur le relationnel, le but est de créer du lien entre les personnes, pour consolider la relation de partenariat Producteur – consommateur et la vie de l'association !

De son côté, le Producteur doit bien réfléchir à la durée des distributions, qu'il doit adapter en fonction du nombre de paniers à distribuer : ni trop courte (il faut avoir le temps de discuter avec les Amapiens ; ni trop longue (rester 1h30 pour distribuer 10 paniers ne fait pas sens).

En tous cas, les lieux et horaires de distribution doivent permettre une distribution efficace s'insérant au mieux dans l'emploi du temps de chacun.

L'organisation pour la distribution des produits

1. Qui fait quoi ?

« *La distribution sera assurée par les consommateurs en sa présence [du Producteur]* »

Extrait de la Charte des AMAP, 2003 (chapitre « livraison et distribution »)

Comme le précise la charte des AMAP, la distribution doit être assurée **par un ou plusieurs adhérents** Amapiens, et non par le Producteur. C'est un engagement qu'a pris le consommateur lorsqu'il a signé le contrat. Décharger le Producteur de cette tâche lui dégage du temps à plusieurs niveaux : moins de temps de préparation des paniers en amont de la distribution, plus de temps disponible pendant la distribution pour communiquer (ce qui est par exemple plus difficile sur un marché). L'objectif est bien de le soulager des fonctions organisationnelles et logistiques liées à la confection des paniers, et de lui laisser plus de temps de dialogue avec les consommateurs.

2. Le rôle des Amapiens

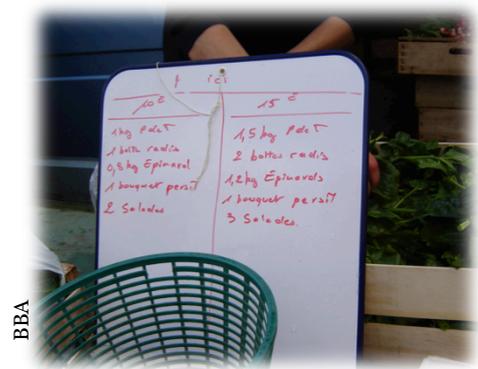
Pour que ce ne soit pas toujours les mêmes Amapiens qui organisent ou restent du début à la fin des distributions :

- les Amapiens doivent responsabiliser des adhérents et s'organiser pour que chacun participe à l'organisation de ces distributions ;
- lors de la première réunion, un Amapien doit se porter volontaire pour faire le lien entre le planning des distributions et le planning des permanences : il tient un cahier des distributions avec les responsables de permanence et veille donc à ce qu'il y ait toujours au moins un Amapien pour tenir la permanence. Généralement, 2 permanents sont affectés à chaque distribution ;
- le groupe est libre de décider la fréquence à laquelle les adhérents doivent tenir les permanences ;
- il est important de ne pas imposer une fréquence trop contraignante pour l'Amapien : deux ou trois fois par an semble le maximum ;
- chaque Amapien participe au moins une fois à cette tâche sur la durée du contrat ; si le contrat est long (1 an), il peut devoir y participer plusieurs fois ;
- chaque Amapien indique sur le calendrier des distributions la ou les semaines où il viendra faire la permanence ;
- si un Amapien s'inscrit et ne peut finalement pas tenir la permanence, il est de sa responsabilité de trouver un remplaçant.

3. Les fonctions des permanents

Les Amapiens responsabilisés pour la permanence doivent surveiller plusieurs points (le Producteur peut leur rappeler) :

- disponibilité avant l'heure de la distribution pour aider à la mise en place des produits et effectuer des pesées si nécessaire. Afin que la distribution soit efficace, certains préparent des paniers ou pesées à l'avance, mais ce n'est pas une obligation ;
- affichage de la composition des paniers : selon ce que le Producteur aura communiqué aux Amapiens avant la distribution (cela peut alors être diffusé par mail avant de venir). Mais le contenu des paniers est à rappeler sur une ardoise au moment de la distribution : afficher clairement la composition du panier de la semaine. Les prix appliqués pour chaque produit peuvent aussi être affichés ;



- installation des produits : donner un sens de circulation (comme sur un étal de marché), privilégier les produits lourds au début (pomme de terre, courges,...) pour remplir le fond du panier, et les produits fragiles à la fin (à poser au-dessus) ;
- le pointage à l'arrivée des Amapiens venant récupérer leurs produits : fiche d'émergence qui sert à cocher tous les adhérents qui récupèrent leur panier ;
- la supervision de la composition des paniers et pesées permet de vérifier que les Amapiens ne se trompent pas sur la composition du panier (petit/grand), ni sur les quantités, en particulier sur les produits plus sensibles (haricots, fèves...) où une différence de 200 g représente un différentiel de prix de panier important. Pour les produits sensibles (chers, fragiles...), les Amapiens de permanence à la distribution pourront superviser de plus près les pesées, voire les réaliser eux-mêmes pour limiter les erreurs et paniers lésés en fin de distribution ;
- le rangement en fin de distribution : remettre le local propre, récupérer éventuellement des emballages réutilisables par le Producteur et l'aider à charger ses caisses dans son véhicule.



4. En cas de panier non récupéré

La première réunion permettra également de trancher sur cette question. Le mieux est de fixer une règle en accord avec tout le groupe. Les pratiques qui se font le plus souvent sont :

- une récupération en différé si cela est possible ;
- une redistribution du panier.

Dans tous les cas, l'Amapien doit prévenir à l'avance qu'il ne pourra pas venir récupérer son panier !

Tout panier non récupéré par l'adhérent (ou quelqu'un qu'il aura désigné), sera donné, dans la mesure du possible, à une association caritative.

5. Le rôle clé du Producteur

Le Producteur aide les Amapiens à la mise en place des produits avant la distribution (et non l'inverse) mais sa présence est indispensable surtout au cours de la distribution pour qu'il informe correctement les adhérents sur les produits du panier, ce qui se passe sur sa ferme, et pour connaître le ressenti des Amapiens sur le contenu du panier.

Les Amapiens doivent par exemple savoir pourquoi ils ont un panier peu garni une semaine ou doivent être renseignés sur le mode de calcul du prix. L'échange est primordial et le Producteur doit se rendre disponible. C'est le moment pour lui d'en apprendre un peu plus sur les goûts des Amapiens, ce qui lui permettra d'adapter ses paniers.

De fait, il est assez difficile d'imaginer des distributions sans la présence du Producteur : c'est prêter le flanc à bien des critiques et risques de dérapage dans la communication, le ressenti des paniers, etc. Si des arrangements peuvent être discutés à la marge (présence du salarié, présence du Producteur sur la moitié du temps de distribution...), cela ne peut être un mode régulier sans risque de fragiliser les relations de proximité et de confiance qui sont la base du système AMAP.

Faut-il indiquer les prix du panier ?

En tous cas, le bureau doit être au courant, pour que ce soit transparent et que ce soit aussi un outil de discussion en réunions avant les campagnes : sans indication de prix (ex. haricots, pois,...) les Amapiens ne peuvent pas forcément comprendre le pourquoi d'un panier moins garni quand il y a 1kg de haricots dedans...

Les points de vigilance du Producteur

Le Producteur doit veiller en particulier aux points suivants :

- être à l'heure ;
- ne pas s'impliquer directement dans l'organisation logistique de la distribution ni la confection individuelle des paniers ;
- passer du temps sur le lieu de distribution en particulier pour :
 - communiquer avec les responsables communication, membres du CA ;
 - communiquer avec les Amapiens -en particulier les nouveaux arrivants, sur ce qui se passe sur la ferme, le pourquoi du contenu du panier ;
- être extrêmement précis sur l'origine des produits : quand ils sont achetés, il faut le dire et indiquer le nom du Producteur, montrer sa licence bio (si panier bio) ;
- gérer la présence de plusieurs Producteurs et modes de commercialisation sur le lieu de distribution : présence de Producteurs occasionnels, sans contrat,... ;
- observer les réactions des Amapiens face au contenu et volume du panier ;
- attention aux questions réglementaires : le Producteur reste responsable de ses produits (Cf. Fiche 6 : Aspects juridiques et fiscaux).

6. Pour une distribution encore plus réussie ...

- attention à ne pas mettre des Producteurs en position de concurrence avec les autres Producteurs. Il faut le rappeler aux Amapiens : chaque Producteur a un système de production spécifique et il ne s'agit pas que consommateurs aillent au plus offrant, au prix le plus bas ;
- les Amapiens pourront profiter de cet espace pour favoriser la circulation d'informations entre Amapiens :
 - distribution de la feuille de chou avec informations diverses sur la ferme, les produits, des idées recettes... ;
 - gestion d'une « Boîte à idées, questions, remarques, doléances... » pour faire remonter les questions, propositions afin d'améliorer l'organisation de la distribution et/ou le fonctionnement de l'AMAP

ASPECTS JURIDIQUES ET FISCAUX

CONTRÔLE - ASSURANCE - STATUT DE LA VENTE

LES POINTS ESSENTIELS

L'accueil sur la ferme et le bénévolat

Le Producteur doit obligatoirement prendre connaissance de la réglementation existante sur ces questions pour se prémunir en cas d'accident ou de contrôle.

Dans le cadre de l'accueil sur la ferme

Dans le cadre des coups de main à la ferme

Le Producteur doit ...	L'AMAP doit ...	Le Producteur doit ...	L'AMAP doit ...
Avoir une garantie spécifique dans le contrat d'assurance qui autorise les activités d'accueil du public	Souscrire un contrat d'assurance (responsabilité civile des Amapiens ; lieu de distribution ; matériel de l'AMAP)	S'assurer que sa responsabilité civile couvre les activités bénévoles à la ferme	Mentionner les activités pédagogiques à la ferme dans le contrat d'assurance

Statut de la vente et fiscalité en AMAP

Les points d'attention pour le Producteur

- le Producteur doit passer **un contrat** avec chacun des adhérents de l'AMAP et pouvoir présenter tous les contrats en cas de contrôle ;
- le Producteur doit effectuer **lui-même la livraison** des produits et afficher sa licence AB (s'il en a une) ;
- il ne doit y avoir **aucune transaction financière** sur le lieu de distribution ;
- le Producteur doit prouver qu'il pratique une **agriculture paysanne** ;
- si le Producteur pratique l'achat-revente, prouver que le Producteur fournisseur pratique aussi une agriculture paysanne ;
- le montant des paniers doit avoir **un coût constant** tout au long de la saison ;
- le **jour, l'heure et le lieu de distribution** doivent être mentionnés dans le contrat.

L'ACCUEIL SUR LA FERME, LE TRAVAIL BÉNÉVOLE ET L'ASSURANCE EN QUESTION

L'activité bénévole

Le Producteur doit faire très attention lorsqu'il accueille des Amapiens sur son exploitation. Les « coups de mains » à la ferme sont considérés comme du travail au noir, même s'il n'y a pas de rémunération.

Aussi, le Producteur peut proposer aux adhérents de l'AMAP de venir l'aider sur son exploitation mais ceux-ci doivent être qualifiés de **bénévoles**.

Il n'existe pas de reconnaissance législative de l'activité agricole bénévole, mais il y a une jurisprudence particulière pour que le bénévolat soit toléré. Elle nécessite que l'activité ait un caractère non permanent, non planifié, non indispensable à la mise en valeur de l'exploitation ; et le nombre d'heures ne doit pas excéder 10 à 15 heures par semaine.

Le bénévolat implique également deux principes : il ne doit pas y avoir de rémunération (même sous forme de dons de produits) et le bénévole doit avoir la possibilité de se rétracter.

Responsabilités du Producteur

Petit rappel ...

Tous les agriculteurs doivent obligatoirement souscrire un contrat d'assurance qui intègre :

- l'assurance relative aux personnes ;
- l'assurance relative aux bâtiments agricoles ;
- l'assurance relative au matériel agricole ;
- l'assurance de responsabilité civile.

Dans le cadre de l'AMAP, les Producteurs sont amenés à intégrer certaines composantes dans leurs contrats d'assurance.

Concernant l'accueil sur la ferme, il existe des garanties spécifiques, comme celle liée aux activités d'accueil de public et de tourisme rural. **Cette garantie est indispensable si le Producteur souhaite accueillir les adhérents de l'AMAP.**

Il faut également que le Producteur s'assure que sa responsabilité civile couvre bien **les aides bénévoles et occasionnelles**.



Responsabilités de l'AMAP

L'AMAP doit souscrire un contrat d'assurance qui inclut : la responsabilité civile des Amapiens ; le lieu de distribution ; et le matériel de l'AMAP.

Il faut que l'AMAP ait inscrit dans ses objets la notion « **d'activité pédagogique à la ferme** » pour qu'en cas d'accident sur la ferme, l'assurance de l'AMAP fonctionne.

La mise en place par l'AMAP d'un calendrier avec les dates d'intervention des bénévoles chez le Producteur prévues à l'avance engendre le caractère planifié du bénévolat et ne rentre donc pas dans la jurisprudence.

Chaque Amapien peut améliorer sa garantie en souscrivant une assurance individuelle en cas d'accident.

STATUT DE LA VENTE ET FISCALITÉ EN AMAP

Des contrôles de plus en plus fréquents

Les AMAP, qui regroupent des adhérents pour faciliter l'accès à des produits de consommation sous une certaine démarche (charte AMAP), sont sous la dépendance du droit de la consommation et de la concurrence, comme toute charte privée accessible au public.

Les contrôles sur les lieux de distribution des paniers AMAP existent depuis quelques années. Ces contrôles sont effectués par la DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes) dans le but de vérifier si les obligations en matière de protection des consommateurs sont correctement respectées. Ces contrôles peuvent être inopinés, il est donc préférable que l'AMAP comme le Producteur s'y attendent sans stress particulier, comme une mesure normale de vérification : si les principes de l'AMAP sont respectés, il n'y a pas de souci à craindre.

Sur quoi porte les contrôles ?

Le Producteur est responsable du respect des normes d'hygiène, y compris sur le lieu de distribution, et de la traçabilité des produits qu'il vend.

Les contrôles peuvent donc porter sur les **règles sanitaires** : le Producteur doit avoir son agrément DSV pour son exploitation et son matériel.

Par ailleurs, le Producteur peut subir un contrôle concernant le **partenariat AMAP en rapport avec la charte des AMAP** (Cf. Encadré ci dessous).

AMAP : UN MOT PROTÉGÉ À NE PAS UTILISER À LA LÉGÈRE

La désignation « AMAP » est une marque déposée à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle) par Alliance Provence en 2003. La même année, Alliance PACA a en parallèle déposé une charte des AMAP.

Le Producteur (ou consommateur) qui utilise le mot AMAP dans ses outils de communication (site...) doit obligatoirement respecter les principes sur lesquels reposent les AMAP, et qui sont inscrits dans la charte AMAP.

Si certains principes ne sont pas respectés mais que le Producteur (consommateur) envisage d'y remédier afin d'être conforme aux principes AMAP, il peut l'inscrire dans un contrat d'objectifs. Ce dernier doit être un préalable au contrat Producteur – Amapien et permet au Producteur d'avoir du temps pour faire évoluer son système de production et de garantir aux consommateurs le respect de tous les points de la charte dans un certain délai.

Il faut faire très attention de dissocier la marque « AMAP » et le signe officiel de qualité « Agriculture Biologique » (AB) car certains agriculteurs non convertis à l'AB peuvent commercialiser leur production en AMAP.

Il est à noter qu'une nouvelle charte AMAP est en cours de discussion dans le cadre de travaux du MIRAMAP.

Une nouvelle charte pourrait ainsi voir le jour courant 2014... en attendant, c'est la charte de 2013 à laquelle il faut se référer, et à laquelle se réfère la répression des fraudes en cas de contrôle.



Le statut de la vente

L'AMAP n'est pas un intermédiaire puisqu'elle n'achète pas et ne revend pas les paniers. Il est à ce titre impératif que le contrat soit directement signé entre le Producteur et chaque Amapien.

La vente en AMAP n'est pas non plus considérée comme de la vente au déballage pour deux principales raisons :

- l'AMAP est une association fermée : dans le cadre d'une AMAP, il y a une feuille de présence à chaque distribution ce qui implique que la vente soit réservée aux seuls adhérents ;
- il n'y a pas de transaction financière sur le lieu de distribution AMAP puisque les paniers sont payés à l'avance.

La vente au déballage

« Vente de marchandises, neuves ou d'occasion, de façon dérogatoire et soumise à une réglementation (déclaration préalable, limitations liées au nombre pour les particuliers et à la durée des ventes), dont peuvent être exclus certains professionnels ».
« Une vente au déballage, quelle que soit la surface occupée, peut concerner les ventes de produits alimentaires en cas de tensions sur le marché, notamment les primeurs dont la vente au déballage peut être expressément autorisée par arrêté en dérogation au code du commerce ».

Dès le moment où il y a transaction d'argent sur le lieu de distribution, la vente doit respecter toutes les conditions de la vente au déballage :

- autorisation préfectorale ou municipale ;
- ne peut excéder deux mois sur le même emplacement par an ;
- la durée de la vente et la date de départ doivent être fixées ;
- la chambre de commerce et d'industrie et la chambre des métiers sont informées et peuvent émettre des observations ;
- l'autorisation de vente par le maire est obligatoire ;
- surface totale ne doit pas excéder 300 m² ;
- l'autorisation doit être demandée au plus 5 mois et au moins 3 mois à l'avance.

Pour se protéger de cela, sur le lieu de distribution en AMAP, il faut donc qu'il y ait :

- ✓ un **contrat spécifique Producteur – Amapien**
- ✓ une **transaction financière avant la vente**
- ✓ une **feuille de présence** pour chaque distribution

La commercialisation en AMAP est un système de vente directe, **c'est pourquoi le Producteur doit absolument être présent aux distributions.**



1. L'achat-Revente

La charte des AMAP dit : « *Tous les produits (légumes, fruits, fromages, œufs...) doivent provenir de l'exploitation. Aucun produits ne doit être acheté à l'extérieur sans accord des consommateurs* ».

L'achat-revente est régulièrement pratiqué par les Producteurs, surtout pour compléter les paniers peu garnis durant la période creuse. Cette pratique ne doit pas devenir une habitude mais peut être la solution en cas de grosse perte de récolte.

Le groupe AMAP doit obligatoirement donner son accord au Producteur pour qu'il recoure à cette pratique. De son côté, le Producteur doit donner un maximum d'informations sur les produits qui ne proviennent pas de sa ferme pour être **le plus transparent possible**.

2. Peut-on vendre des produits complémentaires ?



AMAP – Les Jardins du Charmoi

La vente sur le lieu de distribution de produits complémentaires, c'est à dire ne rentrant pas dans le contrat Producteur-Amapien, pose problème dans certaines AMAP.

La charte dit : « *Tout autre produit complémentaire dont ne disposent pas les consommateurs devra faire l'objet d'un contrat spécifique avec un autre Producteur* »

Il est donc nécessaire que tous les Producteurs qui distribuent leurs produits, considérés comme complémentaires, aient un contrat avec les adhérents. S'il n'y a pas de contrat, la vente sera assimilée à un marché ou une vente au déballage, d'autant plus s'il y a transaction financière sur le lieu de distribution.

3. Peut-on vendre des produits en plus des paniers ?

En période de forte production, il arrive que certains Producteurs, qui commercialisent exclusivement en AMAP, n'arrivent pas à écouler le surplus de leur récolte. Dans le principe, le système AMAP voudrait que ces surplus ne soient pas revendus mais intégrés dans les paniers. C'est la juste contrepartie pour les consommateurs qui acceptent les aléas de production et des paniers moins garnis en période creuse.

Toutefois, l'AMAP n'assure pas, dans la plupart des cas, un revenu suffisant au Producteur qui, légitimement, voudrait vendre sa surproduction. Néanmoins, la vente de produits, même inscrits dans le contrat, en plus du panier nécessite une transaction financière sur le lieu de distribution ce qui ne rentre pas dans le cadre de l'AMAP.

Les Producteurs qui rencontrent régulièrement cette situation doivent réfléchir à la meilleure solution à adopter dans leur cas.

Voici une pratique qui pourrait se mettre en place : Dans le contrat AMAP, une option permet aux consommateurs de déposer une tirelire qu'ils consomment dans la saison du contrat. Ainsi, les consommateurs commandent une ou deux semaines à l'avance (lors des distributions par exemple) directement au Producteur ce qu'ils veulent en plus du panier. C'est une commande ponctuelle mais qui s'inscrit dans un contrat, donc dans la durée et avec le même système de paiement à l'avance.

Toutefois, il faut faire très attention aux commandes ponctuelles qui sont certes, moins contraignantes pour le consommateur, mais qui ne permettent pas au Producteur d'avoir une vision sur le long terme.

Actualité concernant les AMAP ... le problème de la fiscalité

Étant donné le statut obscur des AMAPs, des organismes tels que le MIRAMAP (Mouvement Inter-Régional des AMAPs) essaient de relancer la discussion sur les aspects de fiscalisation de ces associations. Ainsi, fin 2012, le MIRAMAP a rédigé une définition juridique des AMAPs qui pourrait être insérée dans la future loi-cadre ESS (Économie Sociale et Solidaire) et qui permettrait une protection de toute interprétation lucrative.

Voici le texte proposé :

*" Les associations de type loi 1901 dites "AMAP", assurant un rôle de facilitateur entre des agriculteurs locaux et des citoyens-consommateurs et dont la relation s'établit dans le cadre d'un partenariat contractualisé, local, solidaire, sans intermédiaire et selon le régime de la vente directe - sont réputées **ne pas avoir d'activités commerciales lucratives**. Le rôle de facilitateur de ces associations n'est pas une activité d'intermédiaire. Les prestations de ces associations, dont la gestion est désintéressée, sont présumées non imposables. Les AMAP exercent une activité d'utilité sociale et écologique pour le maintien et le développement d'une agriculture locale respectueuse des Hommes et de l'environnement. Elles sont pleinement inscrites dans le champ de l'économie sociale et solidaire. »*

Plus récemment, certains députés ont interrogé le gouvernement sur le statut fiscal des AMAPs, voici une partie de la réponse à la question de M. Jean-Jacques Candelier, député du Nord :

*« Or les associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) sont des associations type « loi 1901 » dont l'objet est de créer un lien direct entre des consommateurs et un exploitant agricole. Par leur activité, les AMAP permettent à des Producteurs non seulement d'obtenir des débouchés mais également de leur assurer un revenu en raison du fait que les consommateurs **s'engagent contractuellement à acheter à l'avance leur production et effectuent un prépaiement** des produits qui leur seront livrés, ce qui permet ainsi à ces exploitants agricoles de **disposer d'un fonds de roulement ou d'une trésorerie suffisante** pour faire face à leurs dépenses et investissements. Ainsi, en assurant à un professionnel l'écoulement de sa production par la mise en relation (même sans commission) des adhérents avec l'agriculteur, les **AMAP participent au développement économique de l'exploitation. L'activité des AMAP est donc considérée** du point de vue des principes fiscaux susmentionnés **comme lucrative et celles-ci sont soumises aux impôts commerciaux quels que soient leur taille et le montant de leurs recettes**. Toutefois dès lors que ces associations ne perçoivent en principe que des recettes modiques, les conséquences de la fiscalisation de ces structures sont en pratique limitées. »*

Réponse publiée au JO le 09/04/2013 page : 3858

Afin d'éviter toute confusion, il paraît préférable que le Producteur ne soit pas membre direct, et encore moins administrateur de l'AMAP

Le statut fiscal des AMAPs est donc ambigu mais pourrait évoluer en lien avec la mobilisation de certaines organisations (MIRAMAP...).

Sources



Livres

- **AMAP, replaçons l'alimentation au cœur de nos sociétés**

Maud David-Leroy & Stéphane Girou – éditions Dangles – 2009

- **Les AMAP : un nouveau pacte entre Producteurs et consommateurs ?**

Claire Lamine – édition Yves Michel – 2008

- **AMAP, histoire et expériences**

Annie Weidknet – édition Loubatières – 2011

Sites internet

- **Portail de la Bio en Bourgogne** : <http://www.biobourgogne.fr/>

- **BioBourgogne Association** : <http://biobourgogne-association.org/>

- **Annuaire national des AMAPs** : <http://www.reseau-amap.org/>

- **Miramap** : <http://miramap.org/>

- **FNAB** : www.fnab.org

Articles

- **Fiche « pratiques juridiques en AMAP »**

Alliance Provence – mars 2011

- **Paysan en AMAP : un nouveau métier – Guide pratique du paysan en AMAP**

Alliance Rhône-Alpes – mai 2008 / sortie de la nouvelle édition fin 2013

- **Panier de légume AMAP : Concevoir un plan de culture pour une saison équilibrée**

Élisabeth Carbone – Passerelle Éco N° 32 – 2009

- **Des Paniers de légumes chaque semaine**

Frédérique Ehrhard – La France Agricole – juillet 2009

- **Les AMAP en Rhône-Alpes, entre marché et solidarité**

Patrick Mundler – Ruralia N° 20 – pp. 185-215

- **Le prix des paniers Analyse de la formation du prix du panier dans 7 AMAP de la région Rhône-Alpes**

Patrick Mundler & Albane Audras - 4èmes Journées de recherches en sciences sociales INRA SFER CIRAD AgroCampus-Ouest (Rennes), 9 et 10 décembre 2010

- **Les pratiques du système AMAP en Rhône-Alpes : réalités et enjeux**

Fantine Olivier – mai 2007

Les principes de la charte AMAP

1. La référence à la charte de l'agriculture paysanne pour chaque producteur
2. Une production de dimension humaine adaptée aux types de culture et d'élevage
3. Une production respectueuse de la nature, de l'environnement et de l'animal : développement d'une biodiversité, fertilité des sols, production sans engrais ni pesticides chimiques de synthèse, gestion économique de l'eau ...
4. Une bonne qualité des produits : gustative, sanitaire, environnementale
5. L'appui à l'agriculture paysanne locale
6. La solidarité et des liens actifs avec tous les acteurs locaux œuvrant pour le maintien de l'agriculture durable et d'un commerce solidaire
7. Le respect des normes sociales par rapport aux employés de l'exploitation, y compris le personnel temporaire
8. La recherche de la transparence dans les actes d'achat, de production, de transformation et de vente des produits agricoles
9. L'accompagnement des producteurs à l'autonomie, c'est à dire la capacité à être maître de ses choix
10. La proximité du producteur et des consommateurs : elle est indispensable pour assurer le lien direct entre eux et pour favoriser le circuit le plus court entre producteur et consommateurs
11. Une AMAP par producteur et par groupe local de consommateurs
12. La formalisation et le respect des contrats à chaque saison entre consommateurs et producteurs
13. Aucun intermédiaire entre producteur et consommateurs, pas de produits achetés et revendus par le producteur sans accord des consommateurs
14. La définition à chaque saison d'un prix équitable entre producteur et consommateurs
15. Une information fréquente du consommateur sur les produits
16. La solidarité des consommateurs avec le producteur dans les aléas de la production
17. Une participation active des consommateurs à l'AMAP favorisée notamment par la responsabilisation du maximum d'adhérents
18. Une sensibilisation des adhérents de l'AMAP aux particularités de l'agriculture paysanne

Devenir Producteur de paniers en AMAP

L'AMAP (Association pour le **M**aintien d'une **A**griculture **P**aysanne) est une association qui favorise l'engagement réciproque de Producteurs et de Consomm'acteurs (les Amapiens) dans un partenariat visant au maintien de producteurs de proximité.

La solidarité, la confiance et la convivialité remplacent les relations commerciales et marchandes classiques qui priment dans d'autres modes de commercialisation. Pour que ce système perdure, il est important que chaque partie ait conscience de ses responsabilités.

Les fiches rassemblées ici permettront au Producteur de mieux appréhender des points clés pour devenir producteur de paniers pour des Amapiens, et faire évoluer sa relation commerciale vers un partenariat réussi.

*Parce qu'une AMAP
n'est pas un marché*

*Parce que vendre à
des Amapiens est un
métier*

En savoir plus

Vendre ses produits bio via des partenariats en AMAP ou autres systèmes de paniers

• **SEDARB** - Service d'ÉcoDéveloppement
Agrobiologique et Rural de Bourgogne :
appui aux producteurs
Tél. : 03.86.72.92.20
sedarb@sedarb.org



• **BioBourgogne Association (BBA)** :
lien de la terre à l'assiette, promotion des
produits bio, des circuits courts
Tél. : 06.77.53.51.63
bba@biobourgogne.org



Portail de la bio : www.biobourgogne.fr

Trouver des produits bio, Producteurs et AMAPs bio en Bourgogne

- **Vitrine web** des bio en Bourgogne
- **Catalogues** des Produits, Producteurs, Marchés, AMAPs bio en Bourgogne
- **E-Bulletin** *ConsumActions* : s'inscrire en ligne



www.biobourgogne-association.org

Ce document a été réalisé par le SEDARB grâce à une étude bibliographique et des enquêtes auprès de Producteurs bio bourguignons et d'Amapiens que nous remercions.

Dessins : Céline Laillet

Crédit photo : Julie Mouret sauf mention spéciale

Impression sur papier recyclé et avec encres végétales par l'imprimerie ICO (Dijon)

Soutiens :

