



L'agriculture contrac- tuelle de proximité

ASSIETTE CONSOMMATEUR
- PRODUCTEUR

AVANT-PROPOS

L'Association des Consommateurs Soucieux de la Hongrie et AGRIDEA de la Suisse ont lancé un programme commun en 2012. Dans le cadre de ce programme ils veulent d'une part faire connaître l'Agriculture Contractuelle de Proximité (ACP) aux personnes intéressées, d'autre part ils ont l'intention de fournir un soutien pour la vulgarisation de ces initiatives dans les deux pays.

L'Agriculture Contractuelle de Proximité (ACP) n'est pas une solution universelle et unique pour faire face aux problèmes et aux difficultés liées à la commercialisation, à la vie et / ou aux conditions d'acquisition des aliments. C'est plutôt une approche et un outil puissant et approprié pour des producteurs et des consommateurs cherchant des ressources alimentaires fiables et des alternatives de distribution à la consommation et au à la consommation et au marché de gros.

A l'aide de cette publication nous voudrions soutenir leurs efforts communs en favorisant les systèmes de l'agriculture contractuelle de proximité. Quoique qu'il n'existe pas de « recette de succès » qui répondrait à toutes les questions et s'appliquerait dans toutes les situations, nous espérons que le cadre et les considérations esquissés ci-dessous seront des aides utiles dans la compréhension et dans l'installation d'une ACP.

SOMMAIRE

07

01

QU'EST-CE QUE
l'Agriculture
CONTRACTUELLE
DE PROXIMITÉ

17

02

LES VALEURS
La solidarité
LE PARTENARIAT

25

03

LA CONFIANCE
le contrat
L'ENGAGEMENT

31

04

L'offre

05

Le prix
ET LE PAIEMENT

39

06

La distribution
ET LA LIVRAISON

45

07

La communication

53

08

Mettre en place
ET FAIRE FONCTIONNER
UNE ACP

61

FORMES JURIDIQUES
EN SUISSE

68





L'Agriculture Contractuelle de Proximité (ACP) est un modèle économique basé sur l'association, l'engagement à long terme, la participation et le lien direct des producteurs et des consommateurs. L'ACP fournit une alternative aux méthodes traditionnelles de vente des produits alimentaires : au lieu de la vente aux grossistes, elle se concentre sur la participation des consommateurs pour le maintien des fermes.

Dans la pratique l'ACP lie par un contrat bilatéral un producteur ou un groupe de producteurs et un groupe de consommateurs qui souhaitent coopérer avec le/les producteur/s.

Les consommateurs s'engagent à acheter des produits de la ferme généralement à un prix pré-déterminé et pendant toute une saison / une année. Alors que les producteurs s'engagent à offrir des produits alimentaires frais ou transformés pour les consommateurs au cours de cette période.

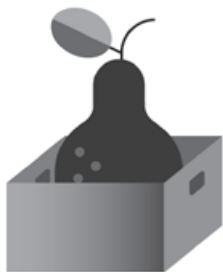


SYSTÈME DE PARTAGE :

les membres partagent la récolte et les coûts de production;

SYSTÈME DE PANIER :

les consommateurs ne s'engagent qu'à payer les produits au cours d'une période donnée (si possible avec paiement à l'avance).



L'ACP peut être interprétée comme une sorte de vente directe, mais elle est plus que cela. Tandis que le lien direct du producteur et du consommateur est une caractéristique importante de l'ACP, elle est plutôt orientée vers le service que vers les produits (opposée aux autres formes de la vente directe comme p.e. marché de producteurs, cueillettes, vente au bord de la route et à la ferme, produits de la région sur les étagères de magasin). Bien que les consommateurs ACP s'intéressent également à ce qu'ils obtiennent pour leur argent, ils paient les coûts de production plutôt que les prix fluctuants du marché.

L'ACP se concentre sur le maintien des fermes, par conséquent elle met un accent particulier sur des prix justes et rémunérateurs afin d'offrir une bonne viabilité aux exploitations agricoles.

Les prix que les consommateurs paient doivent couvrir les coûts de production et les salaires pour garantir des moyens d'existence acceptables aux producteurs.

Par ses valeurs ajoutées l'ACP fournit d'autres possibilités pour **LA SOCIÉTÉ, LA BIODIVERSITÉ ET LA NATURE CULTIVÉE :**

conservation des races et des variétés rares (locales),

contribution au maintien de la biodiversité dans les cultures,

création et maintien des paysages avec des éléments structurels (bordures de haies, étangs, etc.).

POUR SIMPLIFIER NOUS NE PRÉSENTONS DANS CE LIVRET QUE LE SYSTÈME DE PARTAGE ACP.

L'ACP est caractérisé par des avantages mutuels pour...

LES PRODUCTEURS

Risques partagés de production.

Sécurité financière plus élevée, coûts de production couverts par les produits.

Autonomie plus importante dans les techniques de production, variété des cultures.

Quantités à produire connues à l'avance, moins de surplus.

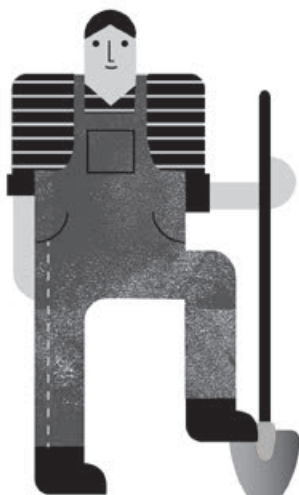
Vente rationalisée avec diminution des coûts de distribution et minimisation des risques.

Plus de diversité sur la ferme (plus de branches de production).

Indépendance économique vis à vis de la grande distribution.

« Le plus grand avantage de l'ACP, c'est qu'elle met en relation les producteurs et les consommateurs. Elle favorise la compréhension, et aide à partager les responsabilités et les risques. »

Matthew Hayes, producteur biologique, Zsámbok (Hongrie)



LES CONSOMMATEURS

Accès à des produits alimentaires de leur région, sains et de haute qualité à un prix raisonnable.

Transparence des produits (comment et par qui ils sont produits).

Lien à la terre, aux producteurs et à d'autres consommateurs, participation à la production alimentaire.

Accomplissement des considérations environnementales, économiques et sociales.

Défense de la souveraineté alimentaire (droit de choisir les produits alimentaires).

Accès à des produits de leur région.

Découverte des variétés locales et des nouvelles manières de cuisiner.

Prix des produits transparents et raisonnables.

« Il est important que nous achetions des légumes saisonniers provenant d'une ferme locale. En achetant de la ferme d'Áron nous avons commencé à manger des légumes peu connus auparavant (comme la côte de bette, ou le panais). Tout cuisiner et transformer, le jour suivant la livraison, n'est pas une tâche simple, mais c'est ainsi que nous pouvons avoir des légumes de qualité en hiver. »

Zsuzsi Panyi, Szentendre (Hongrie)



Historique de l'ACP en bref

Le mouvement de l'agriculture contractuelle de proximité a au moins trois sources.

1 Le système de distribution des « **TEIKEI** » japonais organisé dans les années 1960 par des mères de famille pour se procurer des aliments authentiques, sains et fiables.



2 Considérations sur les économies associatives et sur l'agriculture biodynamique du philosophe autrichien **RUDOLF STEINER**.

3 Pratiques des coopératives de l'Amérique du Sud au début des années 70.

Ces deux dernières ont surtout influencé la formation des premières ACP européennes en Suisse (Les Jardins de Cocagne) et en Allemagne (Buschberghof) dans les années 1970 et les années 1980.



Depuis ce temps-là le mouvement s'est répandu sur le continent et il a conduit les ACP à une forte diversité (par exemple AMAP en France, ASAT en Roumanie, GASAP en Belgique et Reciproco au Portugal). Selon le réseau international URGENCI des ACP, aujourd'hui environ 4.000 fermes et 400.000 membres suivent des principes ACP en Europe.

En Suisse, au nombre de 2 dans les années huitante, les initiatives ACP se sont multipliées depuis 2003 pour atteindre 30 initiatives avec plus de 5500 contrats en 2011 et plus de 45 initiatives aujourd'hui.

La plupart des initiatives se sont fédérées sous une bannière commune, à savoir la Fédération romande de l'agriculture de proximité (FRACP) en 2008.

ortoloco – la coopérative de jardin régionale à Dietikon (ZH)

fondée en 2010

Coopérative; le groupe du site est responsable de l'activité quotidienne, travail volontaire; deux jardiniers (membres du groupe du site), salaires justes

450 membres (autour et dans la ville de Zurich)

220 paniers/ménages (abonnement pour au moins un an)

1.4 hectares de légumes biologiques

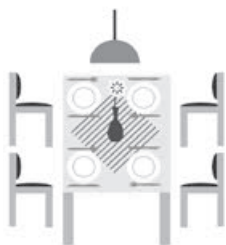
Distribution hebdomadaire de la récolte : des paniers sur 16 points de distribution différents

Collaboration des membres (récolte, emballage, distribution, maraîchage, administration, infrastructures), 5 engagements d'une demi-journée par membre et par année.

Les parts des membres financent les investissements (par exemple pour les infrastructures, les machines, etc), la coopérative est complètement financée par les capitaux propres (pas de crédit ou de prêt).

La cotisation annuelle finance l'ensemble de la production et pas les produits : 1100 CHF pour un petit panier (2-3 personnes), 2200 CHF pour un grand panier (4 - 5 personnes).

Événements, fêtes, journées d'action, etc. rassemblant les gens et créant une expérience commune.



Six étapes de l'Agriculture contractuelle de proximité

- 1** LE PRODUCTEUR ET LES MEMBRES FONT DES PLANS ENSEMBLE



- 2** SIGNATURE DU CONTRAT ET ACCORD SUR LE PAIEMENT



- 3** LE PRODUCTEUR FAIT UN PROJET POUR L'ANNÉE ENTIÈRE



- 4** TRAVAIL À LA FERME



- 5** DISTRIBUTION DES PRODUITS CHAQUE SEMAINE



- 6** LE MEMBRE FAIT LA CUISINE À PARTIR DES PRODUITS







Le fondement de l'ACP est la communauté qui se réfère aux intérêts, buts et normes communs. Tout cela se manifeste dans la **SOLIDARITÉ ET LE PARTENARIAT** mutuels.

Dans le contexte d'une ACP la **COMMUNAUTÉ** représente le groupe des consommateurs s'alliant avec un producteur (ou plusieurs producteurs) dans l'intérêt de soutenir l'activité agricole et d'obtenir des produits sains de sa région.

Les objectifs principaux sont :

Donner une alternative agricole durable du point de vue de la protection de l'environnement.

Défendre le droit de choisir ce qu'ils mangent, tout en sachant comment, par qui et dans quelles conditions la nourriture a été produite.

Obtenir des produits frais, sains et diversifiés.

Fournir plus des places de travail et améliorer les conditions de vie des populations rurales.

Assurer la transparence des prix et des techniques agricoles.

Assurer la sécurité économique des fermes et des entreprises.

« Ce qui est important c'est qu'il soit hongrois, local, de proximité. Nous connaissons la productrice et pouvons la rencontrer – je peux être sûr qu'elle fasse au mieux. En outre, nous pouvons donner notre avis sur les produits en trop et ceux qu'on aimerait avoir. »

Dániel Szelényi, Budapest (Hongrie)

La solidarité au sein d'une ACP veut dire le respect mutuel et l'équité entre.

CONSUMMATEURS

Ils paient un prix raisonnable couvrant tous les coûts de la production et de la distribution.

Ils partagent les risques : par exemple ils acceptent des pénuries en raison de mauvaises conditions météorologiques ou de parasites.

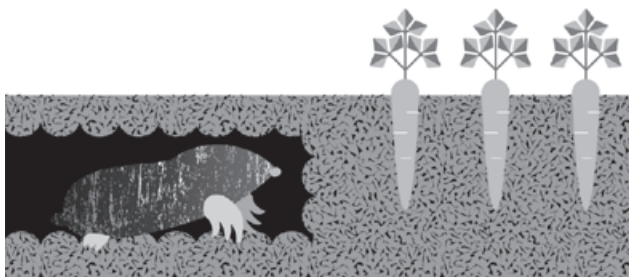
Ils acceptent les limitations de la production dues à la saison, à la technique et à d'autres conditions dont les consommateurs de la grande distribution n'ont pas conscience.

PRODUCTEURS

Ils demandent un prix équitable pour les produits. Cela rend disponible les produits alimentaires de haute qualité pour plus de personnes.

Ils partagent les avantages : panier plus riche en cas d'une récolte abondante.

Ils prennent en considération les besoins et demandes de la communauté lors de la planification, de la production et de la distribution.



LE PARTENARIAT est la clé de l'efficacité, de la viabilité et de la faisabilité des ACP. Il est encadré par l'engagement à long terme et mutuel entre les producteurs (qui s'engagent à fournir) et les consommateurs (qui s'engagent à payer leur part de récolte). Ce qui est le plus important, c'est qu'il est construit sur **LES SYNERGIES DE LA PARTICIPATION COMMUNAUTAIRE** lors de la planification, production, distribution et du financement. Le partenariat producteur-consommateur peut assurer à la fois la satisfaction et le travail efficace du regroupement.

En même temps l'ACP exige de revoir et de développer des **RÔLES TRADITIONNELS** entre producteur et consommateur. Dans le cas d'une ACP le consommateur est considéré comme un « membre » ou un « actionnaire », et – selon le système d'ACP – l'agriculture est réalisée non seulement par un producteur, mais par toute une communauté.

Enfin, le partenariat est de chercher et d'accepter des **COMPROMIS**. D'une part les consommateurs acceptent des limitations de production et sont prêts à courir les mêmes risques que le producteur : les bénéfices d'une excellente année et les pertes d'une année de vache maigre sont également partagées. D'autre part les producteurs prennent les besoins des consommateurs en considération. (Ils ne sont plus contraints de satisfaire aux exigences standardisées et formalisées des vendeurs et des



clients.) L'alliance entre producteur et consommateur dans le contexte de l'ACP est motivée par une exploitation agricole raisonnable et par des intérêts communs, qui nécessitent parfois une adaptation de chaque part.

*« La relation des membres vis à vis des produits est différente de celles qu'on peut avoir sur le marché et dans les magasins.
Comme membre, je participe aux choix généraux du jardin (les cultures, les besoins financiers, etc.).
Prendre une part à "Rage de Vert" c'est comme louer un bout de jardin avec les compétences du jardinier.
Dans mon panier, j'ai le reflet de ce qui a poussé sur ce petit coin de terre:
Si la saison est mauvaise, le panier est restreint; si le ciel est clément, des légumes à foison. »*

Josy Tamarcaz, membre-consommateur de "Rage de Vert" (Suisse)

L'ACP, un travail commun

Pour avoir le soutien continu des consommateurs, les producteurs « ACP » doivent regarder au-delà du simple recrutement d'un nombre suffisant de consommateurs : il est nécessaire de fonctionner dans un contexte communautaire. En général ce n'est pas une communauté solide et immédiatement fonctionnelle qui sert de base, donc les communautés ACP doivent être créées. Des résultats ne peuvent être atteints que par des **EFFORTS CONTINUELS DU DÉVELOPPEMENT COMMUNAUTAIRE**.

***Par conséquent, il est important de :
Comprendre et prendre en considération les besoins et les motivations fondamentales des gens (pourquoi appartenir à une communauté ACP, même au-delà des avantages économiques et idéologiques?).***

Contribuer et participer à des activités utiles, fructueuses et importantes.

Recréer des liens et promouvoir les connaissances sur l'agriculture de la région.

Obtenir des produits frais et diversifiés.

Avoir des produits alimentaires sains et nutritifs à partir de ressources sûres et fiables.

Souligner que « nous sommes une équipe » en créant la vision et l'identité commune.

S'engager continuellement au développement et au maintien de la communauté.

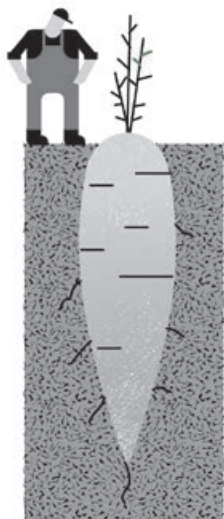
Communiquer en relation producteur-consommateur et consommateur-consommateur.

Organiser des rencontres personnelles régulières et des fêtes.

Connaître ses partenaires : le producteur doit connaître les membres et les consommateurs, le producteur et sa ferme.

Assurer la participation des membres dans diverses tâches, partager les responsabilités et encourager ainsi les membres à jouer un rôle actif.

Compter conséquemment sur le partenariat et partager la « mission »



Avoir une définition claire sur les règles et les responsabilités à la base d'un consensus.

Rester transparent afin de renforcer la confiance.

Rester à l'écoute des besoins et des intérêts des autres, être ouvert aux modifications et aux adaptations et planifier selon les besoins.



LA CONFIANCE
le contrat
L'ENGAGEMENT



La confiance et l'engagement sont les principes clefs des ACP. Ils sont les piliers de la relation entre producteurs et consommateurs; s'ils manquaient, c'est comme si l'on construisait une maison sans mortier, qui s'effondrerait tôt ou tard.

L'ENGAGEMENT signifie dans ce cas que les consommateurs et les producteurs coopèrent. Cette coopération est renforcée par un **ACCORD BILATÉRAL** ou par un **CONTRAT** souvent signé pour une période donnée (généralement toute une année ou une saison).

L'objectif d'un tel accord est de définir clairement les responsabilités et les devoirs des deux parties, à savoir :

DE LA PART DU CONSOMMATEUR


Payer sa part de récolte selon une fréquence et une modalité donnée.

Accepter la récolte et le fait que le plus souvent les choix individuels ne peuvent pas être pris en compte.


Respecter et accepter les compétences du producteur.

Prendre les produits alimentaires de saison et selon la fréquence prédéterminée.

Accomplir les tâches données en fonction de la saison et selon la fréquence définie (par exemple gestion du point de distribution, récolte).



Dans le système de panier de Soliterre (www.soliterre.ch), les 6 agriculteurs de l'organisation fournissent des produits alimentaires frais à 200 familles toutes les semaines. Les points de distribution, situés pour la plupart dans la ville de Berne, sont gérés par des bénévoles qui sont présents lorsque les paniers sont livrés, et doivent aussi prendre soin des paniers qu'un ou l'autre membre aurait oublié de chercher.



DE LA PART DU PRODUCTEUR

Respect du contenu de la Charte de l'ACP.

Produire les produits en qualité, diversité, quantité convenues.

Livrer les paniers au jour et à l'heure convenus.

Aviser ses partenaires en cas de problèmes exceptionnels qui affecteraient la livraison ou toute activité.

Être ouvert et expliquer le travail de la ferme à ses partenaires et consommateurs.

Prendre en compte les remarques et les besoins de ses partenaires et en expliquer les raisons dans le cas où ils ne peuvent pas être satisfaits.

Faire au mieux son travail d'agriculteur afin de satisfaire les besoins et les attentes des consommateurs.

Organiser des événements agricoles selon une fréquence définie.

Assurer la possibilité d'accueillir des travailleurs agricoles volontaires.

*« Quelque fois c'est un problème que les consommateurs ne comprennent pas le système des ACP. Nous avons eu un membre par exemple, qui ne s'est pas présenté à la livraison à plusieurs reprises et n'était pas disponible par téléphone ou par mail. Ensuite, bien sûr, il ne comprenait pas pourquoi il devait payer. Dans une telle situation, il faut être dur. Si un panier n'est pas payé à l'avance au début du mois, il ne sera pas livré non plus. Dans le contrat il est aussi défini que le consommateur est responsable de la réception, donc si un panier n'est pas pris, nous le ramè-
nons à la maison. »*

*Orsolya Kiss-Kovács,
"Évkerék" Ferme écologique
(Hongrie)*

Le contrat ou un accord peuvent jouer un rôle primordial dans le fonctionnement d'une ACP, mais c'est la **CONFIANCE MUTUELLE** qui est la caractéristique la plus importante d'un tel regroupement. Les consommateurs doivent être sûrs que le producteur fasse tout son possible, et qu'ils aient tous une juste part de la récolte. En même temps les producteurs doivent être convaincus qu'ils peuvent compter sur leur communauté de consommateurs dans le partage des risques, dans l'exploitation du système ACP et dans la résolution des problèmes.

Bien que les deux parties doivent pouvoir se faire confiance à l'avance – au moins à un certain degré – cette confiance peut et doit être construite. Les contacts directs de personne à personne jouent un rôle primordial dans l'établissement de cette confiance. Les producteurs doivent assurer la transparence de leurs opérations, exprimer les besoins et les limites de leurs fermes. Parallèlement, les besoins et les exigences des consommateurs doivent être recensés et le dialogue autour de la planification, des possibilités et des limites de production sur la ferme doit être engagé. C'est en échangeant que les producteurs et les consommateurs peuvent aboutir à un consensus, qui aboutira à un accord définissant les conditions et règles de fonctionnement de la communauté ACP.

Les consommateurs et les producteurs d'une ACP doivent être honnêtes, crédibles et responsables. L'évaluation communautaire est tout aussi importante que la planification : il faut partager et discuter sur les réussites, les échecs,

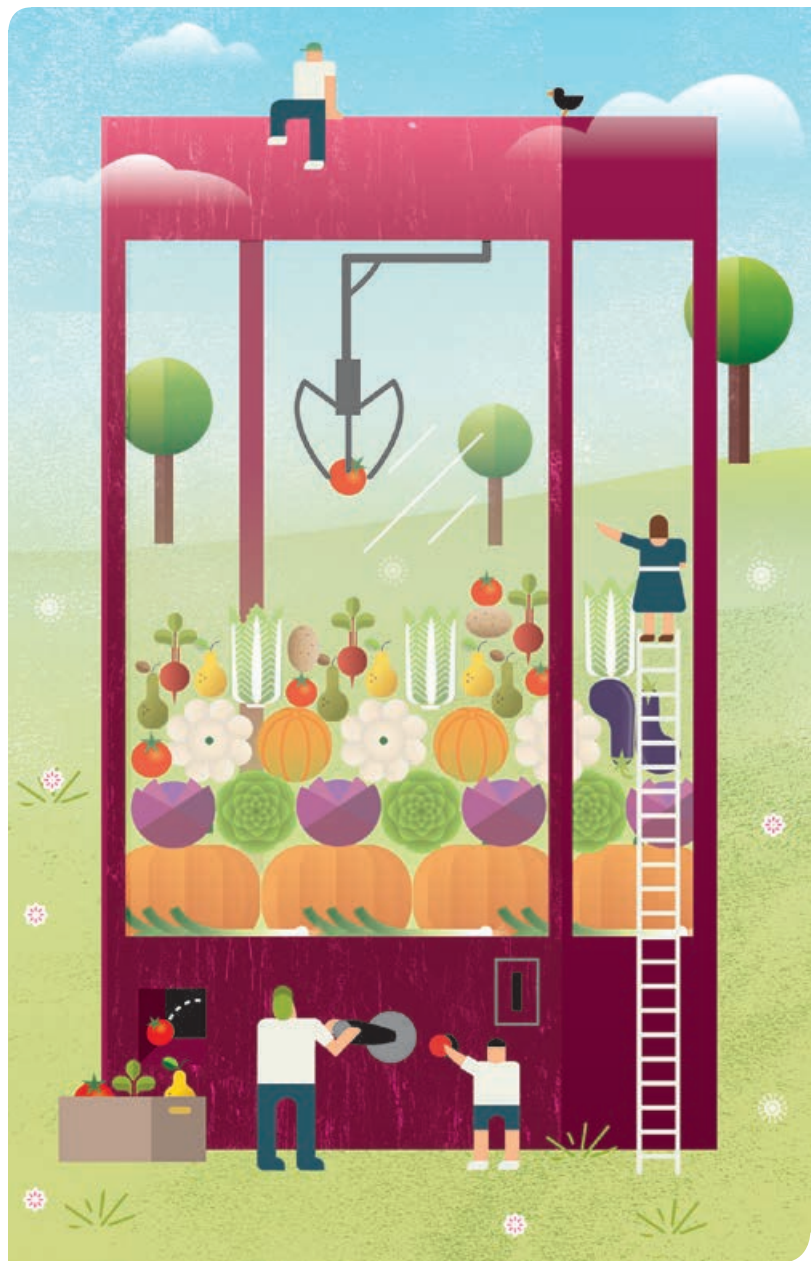
les inquiétudes, les attentes et les nouvelles idées au sein de la communauté. Les producteurs ne devraient jamais avoir peur de demander de l'aide à la communauté, même pour un financement ou une aide supplémentaire. La confiance est un atout majeur qui doit être bien conservé!

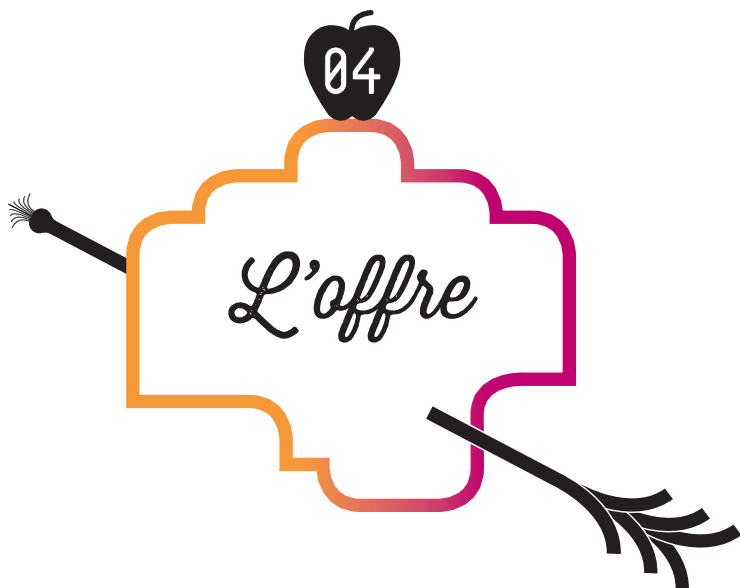
La collaboration étroite et transparente, permet de renforcer la confiance. Les producteurs et les consommateurs comptent directement les uns sur les autres, ce qui est à l'opposé des systèmes qu'offrent de production et de vente via les marchés de gros.

Contrôle participatif de la qualité /Schéma de garantie

Les consommateurs d'une ACP connaissent l'origine des produits alimentaires. Ils peuvent visiter la ferme et voir comment les légumes sont produits. Ce genre de garantie participative de la qualité diffère des régimes de garantie non-participatifs et abstraits. Dans le cadre d'une ACP les normes sont définies par les producteurs et les consommateurs, et non seulement par les organismes de certification.







Dans le système des ACP les consommateurs choisissent l'offre générale, mais personnellement pour chaque livraison – prennent ce qui pousse, selon la la saison. En même temps les producteurs doivent viser à satisfaire leurs communautés pour avoir une ferme stable et florissante. Pour cela ils doivent garantir un approvisionnement continu, de haute qualité et riche tout au long de la période contractuelle.

Telles en sont les exigences:

Planification réfléchie en vue de conditions / restrictions saisonnières ainsi que les possibilités / la diversité des cultures.

Offre équilibrée et satisfaisante toute l'année / toute la saison.

Planification précise de la plantation et de la récolte en vue de la distribution.

Produits toujours frais.

Flexibilité pour réagir à des difficultés inattendues (par exemple en cas de pluies, de grêles, de gels).

Produits conservés, pas perdus (par exemple, au lieu de les consommer frais les petits pois peuvent être surgelés, et les tomates transformées en sauce).

Gestion des surplus (en cas d'une extraordinairement bonne récolte, il vaut la peine de la conserver pour plus tard).

Volonté d'élargir la gamme de produits.

Offre enrichie et équilibrée (par exemple fruits, herbes, fleurs, miel, confitures, pickles, chutneys, jus de fruits, sirops).

Écoute et évaluation régulières des besoins des consommateurs.

Production à l'écoute des besoins des consommateurs.

En même temps les efforts pour enrichir l'offre doivent rester réalistes. Un **ÉQUILIBRE** doit être trouvé entre les possibilités idéales et réalistes : il est essentiel que le système soit aussi rentable et simple que possible.

Ainsi, par exemple, les charges et coûts de gestion des surplus doivent être pris en considération: si ces charges sont trop importantes, il est préférable de confier la gestion de ces surplus aux membres.

L'offre ne devrait pas avoir une taille excessive : dans ce cas les consommateurs pourraient avoir tendance à choisir des demi-paniers au lieu des paniers pleins. Cela pourrait avoir un impact négatif sur le revenu et augmenter les tâches (plus de membres doivent être recrutés et servis ce qui implique plus de travail à la fois pour faire les portions et pour gérer les contacts).

Il est souhaitable que les consommateurs sachent à l'avance le contenu des paniers. En cas de système de partage, par exemple, la planification tient compte des habitudes de consommation typiques d'une famille - l'offre de légumes hebdomadaire devrait couvrir la consommation d'une famille de 4 personnes. Mais au-delà des portions entières, des demi-paniers et d'autres tailles de portion peuvent être introduites : la Communauté de légumes « Háromkaptár » par exemple a des paniers aussi bien pour les bébés que pour les petits enfants.

« Le panier est facile à utiliser : il contient des produits qui doivent être consommés frais et d'autres qui sont adaptés au stockage. Il faut connaître et accepter ce fait – et puis il faut savoir quel produit doit être mangé en premier et pendant combien de temps chaque légume peut être conservé. »

*Zsuzsa Katona,
Göd (Hongrie)*

Faut-il élargir la gamme de produits avec des produits d'autres producteurs?

Bien que l'offre des produits d'autres producteurs semble une option prometteuse (en particulier parce que cela pourrait attirer plus de consommateurs), les tâches supplémentaires (achat, emballage, facturation, etc.) peuvent changer le bilan coûts-profits et peuvent également causer d'autres difficultés (partage des profits, traitement des problèmes, etc.).

Les exemples de la Suisse montrent que la collaboration entre plusieurs producteurs, pour fournir une large gamme de produits, fonctionne très bien quand les règles de la collaboration et de la communication sont claires.

Si un producteur ne peut pas fournir toute la gamme des produits demandés, il est préférable d'intégrer d'autres agriculteurs locaux que d'acheter des produits supplémentaires auprès des vendeurs commerciaux.

En même temps les consommateurs doivent être patients et tolérants. Le fait qu'ils ne

« Par rapport à notre pratique antérieure où je ne pouvais vendre au marché que 8 ou 10 sortes de légumes, nous produisons aujourd'hui à peu près 40 espèces différentes. C'est un grand défi de jardinage qui nécessite un haut niveau de soins. Les membres nous ont demandé, par exemple, de l'avoine nue et du navet, que nous n'avions jamais cultivé avant sur notre ferme. »

Áron Pető, Biobauer, Biokert Szigetmonostor (Hongrie)

peuvent pas choisir les produits à chaque livraison, exige d'eux une attitude plus ouverte. Ils doivent cuisiner à partir des produits qu'ils ont sous la main, et non pas de ce qu'ils souhaitent manger à ce moment-là. En plus, afin de pouvoir utiliser tout ce qu'ils obtiennent sans aucune perte, ils doivent changer leurs habitudes culinaires, de gestion de vie et de cuisine.

Différents outils et moyens facilitent l'adaptation pour le consommateur

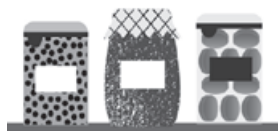
RECETTES pour cuisiner les produits peu connus et/ou inhabituels, ainsi que pour éviter le gaspillage alimentaire.

INSTRUCTIONS et conseils pour le stockage et le traitement des produits qui ne sont pas utilisés immédiatement.

INFORMATION spéciale à l'aide d'une newsletter hebdomadaire.

TABLE OU BOÎTE D'ÉCHANGE installée sur le point de distribution où les produits non souhaités peuvent être laissés et ramassés par d'autres personnes (il est utile d'avoir une base d'échange).

TABLEAU distribué aux membres pour les échanges réguliers et à long terme.



La coopérative jardinière hongroise (Tahitotfalu) distribue par exemple les produits suivants:

Janvier 2013



1 gros panais



2 kg de pommes de terres



6 persils racine



1 bocal de feuilles de romarin



1 kg d'haricots séchés



2 choux



600 g de carottes



1 grand bocal de germes (trèfle, sarrasin, tournesol)



1 kg topinambour



2 bocaux de cornichons

Juillet 2012



1 gros panais



800 g de pommes de terre (2 variétés)



700 g de carottes



1 fenouil



2 bouquets de persil



2 bouquets de bette



10 oignons



1 patisson



2 kg de tomates



2 bottes d'ail



400 g de concombre



2 bouquets de basilic



1 courgette



1 grand bocal de germes
(luzerne, trèfle, radis)



400 g d'épinard



500 g poivrons





En cas d'une ACP il s'agit du prix équitable et raisonnable et non des produits alimentaires pas chers (surtout si on tient compte des questions de qualité et de la valeur ajoutée).

Voilà les points de vue des producteurs pour définir le prix :

indépendant des prix actuels du marché ;

Le producteur, une fois devenu partenaire de production et membre d'une communauté ACP, devient moins dépendant du marché traditionnel. Les mécanismes actuels de distorsion du marché n'ont pratiquement plus aucune influence sur les prix.

sans nécessité de profit ;

L'objectif est de développer une ACP durable. Il n'est donc pas nécessaire d'en tirer profit. Le prix doit couvrir les coûts annuels.

équitable ;

Le but essentiel est d'assurer un revenu suffisant pour les producteurs, qui leur permette d'avoir un niveau de vie acceptable. C'est ainsi que tous leurs coûts de production et de distribution sont pris en compte. D'autre part, les produits doivent être abordables pour les consommateurs.

et raisonnable.

Les prix sont définis à partir des coûts de production d'exploitation. Les coûts de marketing sont en principe moins importants grâce à la vente directe. Les risques partagés de la production et distribution participent aussi à la diminution des prix.

Dans le modèle d'ACP classique (système de partage), le prix (annuel / saisonnier) est déterminé en pourcentage selon le nombre de membres :

$$\text{PRIX} = \frac{\text{SALARIES} + \text{CHARGES SPÉCIFIQUES} + \text{FRAIS DE STRUCTURES}}{\text{NOMBRE DE MEMBRES}}$$




Le prix doit être fixé au début de la saison et inclus dans le contrat ou l'accord. Il est préférable que la tarification soit élaborée à partir de la planification réalisée avec les membres. Les consommateurs comprennent ainsi ce qu'ils paient. Bien que les prix bas soient attractifs et plus de membres pourraient ainsi être recrutés, cela ne vaut pas la peine de faire des réductions : les revenus doivent couvrir les coûts de production et d'exploitation, surtout si la forme juridique de l'ACP (coopérative, association) ne permet pas d'obtenir les paiements directs.

Le prix peut comporter un certain nombre d'heures de travail. Par exemple quelques fois par saison, les membres participent à la préparation et à la distribution des paniers ou à travailler la terre.


Les modes de paiement peuvent se faire en espèces, par virement bancaire ou chèque bancaire – selon les circonstances. Il serait idéal que les membres paient leur part en un seul versement et à l'avance, juste après la signature du contrat. Cela garantit le capital d'exploitation pour démarrer la saison. Beaucoup d'ACP en Suisse pratiquent le paiement en plusieurs fois, par exemple par trimestre.

Paiement par chèque

Dans le cas des AMAP françaises, les consommateurs peuvent payer d'avance en espèces ou par l'émission de chèques de banque lors de la signature du contrat. S'ils ne veulent pas ou ne sont pas en mesure de payer en un seul versement, ils peuvent procéder à un paiement différé (plusieurs chèques et échéances). De cette façon, ils n'ont pas à payer à l'avance, et les producteurs ont aussi la garantie de recevoir leurs paiements. En Hongrie, ce type de paiement par chèque n'existe pas pour les personnes privées, et les banques ne fournissent pas d'autres options appropriées. Dans certains cas l'émission d'ordres de recettes ou le prélèvement bancaire constituent une garantie sûre. C'est-à-dire les titulaires autorisent les producteurs à faire valoir leurs exigences dans des situations données. Sinon, les producteurs ne peuvent que se baser sur la confiance : les consommateurs tiendront leurs promesses.



Les boîtes de Gartencoop allemand, près de Fribourg, n'ont pas de prix fixe. Lors de l'assemblée générale les producteurs partagent le budget annuel de fonctionnement avec les consommateurs. Chaque membre paie autant qu'il peut se le permettre. Dans ce cas la solidarité a une grande importance parce que même si les offres de paiement sont différentes, chaque membre reçoit la même quantité de produit. Jusqu'à présent les offres ont toujours couvert le budget nécessaire à l'agriculture.



Panier bio des 3 Vallons – Association des producteurs et des consommateurs dans le canton de Vaud

Association (organisation à but non lucratif), fondée en 2011 : deux jardiniers (1 poste à temps plein, 1 poste à mi-temps) sont responsables de la production de légumes biologiques, la participation des membres dans le travail agricole est volontaire.

2 unités de production sur 2 fermes biologiques et sur 1,3 ha de terres (60%), produits fournis par un autre jardinier (40%).

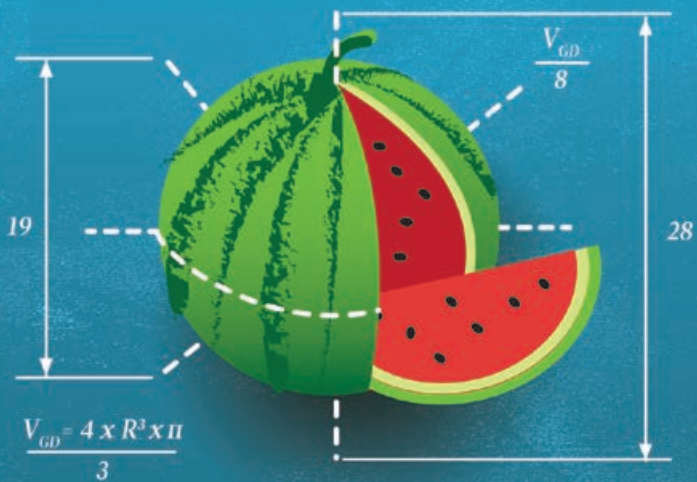
100 membres

85 paniers de légume par semaine, 3 tailles : 1, 2 et 4 personnes

4 paniers de produits transformés (huile, farine, pain, viande séchée, meringue ...), 4 fois par an.

Distribution hebdomadaire à 10 points différents, paiement du transport fait par un tiers, à l'heure.





La distribution ET LA LIVRAISON

La distribution nécessite une attention particulière. Afin de garantir une distribution efficace, il vaut la peine de faire appel aux membres pour certaines tâches de distribution (par exemple l'emballage et la distribution en rotation).

La distribution fournit des occasions de rencontre pour les producteurs et les consommateurs. Il est donc utile d'organiser des distributions personnalisées, voire de les combiner avec d'autres activités (signature du contrat, paiement, écoute des réactions, etc.).

Quelques considérations de base :

Choisir le lieu de distribution en fonction de la localisation des consommateurs : sur la ferme, chez un membre, dans la cage d'escalier d'un immeuble ou sur un local associatif, magasin diététique, magasin bio.

Si les consommateurs habitent à plus de 20 minutes de trajet, il faut prévoir des points de distribution plus proches (plus écologique et plus confortable pour les consommateurs).

Attention à avoir assez de place pour la circulation et le parage des voitures.

Pour les livraisons hebdomadaires, entre mardi et jeudi vers 18-19 heures, peut être plus tôt en hiver (nuit, froid).

Pour les livraisons annuelles ou bisannuelles, lors de fêtes ou manifestations (fêtes d'associations bio, de quartier, etc.).

Un bulletin de livraison n'est pas une obligation en soi, mais en excellent support d'information. Il participe à la transparence du projet et permet de donner des nouvelles sur les cultures, fournir des recettes pour les nouveaux produits ou autres.

L'emploi de caisses réutilisables est en harmonie avec les considérations environnementales de la communauté.

Les types de livraison les plus répandus :

Réception à la ferme

Les membres viennent à la ferme afin de récupérer les produits à la date donnée.

Cela fonctionne si les membres vivent à proximité du producteur ou si la livraison a lieu relativement peu souvent.

Elle favorise le développement de la communauté.

Point de distribution

Les produits sont laissés à des endroits sûrs où les membres peuvent les récupérer.

Cela est favorable si les membres vivent plus loin et qu'il est difficile de fixer une heure de rendez-vous qui convienne à tout le monde.

Rencontre au point de distribution

Les produits sont fournis par les producteurs dans les lieux et les heures indiquées.

Cette distribution est très efficace mais en même temps moins flexible.

C'est une occasion pour rencontrer personnellement les producteurs et participer au développement de la communauté.

Livraison à domicile

Les produits sont livrés au domicile des membres.

Elle fonctionne si les membres vivent à proximité. Elle pourrait nécessiter des ressources importantes au producteur.

Livraison postale

Les produits sont envoyés par la poste / le service de coursiers.

Elle n'est conseillée que pour certains produits.

Elle pourrait être coûteuse.

Elle ne permet pas de contacts personnels.

Elle favorise la coopération avec les membres qui vivent plus loin.

Les produits peuvent être préparés (et transportés) au lieu de distribution de deux manières :

	Préparation	Distribution
Marchandise en vrac	Chaque produit est transporté dans des caisses différentes.	Les membres prennent le nombre défini de produits dans les caisses (liste affichée).
Marchandise en portion	Chaque panier/part est préparée à l'avance et transportée prête pour le consommateur.	Les membres ramassent simplement leurs parts.

Dans certains cas (par exemple en cas de livraison à domicile), la préparation préalable des paniers/parts est inévitable – éventuellement déjà dans les caisses répertoriées. Cependant la préparation préalable des paniers/parts donne un travail supplémentaire pour les producteurs et les emballages (sacs, boîtes) compatibles avec les normes d'hygiène renchérissent aussi les coûts. Par conséquent, il est conseillé de transporter les produits en vrac vers les lieux de livraison, et de laisser les consommateurs collecter leurs portions.

Toutefois, dans ce cas, cela vaut la peine de prendre un peu plus de chacun des produits afin d'éviter les conflits – pour ne laisser personne avoir que les restes.

Pour avoir un système de distribution efficace, pensez également aux possibilités suivantes.

Organiser un co-voiturage pour assurer l'accès à la ferme même pour ceux qui n'ont pas de véhicule.

Avoir une table ou une boîte d'échange sur le lieu de la livraison.

Avoir un excédent dans les caisses pour satisfaire les besoins supplémentaires et pour faire une surprise.

Inviter d'autres producteurs aux rencontres de distribution / aux points de distribution pour faciliter la vie des membres et pour rendre le marché plus accessible pour les autres producteurs.



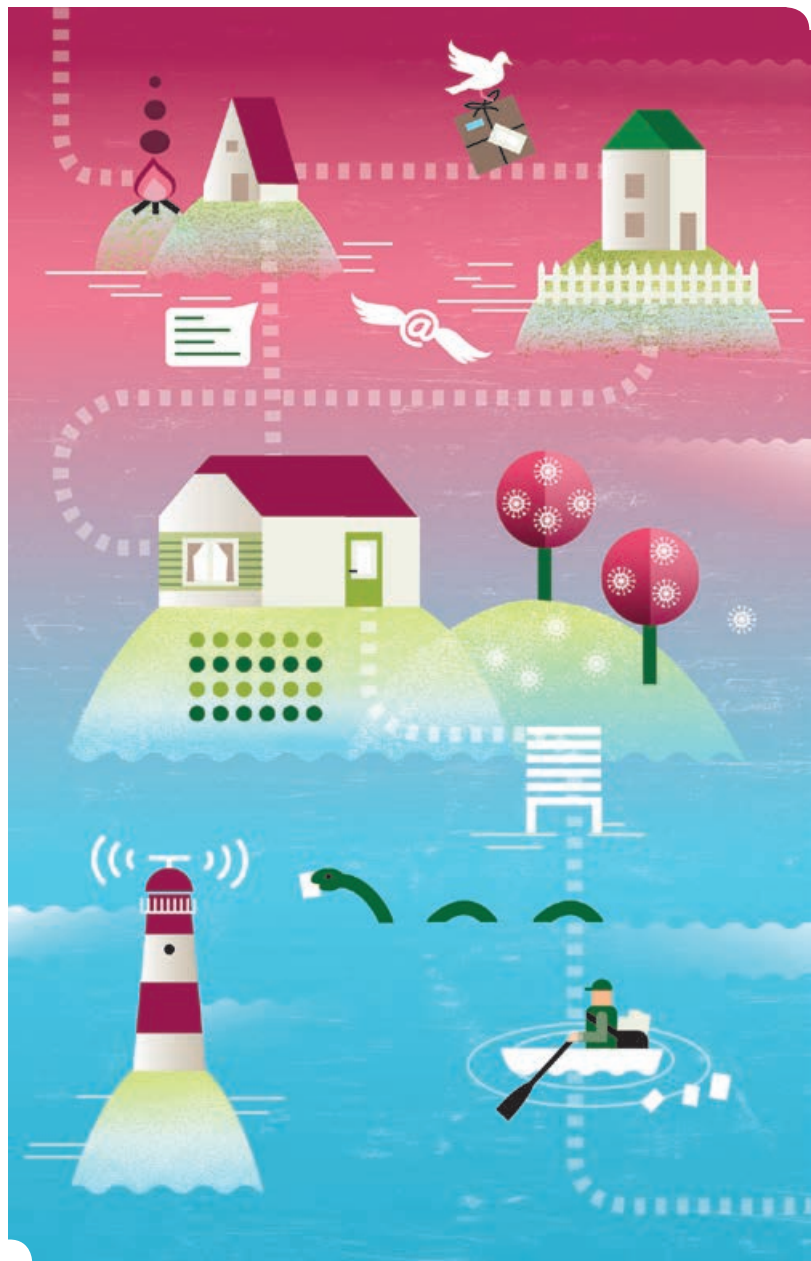
Distribution des sacs aux points de distribution à ortoloco - la coopérative de jardin régionale à Dietikon (ZH - Suisse)

A ortoloco environ 220 ménages sont fournis en légumes chaque semaine. Les membres peuvent prendre leur sac deux fois par semaine (mardi et jeudi) à 16 points de distribution différents autour et dans la ville de Zurich. Les membres de la coopérative font l'emballage et la distribution des sacs. Les sacs laissés aux points de distribution sont prêts, c'est-à-dire déjà emballés, il est donc facile de ramasser les sacs en 24 heures. Tout le monde reçoit le même contenu, même si elle / il ramasse le dernier sac. Les sacs sont livrés en voiture aux lieux de distribution.



Le Neuchâtel Rage de Vert (www.ragedevert.ch) fournit 110 familles en légumes frais chaque semaine. Les consommateurs viennent chercher leurs paniers au point de distribution et ils les composent à partir des produits qui y sont ammenés en vrac et d'une liste pour la composition des paniers. Une autre option s'offre à eux. Deux cyclistes livrent les légumes aux familles qui le demandent. Ces pédaleurs reçoivent un panier de la part de Rage de Vert en échange de leur effort. Une vingtaine de paniers sont ainsi livrés à vélo.







La communication n'est pas seulement un aspect important, mais un élément indispensable au fonctionnement d'une ACP. Elle fonde le partenariat sur la confiance, et crée un savoir et une identité communs. Elle implique le traitement des questions internes et externes, et doit être constante et régulière.

En fait la communication a une importance dans trois domaines:

- 1** En ce qui concerne l'image en général et les questions plus particulières – la présentation des fermes et de l'agriculture contractuelle elle-même.
- 2** Le renforcement de la communauté, l'élaboration des relations producteur–consommateur, consommateur–consommateur.
- 3** Les tâches opérationnelles données – chacun doit donner régulièrement un retour, car ces réactions ont un rôle important, tant pour les producteurs que pour les consommateurs.

On peut utiliser plusieurs outils de communication dans ces trois domaines – voir le tableau ci-dessous. Toutefois il ne faut pas oublier les caractéristiques individuelles des membres. Même si Internet offre une option évidente, il n'est pas sûr que tout le monde l'utilise.

Bien que les producteurs des ACP aient à communiquer en permanence, les membres consommateurs peuvent et doivent jouer un rôle très actif dans la communication et la réalisation des projets. Le mieux c'est que quelques membres de la communauté prennent en charge certaines tâches de communication afin d'aider le producteur autant que possible.



Enfin il faut prendre en compte que la communication ne va pas de soi. En général la communication est souvent à sens unique ; les réponses et les réactions n'arrivent pas comme on voudrait les voir arriver. C'est un fait qu'il faut accepter, même si tout le monde est content de recevoir des informations, la plupart des gens n'ont ni le temps ni la volonté de communiquer d'une manière active et ne peuvent pas (ou ne veulent pas) sortir de leur rôle passif.

Il est conseillé de trouver des occasions pour faire participer les membres activement (organiser des ateliers, des tables rondes, des plates-formes de communication comme wikis). Plus les gens jouent un rôle actif, plus ils s'identifient au concept des ACP et assument leur part de responsabilité.

Outils Internet

Les solutions de communication électroniques de nos jours offrent de grandes possibilités :

une page web

des groupes basés sur le Web tels que Yahoo ou Google Groupes offrent de nombreuses services intéressants et intégrés, y compris une liste de courrier électronique, partage de fichiers, des calendriers, des enquêtes et ainsi de suite;



des plateformes de réseaux sociaux comme Facebook fournit également une bonne et libre possibilité pour communiquer (mais avec des options moins privées);

des sites de réseaux sociaux peuvent être élaborés facilement à l'aide de différents constructeurs comme SocialGO, Ning ou Buddy Press, mais ceux-ci ne sont pas libres, et leur usage nécessite un certain savoir-faire supplémentaire.

Disponibilité

Il est très important que les producteurs/ les communautés d'une ACP publient leur volonté et disponibilité. Il arrive souvent que les consommateurs intéressés ne puissent pas trouver des producteurs appropriés et / ou des possibilités d'adhésion, ou des liens de contact.

FONCTIONS :

Visibilité

Recruter des membres

1

Source de savoir-faire

2

Représentation d'ACP

3

TÂCHES

être visible

utiliser des réseaux sociaux

faire de la publicité

être en contact avec les personnes intéressées

choisir un nom

communiquer avec d'autres producteurs

préparer aux interviews

OUTILS PERSONNELS, DE BASE DE PAPIER , ÉLECTRONIQUES

blog, site web, médias sociaux, médias locaux, réunions publiques, visites des fermes, vidéos, photos

méthode boule de neige, tradition orale

flyers, affiches, réunions d'information, informations par mail et sur site web, annonces dans les journaux

listes de contact et liste d'attente, appels téléphoniques, e-mails, possibilités de rencontres personnelles

brainstorming

visites des fermes

réponses toutes prêtes pour les interviews (radio, magazine, télévision, journaux), rapports sur la ferme

FONCTIONS :

Développement de la communauté

Renforcement de la confiance

1

Développement des connaissances

2

Transparence

3

Construction de l'identité du groupe

4

TÂCHES

parler souvent avec le producteur/ les membres

recueillir, organiser et partager des informations

laisser connaître les détails aux membres

prendre et partager des photos, présenter des souvenirs

offrir des possibilités de rencontres personnelles

organiser des fêtes

OUTILS PERSONNELS, DE BASE DE PAPIER, ÉLECTRONIQUES

présence aux points de distribution, possibilités de visiter les fermes, partage d'informations sur les produits, les défis, les soucis etc via newsletter, blog, e-mails, groupe d'internet

conseils, savoir-faire, données intéressantes, recettes etc. via des événements de la ferme, e-mails, groupe de médias sociaux, newsletter, etc.

rapports réguliers à la collectivité au sujet des coûts, des défis, visites des fermes, newsletter, e-mails

site/blog, galerie web, groupe de médias sociaux, newsletter, e-mails

événements réguliers à la ferme, présence à la distribution, d'autres rencontres

fête de la récolte

FONCTIONS :

exploitation d'ACP

Planification

1

écouter des idées et des conseils

impliquer la communauté

Gestion

2

répartir des tâches, suivre des abonnements

connaître les raisons de satisfaction / déception

3

collecter les feedbacks régulièrement (seasonally, annually)

Évaluation

4

planifier avec la communauté à la base des feedbacks et des conclusions des enquêtes

Gestion des conflits et résolution des problèmes

5

rechercher un consensus

partager des problèmes

OUTILS PERSONNELS, DE BASE DE PAPIER , ÉLECTRONIQUES

enquêtes électroniques ou formulaires papier

séances de planification

liste de contact, e-mails, appels téléphoniques, calendrier, tableaux de comptes

entretiens personnels, liste email, groupe des médias sociaux, boîte à idées au point de distribution

enquêtes électroniques ou papier


réunions d'évaluation, rapports, notes

rencontres personnelles et discussions

e-mails, rencontres personnelles





 Voilà les étapes, les tâches et les questions visant à donner un aperçu et une orientation pour la création d'une ACP :

1 *Évaluation des besoins et des possibilités*

capacités de production : variétés et quantités, potentiel du sol et des conditions climatiques

évaluation des cadres du financement

conditions du marché, membres / producteurs potentiels ACP

aspects sociaux

Quels sont les besoins financiers?

Où sont les consommateurs intéressés / les producteurs ouverts à l'agriculture contractuelle?

Quels sont les avantages, les particularités de la ferme? Qui peut y être intéressé?

Est-ce que je suis prêt à élargir la gamme de produits proposée et essayer de nouvelles choses afin de satisfaire les membres?

Est-ce que je suis à l'aise avec la gestion de la communauté?

Combien de membres peuvent être alimentés à partir de ma terre?

Est-ce qu'il y a un exemple à suivre ou une particularité à développer?

Quels sont les éléments-clés du succès?

Quels sont les risques et les pièges potentiels et comment les éviter?

2 *Étude sur la création d'une ACP*

contact avec des initiatives ACP expérimentées

recueillir des informations de la part des organisations sociales organismes d'appui, réseaux d'ACP, etc.

3 **Contact et / ou recherche du producteur / des premiers consommateurs, formant le noyau de de la communauté**

réflexion commune

partage des tâches

4 **Mise en place du cadre**

étude des possibilités et des limites des différents systèmes ACP

Y a-t-il une nécessité et une possibilité de coopérer avec d'autres producteurs?

plans à court et à long terme

Contrat saisonnier ou annuel?

étude des détails (en particulier en ce qui concerne la définition des prix et des capacités de paiement)

Quel type de modalité de paiement est préférable?

Système de panier ou système de partage ?

Dans quelle mesure les consommateurs peuvent intervenir dans l'organisation et/ou la production?

Un marketing auxiliaire est-il nécessaire (coûts à évaluer)?

De quelles façons la distribution sera mutuellement bénéfique?

Comment maintenir le système pas cher et simple?

Quelle sera la taille de l'ACP?

5 Clarification des questions juridiques

Quelles normes doit-on suivre?

Quelle sera la forme juridique?

Quelles sont les obligations / les réglementations qui doivent être respectées? La production agricole, l'hygiène alimentaire etc.

6 Choix du nom

Est-ce qu'il va refléter l'image / l'identité qu'on veut transmettre?

Est-ce qu'il est bien communicable?

7 Élaboration d'un budget

Combien de consommateurs / de membres a-t-on besoin en fonction de la surface cultivable?

Comment peut-on répartir les coûts d'investissement?

Combien d'abonnements peut-on attendre?

8 Recrutement

l'utilisation des réseaux sociaux existants (méthode boule de neige, tradition orale et le marketing viral)

« invitations » personnelles et motivantes (email, Facebook, etc.)

événements d'information de préférence à la ferme et avec la participation des gens des ACP opérationnelles

outils de publicité bien élaborés (site internet, dépliants, annonces)

liste de contacts pour la gestion des personnes intéressées

présenter le progrès/l'ACP lors d'une AG d'association de quartier ou autre

flyers à distribuer dans des magasins, bistros, etc.

Comment accéder aux consommateurs potentiels? Quel genre de forums utilisent-ils le plus?

Quelles sont les informations importantes à communiquer?

Quels types d'informations les gens aimeraient partager?

Comment peuvent-ils être convaincus qu'on est fiable?

En quoi l'ACP peut-elle être attractive?

Pourquoi l'agriculture contractuelle est-elle intéressante?

9 Ajustement des plans

rencontres pour planifier en commun

conversation par courriel

clarification des besoins et des possibilités

mise au point du système de distribution

modification des prix (si nécessaire)

Quand peut-on commencer le travail?

Quels sont les besoins qui restent à satisfaire? Que peut-on améliorer à court terme?

Quels sont les ajustements à faire à partir du concept original?

Comment la distribution sera-t-elle réalisée?

Pour quelles tâches peut-on faire appel aux consommateurs?

Quels sont les capacités de travail nécessaires au bon fonctionnement du système (production et organisation)?

Contrat bilatéral (fortement conseillé!) – se rapporter aux textes juridiques des ACP opérationnelles ou trouver une solution originale en fonction du projet.

10 Contrat/accord

11 Cohésion de communauté et communication

événements à la ferme, fêtes de la récolte (particulièrement pour les enfants)

Pourquoi les membres se sentent bien dans la communauté?

Comment peuvent-ils ressentir la ferme comme leur seconde maison?

newsletter

groupe web, liste email, etc.

gestion des abonnements (surtout en matière des paiements)

documentation (photos, blog, etc.)

Quel genre d'information est nécessaire pour les membres?

Quelles sont les limites que les membres doivent respecter? Comment peuvent-elles être appliquées?

12 Réactions et analyse des informations

enquêtes basées sur le web ou papier

présentation des résultats de l'enquête (par exemple lors de l'assemblée générale)

Niveau de satisfaction...

Exigences

*Nouvelles idées...
en rapport avec les produits, les événements de la ferme, la distribution, etc.*

13 Changements, améliorations

réflexivité

attitude autocritique

honnêteté

ouverture à un développement continu

Que doit-on changer?

Est-ce possible? Est-ce que les revenus couvrent les frais?

Comment améliorer notre ACP?



Formes juridiques en Suisse

Plusieurs formes juridiques sont possibles pour les ACP. Chaque initiative doit trouver la forme qui lui convient le mieux.

Attention à ne pas se perdre dans des discussions sur une organisation compliquée qui risque davantage de freiner le projet au lieu de le favoriser.

Les formes "Coopérative" et "Association" demandent la mise en place d'une structure légale. Elle permet également de renforcer l'aspect "fonctionnement démocratique" de

l'initiative ACP, de définir les responsabilités légales, de nommer les personnes ayant certaines responsabilités et pouvoirs de décisions.

Les initiatives individuelles ne demandent pas de structure juridique particulière.

COOPÉRATIVES

Les producteurs sont généralement des salariés de la coopérative et les consommateurs sont des coopérateurs.

Les investissements pour la production et la distribution sont assurés par les parts sociales qu'apportent les coopérateurs.

Les cotisations annuelles assurent en général le fonctionnement de la coopérative.

Les coopérateurs sont parties prenantes au processus de prise de décision et participent généralement aux différents travaux de production et de gestion.

Le contrat porte sur les produits livrés ainsi que sur les heures de travail du coopérateur.

Les coopératives proposent majoritairement des légumes chaque semaine.

ASSOCIATIONS

Une association regroupant des consommateurs et/ou des producteurs organise la distribution de produits provenant d'une ou plusieurs exploitations.

Dans le cas d'une association avec plusieurs producteurs, les producteurs membres des associations ont pour la plupart un statut d'exploitation agricole et perçoivent les paiements directs. Les revenus provenant de l'ACP représentent en général une petite part de leur chiffre d'affaires.

Les deux formes d'initiatives ACP associatives les plus courantes :

A) ASSOCIATION CONSOMMATEURS/ PRODUCTEURS

des citoyens s'associent pour mettre en place une initiative ACP

les producteurs sont engagés (salaariés) de l'association ou de producteurs à titre individuel

les membres paient une cotisation pour couvrir les besoins administratifs (caissier, secrétariat)

un comité composé de consommateurs et producteurs dirige les affaires courantes (les décisions principales sont prises en AG).

B) ASSOCIATION DE PRODUCTEURS

Les trois veulent proposer un panier de produits variés.

Le comité regroupe des producteurs et parfois des consommateurs.

Les consommateurs ne prenant pas part au comité ne sont pas organisés entre eux.

C) ASSOCIATION DE CONSOMMATEURS

Des consommateurs souhaitent réunir, dans un panier, divers produits régionaux.

Des producteurs livrant leurs produits pour ces paniers sont parfois regroupés dans une structure ou font partie intégrante de l'association ;

Le comité regroupe soit la parité entre producteurs et consommateurs, soit une majorité de consommateurs.

INITIATIVES INDIVIDUELLES

Un agriculteur propose à des consommateurs, des produits sous forme contractuelle.

Les consommateurs ne sont pas forcément organisés en association ou autre.

Le contrat, généralement d'une année, porte sur la livraison et distribution des produits et très rarement sur des travaux au sein de l'exploitation.

Le producteur a en général un statut d'exploitation agricole et perçoit les paiements directs.

La gestion est entièrement prise en charge par l'agriculteur.

Les produits échangés dans ce type d'initiative sont surtout des denrées périssables sur le court terme comme les légumes, le lait, les fruits, la viande fraîche, etc.

LA COORDINATION

La coordination est indispensable à la bonne marche d'une initiative ACP.

La coordination peut être assurée par l'agriculteur dans le cas d'une ACP avec un seul producteur (exploitation individuelle).

Dans le cas d'une ACP avec plusieurs producteurs, il faut prévoir une structure de coordination (comité de l'association, coopérative, etc.).

La coordination peut être déléguée à un membre ou une autre personne rétribuée à cet effet.

Une évaluation de la saison écoulée avec consommateurs et producteurs permet d'ajuster les paniers pour les saisons à venir.

LE COMITÉ

Un comité est utile pour toutes les initiatives, même pour les initiatives individuelles.

Il est juridiquement obligatoire pour les associations et coopératives.

Le comité est composé de: coopérants (= consommateurs) et employés-paysans ou agriculteurs associés pour les coopératives;

consommateurs et producteurs pour les associations;

agriculteur et consommateurs pour les exploitations individuelles.

Recruter assez vite un comité assez large, sinon la charge de travail retombe sur quelques personnes qui risquent de s'épuiser.

En plus des rôles juridiques (AG, comptes, etc.), le comité a les tâches suivantes:

- > informer les membres sur la situation de l'association ou de la coopérative;

- > faire les liens entre les producteurs et les consommateurs;

- > ajuster les contenus des paniers d'une saison à l'autre;

- > discuter les prix) et les proposer à l'AG si nécessaire.

SOURCES:

"Fédération Romande de l'Agriculture Contractuelle de Proximité www.fracp.ch – janvier 2012. Situation et fonctionnement des initiatives d'Agriculture Contractuelle de Proximité en Suisse romande, Natacha Porcher, IAMM, FRACP, Uniterre, AGRIDEA, 2008"



INFORMATION SUR AGRIDEA

La centrale de vulgarisation en Suisse

AGRIDEA a été créée en 1958. Elle favorise l'échange de connaissances et d'expérience entre les acteurs de la vulgarisation, de la recherche, de la formation, les praticiens et les élus. AGRIDEA s'engage pour une agriculture durable et performante et pour des territoires ruraux viables. En même temps elle contribue à la production d'aliments de haute qualité, et à la conception d'un habitat de qualité.

Les collaboratrices et collaborateurs définissent ensemble avec les clients et les partenaires les objectifs des prestations, prennent des décisions et en assument la responsabilité. Le travail en équipe est réjouissant et porte ses fruits.

AGRIDEA travaille sur des domaines thématiques, pour lesquels elle développe de l'expertise. Elle intègre les expériences et les besoins de la pratique et les transmet à la recherche. AGRIDEA joue un rôle important de mise en réseaux des acteurs, des compétences et des connaissances. A travers des prestations de services multiples, elle appuie des professionnels et institutions oeuvrant pour le développement de l'agriculture et de l'espace rural. Cela comprend des mandats à l'intérieur de la Suisse comme à l'étranger. Les thèmes de projets pilotes visant à accroître la valeur ajoutée, sont les AOP/IGP, les labels, la diversification, la transformation, la commercialisation, etc.

CONTACTS

CONTACTS AGRIDEA:

AGRIDEA

ESCHIKON 28, CH-8315 LINDAU

Mr. Alfred Bänninger
alfred.baenninger@agridea.ch
+41(0)52 354 97 56 direct

AGRIDEA

JORDILS 1 CH-1006 LAUSANNE

Ms. Astrid Gerz
astrid.gerz@agridea.ch
+41(0)21 619 44 65 direct

Mr. Josy Taramarcz,
Josy.Taramarcz@agridea.ch
+41(0)21 619 44 24 direct

CONTACT ASSOCIATION OF CONSCIOUS CONSUMERS

HUNGARY 1114 BUDAPEST, MÓRICZ
ZSIGMOND KÖRTÉR 3/A FSZ. 3.

Tel: 36-1-225-8136, 225-8137,
Fax: 36-1-225-8136
E-mail: tve@tve.hu
www.tudatosvasarlo.hu

AGRIDEA collabore avec des organisations de l'enseignement agricole et les acteurs des politiques agricoles en Europe et dans le monde entier. Ces expériences bénéficient également au système national de connaissances agricoles.

La mise en réseau de connaissances est effectuée dans 220 cours, 70 plates-formes et 150 groupes d'expérience en matière d'innovation, la collaboration inter-branches, l'agro-tourisme, les énergies renouvelables - et pour le grand public dans le domaine de la protection et conservation des ressources, la promotion de systèmes de production écologiques et de la biodiversité.

AUTRES INFORMATIONS

Publications utiles, documents à l'appui en rapport avec ACP et avec le marketing des produits:

URGENCI – <http://urgenci.net>

UNITERRE – www.uniterre.ch

FRACP – www.acpch.ch/websites/acp/index.php/accueil

www.agro-idee.ch

www.affairetournereve.ch

www.birsmatthof.ch

www.charrotons.org

www.clef-des-champs.ch

www.cocagne.ch

www.cueillettes.org

www.dunkelhoelzli.ch

www.fontaine-andre.ch

www.fracp.ch

www.lagrihotte.ch

www.lejardinpotager.ch

www.lesaresetvous.ch

www.lesjardinsdouchy.ch

www.lesjardinsduflon.ch

www.lesjardinsdumont.ch

www.lesjardinsdunord.ch

www.lopinbleu.ch

www.lumiere-des-champs.ch

www.notrepanierbio.ch

www.ortoloco.ch

www.p2r.ch

www.paniera4pattes.ch

www.panierdubisse.ch

www.pourlaperrole.ch

www.radiesli.org

www.ragedevert.ch

www.regionalevertragslandwirtschaft.ch

www.saveurs-de-saisons.ch

www.soliterre.ch

www.stadtlandnetz.ch

www.terreferme.ch

www.vergers-epicure.ch

www.waedichoerbli.ch

www.xylem.ch

MENTIONS LÉGALES

L'agriculture contractuelle de proximité (ACP)

Assiette consommateur – producteur

AUTEUR

Gergő Horváth

TRADUCTRICE

Ivett Csapka

Aurélia Peyrical

RÉDACTRICES

Zsófia Perényi

Noémi Andacs

Le project a été financé par

„Swiss Contribution Twinning and Partnership Block Grant“.

AVEC LA PARTICIPATION DE

Astrid Gerz

Josy Taramarcaz

Emese Gulyás

Kristopher Grek

[http://www.swiss-contribution.](http://www.swiss-contribution.admin.ch/hungary)

[admin.ch/hungary](http://www.swiss-contribution.admin.ch/hungary)

DESIGN

Livia Hasenstaub



