Feuille de chou
Février 2013
Hors Série

AMAPL'ANETH
Veneux-Les Sablons

AMAPL'ANETH

Spécial bilan 2012

Amapiennes, amapiens, en 2012, qu'avez vous pensé de vos paniers, de vos producteurs, de votre association ?
Comme chaque année vous avez été nombreux -40 !-à répondre au questionnaire de l'Aneth et nous vous en remercions. Ce numéro spécial en reprend les principaux résultats et permet de comprendre comment vous avez perçu la saison 2012. Plus qu'une simple enquête de satisfaction (consommateur chéri, que dirais tu : « j'aime un peu, beaucoup, ou pas du tout » ...), il s'agit d'organiser à la faveur de cette démarche un temps d'échange entre nous, adhérents de l'association.
Quel regard portez vous sur le fonctionnement de l'Aneth, sur les relations avec nos producteurs, sur la qualité et la diversité de nos paniers... Elle est conçue comme un outil de dialogue, visant à mesurer la « température » de l'Amap et à en connaitre les enjeux, seule façon pour construire une relation solidaire et équilibrée avec nos producteurs.
Pour la saison 2012, n'oublions pas les conditions climatiques particulières qui se sont succédé : fortes gelées au printemps, sécheresse l'été, pluies abondantes l'automne... qui ont eu des conséquences négatives pour nos producteurs, en particulier Paul, Henri, Laurence. Il faut lire les résultats avec cette mémoire.
Pour la saison 2013, quelques changements à la demande de nos producteurs et quelques défis au regard de l'enquête.
Du côté de Paul, il y a le souhait de se recentrer quasi exclusivement sur le circuit des Amap et de consolider une situation économique très difficile depuis deux ans, en intégrant activement Eloise (sa femme) à l'équipe et en rallongeant la saison de 35 à 43 semaines (proposition qui semble recueillir l'adhésion de la grande majorité d'entre vous). Une demande du collège pour rester vigilant sur la taille et composition des paniers.

Sommaire ...

- Retour sur le bilan de l'année.....Page 2
- La vie de l'association.....Page 3
- Connaissance de l'agriculture paysanne et de de nos producteurs.....Page 4-5
- Quelle perception des paniers et relations avec les producteurs.....Page 5 à 8
- Quelles attentes pour l'année prochaine ?.....Page 9
- Rappels de la charte des AMAP.....Page 10

Les résultats complets de l'enquête sont disponibles sur le site www.amaplaneth.org

AMAPL'ANETH
Feuille de choux trimestriel de l'AMAP
Directeur de publication : Dikran Zakeossian
Rédaction : Guy Blanès - Alain Blant - Dikran Zakeossian
Maquette : Isabelle Bardin • Crédit photo : I.B. / A.B. / G.B.

Enquête de satisfaction

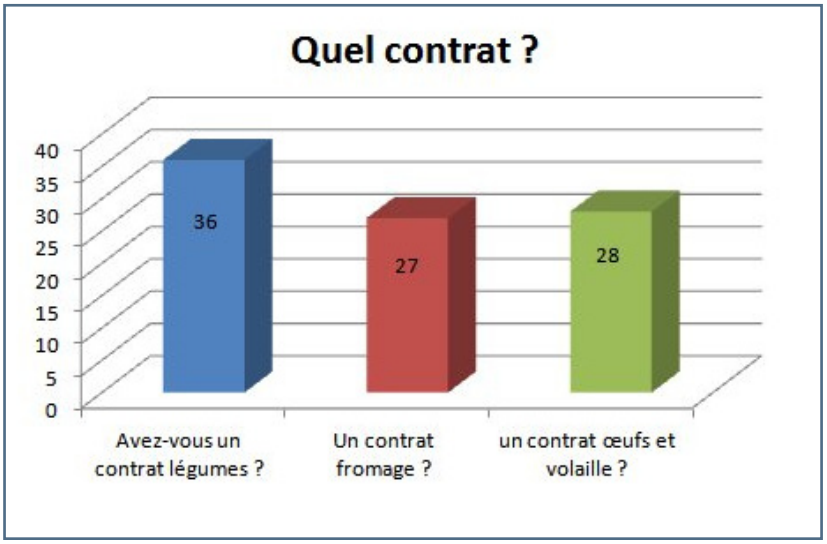
Bilan de l'année

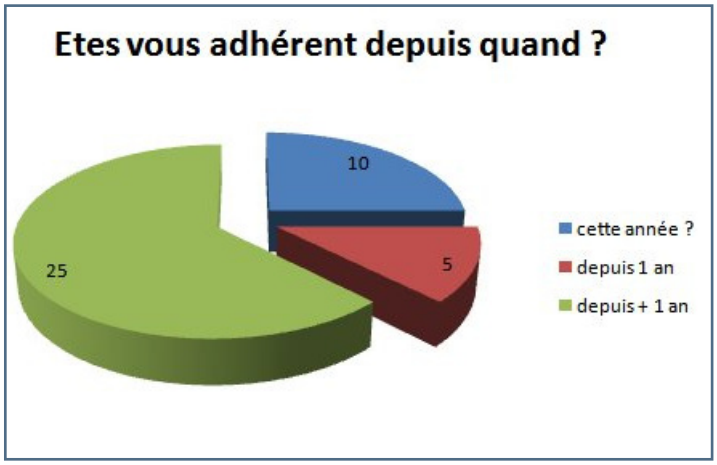
Du côté de Jean Bertrand, peu d'évolutions mis à part une légère hausse des prix et un léger allongement de la saison, notamment pour les œufs.
Du côté d'Henri, la mise en place d'un "vrai" contrat pour la production de pommes, de façon à renforcer l'engagement qui nous lie sur la partie la plus sensible de sa production.
Pour Rémi, notre apiculteur, le souhait de pérenniser les contrats que nous venons de mettre en place.
Du côté de Laurence, le besoin de retrouver la forte confiance des années précédentes et davantage de proximité après une année 2012 difficile, marquée par quelques incompréhensions et problèmes de communication. N'oublions pas que sa situation reste difficile, malgré les avancées concrètes liées au soutien apporté par ses Amap et le réseau Ile de France depuis deux ans.
Enfin, du côté de l'Aneth, le besoin de construire toujours une forte proximité et solidarité avec nos producteurs, voire d'aller davantage à leur rencontre pour mieux connaitre leurs pratiques et leurs contraintes.
Arriver aussi à faire un "bon accueil" aux nouveaux contrats de 2013 dont un avec Elise Colas, qui élève des brebis viande sur les pâturages d'une zone naturelle remarquable de la Bassée, et un second contrat de pain bio avec la boulangerie de Veneux, qui veut bien se lancer dans l'aventure...
En somme, une belle aventure et une année pleine de promesses, mais aussi un sacré défi pour organiser et faire vivre l'Aneth, qui reste, ne l'oublions pas, entièrement tributaire de l'implication de vous tous...
Très bonne lecture,

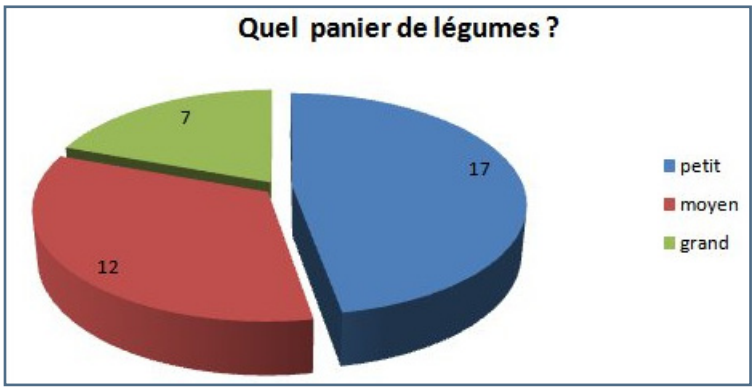
Dikran

Quelques chiffres

En 2012, une association organisée autour de 64 adhérents avec 48 paniers légumes, 42 paniers volailles/œufs; 38 paniers fromage…
39 réponses à l'enquête

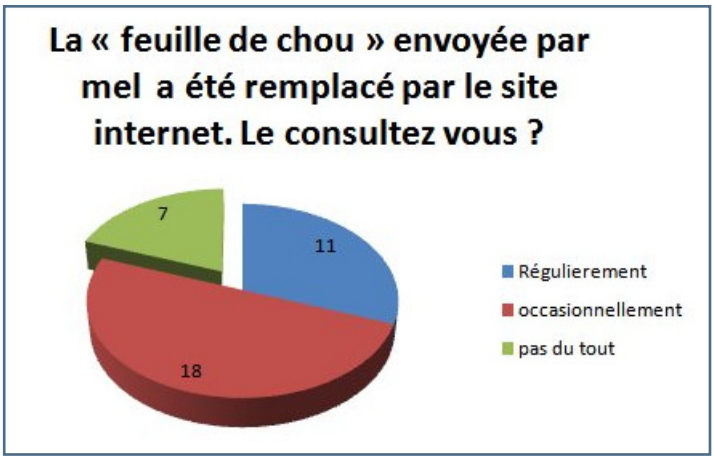


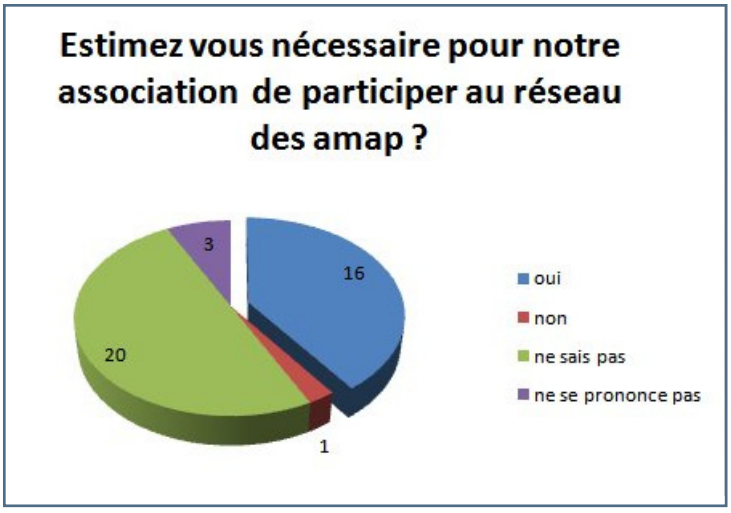




Un passage au site internet plutôt réussi. Comment en faire un outil encore plus efficace ?

Une connaissance du réseau amap Ile de France un peu confidentielle.• Notre AMAP est-elle seulement une association locale ?

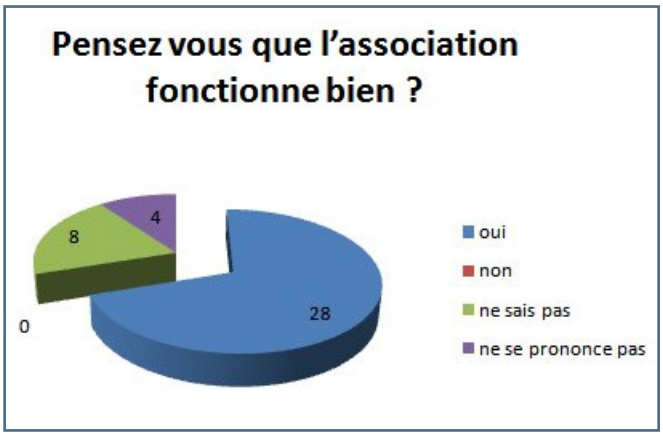


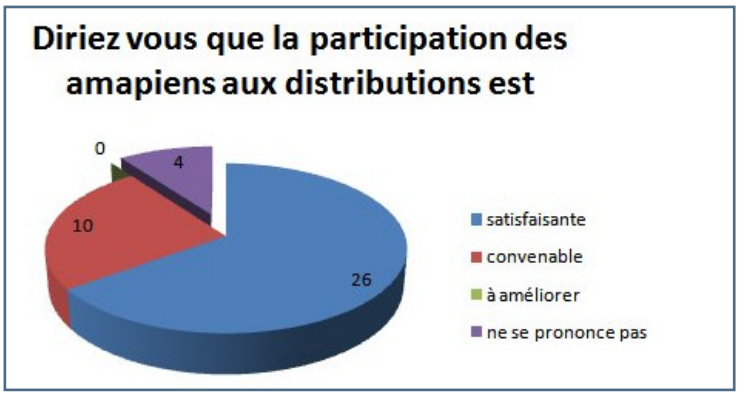


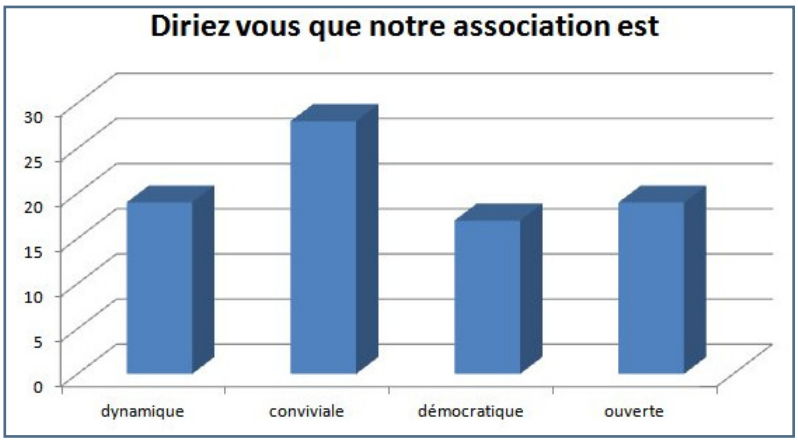
Notre association

En quête de satisfaction

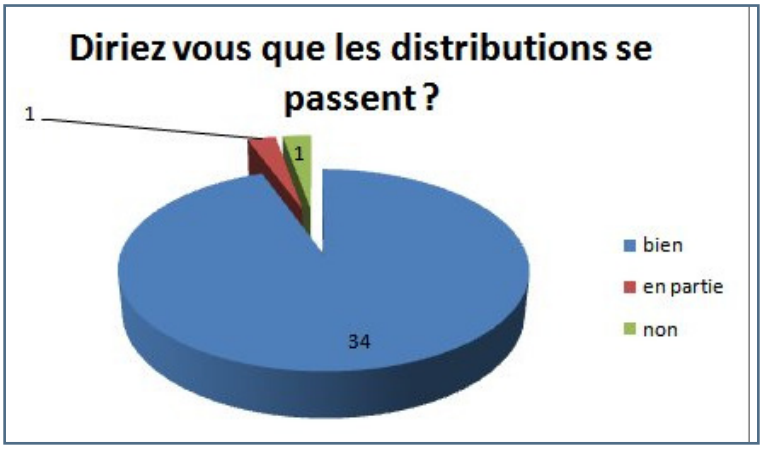
Une vie associative plutôt appréciée
L'accent mis plutôt sur la convivialité et l'ouverture

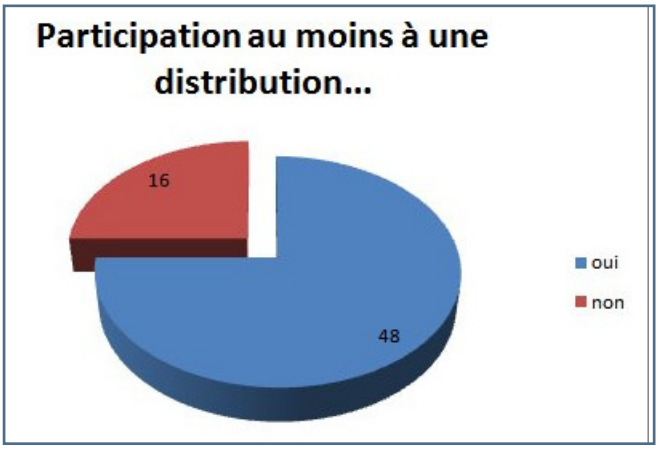






Des distributions qui semblent très appréciées
Mais une participation qui reste inégale.
La règle d'au moins une participation annuelle n'est pas respectée. Comment améliorer la participation ?

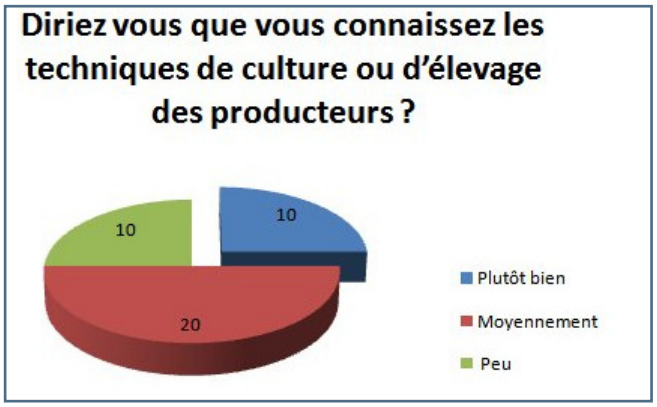


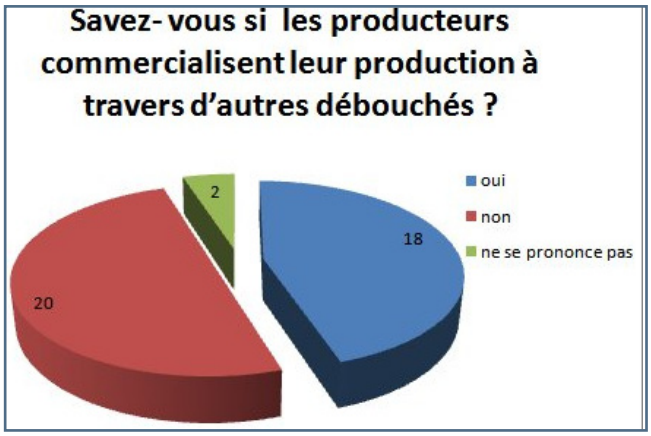


Une association plutôt recommandable… !
Donc à mieux faire connaître ?

Enquête de satisfaction

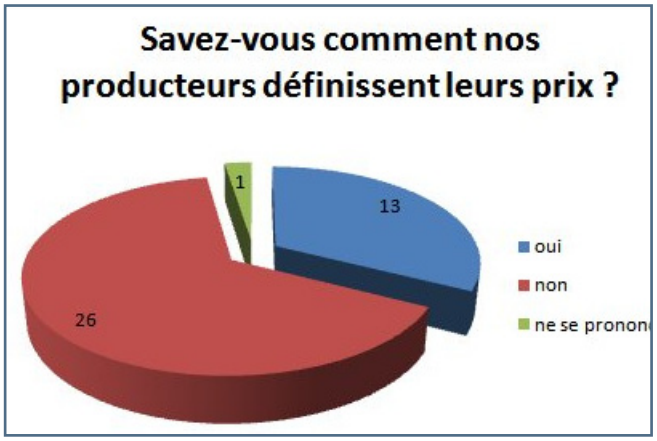
Connaissance de la réalité des producteurs



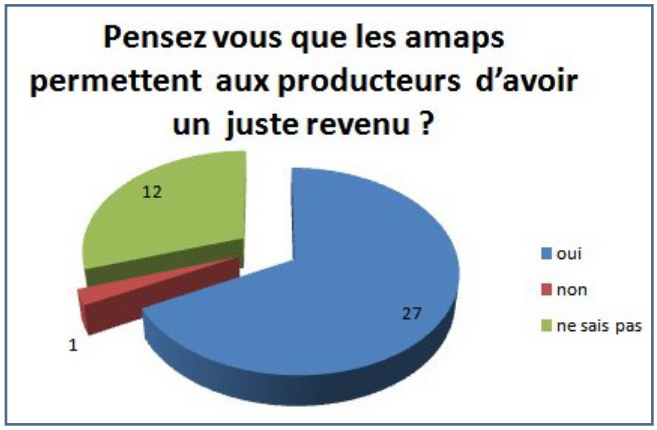


A l'image des années précédentes, une connaissance plutôt limitée du fonctionnement des exploitations des producteurs. Une question pour l'association: pour les années à venir, comment mieux faire comprendre et mieux faire connaître ?

Connaissance des pratiques des producteurs

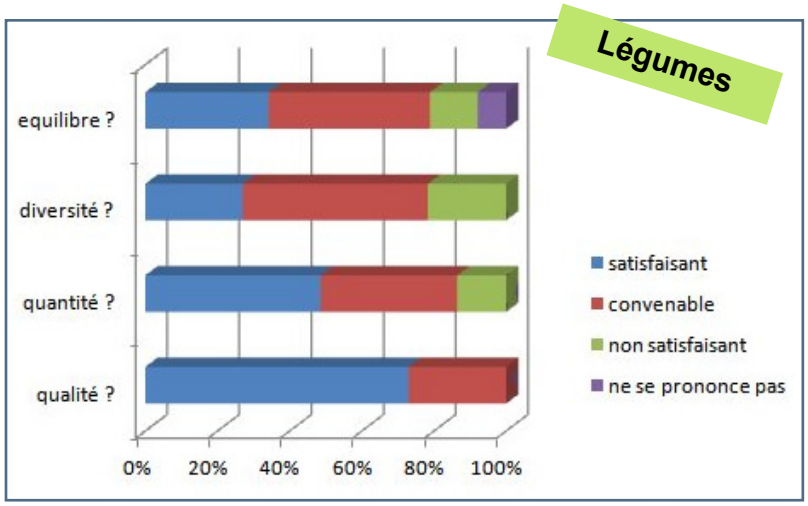


A l'image des années précédentes, une connaissance plutôt limitée concernant les prix mais une relation de confiance qui domine. Une part d'incertitude exprimée cependant sur le caractère équitable et justifié (près de la moitié des réponses): Comment l'association peut-elle mieux répondre à ces interrogations



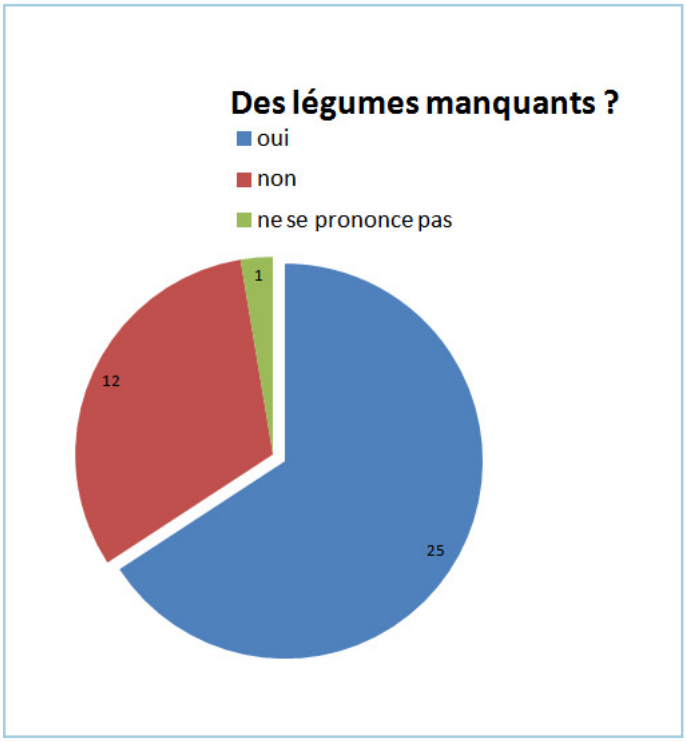
Que pense t-on de nos légumes ?

En quête de satisfaction

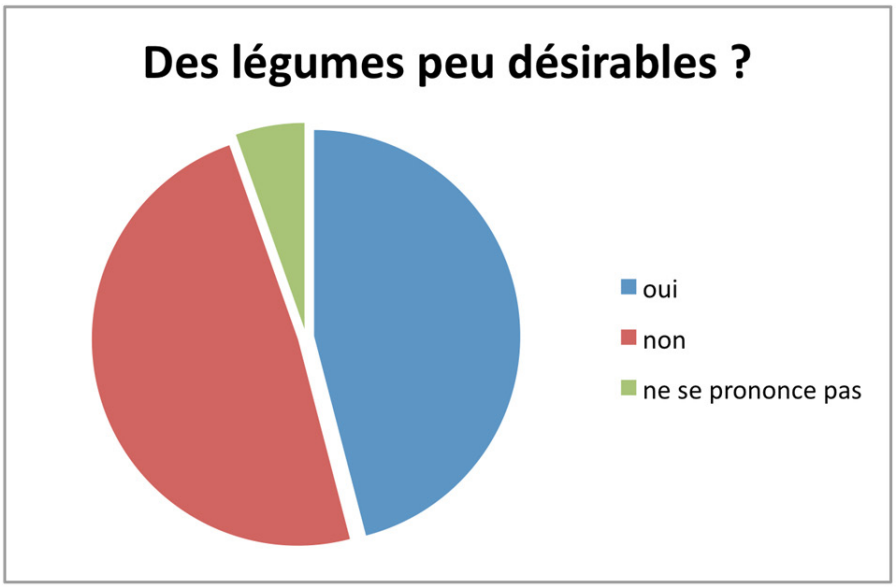


Des produits de qualité mais des équilibres «convenables» et une quantité diversement perçue. La perception n'est-elle pas due à un début de saison plus délicat, un été pas si facile et un automne boueux?

50 légumes dans nos paniers... Pas facile de trouver/assurer le «juste équilibre» ! Comment assurer ce juste dosage, surtout quand on compose avec les aléas du temps ?



Les plus cités, dans l'ordre décroissant
Chou
haricots
tomates
salades
Courges

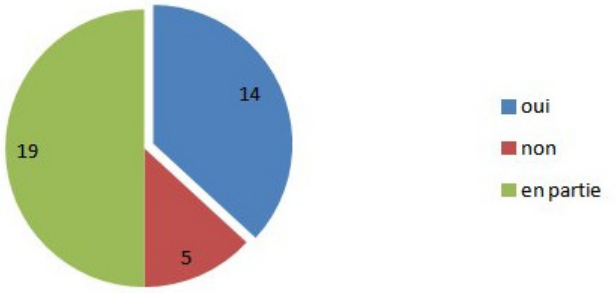


Les plus cités, dans l'ordre décroissant
Radis•noir :
betteraves
tomates vertes:
aromatiques•

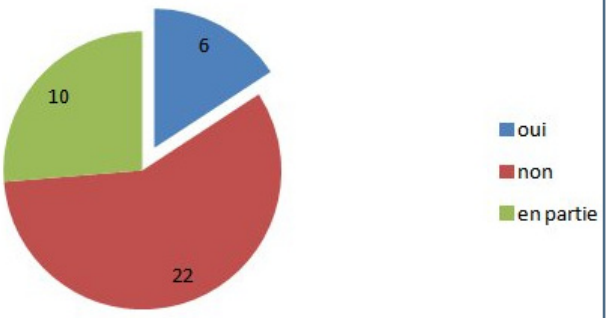
Enquête de satisfaction

Satisfaction / paniers – Légumes

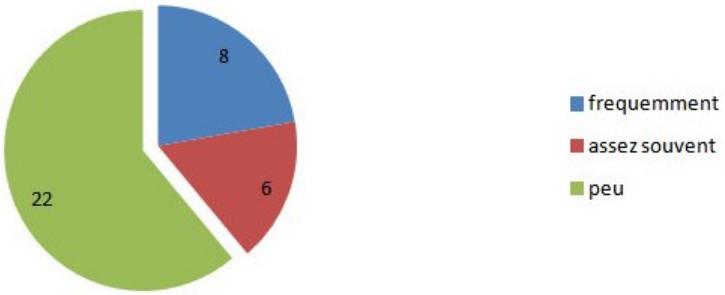
Le panier a –t-il été suffisant pour couvrir vos besoins alimentaires ?



Le panier vous permet –il de faire des réserves pour l'hiver ?

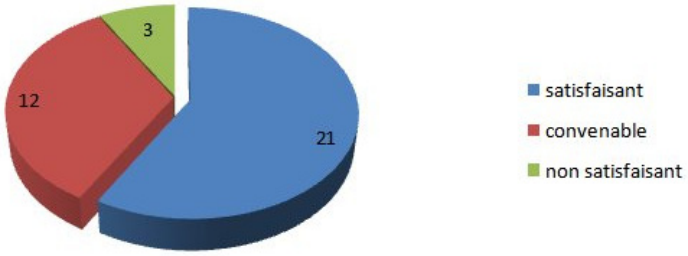


Etes-vous amenés à compléter votre panier par des achats hors amap ?



Des paniers qui couvrent une grande partie des besoins mais pas complètement. Peu de provisions pour l'hiver

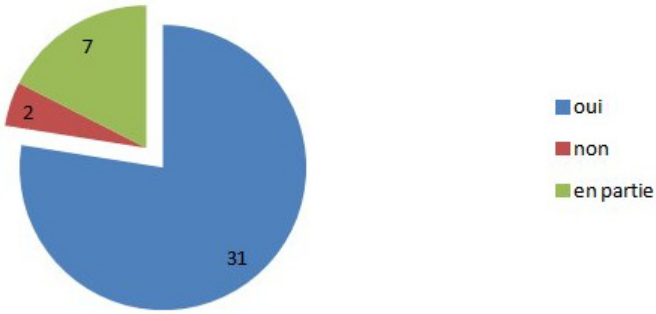
Que diriez vous de la relation au producteur ?



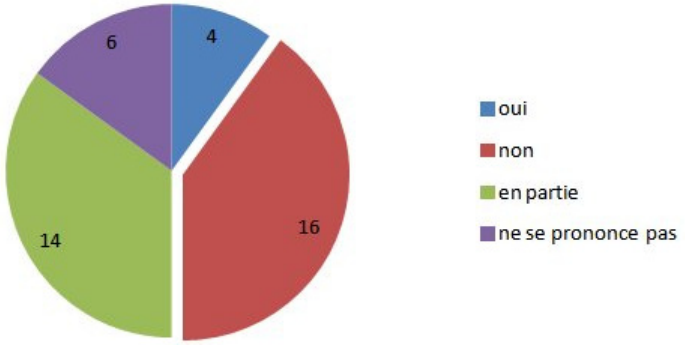
Au total une relation au producteur plutôt appréciée du fait notamment de sa forte disponibilité

Une adhésion générale à ce principe de fonctionnement mais à certaines conditions

Dans le panier, il y a parfois des légumes présentant des défautx. Adhérez-vous à ce choix de fonctionnement ?



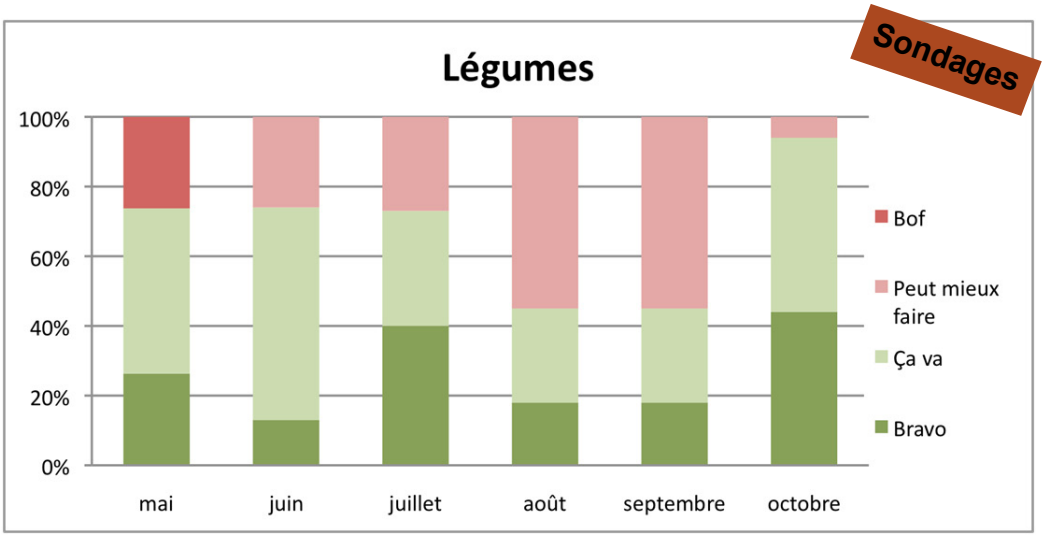
Avez-vous des réserves sur ce fonctionnement ?



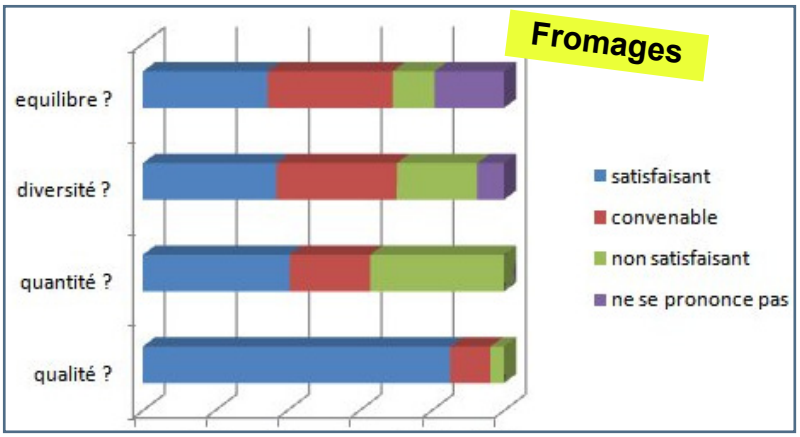
Les légumes de **Paul**

En quête de satisfaction

La perception des paniers est satisfaisante et convenable en qualité; il ya une part de « non satisfaction » sur les autres aspects : quantité, diversité et équilibre.
La relation au producteur est globalement positive ; seuls 3 sur 36 sont « non satisfaits » de la relation. A la différence, il ya 12 qui ne se prononcent pas ou qui ne reprendraient pas un nouveau contrat. C'est sur la teneur du panier que les réticences s'expriment.
**Sondages mensuels en ligne*

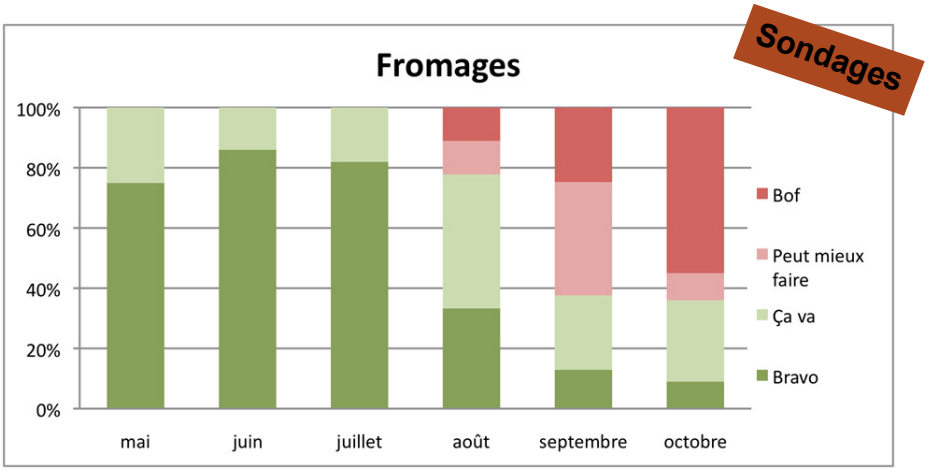


Les fromages de **Laurence**



Une belle qualité mais des résultats perçus de façon mitigée dans l'ensemble Que s'est-il passé en fin d'année? Des difficultés de Laurence sur une à deux livraisons (dont une rattrapée) mais surtout un problème de communication en interne. La saison des fromages dans les contrats s'arrêtait en octobre et une incompréhension autour de ça.

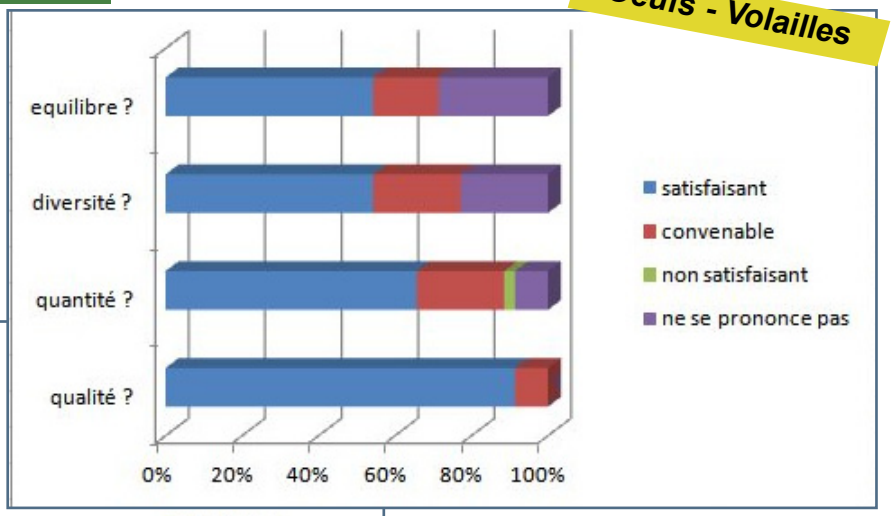
Concernant la relation à Laurence Un enjeu de proximité souligné par les amapiens. Une envie de mieux se connaître pour une très grande partie des adhérents, même s'il y a une compréhension des difficultés à se libérer.
**Sondages mensuels en ligne*



Enquête de satisfaction

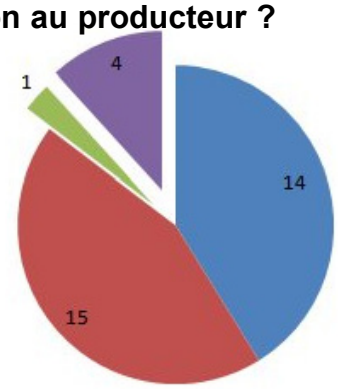
Que pense t-on de nos volailles et œufs ?

Oeufs - Volailles

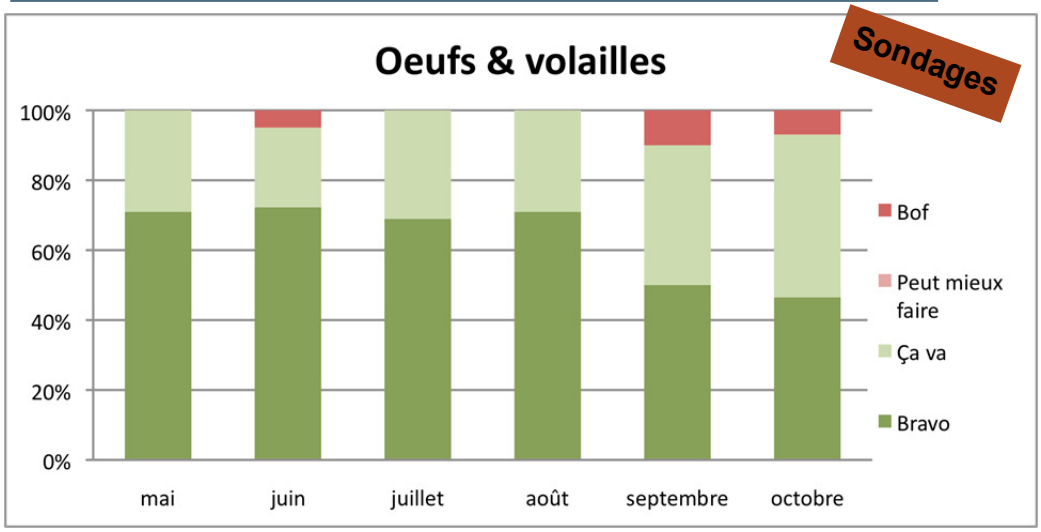


Une relation plutôt satisfaisante mais un souhait de se connaître un peu mieux

Que diriez-vous de la relation au producteur ?



Sondages

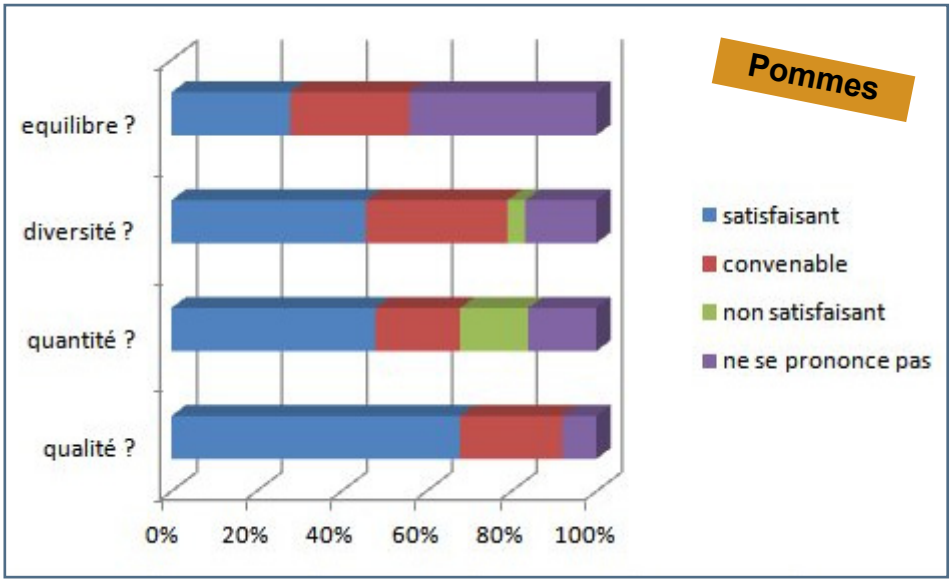


Une année très satisfaisante et assez régulière

**Sondages mensuels en ligne*

Les pommes d'Henri

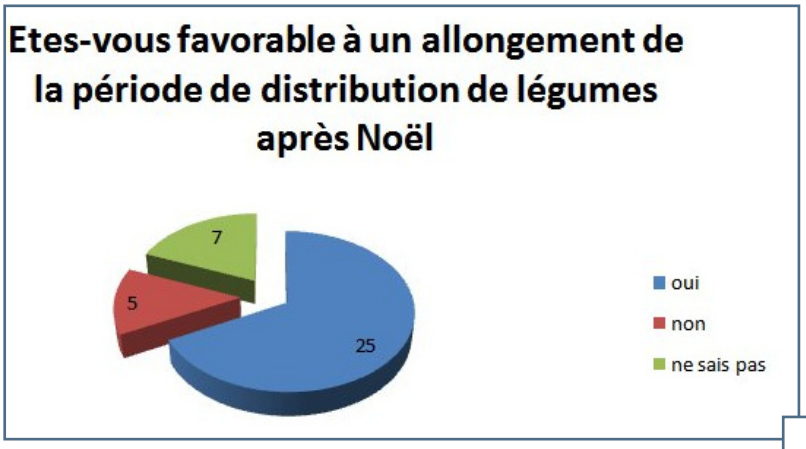
Pommes



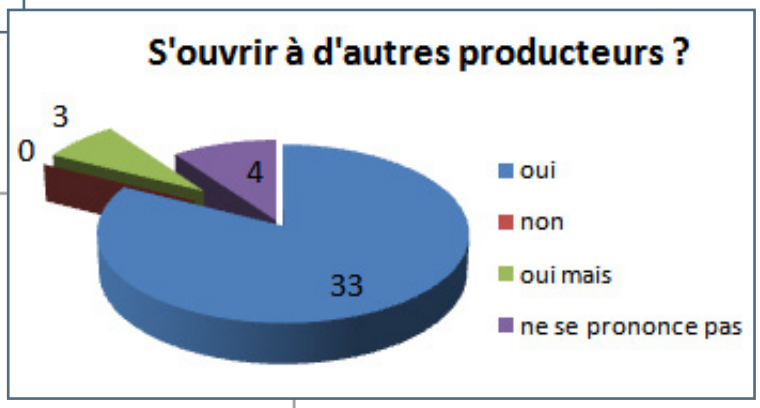
Une perception satisfaisante malgré les difficultés de saison (80% de perte de récolte due aux intempéries)

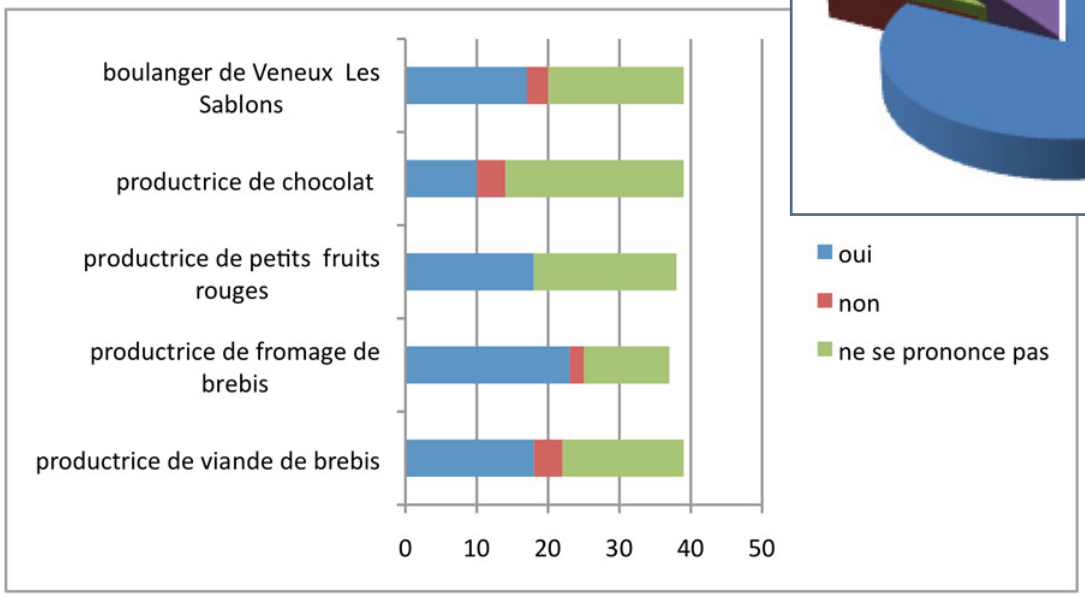
L'année prochaine …

En quête de satisfaction



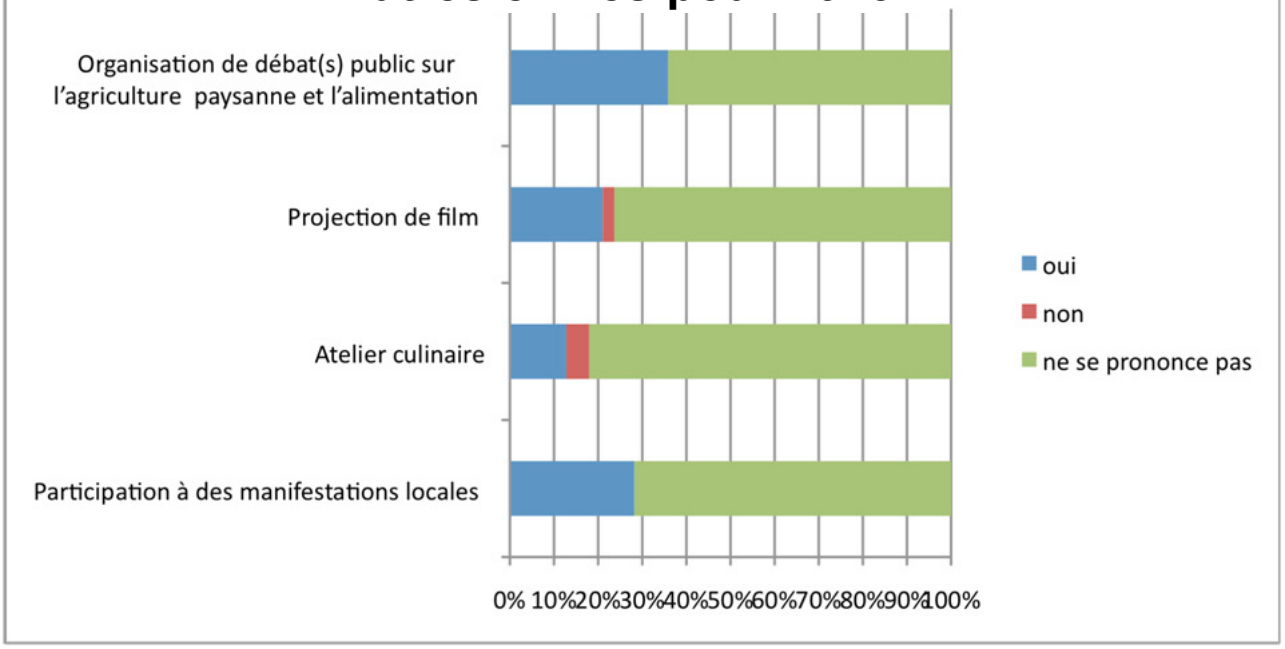
Il ya accord de voir Paul rallonger sa saison





Une forte volonté pour s'ouvrir à d'autres producteurs mais qui renvoie à deux conditions :
● une solidarité assurée vis à vis de nos producteurs actuels
● de nouveaux référents…

Autres envies pour 2013 ?



L'AMAP ne représente pas l'association des consommateurs, mais le partenariat (le lien) entre un agriculteur et un groupe, matérialisé par le contrat AMAP. On peut donc distinguer l'AMAP, en tant que lien privilégié entre un agriculteur et un groupe, de l'association, dont tout ou partie des activités est consacrée à la gestion d'une ou de plusieurs AMAP (l'amap de Paul, l'amap de JB...) .

Sur un plan juridique, c'est l'association Alliance Provence qui est détentrice des droits d'utilisation du terme AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne). Par conventionnement, ces droits sont délégués à l'association "Réseau des AMAP d'IdF" en Ile-de-France. Pour pouvoir l'utiliser, nos associations doivent s'engager à respecter la charte des AMAP et adhérer au réseau des AMAP d'IdF

Les droits et devoirs

L'AMAP (relation agriculteur groupe) renvoie à plusieurs types d'engagements dont :

- des engagements généraux : « vente directe, relation de proximité, convivialité »
- des engagements de la part des consom'acteurs : préfinancement, solidarité et implication
- des engagements côté producteur : qualité et diversité, pédagogie et transparence.

La charte des AMAP décline ces engagements autour de 18 principes plus précis dont : la production à dimension humaine ; Une production respectueuse de la nature, de l'environnement et de l'animal, la transparence dans les actes d'achat de production et de transformation, la mise en discussion d'un prix équitable, ...

Si l'ensemble de ces principes garantit l'esprit et la cohérence de l'approche AMAP, leur mise en application peut être sujet à interprétation. Que signifie « Une AMAP par producteur et par groupe local de consommateurs » dans le contexte actuel ? Où commence et où finit une « production respectueuse de la nature » ?... Ces lignes directrices sont aujourd'hui réinterrogées à la lumière du nouveau contexte et certains principes ont été précisés par les réseaux. A titre d'exemple, le réseau Ile de France, soucieux de clarifier l'exigence environnementale des producteurs propose la lecture suivante du 3ème article de la charte : « tous les paysans en AMAP pratiquent une agriculture de type biologique mais ne sont pas obligatoirement labellisés AB ».

L'association

- A pour devoir de faire respecter l'esprit de la charte ;
- A pour vocation de soutenir ou promouvoir une série d'activités en lien avec son objet : soutenir l'agriculture durable de proximité, sensibiliser aux enjeux agriculture-territoires, appui le commerce solidaire. Au delà de la gestion des contrats et des distributions elle peut s'engager dans un ensemble d'autres activités : échanges avec les écoles, actions de solidarité locales voire internationales, marchés paysans,...
- ne doit pas servir d'intermédiaire pour les transactions entre agriculteurs et consommateurs ■

La charte des AMAP

■ Principes de référence d'alliance provence

L'Association Alliance Provence est détentrice des droits d'utilisation du terme AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) auprès de l'INPI sous le n° 03 3 239 886, enregistrés le 4/8/2003.

Par conventionnement, ces droits sont délégués à l'association "Réseau des AMAP d'IdF" pour la région Ile-de-France.

■ Définition générale des AMAP

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 activement 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 périodiquement à un coût constant. Le producteur s'engage à fournir des produits de qualité dans le respect de la charte des AMAP.

■ Les principes généraux à respecter

Les AMAP doivent respecter 18 principes fondateurs :

1. La référence à la charte de l'agriculture paysanne pour chaque producteur

2. Une production de dimension humaine adaptée aux types de culture et d'élevage

3. Une production respectueuse de la nature, de l'environnement et de l'animal : développement d'une biodiversité, fertilité des sols, production sans engrais ni pesticides chimiques de synthèse, gestion économique de l'eau …

[Note : tous les paysans en AMAP pratique une agriculture de type biologique mais ne sont pas obligatoirement labellisés AB. Vous pouvez connaître le détails encliquant sur la fiche de chaque producteur.]

4. Une bonne qualité des produits : gustative, sanitaire, environnementale

5. L'appui à l'agriculture paysanne locale

6. La solidarité et des liens actifs avec tous les acteurs locaux oeuvrant pour le maintien de l'agriculture durable et d'un commerce solidaire

7. Le respect des normes sociales par rapport aux employés de l'exploitation, y compris le personnel temporaire

8. La recherche de la transparence dans les actes d'achat, de production, de transformation et de vente des produits agricoles

9. L'accompagnement du producteur à l'autonomie, c'est-à-dire la capacité à être maître de ses choix

10. La proximité du producteur et des consommateurs : elle est indispensable pour assurer le lien direct entre eux et pour favoriser le circuit le plus court entre producteur et consommateurs

11. Une AMAP par producteur et par groupe local de consommateurs

12. La formalisation et le respect des contrats à chaque saison entre consommateurs et producteurs

13. Aucun intermédiaire entre producteur et consommateurs, pas de produits achetés et revendus par le producteur sans accord des consommateurs

14. La définition à chaque saison d'un prix équitable entre producteur et consommateurs

15. Une information fréquente du consommateur sur les produits

16. La solidarité des consommateurs avec le producteur dans les aléas de la production

17. Une participation active des consommateurs à l'AMAP favorisée notamment par la responsabilisation du maximum d'adhérents

18. Une sensibilisation des adhérents de l'AMAP aux particularités de l'agriculture paysanne ■