
Présentation du concept AMAP

1 Introduction	2
1.1 AMAP : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne	2
1.2 Historique du concept	2
2 Les avantages	3
2.1 Pour le consommateur	3
2.2 Pour le paysan	3
2.3 Pour la société	3
3 Les engagements	4
3.1 Du consommateur au consommACTEUR	4
3.2 Du producteur	4
4 Partenariat producteur-consommateur	5
4.1 Réseaux régionaux	5
4.2 Réseaux départementaux	5
5 Références	5

1. Introduction

1.

AMAP : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne

Contrat entre un groupe de consom'acteurs et un agriculteur de proximité :

- chaque consommateur achète en début de saison une part de la production qui lui est ensuite livrée périodiquement à un coût constant. (panier hebdomadaire)
- Le producteur s'engage à fournir des produits de qualité dans le respect de la charte de l'agriculture paysanne, si possible bio.

Trois mots clés :

- **consom'action** : on peut « voter avec son caddie » en choisissant à qui l'on donne son argent, en choisissant de consommer de façon citoyenne et non plus seulement de manière consumentiste. « Le porte-monnaie a du pouvoir »
- **écologie** : respect des sols, de l'eau... de l'outil de travail
- **circuit court** : pas d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur

Objectif : « Promouvoir une agriculture respectueuse de l'environnement, des territoires, des hommes et de favoriser le développement des productions de qualité reflétant la diversité des terroirs et la variété des savoir-faire. »

2. Historique du concept

Les premières formes d'AMAP sont apparues dans les années 60-70 au Japon (Teikei ="la nourriture avec le visage du fermier dessus"), ainsi qu'en Suisse et en Allemagne.

En 1985, un fermier américain revient de Suisse et de là naissent les Community Supported Agriculture ("Agriculture Soutenue par la Communauté").

Le concept gagne dans les années 90 le Canada et l'Angleterre.

En France, la première AMAP a été créée en avril 2001 à Aubagne, par l'association ATTAC.

Début 2004 :

- entre 500 et 1000 au Japon, 1700 CSA aux Etats-Unis, 90 en Angleterre, 60 au Québec et une cinquantaine en France.
- On en a recensé dans au moins 15 pays à travers le monde.

2. Les avantages

1.

Pour le consommateur

- Trouver des produits frais, de saison et de qualité à l'échelon local.
- mettre "le visage du fermier sur la nourriture" :
 - avoir un fermier de famille, comme on a un médecin de famille
- Redonner du sens à sa consommation :
 - la nourriture a désormais une histoire.
- Agir en tant que citoyen :
 - participer à la restauration de la biodiversité et développer le lien ville-campagne
 - soutenir les petites fermes, pas concernées par la PAC.
 - Aider à la reconnaissance de l'agriculture en AMAP aux règles différentes de celle de l'agriculture conventionnelle, raisonnée, labellisée (AOC, label rouge...) ou biologique
- Payer un prix juste et justifié, fixé en fonction :
 - des coûts réels de production
 - de la valorisation du travail/service fourni = dégager un revenu décent pour le producteur
- Consommer dans un cadre d'échange et de discussion, ce qui n'est pas le cas au supermarché

2. **Pour le paysan**

- La garantie de l'écoulement des produits, qui leur permet d'investir tout leur temps à mieux cultiver plutôt qu'à chercher des acheteurs.
- Le préfinancement - la production étant achetée d'avance - aide :
 - à s'équiper (semences, machines) en limitant l'endettement
 - Avoir une vision financière sur plusieurs mois
- La valorisation sociale : travailler pour et avec un groupe au-delà de l'aspect purement commercial
- Garder une indépendance par rapport au système de grande distribution,

3. **Pour la société**

Repenser la gestion des ressources :

- Relancer les circuits courts : moins de transport et d'emballages
- Maintenir / établir des sites de productions régionaux pour permettre une indépendance économique locale
- Favoriser le maintien de l'emploi agricole, l'installation d'un jeune agriculteur
- Faciliter le passage de modes de production conventionnels à des modes de production écologiques.

Développer l'économie solidaire locale :

- Lien direct, sans intermédiaire, entre le producteur et le consommateur.
- Favoriser le dialogue social entre ville et campagne, ré impliquer des consommateurs dans leurs choix de consommation et la maîtrise du terroir local.
- Action « éducation populaire » : avec des animations à la ferme, sur la nourriture, la nature et l'environnement.
- Recréer du lien social entre citoyens et paysans de la région.

3. Les engagements

1. Du consommateur au consommACTEUR

- l'achat à l'avance de la récolte sur une période donnée.
 - Abonnement au service « panier hebdomadaire »
- Solidarité dans les aléas de la production
 - partage des risques et des bénéfices naturels
- Participation à la vie associative :
 - gestion des adhérents,
 - organisation des distributions de paniers,
 - communication,
 - animation....

2. Du producteur

- Approvisionner régulièrement :
 - Fournir des produits de haute qualité (sanitaire, nutritionnelle) selon les modalités définies avec le groupe de consommateurs
- Transparence :
 - Conditions économiques, sociales et écologiques de production
 - Démarche de progrès vers une agriculture biologique et paysanne
- Partenariat « agri-culturel » avec les adhérents :
 - Journées à la ferme,
 - rôle pédagogique, animation, information... dans le domaine agricole

4.

Partenariat producteur-consommateur

La constitution de l'AMAP en association loi 1901 est conseillée, pour des raisons démocratiques, administratives, de partenariats, de légalité et d'assurance : organisation de manifestations festives, pédagogiques à la ferme.

L'association est composée des consommateurs qui

- Rédigent statuts et règlement intérieur, en respectant le principe de la charte des AMAP.
- Déterminent l'organisation pratique des distributions
- Définissent le contenu du panier « rémunérateur pour le producteur et juste pour le consommateur »
- Sont garants de la vie de l'association : partenariat « agri-culturel », bilan par saisons de production...

1. Réseaux régionaux

Ses principales missions sont :

- synthèse, création, diffusion d'outils pour la gestion du partenariat AMAP
- communication régionale et institutionnelle grand public : site internet, représentation auprès des partenaires régionaux (institutions, politique, associatif, médiatique...)
- animation, formation des responsables et producteurs en AMAP
- coordination d'études et de chantiers de réflexion : prix, commerce équitable Nord-Nord, foncier agricole ...
- garantie d'une éthique commune à toutes les AMAP : application et évolution de la Charte

2. Réseaux départementaux

Ses principales missions sont :

- Animation et partage d'expérience : rencontres inter-Amap, inter-producteurs...
- Essaimage et accompagnement à l'émergence de nouvelles AMAP
- Promotion des AMAP auprès des partenaires locaux

5. Références

MIRAMAP (mouvement Inter-Régional des AMAP)	http://www.miramap.marsnet.org/-MIRAMAP-.html
ALLIANCE Paysans Ecologistes Consommateurs :	http://alliancepec.free.fr/
Charte des AMAP :	http://www.reseau-amap.org/docs/chartedesamap.PDF
Charte de l'agriculture paysanne :	
http://www.confederationpaysanne.fr/images/imagesFCK/File/Presentationconf/agriculture%20paysanne/AP_plaquette%20complete.pdf	
Agriculture Biologique	http://www.fnab.org/