



**A.M.A.P.**

## **Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne**

### **Fiche synthétique n°1 Les fondamentaux du partenariat AMAP**

Vous venez de participer à une réunion pour les créateurs d'AMAP...  
Comment synthétiser l'ensemble des éléments vus ensemble ?

Vous êtes déjà en AMAP et continuez à vous interroger sur ce que cela signifie ?

Une fois les principes des AMAP connus, comment faire pour les mettre en œuvre concrètement ?

Cette fiche vous servira de mémento !

Au programme de cette fiche-synthèse :

- Contexte et références
- Engagements des producteurs et des consommateurs
- Le partenariat AMAP en pratique
- S'engager en AMAP, c'est s'engager dans un réseau

## Origine du mouvement



Un ancrage dans les mouvements d'**agriculture alternative** et d'**éducation populaire** :

- années 1950 : naissance du mouvement des CIVAM (Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural)
- 1964 : création de Nature & Progrès et des premiers Groupements d'Agriculteurs Biologiques (GAB)
- 1991 : 1<sup>er</sup> règlement européen CEE 2092/91 qui définit l'agriculture biologique par un cahier des charges
- 1999 : Rédaction de la Charte de l'Agriculture Paysanne par la FA-DEAR (Fédération des Associations pour le Développement de l'Emploi et de l'Activité en milieu Rural)



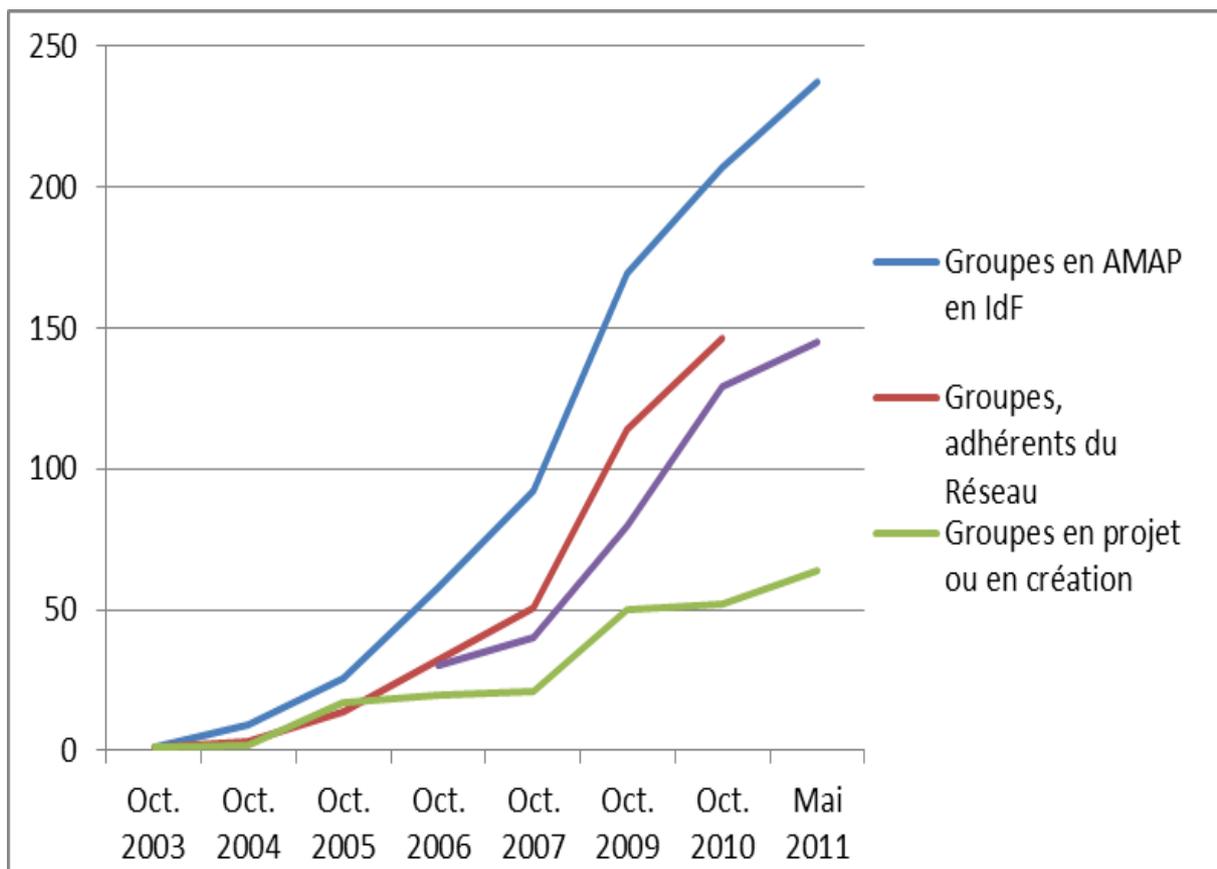
De **nouveaux modes de commercialisation et de consommation** se développent :

- dans les années 60-70, développement des Teikei au Japon,
- dans les années 80, développement des CSA (= Community Supported Agriculture) aux Etats-Unis
- 2001 : Création de la première AMAP en France (à Aubagne)
- 2003 : Rédaction de la Charte des AMAP et dépôt de la marque « AMAP » par Alliance Provence
  - + Création de la première AMAP en Ile-de-France
- 2004 : Création du Réseau des AMAP d'Ile de France



En Ile-de-France, le mouvement a connu une croissance très rapide :

- ⇒ 1<sup>ère</sup> AMAP créée en 2003 > Fin novembre 2011, la région compte 263 groupes de consommateurs en AMAP
- ⇒ Environ 30 nouveaux groupes de consommateurs en AMAP par an
- ⇒ Entre 2007 et 2011, multiplication par 3 du nombre de producteurs en AMAP avec au moins un groupe d'Ile-de-France.



- Une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne est **un partenariat entre un groupe de consommateurs et un agriculteur.**

Ce partenariat correspond au fait qu'un groupe de consommateurs achètent à l'avance la production d'un agriculteur : ils lui donnent les moyens de produire et lui garantissent l'écoulement de sa production. En retour, le producteur s'engage à distribuer sa production tout au long de la saison.

Le partenariat AMAP est donc un mode de commercialisation et de consommation innovant, qui s'appuie sur une relation équilibrée entre agriculteurs et consommateurs.

### Et on ne s'arrête pas là !

- La mise en œuvre du partenariat AMAP est seulement une première étape. Elle doit **permettre aux consommateurs et aux agriculteurs de dépasser les barrières qui les séparent** pour ensuite s'engager ensemble dans des **actions plus globales** :

- préservation des terres agricoles au niveau local
- appui et accompagnement pour l'installation de nouveaux agriculteurs
- développement de fermes autonomes et diversifiées
- sensibilisation de la population locale aux objectifs défendus par les AMAP

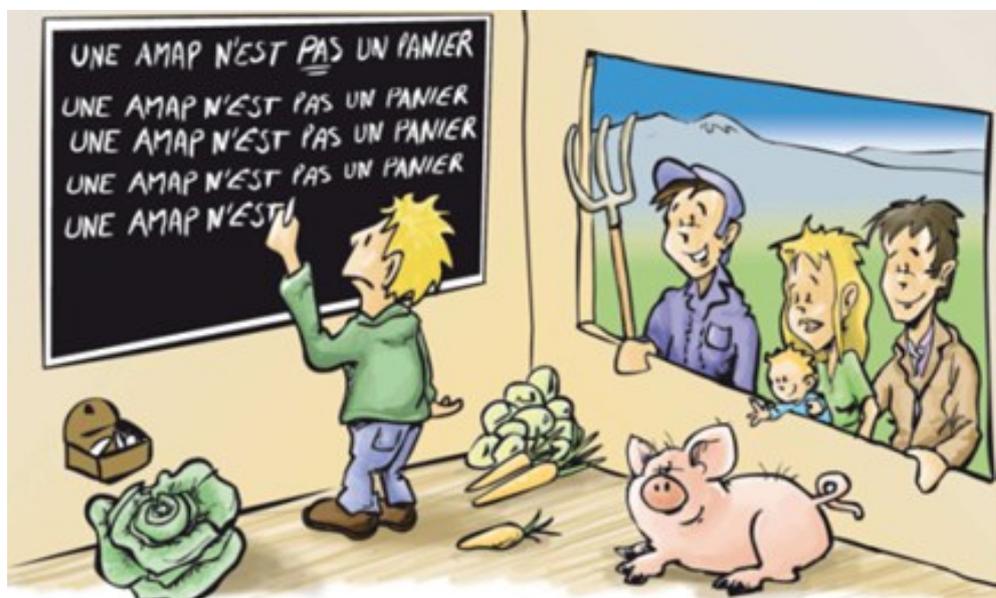
## Un « panier » ? Non ! « Une part de récolte » !

Depuis le début des années 2000, il est de plus en plus facile de vendre ou d'acheter des « paniers » de légumes. Mais tous les systèmes de « paniers » ont des fonctionnements différents :

- avec un intermédiaire ou en direct entre agriculteurs et consommateurs
- avec ou sans préfinancement de la production par les consommateurs
- avec ou sans engagement de la part des consommateurs
- organisation collective ou démarche individuelle des consommateurs
- organisation collective ou démarche individuelle des producteurs

En AMAP :

- ⇒ **vente directe** entre agriculteurs et consommateurs
- ⇒ avec **préfinancement** de la production par les consommateurs
- ⇒ avec **engagement** de la part des consommateurs
- ⇒ organisation collective des consommateurs
- ⇒ démarche individuelle des producteurs





Le partenariat AMAP est défini par **la Charte des AMAP**, qui présente 18 principes fondateurs. Le terme « AMAP »<sup>®</sup> est **une marque** détenue par Alliance PEC Provence ; en Ile-de-France, le Réseau régional des AMAP en est le dépositaire légal.

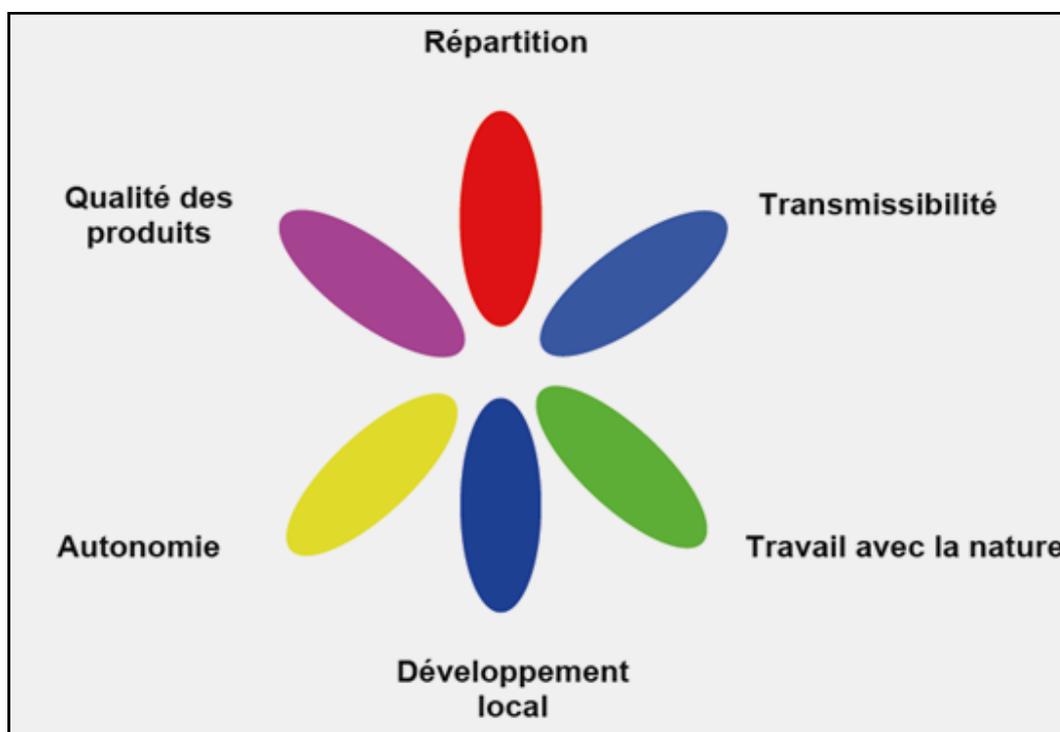
### Les 18 principes fondateurs des AMAP

1. La référence à la charte de l'agriculture paysanne (cf ci-dessous) 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 ...
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 des producteurs 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

 **L'agriculture paysanne** est également définie par une charte, **la Charte de l'agriculture paysanne**, qui présente 10 principes fondateurs, et 6 dimensions.

L'agriculture paysanne vise à permettre à **un maximum de paysans** répartis sur tout le territoire de vivre décemment de leur métier en produisant sur **une exploitation à taille humaine** une alimentation saine et de qualité, sans remettre en cause les ressources naturelles de demain. Elle doit **participer avec les autres citoyens à rendre le milieu rural vivant** dans un cadre de vie apprécié de tous. (FADEAR)

### *Les 6 dimensions de l'agriculture paysanne*

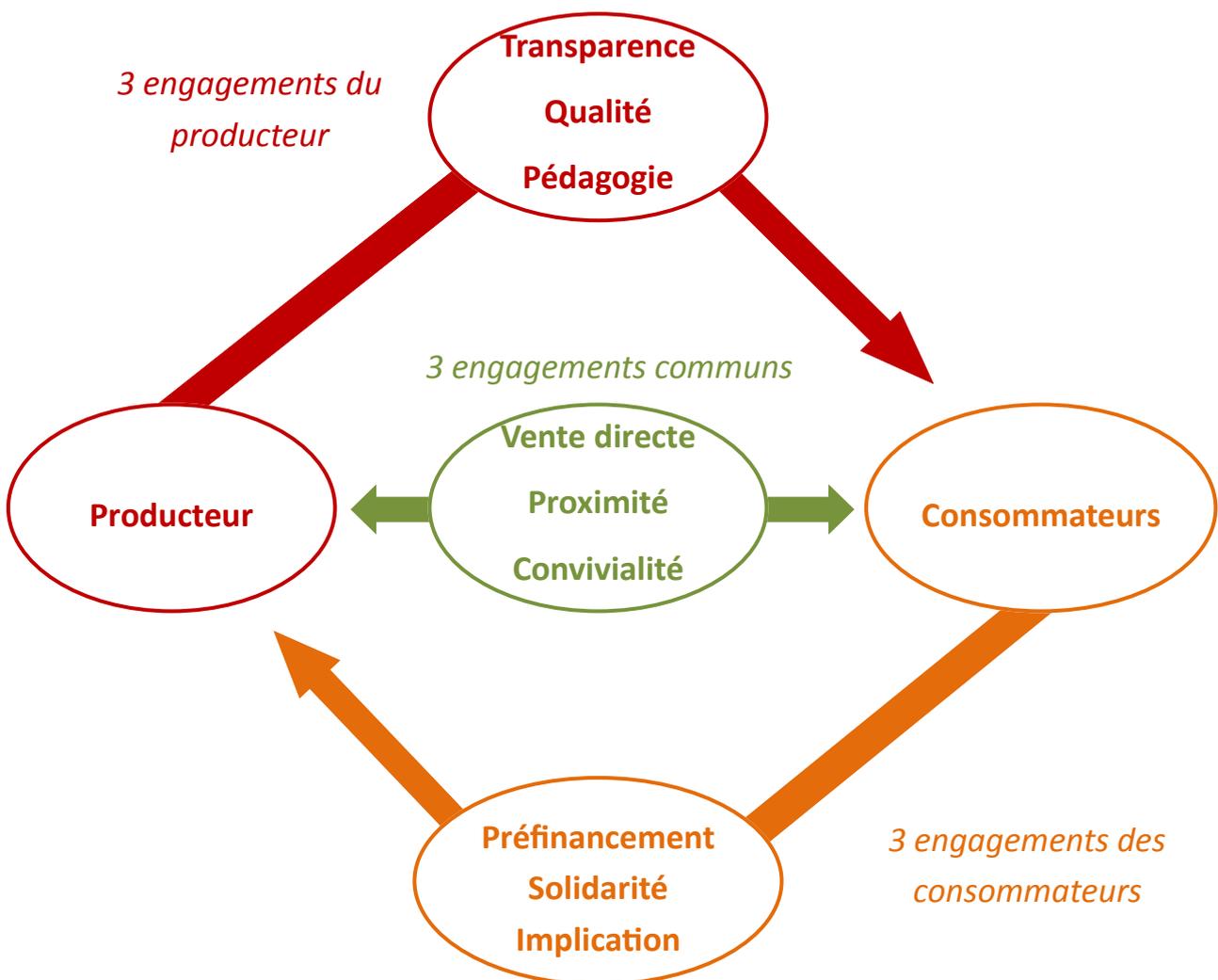




A travers le partenariat AMAP, agriculteurs et consommateurs poursuivent **3 objectifs** :

- Recréer du lien social entre agriculteurs et consommateurs
- Assurer une sécurité financière au producteur, et préserver ainsi l'existence de fermes s'engageant dans une démarche d'agriculture durable
- Faciliter l'accès et l'éducation à une alimentation de qualité

Dans le cadre d'un partenariat AMAP, agriculteurs et consommateurs prennent des engagements réciproques : **on parle des 3 x 3 engagements.**





Le partenariat AMAP se formalise à travers un contrat, signé par le producteur et le consommateur concerné.

Comme tout contrat, il s'agit d'un document qui précise les droits et devoirs de chacune des 2 parties, nous préférons parler d'**engagements mutuels**. Le contrat précise également les modalités pratiques du partenariat.

Le contenu de ce contrat est précisé au cours de la phase de préparation de la saison (voir la partie « Le partenariat AMAP en pratique »).



Le contrat engage le producteur et le consommateur, **pas l'association de consommateurs**.

Un des représentants de l'association peut éventuellement co-signer le contrat, mais l'association n'est pas engagée vis-à-vis du respect des engagements que chacun doit respecter.

### Les éléments du contrat :

- Rappel du cadre du contrat : présentation de l'association et de ses objectifs généraux, définition du partenariat AMAP.
- Identité des contractants (prénom, nom, coordonnées, qualité...)
- Engagements du producteur
- Engagements du consommateur
- Période de validité du contrat, dates de partage de la récolte
- Modalités de partage (lieu, horaires...)
- Prix d'une part de la récolte, montant total du contrat, modalité de préfinancement choisie par l'adhérent
- Signatures des contractants

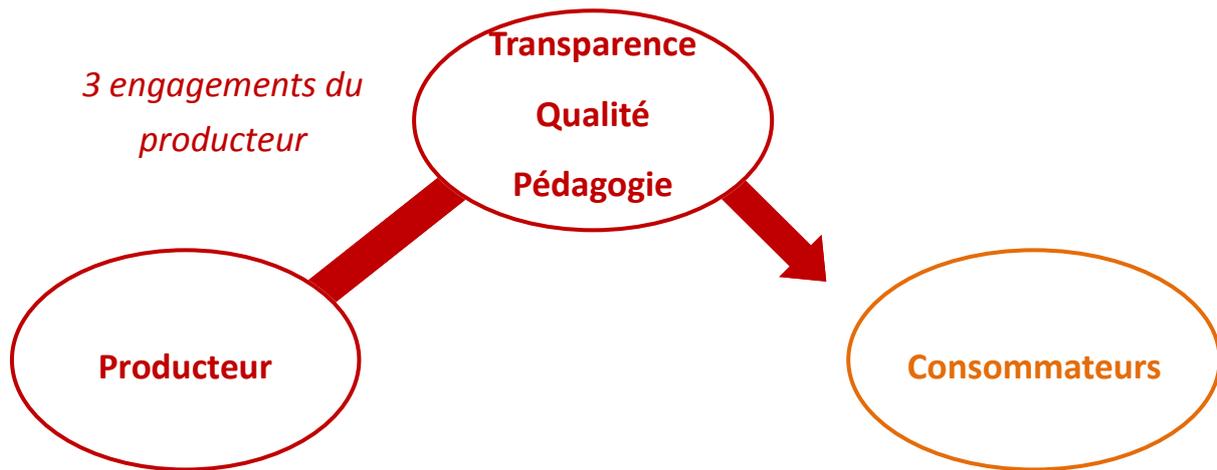




### Concrètement :

- ⇒ Le producteur partage la production de son exploitation.
- ⇒ Producteur et consommateurs discutent de l'agriculture lors des ateliers à la ferme.
- ⇒ Producteur et consommateurs sont présents et participent aux distributions, ils échangent entre eux, partagent leurs points de vue.
- ⇒ Des apéritifs et/ou repas partagés sont organisés régulièrement, pour tous les adhérents de l'association.
- ⇒ Tout est fait pour que l'ambiance des distributions soit agréable, chaleureuse et détendue (aménagement du lieu, distribution de boissons, attitude ouverture pour faciliter les échanges, etc.).
- ⇒ ...

## Engagements du producteur

**Transparence**

- Transparence sur le partage de la récolte
- Transparence sur les pratiques agricoles et les choix de production
- Transparence sur les coûts de production
- Transparence sur le fonctionnement de l'exploitation (organisation du travail, répartition de la production entre les différents débouchés, etc.)

**Qualité**

- Des produits frais, de saison, diversifiés (variétés/races anciennes ou locales, si possible)
- Pratiques de l'agriculture biologique
- Obligation de moyens

**Pédagogie**

- Expliquer
- Anticiper et informer régulièrement sur l'avancée des cultures
- Etre présent aux partages de productions
- Accueillir régulièrement les consommateurs sur la ferme



### Concrètement :

⇒ Le producteur explique, notamment lors des moments à la ferme, les raisons de ses choix techniques (achat ou production de plants, organisation de ses rotations, utilisation de telle ou telle technique de désherbage, etc.).

⇒ Le producteur informe régulièrement les consommateurs amapiens de ses éventuelles difficultés, il précise autant que possible les raisons et les conséquences de ces difficultés.

⇒ En lien avec les responsables de groupes, le producteur organise régulièrement de moments sur la ferme, pour des visites et des ateliers participatifs (désherbage, récolte, plantation de haies, montage de serres, etc.).

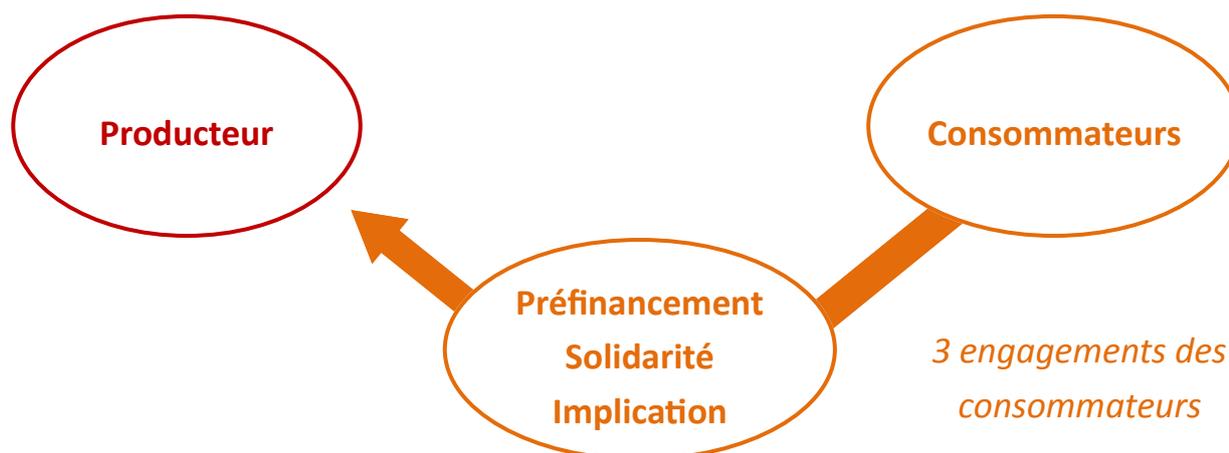
⇒ Le producteur s'engage à produire sans produits phytosanitaires de synthèse, et à faire évoluer ses pratiques vers le respect du cahier des charges de l'Agriculture Biologique.

⇒ Si l'agriculteur doit faire face à une rupture de sa production, il ne rembourse par les consommateurs, mais s'engage à mettre tous les moyens en œuvre pour améliorer la situation.

⇒ ...

## Engagements des consommateurs

Contexte et références



Engagements du partenariat AMAP



### Préfinancement

- Signature des chèques, en même temps que celle du contrat d'engagement. Les chèques sont ensuite remis au producteur au cours de la saison.
- Pas d'échange d'argent pendant les distributions
- Pas de remboursement ou report, les consommateurs sont responsables de leur part de récolte



### Solidarité

- Comprendre les problématiques des producteurs
- Accepter les variations de récolte en fonction des aléas climatiques et techniques
- Apporter un appui (financier, logistique, matériel) au producteur en cas de besoin



### Implication

- Participer à la vie du groupe et au fonctionnement de l'association
- Participer au fonctionnement de la ferme, en particulier en cas de besoin
- Participer à la vie locale (événements associatifs, politiques locales, etc.)

Le partenariat AMAP en pratique





### Concrètement :

⇒ La signature du contrat est un moment important de l'AMAP : c'est le moment où producteur et consommateurs s'engagent l'un envers les autres. Mais entre contrats, bulletin d'adhésion et chèques, cela fait beaucoup de papiers : chaque adhérent peut faire un effort pour que tout soit le plus simple possible (vérifier que le montant versé correspond au coût du contrat, mettre le nom du contrat si nom sur le chèque est différent, etc.)

⇒ En cas de difficultés de l'agriculteur, les consommateurs cherchent avant tout à comprendre les raisons et conséquences de ces difficultés. Ils réfléchissent surtout à la manière de l'accompagner par des coups de main à la ferme, financièrement, ou autre.

⇒ En adhérant à une association, les consommateurs s'engagent à être présents lors des assemblées générales.

⇒ Les adhérents participent au bon fonctionnement des distributions (déchargement du camion, distribution des produits, ambiance générale, etc.)

⇒ ...

 Le terme « AMAP (Association pour la Maintien de l'Agriculture Paysanne) » est une **marque déposée en 2003**, puis redéposée en 2008 par Alliance Provence, qui en est donc le dépositaire légal.

Pour autant, une convention a été signée avec le Réseau des AMAP d'Ile-de-France, qui devient dès lors garant de l'utilisation de la marque sur le territoire francilien. A la marque « AMAP » est adossée la **Charte des AMAP**, qui nous sert de document de référence pour définir si des producteurs et des consommateurs sont bien en partenariat AMAP.

 Par ailleurs, dans la mesure où les partenariats AMAP sont des activités commerciales entre des producteurs et consommateurs, ils restent soumis au **Code de la consommation** et au **Code du commerce**.

 Enfin, comme il s'agit de produits alimentaires, les producteurs doivent respecter la **réglementation sanitaire** en vigueur.

**Texte(s) de référence**

**Qui est concerné ?**

**Qui contrôle ?**

**Comment faire ?**

## Ethique

Charte des AMAP

Producteurs et consommateurs en AMAP

Réseau des AMAP d'Ile-de-France

- > Participer aux rencontres interAMAP
- > Participer au Système Participatif de Garantie (SPG) développé au sein du Réseau des AMAP IdF

## Juridique

Code de la Consommation ; Code du Commerce

Acteurs d'un échange commercial

Directions départementales de la Protection des Populations (ex-services de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes - DGCCRF)

- > Faire signer un contrat à chaque consommateur et producteur
- > Mettre en œuvre le préfinancement (pas d'échange d'argent sur place)
- > Réserver la signature des contrats aux seuls adhérents de l'association

## Sanitaire

Le « Paquet hygiène » (UE)

Acteurs de la distribution de produits alimentaires

Directions départementales de la Protection des Populations (ex-Services Vétérinaires - DSV)

- > Le producteur doit respecter la réglementation en vigueur (en particulier la chaîne du froid pour les produits d'origine ani-

# Les étapes pour construire un partenariat AMAP

## Être en AMAP, c'est ...

- ... être dans une démarche de partenariat
- ... prendre le temps de construire une relation de confiance
- ... s'engager dans une démarche globale de compréhension du système

Les prochaines pages vous présentent les étapes à suivre pour bien construire votre projet d'AMAP, que vous soyez producteur ou consommateur.

## 1. Définir son projet

1. Définir son projet

## Pour le producteur et les consommateurs

### Objectifs de cette étape :

- Se renseigner et questionner ses objectifs
- Identifier ses contraintes
- Bien comprendre ce qu'est le partenariat AMAP

---

### La question à laquelle il faut répondre :

*Est-ce vraiment dans un partenariat AMAP que vous souhaitez vous lancer ?*

---

### Ce qu'il faut faire :

- Participer à une soirée « créateurs d'AMAP » du Réseau des AMAP d'Ile-de-France
- Lire et échanger autour des textes de références (Charte des AMAP, Charte de l'agriculture Paysanne)
- Bien comprendre les principes et enjeux des AMAP (cf la 1<sup>ère</sup> partie de ce document)
- Rencontrer des groupes de consommateurs et des producteurs en AMAP

## 2. Poser les bases de son projet

Contexte et références

Engagements du partenariat AMAP

Le partenariat AMAP en pratique

### 2. Poser les bases de son projet

#### 1. Définir son projet

#### Pour les consommateurs

##### Objectifs de cette étape :

- Se compter, voir s'il y a assez de personnes de motivées pour porter le projet et/ou pour s'engager en AMAP

---

##### La question à laquelle il faut répondre :

*Sur votre commune / Dans votre quartier, est-ce possible de constituer un groupe de consommateurs prêts à s'engager en AMAP ?*

---

##### Ce qu'il faut faire :

- Constitution d'un groupe de personnes « moteurs » (6-7 personnes) et répartition des tâches
- Définition des règles de fonctionnement internes, constitution de l'association (loi 1901 ou de fait)
- Recherche d'un local (salles municipales, locaux associatifs, boutiques, restaurants, école, etc.)
- Diffusion de l'information sur le projet (gazette locale, site internet, distribution d'un flyer, prise de contacts avec les associations environnementalistes locales, Réseau des AMAP IdF, etc.)

## Pour le producteur

### Objectifs de cette étape :

- Identifier les caractéristiques de votre exploitation et leurs conséquences pour la mise en œuvre d'un partenariat AMAP

---

### La question à laquelle il faut répondre :

*Comment pouvez-vous mettre en œuvre un partenariat AMAP ?*

---

### Ce qu'il faut faire :

- Avoir une vision claire de son projet professionnel : futur(s) atelier(s) de production, nombre d'associés ou de salariés, débouchés prévus.
- Evaluer ou connaître sa production : diversité et volumes totaux, puis estimer le nombre de contrats que cela représente.
- Identifier le périmètre dans lequel doit se situer votre groupe partenaire, et l'organisation logistique qui vous convient pour assurer les distributions
- Evaluer vos coûts de production annuels pour la production qui sera distribuée en AMAP, c'est-à-dire :
  - les charges de fonctionnement de votre exploitation : fermage, plants et semences, petit matériel, amortissement du gros matériel ou remboursement des emprunts, salaires et charges sociales, frais administratifs, etc.)
  - votre revenu

## 3. Rencontrer le(s) partenaire(s)

Contexte et références

1. Définir son projet
2. Poser les bases de son projet
3. Rencontrer le(s) partenaire(s)

Engagements du partenariat AMAP

### Pour le producteur et les consommateurs

**Objectifs de cette étape :**

- Voir si vous partagez les mêmes objectifs et que vos contraintes respectives sont compatibles

---

**La question à laquelle il faut répondre :**

*Est-ce que vous êtes prêts pour vous lancer ensemble dans un partenariat AMAP ?*

---

**Ce qu'il faut faire :**

- Visite de la ferme :

- **Le producteur** présente son histoire et celle de sa ferme, là où il en est aujourd'hui (production, pratiques agricoles, fonctionnement...), son(s) projet(s) professionnel(s), et ses motivations pour être en AMAP.

- **Le groupe** présente son état d'avancement (localisation, nombre de personnes impliquées...), et ses motivations pour être en AMAP.

- **Ensemble**, ils décident de se lancer dans un partenariat AMAP, ou pas.

Le partenariat AMAP en pratique

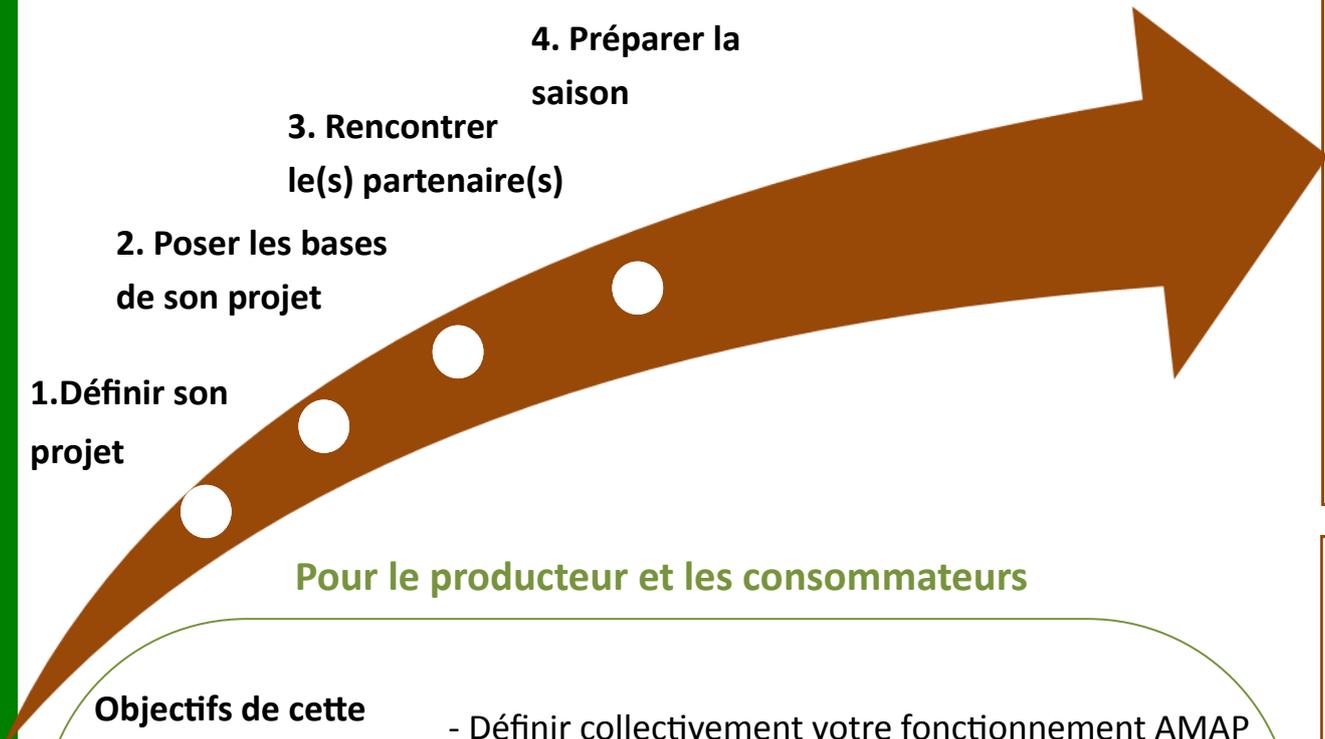


## 4. Préparer la saison

Contexte et références

Engagements du partenariat AMAP

Le partenariat AMAP en pratique

- 
1. Définir son projet
  2. Poser les bases de son projet
  3. Rencontrer le(s) partenaire(s)
  4. Préparer la saison

### Pour le producteur et les consommateurs

**Objectifs de cette étape :**

- Définir collectivement votre fonctionnement AMAP

---

**La question à laquelle il faut répondre :**

*Comment pouvez-vous mettre un partenariat AMAP en place ensemble ?*

---

**Ce qu'il faut faire :**

- Définir collectivement des termes du contrat (et rédaction du contrat) :
  - Date de démarrage des distributions
  - Montant du préfinancement assuré par chaque consommateur (voir page suivante)
  - Modalités pratiques de fonctionnement : jour, heure, lieu, fréquence des distributions
- Recherche et recrutement du nombre suffisant de consommateurs adhérents
- Signature des contrats et préfinancement
- Organisation pratique des distributions : réservation de salle, information aux adhérents, achat de balances, etc.

En maraîchage, les partenariats AMAP reposent sur le principe fondamental de **partage de la récolte** :

Le producteur évalue la production qu'il peut avoir (en quantité et diversité), en fonction de

son outil de production  
(surface, matériel et main d'œuvre disponibles)

son expérience (techniques de cultures, gestion de l'espace et du temps de travail)

les attentes et retours des familles partenaires



Le maraîcher évalue le nombre de foyers avec lesquels il peut signer un contrat.



Le maraîcher met en cultures ce qu'il faut pour nourrir le nombre de foyers avec lesquels il a signé un contrat.



A chaque distribution, le maraîcher répartit entre les différentes familles partenaires, la récolte obtenue au cours de la semaine.



Pour les produits transformés (pain, produits laitiers, viande, miel et produits dérivés) et les productions peu diversifiées (œufs, pommes, poires), aucun fonctionnement n'a encore été vraiment trouvé pour pouvoir fonctionner selon le principe de « partage de récolte ».

*Pour plus de détails sur ces fonctionnements, lire la fiche n°2.*

## Calculer le préfinancement de la récolte

L'objectif d'un partenariat AMAP est en premier lieu de permettre à l'agriculteur de vivre de son métier, et donc de lui garantir un revenu. Pour cela, il faut **s'assurer que le prix payé par les consommateurs couvre bien les coûts de production du producteur.**

Pour évaluer vos coûts de production, vous devez **prendre en compte le fonctionnement global de votre exploitation :**

- si vous faites du maraîchage mais qu'il y a un autre atelier de production sur la ferme, alors vous devez prendre en compte certaines dépenses générales, mais seulement à hauteur du chiffre d'affaire généré par le maraîchage (amortissement du hangar, frais administratifs, coûts salariaux, etc.).
- si vous ne faites que du maraîchage, mais que vous ne commercialisez qu'une partie de votre production en AMAP, alors vous devez évaluer la proportion équivalente de vos coûts de production

**Coûts de production pour le maraîchage en AMAP**  
(fermage, plants et semence, intrants, petit matériel, amortissement du gros matériel ou remboursement des emprunts, salaires et charges sociales, etc.)

+

**Revenu du producteur**

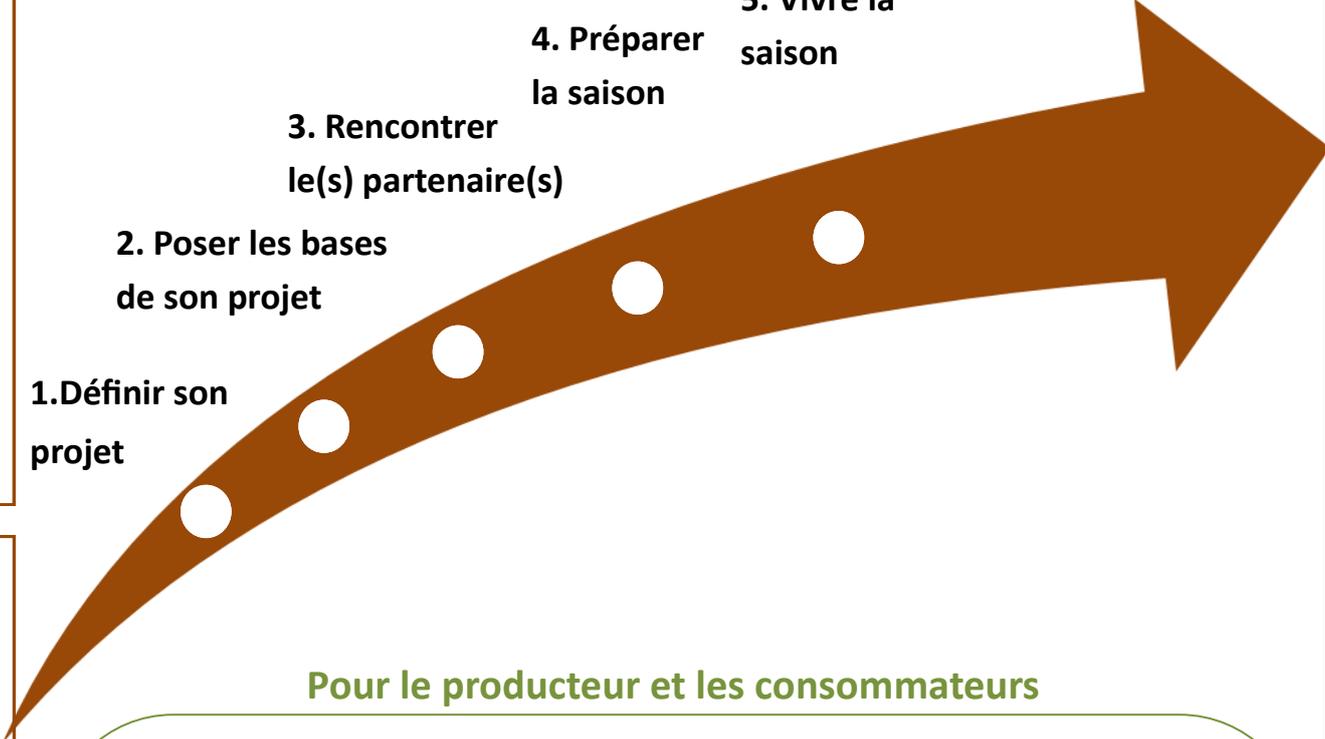
**prix équitable**

**Nombre de contrats signés**  
(on parle de « parts de récolte »)



Le chiffre ainsi obtenu correspond à ce que le consommateur doit préfinancer pour la production d'une année. Pour une communication plus facile, ce prix est souvent divisé par le nombre de semaines de distribution.

## 5. Vivre la saison

- 
1. Définir son projet
  2. Poser les bases de son projet
  3. Rencontrer le(s) partenaire(s)
  4. Préparer la saison
  5. Vivre la saison

### Pour le producteur et les consommateurs

#### La saison se déroule au rythme...

- ... des partages et distributions de la récolte
- ... des échanges avec le producteur sur la saison en cours, la production à venir, ses réussites et les ratés
- ... des réunions de l'association, et plus globalement de la vie du groupe
- ... des ateliers et visites de ferme
- ... de la participation aux rencontres interAMAP et interpaysans en AMAP
- ... de la participation et de l'organisation d'événements locaux

## Construire une relation de confiance entre le producteur et les consommateurs

La présence du producteur est considérée comme importante pour la qualité de la relation entre le producteur et les consommateurs. **Mais tout ne passe par là !**

Certains producteurs sont en partenariat avec plusieurs groupes, ils s'organisent donc parfois pour être présent alternativement aux distributions.

Les moyens de communication sont aujourd'hui nombreux : présence lors des moments importants de la vie de l'association, téléphone, emails, gazette, blog, site internet... La relation peut se construire par tout cela !

Mais attention, plus que l'aspect quantitatif, c'est **l'aspect qualitatif de la communication** qui est à privilégier : savoir exprimer ses attentes et besoins, respecter et être attentif aux attentes et besoin du(des) partenaire(s), anticiper les difficultés pour pouvoir mieux les dépasser... C'est tout cela « être partenaires ».

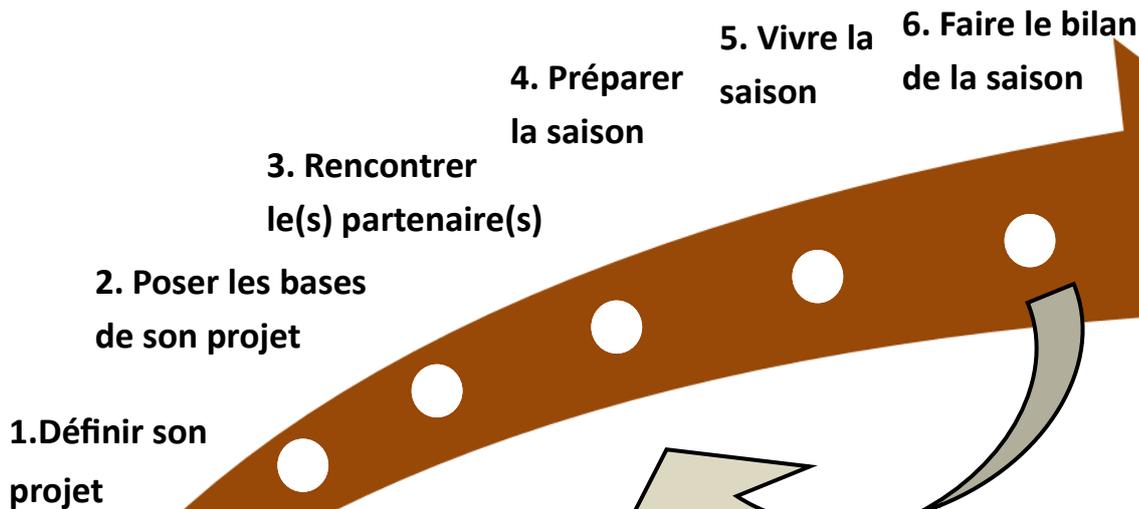


**Le producteur n'est pas membre adhérent de l'association, il en est le partenaire.**

Pour autant il est indispensable qu'il soit **associé à la vie de l'association** : participation aux réunions du Collectif, à l'Assemblée Générale, présence lors des distributions.

Vous assurerez ainsi le fait qu'aucune décision de l'association n'aura de conséquence négative pour le producteur.

## 6. Faire le bilan de la saison



### Pour le producteur et les consommateurs

#### Objectifs de cette étape :

- Tirer les enseignements de la saison passée et préparer la prochaine saison

#### La question à laquelle il faut répondre :

*Quels sont les points de votre partenariat AMAP que vous devez améliorer ?*

#### Ce qu'il faut faire :

- reprendre chacun des 3 x 3 engagements et voir comment ils ont été mis en œuvre et respectés par le groupe de consommateurs, comme par le producteur, tout au long de la saison.
- pour chaque difficulté, identifier les raisons et les pistes d'amélioration pour la prochaine saison
- discuter des termes du contrat pour la prochaine saison (voir étape n°4 « Préparation de la saison »).

**Le bilan de saison est un moment important du partenariat AMAP ; c'est l'occasion de :**

- comparer la situation par rapport à vos objectifs initiaux (cf étapes n°1 et n°2),
- revoir ensemble les fonctionnements des uns et des autres, et d'ainsi préparer la saison suivante (étape n°4).

Ce bilan peut se faire sous différentes manières : discussion collective (adhérents du groupe et producteur), interpellation des adhérents au cours des dernières distributions de la saison, temps d'échange privilégié avec le producteur, distribution d'un questionnaire papier ou en ligne, etc.

Vous pouvez aussi en profiter pour réaliser la 1<sup>ère</sup> étape du SPG (Système participatif de Garantie – lire plus haut, le point juridique).

## S'engager en AMAP, c'est s'engager dans un réseau

### Pour mener à bien votre projet, n'hésitez pas à :

- contacter d'autres groupes et producteurs en AMAP pour leur poser des questions, apprendre de leurs expériences ;
- participer aux rencontres interAMAP organisées à l'échelle de territoires ;
- participer aux journées interpayans en AMAP et aux formations ;
- vous engager dans la démarche du Système Participatif de Garantie mise en place au sein du réseau des AMAP d'Ile-de-France (SPG / Lire plus haut le point juridique).

### Et pour aller plus loin, vous pouvez aussi :

- participer à la vie du Réseau, en alimentant la gazette et/ou le site internet ;
- essaimer ou accompagner la création de nouveaux partenariats AMAP ;
- accompagner et/ou soutenir des porteurs de projets agricoles, souhaitant s'installer près de chez vous ;
- sensibiliser vos concitoyens et vos élus locaux, pour favoriser la préservation des terres agricoles.

#### Pour être mis en relation avec les membres du Réseau :

Réseau des AMAP d'Ile-de-France  
26 rue Beaubourg—75003 PARIS

Tél : 01.45.23.42.19 / Mail : fantine@amap-idf.org



