

Extrait du Site de l'Association Adéquations

<http://www.adequations.org>

# Les AMAP, partenariats paysans consom'acteurs

- Agricultures & alimentations - Initiatives pour l'agriculture et l'alimentation durables -



Date de mise en ligne : mars 2009

## **Description :**

Les associations pour le maintien d'une agriculture paysanne se développent beaucoup en France depuis le début des années 2000. En janvier 2009, le mouvement inter-AMAP est créé, qui organise le printemps des AMAP jusqu'au 21 juin.

---

Site de l'Association Adéquations

---

**A partir des années 70, face à la montée en puissance de l'agriculture et de l'agroalimentaire industriels, à la baisse de qualité des aliments et à la difficulté d'assurer les prix rémunérateurs et des relations de proximité entre paysans et consommateurs, différentes pratiques de liens directs entre producteurs et consommateurs se sont mises en place dans les pays occidentaux et le Japon. En France le mouvement des AMAP se développe depuis 2001, notamment en milieu urbain, sous forme de partenariats entre des groupes de "consom'Acteurs" et des paysans.**

Sommaire

- [Contexte au niveau international et français](#)
- [La définition des AMAP](#)
- [Quelques chiffres](#)
- [Perspectives et difficultés](#)
- [Ressources](#)

## **[\[Sommaire\]](#) Contexte au niveau international et français**

Les premières pratiques de liens directs entre producteurs agricoles et consommateurs ont été expérimentée au Japon, dans des pays européens comme l'Allemagne et la Suisse, aux Etats-Unis et au Canada.

Selon les pays, ces initiatives prennent des noms différents, ainsi : les CSA (*Community Supported Agriculture*) dans les pays anglo-saxons, les ASC (agriculture soutenue par la communauté) au Québec, les *Teikeis (relations directes)* au Japon, les *Reciproco* au Portugal, les *Food Teams* en Belgique...

Ces mouvements sont arrivés tardivement en France. La dynamique des Associations pour le maintien de l agriculture paysanne (AMAP) se développe à partir des années 2000, d'abord dans le Var et en Provence, puis progressivement dans d'autres régions de Provence Côte d'Azur, Rhône Alpes, Midi Pyrénées, Alsace, Région parisienne depuis 2003.

## **[\[Sommaire\]](#) La définition des AMAP**

Selon ses initiateurs, l Association Alliance Provence qui a déposé à l'Institut nationale de la propriété industrielle (INPI) l'appellation AMAP et délègue ses droits par convention à d'autres réseaux régionaux, *une AMAP est une association pour le maintien d une agriculture paysanne ayant pour objectif de préserver l existence et la continuité des fermes de proximité dans une logique d agriculture durable, c est-à-dire une agriculture paysanne socialement équitable et écologiquement saine, de permettre à des consommateurs d acheter à un prix juste des produits d alimentation de qualité de leur choix, en étant informés de leur origine et de la façon dont ils ont été produits et de participer à la sauvegarde et au développement de l activité agricole locale dans le respect d un développement durable.*

Elle réunit un groupe de consommateurs et un agriculteur de proximité autour d un contrat dans lequel chaque consommateur achète en début de saison une part de la production qui lui est livrée à un coût constant. Le

producteur s engage à lui fournir des produits de qualité".

**Les dix principes de l'agriculture paysanne.** Les AMAP se basent sur dix principes :

- ▶ **Répartir les volumes de production** afin de permettre au plus grand nombre d'accéder au métier et d'en vivre.
- ▶ **Etre solidaire** des paysans des autres régions d'Europe et du monde.
- ▶ Respecter la **nature**.
- ▶ Valoriser **les ressources** abondantes et économiser les ressources rares.
- ▶ Assurer la bonne **qualité** gustative et sanitaire des produits.
- ▶ Viser le maximum d'**autonomie** dans le fonctionnement des exploitations.
- ▶ Rechercher les **partenariats** avec d'autres acteurs du monde rural.
- ▶ Maintenir la **diversité** des populations animales élevées et des variétés végétales cultivées.
- ▶ Raisonner toujours à **long terme** et de manière **globale**.

Les AMAP sont donc fondées sur un partenariat entre un groupe de consommateurs-trices (qui se définissent comme des *consom'Acteurs*) et un-e agriculteur-trice de la région.

L'objectif est de favoriser l'installation et le maintien d'une agriculture locale de qualité fonctionnant le plus possible de façon autonome et indépendante des circuits de distribution industriels, tout en formant et en responsabilisant les consommateurs-trices notamment en milieu urbain.

Chaque semaine le paysan fournit un nombre de paniers correspondant au nombre d'adhérent-es de l'AMAP. Les consom'Acteurs s'engagent en général sur une saison agricole. Un groupe de bénévoles s'occupe par roulement du fonctionnement et de l'animation de l'association : distribution, trésorerie, lien avec les partenaires, organisation d'événements...

**Des principes de confiance, transparence et réciprocité régissent les AMAP, sur la base de chartes :**

- ▶ Lien direct entre le producteur-trice et le consommateur-trice
- ▶ Préfinancement de la récolte afin d'assurer un revenu stable, sur la base d'un prix rémunérateur et équitable pour les deux parties
- ▶ Le paysan s'engage à fournir des fruits et légumes (ou autres produits) frais, de qualité (souvent issus de l'agriculture biologique), de saison ; les consommateurs tiennent compte des aléas naturels
- ▶ Les consom'Acteurs participent à la gestion et l'animation de leur AMAP souvent constituée en association, participent ponctuellement aux travaux agricoles, au choix des des semences, des productions...

**Les objectifs et engagements (selon l'AMAP Ile-de-France)**

**Trois objectifs**

- ▶ Recréer du lien social entre citadins et paysans de la région
- ▶ Apporter une sécurité financière à des paysans s'engageant dans une démarche d'agriculture durable
- ▶ Favoriser l'accès et l'éducation à une alimentation de qualité

**"3x3 engagements"**

### ▶ 3 engagements généraux :

vente directe  
de proximité  
conviviale

### ▶ 3 engagements des consom'acteurs :

pré-financement de la production  
solidarité dans les aléas naturels  
implication dans la gestion du groupe

### ▶ 3 engagements du paysan :

production de qualité et diversifiée  
pédagogie  
transparence technique et économique

## [\[Sommaire\]](#) Quelques chiffres

Il est difficile d'avoir des chiffres précis sur les réseaux AMAP et équivalents dans le monde. En France, on estimait qu'en 2007, 750 AMAP approvisionnaient environ 30 000 familles, soit 90 000 personnes. Les chiffres actuels seraient de 1000 à 1200 AMAP, soit 50 000 familles et près de 200 000 consommateurs, pour un chiffre de 36 millions d'euros (selon le MIRAMAP, cf. encadré plus haut).

En Ile-de-France, la première AMAP a démarré en octobre 2003 à Pantin (93), avec un maraîcher bio en installation à Chaussy (95). Le réseau régional a été créé un an après.

En 2008, il y a en Ile-de-France plus de 100 groupes AMAP, dont une vingtaine à Paris pour environ 50 maraîchers. Différents projets d'installations sont en cours.

En 2007 l'estimation du réseau des AMAP Ile de France était de 6000 personnes concernées - sur la base d'un panier hebdomadaire pour une moyenne de deux personnes. Le volume financier généré pouvait être estimé selon le calcul suivant : 40 paniers x 50 AMAP x 15€/semaine x 48 semaines de partage de récolte, soit 1.526.400 €. Ce chiffre a certainement augmenté depuis.

D'après Equiterre, au Québec, en 2007, une centaine de fermes font partie du réseau des projets d'ASC, dont 79 offrent le fruit de leurs récoltes et les viandes de leurs élevages et 20 des produits additionnels (miel, produits de la pomme, fromages...). Environ 26 000 citoyens sont en lien avec un "fermier de famille" à travers 8 700 paniers bio. Près de 350 points de chute sont établis à travers 13 régions du Québec.

En France, d'autres réseaux, comme les jardins de Cocagne, proposent des paniers hebdomadaires à des adhérents-consommateurs individuels permettant à des adultes en difficulté de retrouver un emploi : 2700 jardiniers, 12000 familles d'adhérents, 450 encadrants, 1200 bénévoles.

L'association *Val Bio Centre* (jardins du Val de Loire) rassemble des producteurs de fruits et légumes biologiques exerçant leur activité sur des fermes familiales ainsi que des structures d'insertion et de formation professionnelle ayant choisi le maraîchage biologique comme support d'activité économique. Un réseau de 18 fermes familiales emploie une cinquantaine de salariés et un Etablissement et service d'aide par le travail (ESAT) qui touche 45

personnes en situation de handicap. 80 points de livraison (pour des abonnements individuels) sont disponibles en région Centre et Ile de France.

Exemple d'un panier d'hiver (janvier) dans une AMAP parisienne. Prix du panier 15 euros. Produits bios : 1 kg de pommes, 500 gr. de poire, 1 kg de pommes de terre, 1 kg de carottes, 100 gr. de mâche, 1 chou vert, 500 gr. de betteraves rouges, 1 botte de poireaux. En option pour 2 euros : 6 oeufs.

## [\[Sommaire\]](#) Perspectives et difficultés

**Nouveau : la création en France début 2009 d'un Mouvement inter-régional des AMAP.**



### **MIRAMAP et printemps des AMAP 2009**

Le MIRAMAP est né à l'initiative de différents régionaux d'AMAP (Alliance Provence, Alliance PEC Rhône Alpes, AMAP IDF, Fédération des AMAP de Picardie) souhaitant une coordination inter régionale des AMAP pour mutualiser la richesse des expériences, des pratiques et des outils, pour faire la promotion des AMAP au niveau national, pour réfléchir à la façon dont l'éthique des AMAP puisse être garantie, et lancer des programmes d'action coordonnés en cohérence avec les objectifs des AMAP, autour d'un socle commun.

Le MIRAMAP édite une lettre téléchargeable. Il a organisé un **Printemps des AMAP du 21 mars au 21 juin** et un colloque sans doute à Lyon fin 2009.

► [site du MIRAMAP](#)

Les réseaux de type AMAP connaissent un développement rapide. Des collectivités territoriales apportent des financements pour le développement de l'agriculture de proximité et pour les projets qui combinent agriculture biologique, création d'emplois et lutte contre l'exclusion sociale. Les dispositions nationales, comme les plan de développement de l'agriculture biologique et de l'alimentation bio dans les cantines font également un effet d'entraînement, avec toutefois un risque fort de l'expansion de l'agriculture biologique intensive et des importations, la France étant largement déficitaire en bio.

De nombreuses adaptations et variantes locales existent selon les contextes.

En milieu urbain, notamment en Ile de France, le mouvement se heurte à des difficultés spécifiques : demande importante, manque de terres agricoles et forte spéculation foncière, disparition des maraîchers et difficultés à susciter des vocations, déséquilibres entre une demande importante des consommateurs et un nombre insuffisant de producteurs, problèmes culturels liés à des clivages sociaux : inadaptation du prix du panier aux situations très diversifiées, tant du consommateur que du producteur, agriculteurs parfois conduits à s'approvisionner en dehors de leur ferme, manque de transparence et d'accompagnement, consommateurs "bobos" adhérant à des AMAP pour avoir des légumes biologiques afin de préserver leur santé, mais pas toujours conscients des engagements militants et idéologiques liés à cette action collective et politique ; exclus et consommateurs pauvres ne pouvant s'engager à préfinancer des paniers dont le prix peut atteindre 20 euros par semaine...

La notion de "prix agricoles rémunérateurs" et donc la pertinence du prix du "panier" est complexe à analyser, compte tenu de la grande diversité des situations, de la nature des investissements à faire par l'agriculteur, de l'existence ou non de subventions (à l'emploi, à l'installation en bio...).

Des pratiques nouvelles s'expérimentent de "paniers subventionnés", de prix calculés selon les revenus des adhérent-es, de bons financés par les collectivités.

Dans un contexte urbain où la demande peut être très supérieure à l'offre, il apparaît nécessaire de poursuivre la réflexion, le débat, la concertation et la recherche sur l'évolution des AMAP et sur leur articulation avec les enjeux plus globaux du modèle de politiques agricoles et alimentaires, de la souveraineté alimentaire, de l'aménagement durable des territoires, des solidarités et des luttes contre les exclusions sociales, etc.

## [\[Sommaire\]](#) Ressources

### En France

- ▶ [Site général](#)
  - ▶ [Provence](#)
  - ▶ [Rhône Alpes](#)
  - ▶ [Ile de France](#)
- ▶ Un reportage vidéo sur [l'ouverture d'une AMAP à Saint-Michel-et-Chanveaux \(Maine et Loire\)](#), publié le 8 avril sur pulceo.com, "la web TV locale du pays de Châteaubriant".

### Réseaux internationaux

- ▶ [URGENCI, réseau mondial des partenariats locaux solidaires entre producteurs et consommateurs](#)
- ▶ [Cultivating communities \(Grande Bretagne\)](#)
- ▶ [Agriculture soutenue par la communauté \(Québec\)](#)

### Associations liées au mouvement AMAP en France

- ▶ [L'association Terre de liens](#) favorise l'investissement solidaire auprès du public pour acheter des terres agricoles pour des projets d'installation ;
- ▶ [Le Réseau du jardin dans tous les états](#) est une dynamique d'actions et d'échanges entre les porteurs de projets de "jardins partagés" et leurs partenaires associatifs, politiques et institutionnels ;
- ▶ [Les Jardins de Cocagne](#) sont des jardins maraîchers biologiques à vocation d'insertion sociale et professionnelle.
- ▶ [Les Paniers du Val de Loire](#)

### Télécharger les chartes

- ▶ [Charte des AMAP \(créée par Alliance Provence\)](#)
- ▶ [Charte de l'agriculture paysanne \(base des AMAP\)](#)
- ▶

[Charte des Jardins de Cocagne](#)

▶ [Jardins partagés](#)

### Livre

<a href="http://www.yvesmichel.org/admin/espace-societe/les-ama-  
p-un-nouveau-pacte-entre-producteurs-et-consomma-  
teurs " title="Les AMAP : un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs" target="\_blank">Les AMAP : un  
nouveau pacte entre producteurs et consommateurs ?, Claire LAMINE ; Editions Yves Michel, 2008.

Post-scriptum :

▶ [Lire notre article sur l'agriculture biologique](#)