



BIENVENUE

REUNION PUBLIQUE DE
PRESENTATION DE
L'AMAP DE VENELLES

- 11 mai 2012 -

Diaporama réalisé par N. BOULOGNE



S O M M A I R E

1. DEFINITION ET CONCEPT D'UNE AMAP

- 1.1. Qu'est ce qu'une AMAP ?
- 1.2. L'origine du concept
- 1.3. Les objectifs d'une AMAP
- 1.4. Les engagements des producteurs et des consom'acteurs
- 1.5. Les valeurs portées par les AMAP

2. L'AMAP DE VENELLES

- 2.1. L'AMAP de Venelles et ses partenaires
- 2.2. Les modalités pratiques
- 2.3. Les producteurs (autres produits)
- 2.4. Aider l'AMAP
- 2.4. Questions / Réponses Le lieu de distribution
- 2.5. Contact et infos



1. DEFINITION ET CONCEPT D'UNE AMAP

1.1. QU'EST-CE QU'UNE AMAP ?

. **AMAP** = Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne

. C'est un système de circuit direct de distribution du producteur aux consommateurs, sous forme de paniers.

. C'est un partenariat établi entre un groupe de consommateurs et un agriculteur de proximité formalisé par un contrat dans lequel chaque consommateur achète en début de saison une part de la production (légumes, fruits, viande, fromage, œufs...) qui lui est distribuée périodiquement à un coût constant.



Le producteur s'engage à fournir des produits de qualité dans le respect de la charte des AMAP.



1.2. L'ORIGINE DU CONCEPT

L'origine des AMAP remonte aux **années 60**, au **Japon**. Un groupe de femmes s'est inquiété des taux de pesticides utilisés dans les cultures pouvant entraîner des risques d'empoisonnement pour leurs enfants. Elles se sont également senties concernées par l'augmentation des marchandises importées provoquant une diminution constante des fermiers locaux. Elles ont donc initié une relation directe entre leur groupe et un fermier local. Cet arrangement, appelé « **Teikei** » en japonais, se traduit par :

« Mettre le visage du fermier sur la nourriture ».

Le principe s'est ensuite répandu en Europe (Suisse, Allemagne, Autriche, Italie, Angleterre), aux Etats-Unis et au Canada.

En France, la première AMAP a été créée à Aubagne, en 2001. Le concept s'est essaimé rapidement dans la région PACA et dans toute la France (environ **800 AMAP en France** en 2008, dont + de 130 en PACA).



1.3. LES OBJECTIFS D'UNE AMAP

- Préserver l'agriculture paysanne locale, socialement équitable et écologiquement saine,
- Préserver l'environnement par des pratiques agricoles écologiques et un maintien de la biodiversité,



- Établir un « juste prix » entre agriculteurs et consommateurs,
- Inciter les consommateurs à avoir une alimentation de qualité et prenant en compte leur santé,
- Responsabiliser les consommateurs à travers un engagement citoyen et solidaire.



1.4. LES MOTIVATIONS ET LES ENGAGEMENTS DES PRODUCTEURS ET DES CONSOMMATEURS

Les motivations des producteurs...

- Un intérêt économique :

- . Une possibilité d'assurer la pérennité économique de leur ferme,
- . Un gain de temps en étant partiellement dégagés des contraintes de la commercialisation et en réalisant une distribution rapide de leurs produits en des lieux de proximité,
- . Un gaspillage minimum des marchandises, pas de produits d'emballage.

- Une sécurité financière :

- . La certitude d'écouler tout ou partie de leur production à un prix de vente garanti,
- . Une possibilité de minimiser le recours à l'emprunt.

- Une valorisation sociale :

- . Une valorisation du métier d'agriculteur à travers les liens qui sont tissés avec les consommateurs et qui leur permet d'être reconnus dans leur travail et dans leur savoir-faire.



1.4. LES MOTIVATIONS ET LES ENGAGEMENTS DES PRODUCTEURS ET DES CONSOMMATEURS

Les motivations des consommateurs...

- Un engagement citoyen :

- . Le soutien à une agriculture de proximité respectueuse de l'environnement,
- . Le maintien des fermes sur notre territoire,
- . La solidarité avec des agriculteurs et des consommateurs.

- Une motivation personnelle :

- . Manger des aliments frais, goûteux, de qualité en connaissant leur origine et la façon dont ils ont été produits, préserver sa santé.

- Une motivation sociale :

- . Établir des liens avec un producteur et des consommateurs de proximité dans la convivialité et le partage,
- . Se remettre à faire la cuisine.



1.4. LES MOTIVATIONS ET LES ENGAGEMENTS DES PRODUCTEURS ET DES CONSOMMATEURS

Les engagements des producteurs...

- Un engagement économique :

- . Fourniture périodique de produits frais, sains et diversifiés,
- . Distribution du surplus de production,
- . Mise en œuvre des moyens de production visant à assurer la distribution régulière de leurs produits.

- Un engagement éthique :

- . Respect de la charte des AMAP à travers un contrat d'engagement fixé entre les producteurs et les consommateurs,
- . Transparence sur la vie de l'exploitation.

- Un engagement social :

- . Présence sur le lieu de distribution,
- . Création de liens avec les consommateurs,
- . Pédagogie concernant le travail de l'exploitation,
- . Organisation de visites,
- . Prise en compte des remarques des Amapiens.



1.4. LES MOTIVATIONS ET LES ENGAGEMENTS DES PRODUCTEURS ET DES CONSOMMATEURS

Les engagements des consommateurs...

- **Un engagement financier :**
 - . Achat à l'avance d'une partie de la récolte du producteur sur une période donnée à un coût équitable,
- **Un engagement économique :**
 - . Partage avec l'agriculteur des risques liés à son activité (intempéries, parasites...),
- **Un engagement éthique :**
 - . Respect de la charte des AMAP,
- **Un engagement associatif :**
 - . Participation à la vie de l'AMAP (distribution, communication, animation...),
 - . Respect des modes de fonctionnement de l'AMAP (venir chercher son panier dans les créneaux horaires spécifiés...).



1.5. LES VALEURS PORTEES PAR LES AMAP

Les AMAP portent des valeurs de :

- **Équité** : la recherche d'un juste prix,
- **Transparence** : transparence dans les actes d'achat, de production, de transformation et de vente des produits agricoles,
- **Proximité** : une relation directe entre producteurs et consommateurs,
- **Solidarité** : solidarité économique et financière avec les producteurs, solidarité entre consommateurs,
- **Convivialité** : convivialité dans les échanges, les liens sociaux,
- **Qualité** : qualité des produits distribués,
- **Écologie** : respect de l'environnement.





1.5. LES ENGAGEMENTS

Les engagements des consomm'acteurs

- Un engagement financier : l'achat à l'avance d'une partie de la récolte
- Un engagement économique : partage des risques avec l'agriculteur
- Un engagement associatif : participation à la vie de l'AMAP

Les engagements des producteurs

- Un engagement économique : solidarité économique avec les producteurs, solidarité entre consommateurs,
- Un engagement éthique : Respecter la charte des AMAP
- Un engagement associatif : Lien direct avec les consommateurs



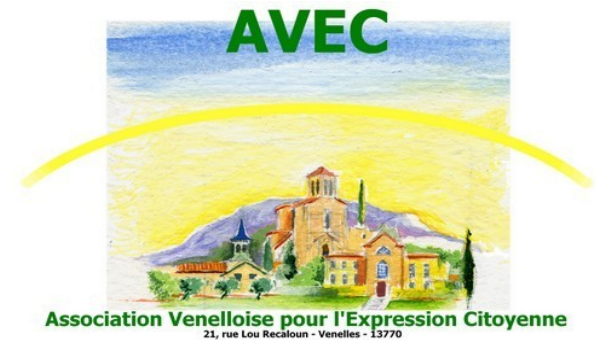


2. L'AMAP DE VENELLES

2.1. L'AMAP DE VENELLES ET SES PARTENAIRES



- Promotion des AMAP
- Aide aux exploitants
- Accès des AMAP au foncier



- Promotion du développement durable dans la commune
- Soutien logistique



2.2. LES MODALITES PRATIQUES

Des produits frais et de qualité

Leur contenu est défini chaque semaine, en fonction des légumes de saison arrivés à maturité.



Des produits variés



Tomates (4 variétés), poivrons, courges, concombres, carottes, radis, blettes, pommes de terre, aubergines, courgettes, haricots, fraises, melons, pastèques, basilic, persil, ail, échalotes...



2.2. LES MODALITES PRATIQUES

En cas d'absence...

- . Désistement possible pour 1 semaine
- . Pour les autres semaines d'absence, il incombe à chaque adhérent de trouver un remplaçant (autre adhérent ou une autre personne de votre choix)



Un prix de panier constant...

- . « Panier standard » = 20€ (5 et 15 kg suivant la saison)
- . Besoin de Moins ?
Panier plus petit 11 €



2.2. LES MODALITES PRATIQUES

Un paiement...

- . Chaque début de mois

Un engagement...

- . Adhésion préalable à l'association : AVEC Venelles (10€) et Alliance Provence (10€). Assurance : Les membres de l'association sont couverts par celle-ci dans tous les domaines et actions qu'elle entreprend : distributions, visites et participation à la vie des exploitations.
- . L'adhérent s'engage financièrement sur une saison complète.
- . Signature possible de contrats avec d'autres producteurs (légumes, fruits, viande...).



2.2. Les modalités pratiques - le lieu de distribution





2.3. LES PRODUCTEURS ET LES PRODUITS PROPOSÉS

Les produits complémentaires envisagés





2.5. Aider l'AMAP tableau de pointage

Fichier Édition Affichage Insertion Format Données Outils Aide Toutes les modifications ont été enregistrées.

Fichier Édition Affichage Insertion Format Données Outils Aide Toutes les modifications ont été enregistrées.							
[Icons: Print, Undo, Redo, Paste, Find, Zoom 123%, Font 14pt, Bold, Italic, Underline, Paragraph, Styles, Sum, Filter]							
A	B	C	D	E	F	G	H
Noms	22/06/11			29/06/11			
	Peser	Pointer	Aider Fred	Pointer	Pointer	Aider Fred	Peser
	4 personnes de 17 à 18 h	2 personnes de 18 à 19 h 30 avoir la liste des AMAPiens	Dans la semaine quand vous voulez	2 personnes de 18 à 19 h 30 avoir la liste des AMAPiens	2 personnes de 18 à 19 h 30 avoir la liste des AMAPiens	Dans la semaine quand vous voulez	4 personnes de 17 à 18 h
ACHARD Marie Noëlle							
ANDRAL Laurence							
BAILLET Laurence						X	
BARBOU Anne France							
BOULOGNE Nicolas							
BRUNET Laurence							x
CAILLOL Chantal							
CHARRAS Christelle							
COZETTE Efty							
DAIX Daniel							
de SAPORTA Flavie							



2.4. QUESTIONS REPONSES



2.5. CONTACT & INFOS

. **AMAP Venelles**

Jacques REVY (Tèl. : 04 42 54 80 27) ou Nadia SOUCHAY (Tèl. : 04 42 54 15 34)

Mail : amap.venelles@free.fr

Web : <http://amap.venelles.free.fr>

. **Alliance Provence**

Web : www.allianceprovence.fr



MERCI DE VOTRE
ATTENTION