


CYCLE  
D'ÉCHANGES 

inter-régional

ENTRE **PAYSAN.NES**  
**EN AMAP**

# RECUEIL DE FICHES

Recueil de savoirs, savoir-faire et enseignements du cycle  
d'échanges entre paysan·nes 2024

Avec le soutien de :

Avec  
la contribution  
financière du compte  
d'affectation spéciale  
développement  
agricole et rural  
CASDAR



Un cycle co-animé par :



# #1 | CONSTRUCTION DU PRIX EN AMAP

18 mars 2024

Assurer une rémunération équitable du travail agricole

Le 15 mars 2024, 24 paysans, paysannes, porteur-ses de projets et membres de réseaux d'AMAP se sont retrouvés pour échanger autour de la thématique de la construction du prix en AMAP. Retour sur quelques enseignements issus de cet atelier.

## Principes fondamentaux

La notion de partage de récolte s'appuie sur des principes fondamentaux en AMAP : confiance réciproque, partenariat sur le long terme, partage des risques en cas de baisse de production (et partage du surplus en cas d'abondance) et sortie d'une logique de prix du marché tout en restant juste et accessible.

## Un véritable changement de paradigme

Dans le système économique classique, les prix sont fixés par les mercuriales et les paysan-nes vendent selon les prix du marché. Cette fixation des prix ne tient pas compte des coûts réels de production. Le modèle économique en AMAP permet un réel changement de paradigme : on part des besoins du/de la paysan-ne. Le contrat d'engagement permet de donner de la visibilité sur la trésorerie, de garantir des débouchés, tout en vendant au prix qui correspond aux besoins réels de l'activité.

## Mode de calcul d'une part de récolte



Le prix du panier est ainsi établi selon le mode de calcul suivant : coûts de fonctionnement de la ferme (fermage, plants et semence, intrants, matériel, cotisations sociales, etc.), plus revenu du/de la paysan-ne, divisé par le nombre de parts de récolte (ce que le/la paysanne met en culture pour une famille pour une année).

## Ce que dit la Charte des AMAP

Chaque groupe d'AMAP en partenariat avec son ou sa paysan-ne partenaire établit ainsi un prix juste pour les mangeur-se-s et rémunérateur pour la ferme, en prenant

en compte la viabilité économique de la ferme et les conditions sociales de celles et ceux qui y travaillent. Dans la Charte des AMAP, les amapien·nes s'engagent à « *contractualiser et prépayer la production sur la période du contrat à un prix équitable et à prendre en compte équitablement avec les paysan·nes les fluctuations et aléas inhérents à leur activité* ». Les paysan·nes s'engagent quant à eux à « *déterminer en toute transparence avec les amapien·nes un prix forfaitaire stable, garanti et équitable sur la durée du contrat* ».

### **Cultiver la transparence**

De nombreuses pratiques existent pour échanger entre paysan·nes et adhérent·es autour du prix et de la situation économique de la ferme. Il est indispensable de bien anticiper car ces discussions demandent beaucoup de temps d'échanges et de pédagogie. Il est conseillé d'échanger dans un premier temps avec son/sa référente pour voir comment aborder la question du prix avec les autres amapien·nes. Un temps d'échange peut ensuite être organisé (lors d'une AG, d'une distribution, etc.) pour leur présenter la situation de la ferme, pourquoi pas avec l'aide d'un support visuel ou avec des chiffres à l'appui. Globalement il y a un besoin de connaître le·la paysan·ne et de créer des liens au fil de l'année pour permettre ces échanges et avoir une bonne compréhension de la ferme.

### **Points d'attention**

Attention : la transparence de la ferme sur sa situation économique ne veut pas dire que les amapien·nes fixent le prix du panier. C'est à la ferme de le proposer aux adhérent·es, de le justifier et ensuite d'en discuter ensemble. De même, la transparence dans le calcul du coût du panier de signifie pas que la ferme se voit imposer l'accès à sa comptabilité, elle doit en revanche justifier son prix de manière compréhensible.

### **AMAP et autres circuits de vente**

Il est courant que des paysan·nes aient plusieurs autres débouchés que l'AMAP. Comment alors faire le calcul pour estimer à quel prix sera la part de récolte ? Des outils sont proposés par plusieurs réseaux d'AMAP afin de prendre en compte tous ces paramètres : n'hésitez pas à les contacter !

## #2 | COMMUNICATION EN AMAP

10 juin 2024

*Favoriser la participation et l'appropriation des enjeux agricoles et alimentaires*

**Lundi 10 juin 2024, 22 paysan·nes et animatrices de réseaux d'AMAP se sont réuni·es pour un atelier d'1h30 en visio autour de la thématique « Communication en AMAP : favoriser la participation et l'appropriation des enjeux agricoles et alimentaires ». Parmi ces paysan·nes, une grande diversité de profils : porteur·se de projet, nouvelles et nouveaux paysan·nes en AMAP, en production maraichère, animalière ou grande culture... Tous réuni·es dans le but de réfléchir aux manières de créer de bonnes bases avec les amapien·nes et de découvrir des 'ingrédients' pour favoriser la participation en AMAP.**

### La communication, ingrédient clé en AMAP

Être paysan·ne en AMAP implique plusieurs engagements, dont un engagement de transparence et de pédagogie vis-à-vis des adhérent·es qui auront toujours des niveaux différents de compréhension et de connaissance des enjeux.

Le partenariat AMAP est dépendant d'une bonne communication pour :

- Définir un cadre qui répond aux attentes de chacun·e
- Permettre aux adhérent·es de bien comprendre les réalités des fermes
- Nourrir les liens humains entre adhérent·es et paysan·nes
- Assurer une confiance entre la ferme et les adhérent·es

Un manque d'information laisse place aux interprétations !

### Analyse de cas de communication

Cet atelier a été l'occasion de travailler sur 3 cas concrets sur lesquels les fermes sont amenées à communiquer pour :

- Identifier les pratiques de communication qui fonctionnent bien
- Faire comprendre ses réalités aux adhérent·es
- S'assurer que le partenariat réponde aux besoins et attentes de chacun·e :

#### **Cas n°1 : Une ferme qui manque de panier dans son AMAP**

Quelques pistes de réponse :

- Participer au Forum des Associations et prendre les coordonnées des personnes pour les recontacter par la suite
- Avoir un référent communication, une communication groupée, un compte WhatsApp ou Télégram, des pages Facebook ou Instagram, un blog ou une feuille de chou...

- Organiser le renouvellement des contrats : [https://amap-idf.org/medias/files/3vie\\_des\\_amaps/lettre\\_d\\_info/2022\\_fiche\\_organiser\\_le\\_re\\_nouvellement\\_des\\_contrats\\_vf.pdf](https://amap-idf.org/medias/files/3vie_des_amaps/lettre_d_info/2022_fiche_organiser_le_re_nouvellement_des_contrats_vf.pdf)

### **Cas n°2 : Une ferme qui voudrait augmenter son prix de panier**

Quelques pistes de réponse :

- Il est indispensable de bien anticiper car cela demande beaucoup de temps de travail et d'échange. Il y a un enjeu à expliquer le prix avec pédagogie.
- Échanger avec son référent pour voir comment aborder le sujet des prix.
- En parler soit en expliquant par mail avec des chiffres à l'appui, soit en AG ou en réunion pour avoir un temps dédié d'échange pour sensibiliser les adhérent·es. Il y a un besoin de connaître le·la paysan·ne et de créer des liens au fil de l'année pour permettre ces échanges et avoir une compréhension globale de la ferme.

Points de vigilance :

- Transparence ne veut pas dire dépendance : ce n'est pas parce que la ferme communique sur sa situation économique que les amapien·nes fixent le prix du panier.
- C'est à la ferme de proposer aux adhérent·es tout en expliquant la situation à partir de ses chiffres : la ferme doit justifier son prix de manière compréhensible.
- Pas de violation de l'intimité comptable : les amapien·nes ne connaissent pas les tenants et aboutissants de la comptabilité agricole, les paysan·nes peuvent vulgariser leurs chiffres, montrer des camemberts de leurs charges, mais ils n'ont pas à donner leur bilan comptable.

### **Cas n°3 : Une ferme qui souhaite commercialiser dans un autre débouché que son AMAP**

Témoignage d'une ferme : Mayi commercialise en AMAP, au marché et à la Vie Claire. Elle a des parcelles dédiées avec des légumes de plein champ. Elle fixe son prix au kilo, avec un prix qui est toujours moindre pour l'AMAP, ce qui permet de fidéliser les amapien·nes. Elle communique avec un tableau à la distribution chaque semaine avec le contenu du panier et des nouvelles de la ferme. Elle communique aussi sur Instagram avec le contenu du panier de la semaine. Le nombre d'adhérent·e est stable dans ses AMAP. Elle explique qu'il est important d'avoir un temps d'échange par an pour expliquer les augmentations de charges au global.

### **Un paysan qui ne communique pas comme les autres**

Clément Lechartier, paysan maraîcher près du Havre, est en AMAP depuis 16 ans. Il tenait une feuille de chou puis un amapien lui a proposé de faire des textes. Il y a beaucoup de fantasmes des amapien·nes sur ce qu'est le métier de paysan en AMAP. Clément a commencé par expliquer dans ses textes pourquoi il faisait les marchés, comment ça se passait lorsqu'il y avait du gel avec les laitues, etc. Il demandait aussi aux amapien·nes des idées de sujet, ce qui a relancé les feuilles de chou. Des amapien·nes ont publié ses textes et il fait des lectures publiques, ce qui a permis de faire adhérer de nouveaux amapien·nes. Il écrit 2 à 3 pages maximum par texte et prends 2h de rédaction pour une chronique. Il communique ensuite sur son texte grâce

à un blog et avec un mail de rappel. Un noyau dur s'est créé autour de cette anachronique, il y a des conteuses dans l'équipe. Chaque chronique est sur un sujet avec des cas concrets, ce qui permet de apporter des éléments de pédagogie qui peuvent être utilisés par d'autres. Pour consulter le blog de Clément : <http://paniersandcaux.hautetfort.com/>

## Pour conclure

On identifie plusieurs temps de communication :

- Au démarrage d'un nouveau partenariat
- Tout au long de la saison pour partager ses réalités, et en particulier lorsque l'on fait face à des aléas ou qu'il y a des événements forts sur la ferme (embauche, investissement, transmission, arrêt d'activité, etc.) qui impactent la ferme et les partenariats AMAP
- Régulièrement en fin de saison (réunion de bilan de saison dédiée au partenariat ou lors de l'AG de l'AMAP) pour voir ce qui fonctionne bien et moins bien, apporter des éléments de réponse aux questionnements des adhérent-es et définir les changements à mettre en œuvre en cas de difficultés
- Avant le renouvellement du contrat, avec les référent-es et parfois l'ensemble des adhérent-es, pour définir les termes du futur contrat : prix du panier à anticiper, nombre de paniers nécessaires, identifier le nombre de personnes qui renouvellent et rechercher de nouveaux adhérent-es éventuellement

Il y a plusieurs interlocuteur-rices (référent-e de la ferme, collectif d'animation ou conseil d'administration, ensemble des adhérent-es, etc.) et autant de façon de communiquer :

- A l'écrit : par mail (nouvelles des champs, feuille de choux, lettre d'info) au rythme qui convient à la ferme, via les réseaux sociaux (Instagram, Whatsapp, Facebook), grâce à des supports papiers type affiches ou tableau pour présenter la ferme
- En direct lors des distributions hebdomadaires, des ateliers à la ferme, des temps festifs ou des réunions

Pour aller encore plus loin, pensez à consulter la fiche « Communiquer et construire une relation de confiance avec ses amapien-nes » : <https://cloud.miramap.org/s/ay8ZTzbyKnxr8BB>



## #3 | LIVRAISON EN AMAP

4 novembre 2024

*Dialoguer pour établir un autre rapport à l'agriculture et à l'alimentation*

**Le 4 novembre 2024, plusieurs porteurs de projet, paysans, paysannes et animatrices de réseaux d'AMAP se sont retrouvés le temps d'une visio d'1h30. Ce moment d'échange aura permis de se retrouver collectivement pour partager pratiques et questionnements autour du thème de la livraison en AMAP.**

### Témoignage d'une éleveuse

Cet atelier a été amorcé par le témoignage de Carole, installée dans le Vaucluse depuis 20 ans. Elle possède un atelier de poules pondeuses (plus de 500) et de volailles de chair (6000 à 7000). Elle travaille en agriculture biologique depuis plus de 10 ans et fait du 100% circuit court entre la vente en AMAP et dans les marchés deux fois par semaine. Elle est épaulée par sa fille et une salariée à mi-temps.

Carole nous explique qu'elle livre 3 AMAP deux fois par semaine avec des contrats œuf, volaille et conserve. Depuis le Covid elle mettait ses œufs en boîte pour les livraisons mais cela prenait beaucoup de temps de préparation, sans compter le coût de la boîte, le stockage, le triage des boîtes cassées, etc. Elle a décidé de ne pas augmenter le prix de ses boîtes d'œufs mais a plutôt réduit son temps de travail en apportant désormais ses œufs sur une plaque. Pour ses volailles elle tourne une semaine sur deux entre ses AMAP pour ne pas avoir trop d'abatage à faire. Elle emmène ensuite ses volailles dans sa glacière : ses AMAP étant à moins de 10 km cela ne pose pas de problème pour le respect de la chaîne du froid.

### Organisation pendant la livraison

A chacun sa manière d'organiser sa distribution en AMAP, toutefois certains grands principes subsistent. Pour Pélagie, maraichère, elle fait le point chaque lundi avec sa référente sur le nombre de paniers à livrer pour faire sa récolte en conséquence. Le jour J, les amapien·nes l'aident à décharger les caisses quand elle arrive. La distribution a été mise en place par les amapien·nes qui sont là pour la pesée des légumes (dans une autre de ses AMAP, ce sont les amapien·nes qui le font eux-mêmes) et cocher les adhérent·es sur la liste une fois le panier récupéré. Si un·e amapien·ne ne prend pas son panier il peut être stocké ou bien partir dans une association. Il y a toujours un coup de main à la fin pour remplir les camions avec les caisses vides.

Des difficultés peuvent parfois émerger pour les paysan·nes lors de la distribution. C'est le cas de Zoé qui constate que certains amapien·nes font mal la pesée et



donnent plus de légumes à certaines personnes. Comment faire alors ? Pour tenter de résoudre ce problème, Zoé a opté pour la pédagogie : elle réexplique en début de distribution que si la pesée est mal faite certaines personnes auront moins de légumes dans leur panier. Désormais, la personne en charge de la pesée est également la dernière personne à prendre son panier, ce qui la responsabilise en cas d'erreur.

### ***Livraison hors production maraichère***

Mis à part celles et ceux qui sont en production maraichère, les paysan·nes sont souvent moins présents aux livraisons. D'où l'importance de mettre en place d'autres outils de communication pour qu'un lien soit maintenu avec les amapien·nes et que des tensions ne se créent pas. Des temps festifs ou sur la ferme peuvent par exemple être proposés.

### ***Livraisons le même soir***

Certains paysan·nes font le choix d'effectuer plusieurs livraisons le même soir. C'est le cas d'une maraichère en Ile-de-France : une semaine sur deux elle va livrer sa première AMAP, puis aller à la seconde pour participer à la distribution. D'autres paysan·nes arrivent à assister à deux distributions le même soir en ayant réduit le temps (une heure pour chacune) « *mais cela implique qu'il n'y ait pas les mêmes horaires de distribution et que les AMAP ne soient pas très loin* » explique Lucie.

### **Quel rôle du/de la paysan·ne pendant la distribution ?**


Pour Valérie, le rôle du/de la paysan·ne est « *la valorisation et la communication autour de ses produits, une valeur de conseil et aider à ce que les consomm'acteurs soient responsables pour comprendre ce que cela implique d'avoir tel ou tel produit sur la table* ». Pour elle, les moments festifs sont aussi l'occasion d'avoir des éclairages sur différents aspects (ex : comment l'eau est gérée par les paysan·nes), d'échanger sur comment sont produites les choses, quelles sont les difficultés rencontrées... « *Et aussi les réussites !* » souligne Pélagie avant d'ajouter que les paysan·nes peuvent aussi se charger de donner des conseils de recettes.

Denis évoque quant à lui le fait de parler de la vie à la ferme, de prendre part (ou pas) à l'organisation d'évènements festifs, de participer au bureau de l'AMAP, de partager un moment convivial lors des distributions... « *Il y a une dimension d'éducation populaire à l'AMAP* » explique-t-il.

### **En conclusion**

Ce temps s'est conclu par une récolte de retours et d'idées sur ce cycle d'échanges qui s'achève afin de préparer celui de 2025. Si vous êtes paysan·ne ou porteur·se de projet, vous pouvez vous aussi nous indiquer vos propositions de thèmes et de format pour l'année prochaine en remplissant le formulaire suivant : <https://framaforms.org/vos-retours-sur-les-ateliers-entre-paysannes-2024-1729514941>



CYCLE  
D'ÉCHANGES 

inter-régional

ENTRE **PAYSAN.NES**  
**EN AMAP**

**Mouvement Inter-Régional des AMAP - MIRAMAP**

58 rue Raulin, 69007 Lyon

[contact@miramap.org](mailto:contact@miramap.org)

[miramap.org](http://miramap.org)