



Questionner ses pratiques au regard du cadre éthique et juridique

Clarification du cadre juridique

à partir du chantier « L'AMAP un bien commun d'intérêt général » du Miramap

Avril 2024

(Ce document est susceptible d'évoluer)



Sommaire

- Les repères juridiques à respecter en tant qu'AMAP
- Traduire ce cadre juridique dans les documents engageants l'AMAP (statuts, doc de com, nom de l'asso)
- Analyse de cas et outils – Foire aux questions
 - [Choix des fermes partenaires](#)
 - [Echanges d'argent, paniers test etc.](#)
 - [Commandes ponctuelles, partenariats « limites »](#)
 - [Artisanat et AMAP](#)
 - [Groupements d'achats](#)
 - [Place des paysan·nes dans les AMAP](#)
 - [Association non déclarée en préfecture](#)
 - [Présence des amapien·nes sur la ferme](#)
 - [Achat revente par la ferme](#)
 - [Soutien financier aux fermes](#)
 - [Financement paniers solidaires](#)
- Présentation du Diag'AMAP
- Pourquoi un chantier sur le cadre juridique de la marque AMAP ?



Les repères juridiques à respecter en tant qu'AMAP

Conclusions du diagnostic juridique et fiscal de l'avocat

Les pratiques à respecter pour utiliser le terme AMAP



La marque AMAP devient une marque collective !

UNE MARQUE AMAP COLLECTIVE = UNE RESPONSABILITE COLLECTIVE

Utiliser le terme AMAP signifie s'assurer de l'adéquation entre son fonctionnement et les conditions d'usage de la marque AMAP par différents moyens :

- S'appuyer sur les outils existants pour vérifier que l'on respecte le cadre juridique, établir un diagnostic de ses pratiques et identifier les points à améliorer
- Solliciter son réseau territorial ou le Miramap en cas de questionnements sur le respect du cadre juridique ou éthique de la marque AMAP
- Être membre d'un réseau d'AMAP, en tant qu' « utilisateur·rice – contributeur·rice » du bien commun 'AMAP' (notamment en adhérant à un réseau régional mais pas obligatoirement)



L'AMAP, une association d'intérêt général

D'après le diagnostic réalisé par l'avocat, **les AMAP peuvent prétendre être « organisme d'intérêt général »** à certaines conditions :

- Respecter au mieux les principes des activités d'une AMAP
- Apporter des précisions dans les documents officiels qui ont une valeur juridique (cf diapo suivante) :
 - Statuts et règlements d'intérieur des AMAP et réseaux d'AMAP
 - Règlement d'usage de la marque AMAPAutres documents avec une valeur juridique : décisions des organes de gouvernance (AG, conseil d'administration), conventions partenariales
- Ne pas bénéficier à un cercle restreint de personnes
- **Ne pas avoir une activité lucrative**



Quels sont les pratiques à éviter ou vers lesquelles tendre pour que l'AMAP ne soit pas assimilé à un commerce ?

Indices de lucrativité des AMAP

Tout ce qui assimile les activités à celles d'une entreprise (soumises à des impôts commerciaux)

L'échange d'argent sur le lieu de distribution ou vente au déballage : les paysan·nes vendent des produits qui n'ont pas été préachetés sur le lieu de distribution AMAP

Des flux financiers qui transitent via l'AMAP ou le Réseau d'AMAP, des amapien·nes aux paysan·nes. L'AMAP achète des produits pour les revendre.

La participation des paysan·nes à la direction de l'AMAP

Indices de non-lucrativité des AMAP

Tout ce qui n'est pas « concurrentielle » :

- Un projet de citoyen·nes bénévoles
- Un engagement contractuel entre un·e amapien·ne et une ferme, basé sur la solidarité, avec un engagement sur une durée de plusieurs mois et un prix indépendant du marché
- Une adaptation du prix en fonction des moyens financiers des adhérent·es

Tout ce qui montre une gestion désintéressée :

- L'investissement des bénévoles repose sur le bénévolat (pas de rémunération du travail fourni pour faire fonctionner l'AMAP)
- Les paysan·nes sont associé·es à la vie de l'AMAP



L'AMAP respecte au mieux les principes généraux des activités d'une AMAP *Pratiques à respecter pour utiliser la marque AMAP*

L'AMAP mène une activité d'intérêt général et porte le projet politique et social du mouvement AMAP.

Les **modalités du partenariat AMAP** entre les amapien·nes et un·e paysan·ne démontrent la différence avec l'activité d'une entreprise du secteur marchand :

- **Un contrat fondé sur la solidarité et non l'échange marchand** (qui se différencie d'un contrat de vente commercial) : engagement sur une saison avec un préfinancement de la production livrée périodiquement à un coût constant et un prix « indépendant » du marché, partage du risque en cas d'aléa de la production agricole etc.
- **Un contrat bipartite signé entre chaque amapien·ne et un·e paysan·ne**, sans que l'AMAP ne soit un intermédiaire (donc l'AMAP ne signe pas le contrat et ne fait pas d'achat revente)
- Les produits du·de la paysan·ne en AMAP sont de qualité, frais ou transformés issus de sa ferme (l'achat-revente est toléré tant qu'il reste marginal et clairement indiqué aux adhérent·es).



Les lignes « rouges » du cadre juridique à respecter

Pratiques à respecter pour utiliser la marque AMAP

- Le **partenariat se formalise systématiquement par un contrat** signé entre chaque amapien·ne et le·la paysan·ne (donc il n'y a pas d'échanges d'argent sur le lieu de distribution).
- **L'association ne doit pas pratiquer d'achat-revente** de produits, même sans bénéfices, et n'encaisse pas de règlements destinés aux fermes (activité commerciale par nature même s'il ne s'agit que d'un transfert d'argent).
- La **gestion de l'association doit être désintéressée** et doit reposer sur un projet de citoyen·nes bénévoles :
 - L'association n'est pas composée majoritairement et/ou dirigée principalement par des professionnels bénéficiant de ses activités, notamment les paysan·nes.
 - Tous les membres de l'association y participent à titre bénévole sans rémunération : aucun membre de l'association ne perçoit directement ou indirectement les bénéfices ou les actifs de l'association.
 - L'AMAP ne doit pas être constituée sous forme de société civile ou commerciale, ou de toute autre forme de groupement d'affaire à but lucratif (GIE etc.)



Les lignes « oranges » du cadre juridique

Pratiques à questionner pour utiliser la marque AMAP

POINTS APPROFONDIS DANS LES ANALYSES DE CAS DE CETTE PRESENTATION

- **AMAP de fait** : Si l'AMAP n'est pas déclarée en préfecture elle doit à minima être adhérente d'un réseau.
/!\ Dans ce cas attention à bien qualifier les responsabilités et à ce qu'il y ait une vraie proximité entre les AMAP de fait et le réseau
- **Réalisation de dons** de l'AMAP aux paysan·nes
Don à une ferme peut être considéré comme un appui d'une asso au chiffre d'affaires d'une entreprise (qui peut en retirer un avantage concurrentiel).
Don doit être justifié par une situation exceptionnelle, ou un soutien à un investissement pour renforcer la résilience de la ferme, en lien avec les objectifs de l'association.
- **Contrat sans engagement** sur la période de production
Consulter les [ressources du Réseau AMAP IdF pour renforcer vos partenariats](#) pour les autres productions que le maraîchage.
- **Contrat avec des artisan·es**/transformateurs, non liées directement à une ferme
Consulter la [page dédiée à l'artisanat et les AMAP](#) pour questionner vos pratiques.



Traduire ce cadre juridique dans les documents engageants l'AMAP

Les statuts d'une AMAP d'intérêt général
Quelques éléments de langage à avoir en tête



Recommandations pour la rédaction de documents engageants juridiquement l'AMAP

- La **rédaction des statuts** doit être fidèle aux activités menées et au mode de fonctionnement de l'association.
- Attention : développer des activités en dehors de l'objet social défini dans les statuts, engendre des risques juridiques importants, y compris pour les dirigeants, en cas de difficultés.
- Les **activités AMAP peuvent faire partie d'une association aux objectifs et missions plus larges** tant que les statuts correspondent aussi à l'AMAP
- **Mettre par écrit et acter les décisions prises dans les différentes instances** suivant le niveau d'enjeu et d'engagement que cela représente.
- Les choix faits en terme d'activités et de fonctionnement doivent être bien expliqués et actés par les membres
- Assurer un **suivi comptable et financier régulier**, avec pièces justificatives et présentation d'un rapport annuel en Assemblée Générale.
- Réaliser des **conventions spécifiques avec les organismes partenaires**, en particulier pour toutes activités engageant des flux financiers vers une autre organisation (CCAS, mairie etc.)



Les statuts d'une AMAP d'intérêt général

- Le droit n'aime pas les flous ! Rester trop flou dans la rédaction des statuts ne protège pas des risques juridiques, au contraire, il laisse une trop grande marge d'interprétation !
- **L'objet social** des statuts doit mentionner la promesse que se font les adhérent-es. Il doit être explicitement qualifié d'intérêt général dans les statuts faisant référence aux caractères « environnemental », « social », « éducatif ».

Proposition de formulation de l'objet social d'une AMAP :

« Une AMAP est une association de citoyens, sans but lucratif direct ou indirect. Elle a pour objet de développer ou soutenir toute activité d'intérêt général de défense de l'environnement, de solidarité à tous les niveaux et d'éducation populaire. Son objet social dépasse l'intérêt particulier d'un paysan AMAP et de son exploitation, elle porte un projet politique et social »

- L'AMAP mène des actions qui profitent à tou-tes et pas à « un cercle restreint de personnes »

Proposition de formulation de l'objet social d'une AMAP :

« L'AMAP soutient une agriculture respectueuse de l'environnement et des humain-es »
« L'AMAP cherche à rendre accessible à tou-tes une alimentation saine et de qualité »



Les statuts d'une AMAP d'intérêt général

- Les **moyens d'actions** doivent décrire les méthodes utilisées et les activités pour réaliser l'objet social.
- Les statuts de l'AMAP précisent la **place et le rôle des paysan·nes partenaires** au sein de l'AMAP
- Créer une catégorie de membres pour les paysan·nes qui peuvent participer aux instances sans avoir de voie délibérative
- Au-delà des statuts, il faut utiliser ces éléments de langage dans les outils de communication de l'AMAP.

Proposition de formulation des moyens d'action :

«Afin de réaliser son objet social et ses missions, l'Association peut, notamment :

- Etablir les termes des partenariats entre amapien·nes et paysan·nes, et s'assurer de leurs continuité. Le partenariat se formalise par un contrat d'engagement sans intermédiaire commerciale (préciser les modalités du contrat)
- Organiser des rencontres et échanges autour des enjeux agricoles et alimentaires
- Organiser des visites des fermes partenaires et des ateliers pédagogiques
- Réaliser des actions de sensibilisation
- Participer à la vie du Mouvement des AMAP
- Contribuer aux développements de Projets Alimentaire Territoriaux
- Participer à des mobilisation citoyenne en faveur de l'agriculture paysanne
- Développer des actions pour contribuer à rendre plus accessible à tous une alimentation de qualité
- Participer à l'installation de nouveaux paysans



Réseau des AMAP en Île-de-France

Être attentif aux termes utilisés dans notre communication !

- Les activités menés par une AMAP poursuivent nécessairement plusieurs niveaux d'objectifs du local au global, il faut mettre tous ces niveaux à l'écrit.
- **Attention à ne pas réduire le partenariat AMAP à sa dimension économique** ou d'adopter une description qui serait similaire à celle d'une entreprise avec une relation client/fournisseur ou encore d'utiliser des termes comme offre/demande.
- Veiller à ne pas laisser entendre que l'AMAP a pour objet principal des activités qui pourraient être considérées comme d'ordre concurrentiel, d'intérêt privé et de défense d'une filière économique.

« Une AMAP est une association d'habitants d'un territoire, **agissant dans le cadre de la défense de l'environnement, de la solidarité à tous les niveaux en références aux pratiques** et aux principes de l'éducation populaire. **Son objet social dépasse l'intérêt particulier** d'un·e paysan·ne en AMAP et de son exploitation, **elle porte un projet politique et social.** »

« **Soutenir l'agriculture paysanne est un moyen** pour développer des actions de protection de l'environnement, des actions d'éducation permanente et de progrès social, de solidarité, comme objets directs et concrets d'associations, portés par des habitants bénévoles. »



Quel nom pour votre association ?

NOM DE L'ASSOCIATION :

Il n'est pas obligatoire d'utiliser le terme AMAP dans le nom de l'association.

- Vous pouvez choisir de ne pas l'utiliser dans votre nom afin que les actions de votre association puissent aller au-delà des partenariats AMAP
- En vous appelant AMAP, vos actions et pratiques peuvent engager l'ensemble des membres du mouvement AMAP.



Analyse de cas concrets

Foire aux questions

Pratiques agricoles des fermes, achat revente par la ferme

Modalités des partenariats (commande ponctuelle, produits transformés, artisanat etc.),
échanges d'argent

Déclaration en préfecture de l'association

Place des paysan·nes dans l'AMAP, ateliers à la ferme, soutien financier aux fermes

Financement des paniers solidaires



Analyse de cas n° 1

Analyse de cas : L'AMAP cherche une nouvelle ferme maraîchère suite au départ à la retraite de la maraîchère actuelle. Elle est contacté par une ferme à 40 km de l'AMAP, en agriculture raisonnée qui envisage d'aller vers l'agriculture bio mais ne souhaite pas être certifiée.

Correspond au cadre juridique
Correspond aux principes éthiques

Ne correspond pas au cadre juridique
Questionne les principes éthiques

Ethique AMAP :

- Les AMAP s'inscrivent dans le soutien à une agriculture paysanne
- La certification « agriculture bio » n'est pas obligatoire dans la charte des AMAP mais les pratiques de la ferme doivent « relever » de l'AB (pratiques durables, sans produits de synthèse, sans OGM, favorisant la biodiversité etc.)
- Chaque AMAP est libre de choisir avec quelle ferme elle souhaite travailler en identifiant les critères qui sont importants pour elle (distance, pratiques agricoles, organisation de la ferme, relation humaine etc.).
- Une AMAP peut choisir de soutenir une ferme en conversion vers l'agriculture bio

Cadre juridique :

- Si la ferme n'est pas certifiée bio (ou en conversion), l'AMAP doit l'explicitier régulièrement aux amapien·nes pour ne pas faire de publicité mensongère ou de tromperie du consommateur.
- !/ \ Une personne qui arrive dans une AMAP s'attend à ce que les produits soient bio !
- Si l'AMAP travaille avec une ferme qui n'a pas des pratiques qui relèvent de l'agriculture bio, elle ne doit pas utiliser le terme AMAP.
- Le partenariat doit être direct avec les paysan·nes de la ferme et sans intermédiaire (l'entreprise agricole doit être dirigé par des paysan·nes).



Analyse de cas n° 2

Analyse de cas : L'AMAP demande à l'éleveur laitier de venir avec un stock de fromages et yaourts afin que chaque amapien-ne achète lors de la distribution les produits qu'il-elle souhaite ce jour-là.

Correspond au cadre juridique

Ne correspond pas au cadre juridique

Correspond aux principes éthiques

Questionne les principes éthiques

« Les ventes au déballage sont des **ventes de marchandises effectuées dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente au public de ces marchandises** ainsi qu'à partir de véhicules spécialement aménagés à cet effet. La réglementation s'applique à toute vente réalisée dans un espace, public ou privé, qui n'est pas exploité, en vertu d'un titre d'occupation, pour l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale. »

Source : Inforeg, la réponse à vos questions juridiques- Rubrique ACTIVITÉS RÉGLEMENTÉES



VENTE AU DEBALLAGE ET ECHANGE D'ARGENT

- Risque juridique de la vente au déballage :
 - Amende de 15.000€ à 75.000€ (2^e article L.310-5 du Code de commerce)
 - S'acquitter de taxes commerciales
 - Ne plus pouvoir utiliser un local associatif public
- Le local de l'AMAP ne peut souvent pas être utilisé pour faire de la vente (local municipal dédié aux associations)
- Lorsqu'on récupère à la distribution, les chèques pour l'intégralité du contrat, le montant ne correspond pas à la valeur du panier récupéré ce soir là. Donc c'est toléré !
- Tolérance pour le règlement des paniers solidaires qui peut se faire pendant la distribution :
 - Cela s'inscrit dans l'objet social de l'AMAP qui cherche à rendre accessible au plus grand nombre le modèle AMAP
 - Il y a tout de même un engagement vis-à-vis de la ferme sur ces paniers
- Tolérance pour le règlement de paniers test pour découvrir les paniers



PANIER TEST OU « REVENTE » DE PANIERS

- « Paniers test » : possibilité donnée par certaines AMAP de découvrir l'AMAP en achetant un « panier test » avant de s'engager sur un contrat.
 - Idéalement récupérer le règlement en amont de la distribution (ne serait-ce que pour s'assurer que la personne vienne bien récupérer le panier)
 - Tolérance si le règlement se fait le jour même tant que c'est marginal et aux périodes de renouvellement du contrat
- Liste d'« intermittents » (via mail ou outil numérique) : personnes qui rachètent ponctuellement des paniers d'amapien·nes absentes
 - Idéalement, faire adhérer ses intermittent·es à l'association pour qu'ils aient un statut d'adhérent·e lorsqu'ils viennent récupérer un panier ponctuellement
 - Éviter au maximum les règlements en espèces sur place
 - /!\ Ethique : quel équilibre par rapport à ceux qui s'engagent à l'année ?
- Arrangements entre amapien·ne pour faire récupérer / revendre leurs paniers (règlement en dehors de la distribution)



Analyse de cas n° 3

Analyse de cas : Un partenariat est envisagé avec un viticulteur, il vient à la distribution AMAP pour rencontrer les adhérent-es, présenter sa ferme et ses produits. Il propose aux adhérent-es de lui acheter des bouteilles car ils-elles ont besoin de goûter avant de s'engager financièrement sur une saison.

Correspond au cadre juridique

Ne correspond pas au cadre juridique

Correspond aux principes éthiques

Questionne les principes éthiques

Qualification : **vente au déballage**

Suggestions d'alternatives :

- L'AMAP peut acheter quelques bouteilles au viticulteur pour les faire goûter gratuitement aux adhérent-es
- Les adhérent-es intéressé-es font un « contrat

- dégustation » dont les produits sont amenés lors de cette soirée pour leur permettre de tester les produits avant de lancer un partenariat sur la saison
- Occasion d'organiser un moment convivial de dégustation vin-fromages en trouvant un-e amapien-ne amateur·rice d'oenologie !



Les partenariats « limites », on en fait quoi ?

Comment aborder les partenariats « limites » ?

PARTENARIATS « LIMITES » = commandes ponctuelles groupées (une à deux livraisons par an) qui s'éloignent d'un contrat d'engagement AMAP ; partenariat avec des fermes hors IDF / limitrophes

- **Caractériser la situation** : modalités du partenariat (engagement sur une part de production variable, préfinancement, présence aux distribution / à la ferme etc.), interlocuteur (paysan·ne, transformateur·rice, revendeur etc.), type de production (bio ou pas), distance géographique
- **Définir collectivement si l'on considère que ça a sa place en AMAP :**
 - Soit, si la ferme est intéressée, on peut renforcer le partenariat pour tendre davantage vers un contrat d'engagement (cf diapo suivante)
 - Soit, on décide de sortir ce partenariat de l'AMAP (passer par des listes mails différentes, ne pas le présenter comme un contrat AMAP, création d'un groupement d'achats).



Vers un partenariat engageant et solidaire pour les fruits, les produits d'élevage, de fermes céréalières, les PPAM etc.

PRINCIPES

- Sortir d'une approche « produit » pour entrer par une approche « producteur » où l'on soutient une ferme
- Co-construire le contrat et accepter que certain·es paysan·nes ne sont pas intéressé·es de mettre en place un contrat AMAP poussé

CONTRAT

- Respecter la saisonnalité du produit
- Réfléchir le contenu du panier en « part de production » variable et pas en quantité fixe
- Avoir une approche globale en intégrant au contrat les produits annexes issus de la production (chevreaux, poules de réforme etc.)
- Réfléchir avec le·la paysan·ne pour proposer des coups de main qui répondent vraiment à ses besoins

ORGA AMAP

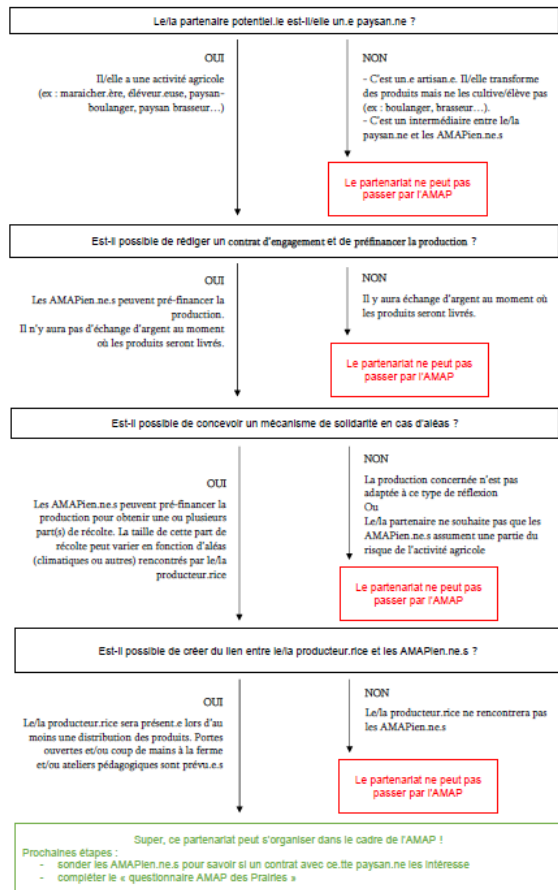
- Avoir une demande suffisante pour que le contrat soit viable économiquement
- Avoir un binôme de référent·es prêt·es à s'investir pour gérer le partenariat
- Être raisonnable sur le nombre de partenariats : chaque partenariat demandera du temps de travail bénévole et de la disponibilité des amapien·nes !



Réseau des AMAP en Île-de-France

Des outils pour se poser les bonnes questions avant de démarrer un partenariat

AMAP des Prairies - Arbre décisionnel



G. Re-construction du questionnaire - AMAP des Prairies 2020

Questions	Réponses	Guide d'analyse des réponses
Principes de fonctionnement AMAP		
Le/la producteur.rice a-t-il/elle la volonté d'inscrire ce partenariat dans le temps (= reconduire sur plusieurs années) ?		
Pour cette production, à quoi correspond une « part de récolte » ?		Pour beaucoup de productions, la notion de « part de récolte » reste à définir. C'est une discussion à avoir avec le/la producteur.rice
Sur quelle quantité/fréquence de livraison l'AMAP doit-elle s'engager pour que le partenariat soit viable pour le/la producteur.rice ?		Combien d'inscrite.s aux autres contrats (pour ordre de grandeur) ?
A quels aléas ce type de production est-il soumis (spécifiques à ce type de production ainsi que non spécifiques) ? Comment s'exprime la solidarité des AMAPien.ne.s en cas d'aléas ?		Si aucun mécanisme de solidarité n'est envisageable : le partenariat ne peut pas être organisé dans le cadre de l'AMAP des Prairies
Est-il possible de rédiger un contrat d'engagement et de pré-financer la production ?		S'il ce n'est pas possible : le partenariat ne peut pas être organisé dans le cadre de l'AMAP des Prairies
Maintenir une agriculture de proximité		
Le/la producteur.rice est-il/elle basé.e en Ile-de-France ou dans un département limitrophe ?		S'il est possible de produire ce produit en Ile-de-France et que le/la producteur.rice n'est pas basé.e en Ile-de-France : le partenariat ne peut pas être organisé dans le cadre de l'AMAP des Prairies
Est-il possible de produire le produit proposé en Ile-de-France ?		2 points bonus si la ferme est en lien avec d'autres acteurs agricoles de son territoire
La ferme est-elle en lien avec d'autres acteurs agricoles de son territoire (fourniture d'engrais, alimentation des animaux, partage d'outils...) ? En particulier : la ferme est-elle engagée dans des réflexions de répartition des volumes de production avec les autres producteur.rice.s de son territoire ?		1 point bonus sur installation récente
Le/la producteur.rice est-il/elle installé.e récemment (moins de 2 ans) ?		1 point bonus si la ferme est facilement transmissible
Transmissibilité de la ferme : le/la producteur.rice a-t-il/elle fait des choix d'outils de production raisonnablement capitalisés ?		
Liens avec les AMAPien.ne.s		
Est-il possible d'organiser des ateliers pédagogiques / visites / coups de main à la ferme ?		Oui : un partenariat dans le cadre de l'AMAP des Prairies est envisageable Non : Le partenariat ne peut pas être organisé dans le cadre de l'AMAP des Prairies
Le/la producteur.rice peut-il/elle être présent.e lors des distributions ? Création de liens avec les consommateurs, pédagogie concernant le travail à la ferme, prise en compte des remarques des AMAPien.ne.s		Oui : un partenariat dans le cadre de l'AMAP des Prairies est envisageable Non : Le partenariat ne peut pas être organisé dans le cadre de l'AMAP des Prairies



Réseau des AMAP en Île-de-France

Des outils pour se poser les bonnes questions avant de démarrer un partenariat

- [Les fondamentaux d'un partenariat AMAP](#)
- Les [bonnes questions à se poser](#) pour se lancer dans un partenariat
 - [Partenariat Fruits](#)
 - [Partenariat Volaille](#)
 - [Partenariat Œufs](#)
 - [Partenariat Produits laitiers](#)





Commandes « annexes » des fermes partenaires

- Certaines fermes / élevages ont une production « principale » (légumes, fruits frais, céréales etc.) et des productions « secondaires » (bocaux de légumes, sirops de fruit, viande bovine etc.).
- Il est fréquent que ces fermes proposent à leurs AMAP des commandes ponctuelles pour ces productions secondaires.
- Etant donné que les amapien·nes et la ferme ont déjà un contrat d'engagement solidaire « principal », il est toléré que la vente des produits secondaires se fasse davantage sous la forme d'une commande ponctuelle.



Analyse de cas n° 4

Analyse de cas : Une AMAP est en partenariat avec une boulangerie autogérée bio qui travaille déjà avec plusieurs AMAP. Cette boulangerie s'approvisionne en farine auprès d'un moulin localisé en Ile de France qui travaille à 30% avec du blé bio d'Ile de France. L'AMAP est contactée par une paysanne boulangère récemment installée à 50km, la production de céréales est en conversion vers le bio. En attendant, elle fait déjà du pain avec des céréales d'une ferme bio voisine. Les amapien-nes décident d'arrêter le partenariat avec la boulangerie pour travailler avec la paysanne boulangère.

Correspond au cadre juridique

Correspond aux principes éthiques

Ne correspond pas au cadre juridique

Questionne les principes éthiques

Risques juridiques du partenariat avec la boulangerie :

- Non lucrativité : pour les produits transformés (bière, savons etc.) sans lien direct avec une ferme (approvisionnement ou localisation de l'activité), il y a moins de différences entre les conditions de vente dans un lieu de vente classique et les contrats AMAP.

- Modèle AMAP pensé pour soutenir les aléas d'une activité agricole.

Questionnements éthiques :

- Quelle plus value de l'AMAP si les amapien-nes pourraient aller directement à la boulangerie ?
- Pour la boulangerie : pas de visibilité sur les fermes qui produisent les céréales



L'artisanat & les AMAP

2 cas possibles de partenariats pour des produits transformés en AMAP :

- Le partenariat est avec un·e **paysan·ne artisan·es qui transforment des matières premières qu'il·elle produit.**
- Le partenariat porte sur des produits alimentaires, avec **un·e artisan·e qui est en relation directe avec une ferme paysanne :**
 - Pour son approvisionnement en matières premières
 - Ou comme activité de transformation intégrée à une ferme, et participant à la viabilité économique et à la diversification des activités de celle-ci

/!\ Dans tous les cas ce partenariat doit répondre aux mêmes engagements et pratiques que ceux avec un·e paysan·ne

Retrouvez toutes les ressources sur ce sujet dans la [page dédiée](#) sur notre site internet !



Mettre en place un groupement d'achats en dehors de l'AMAP pour tout ce qui sort du cadre de l'AMAP

GROUPEMENT D'ACHAT (GA) = « un groupe de personnes se constituant dans le but d'acheter en commun à des producteurs et/ou des **intermédiaires** des produits locaux et/ou issus de l'Agriculture Biologique (avec ou sans label) en faisant le choix (ou non) d'un mode de production paysanne et artisanale. »

Définition de Passerelle Eco n°33 – Printemps 2009

Un fonctionnement pertinent pour les productions qui ne peuvent pas faire l'objet d'un partenariat AMAP solidaire et engageant !

!/\ Un groupement d'achat ne signifie pas autorisation de vente au déballage (comme ce qui se fait par exemple sur un marché) : pas d'échange d'argent, paiement anticipé (dans l'idéal)
Contrairement aux AMAP, **le règlement peut être effectué en commun et donc transiter par le compte de l'association par exemple.**

A consulter :

- [La fiche pratique du Réseau AMAP IdF pour mettre en place un groupement d'achat !](#)
- [Les statuts du GRAPS des Lilas](#)



Analyse de cas n° 5

Analyse de cas : L'AMAP a un collectif composé de référent·es qui se répartissent les tâches à mener. Une charte de fonctionnement de l'AMAP a été rédigée. Cependant elle n'est pas déclarée en préfecture en tant qu'association loi 1901.

Correspond au cadre juridique

Ne correspond pas au cadre juridique

Correspond aux principes éthiques

Questionne les principes éthiques

Risque juridique : **juridiquement et théoriquement, il n'est pas obligatoire que l'AMAP soit déclarée en préfecture mais c'est fortement recommandé.**

- Si l'AMAP n'est pas déclarée, elle n'a pas de documents qui ont une valeur juridique pour ne pas être considéré comme lucrative (statuts, règlement intérieur, décisions de l'organe de gouvernance etc.)
- En cas de contrôle, l'AMAP pourrait être considérée comme une société commerciale créée de fait et être soumise aux impôts sur les sociétés dont les montants sont très conséquents.
- A minima, **le Miramap demande qu'une association non déclarée soit adhérente à un réseau d'AMAP** pour avoir un minimum de protection juridique et pouvoir bénéficier d'une assurance
- **Une AMAP peut adhérer au Réseau AMAP IdF même si elle n'est pas déclarée en préfecture.**

Plus d'info sur les obligations d'une association, et le rôle de représentant légal sur [l'article dédiée !](#)



Analyse de cas n° 6

Analyse de cas : Un maraîcher habite le même village que l'AMAP qu'il livre en légumes. Il est aussi adhérent « consommateur » de l'AMAP pour les œufs et la volaille. A ce titre, il souhaite participer aux votes lors de l'AG de l'AMAP qui doit décider de la suite du partenariat avec l'éleveur. Il aimerait aussi proposer de rejoindre le bureau pour co-organiser des animations dans le village.

Correspond au cadre juridique
Correspond aux principes éthiques

Ne correspond pas au cadre juridique
Questionne les principes éthiques

Cadre juridique :

- La **gestion de l'association AMAP doit être désintéressée** et doit reposer sur un projet de citoyen·nes bénévoles.
- L'association ne doit pas être composée majoritairement par des professionnels bénéficiant de ses activités (not. paysan·nes).
- Si un·e paysan·ne partenaire participe au bureau, il ne doit pas avoir de voie délibérative.
- Les statuts doivent prévoir les formes de participation des paysan·nes à l'association

Cadre éthique :

- Un·e **paysan·ne peut intervenir dans une AMAP à plusieurs titres** (en tant que ferme partenaire de l'association, en tant qu'adhérent·e de l'AMAP s'il·elle souscrit à un contrat, en tant qu'acteur·rice du mouvement AMAP) >>> CF DIAPOS SUIVANTES
- Il convient de **choisir une AMAP / ferme partenaire avec qui l'on a des attentes compatibles** et de respecter le niveau d'implication que souhaite avoir (ou pas) le·la paysan·ne.



La place des paysan·nes dans les AMAP

L'implication des paysan·nes dans une AMAP prend plusieurs formes et recoupe des intérêts différents :

Les paysan·nes contribuent à l'intérêt général par leurs pratiques agricoles et par leur implication dans le projet politique de l'AMAP qui vise une alliance entre paysan·ne et citoyen·nes

Un·e paysan·ne peut être adhérent·e d'une AMAP avec laquelle il·elle est en partenariat par ailleurs.

Les paysan·nes partenaires d'une AMAP ont des intérêts privés qui sont impactés par les orientations / actions de l'AMAP (nb d'adhérent·es, évolution du prix du panier etc.)

➔ **Les paysan·nes ont des intérêts privés dans l'AMAP tout en contribuant à l'intérêt général.**

RISQUES JURIDIQUES : Si les paysan·nes participent majoritairement à la gouvernance d'une AMAP

- Potentiel conflit d'intérêt entre l'intérêt privé de la ferme et l'intérêt général défendu par le mouvement AMAP
- AMAP considérée comme une coopérative ou un syndicat professionnel de paysan·nes



La place des paysan·nes dans les AMAP

Besoin de clarifier et spécifier la place des paysan·nes pour écarter le potentiel conflit d'intérêt tout en favorisant l'implication des paysan·nes dans l'AMAP :

PAYSAN·NES CONTRIBUTEUR DE
L'INTERET GENERAL



Prévoir dans les statuts de l'AMAP une catégorie de membres « Paysan·nes partenaires » pour :

- Leur permettre de participer aux instances (AG, CA etc.) sans avoir de droit de vote, ainsi qu'aux temps festifs
- Expliciter leur retrait potentiel d'un échange en cas de risques de conflits d'intérêts

PAYSAN·NE AMAPIEN·NE



En tant qu'amapien·ne, un·e paysan·ne pourrait :

- Participer au conseil d'administration de son AMAP sans droit de vote
- Être référent·e d'un contrat avec une autre ferme

PAYSAN·NE PARTENAIRE AVEC DES
INTERETS PRIVES :



Prévoir dans les statuts l'organisation de temps d'échanges annuels dédiés au bilan de chaque partenariat avec une ferme
➔ Avoir un espace de discussion formalisé et dédié à échanger sur les « intérêts privés » de la ferme (sa situation, ses besoins etc.)



Analyse de cas n° 7

Analyse de cas : Une ferme maraîchère en AMAP et les référents légumes constatent que peu de personne se mobilise pour venir à la ferme. Ils décident d'indiquer dans le prochain contrat légume qu'il est obligatoire de participer à au moins une journée à la ferme sur l'année pour découvrir la ferme et participer aux activités.

Correspond au cadre juridique

Ne correspond pas au cadre juridique

Correspond aux principes éthiques

Questionne les principes éthiques

Risques juridiques : En rendant la participation obligatoire aux ateliers sur la ferme, on risque de considérer cette présence des amapien·nes comme du **travail déguisé** (cf diapo suivante)

Questions éthiques :

→ Venir à la ferme constitue un des temps forts du partenariat AMAP, nécessaire pour que les amapien·nes comprennent les réalités du travail

agricole (**pédagogie**).

→ Ces temps permettent aussi de **lutter contre l'isolement** des paysan·nes sur leurs fermes et créer des **liens humains** au sein de l'AMAP.

→ Pour que l'AMAP soit ouverte à une diversité de personnes, il faut **prendre en compte que tout le monde n'a pas les mêmes disponibilités** (personne aidante, travaillant le week-end etc.) et **proposer différentes façons de s'impliquer**.

Présence des amapien·nes sur la ferme

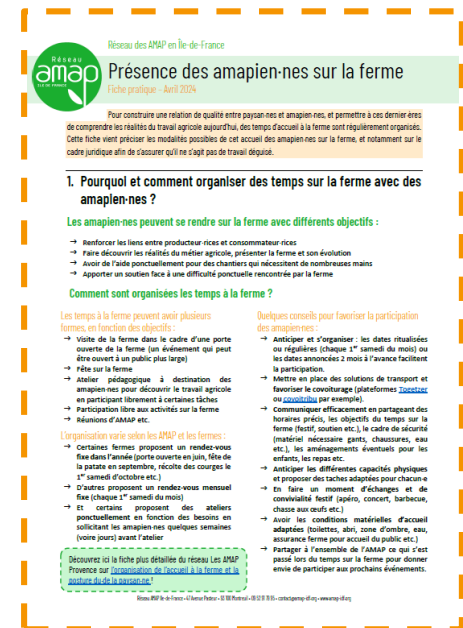
On peut distinguer deux types d'aide à la ferme :

- Les **ateliers pédagogiques**, co-organisés par l'AMAP et la ferme pour faire découvrir le travail à la ferme aux amapien·nes 1 à 2 fois dans l'année (participation libre, ponctuel, pédagogique)
- La **participation régulière et plus informelle** d'un·e ou deux amapien·nes qui viennent ponctuellement pendant une journée, aider leur paysan·ne.

Le bénévolat ou coup de main sur la ferme est toléré si certaines conditions sont respectées :

- Pas de rémunération (désintéressement)
- Non permanent / de courte durée
- Non sollicité
- Non planifié
- Non indispensable à la mise en valeur de l'exploitation

Consultez la fiche dédiée en cliquant ci-dessous !



Réseau des AMAP en Île-de-France
amap
ÎLE DE FRANCE

Présence des amapien·nes sur la ferme

Fiche pratique - Avril 2024

Pour construire une relation de qualité entre paysan·nes et amapien·nes, et permettre à ces derniers d'en comprendre les réalités du travail agricole aujourd'hui, des temps d'accueil à la ferme sont régulièrement organisés. Cette fiche vient préciser les modalités possibles de cet accueil des amapien·nes sur la ferme, et notamment sur le cadre juridique afin de s'assurer qu'il ne s'agit pas de travail déguisé.

1. Pourquoi et comment organiser des temps sur la ferme avec des amapien·nes ?

Les amapien·nes peuvent se rendre sur la ferme avec différents objectifs :

- Renforcer les liens entre producteur·rices et consommateur·rices
- Faire découvrir les réalités du métier agricole, présenter la ferme et son évolution
- Avoir de l'aide ponctuellement pour des chantiers qui nécessitent de nombreuses mains
- Apporter un soutien face à une difficulté ponctuelle rencontrée par la ferme

Comment sont organisés les temps à la ferme ?

Les temps à la ferme peuvent avoir plusieurs formes, en fonction des objectifs :

- Visite de la ferme dans le cadre d'une porte ouverte de la ferme (un événement qui peut être ouvert à un public plus large)
- Fête sur la ferme
- Atelier pédagogique à destination des amapien·nes pour découvrir le travail agricole en participant librement à certaines tâches
- Participation libre aux activités sur la ferme
- Réunion d'AMAP etc.

L'organisation varie selon les AMAP et les fermes :

- Certaines fermes proposent un rendez-vous fixe dans l'année (porte ouverte en juin, fête de la patate en septembre, récolte des courges le 1^{er} samedi d'octobre etc.)
- D'autres proposent un rendez-vous mensuel fixe (chaque 1^{er} samedi du mois)
- Et certaines proposent des ateliers ponctuellement en fonction des besoins en sollicitant les amapien·nes quelques semaines (voire jours) avant l'atelier

Quelques conseils pour favoriser la participation des amapien·nes :

- Anticiper et s'organiser : les dates ritualisées ou régulières (chaque 1^{er} samedi du mois) ou les dates annoncées 2 mois à l'avance facilitent la participation.
- Mettre en place des solutions de transport et favoriser le covoiturage (plateformes [Zoozoo](#) ou [Gozoo](#) par exemple).
- Communiquer efficacement en partageant des horaires précis, les objectifs du temps sur la ferme (festif, soutien etc.), le cadre de sécurité (matériel nécessaire gants, chaussures, eau etc.), les aménagements éventuels pour les enfants, les repas etc.
- Anticiper les différentes capacités physiques et proposer des tâches adaptées pour chacune.
- En faire un moment d'échanges et de convivialité festif (apéritif, concert, barbecue, chasse aux œufs etc.)
- Avoir les conditions matérielles d'accueil adaptées (toilettes, abri, zone d'ombre, eau, assurance ferme pour accueil du public etc.)
- Partager à l'ensemble de l'AMAP ce qui s'est passé lors du temps sur la ferme pour donner envie de participer aux prochains événements.

Découvrez en ligne plus de détails du Réseau AMAP Île de France sur [l'organisation de l'accueil à la ferme et la posture de la paysanne](#).

Source: Réseau amap Île de France - 11 Mars 2024 - 11 Mars 2024 - 11 Mars 2024 - 11 Mars 2024 - 11 Mars 2024



Présence des amapien·nes sur la ferme

Recommandations pour l'organisation des ateliers pédagogiques :

- Laisser une participation libre des amapien·nes (pas de contrainte)
- L'AMAP doit co-organiser les ateliers avec les paysan·nes, c'est elle qui doit communiquer auprès des amapien·nes sur l'atelier
- Eviter toute forme de rémunération (repas offert totalement, dons de produits etc.)
- Inscrire ses actions dans l'objet / le projet social des AMAP : la présence des amapien·nes n'a pas une visée professionnelle mais éducative



Analyse de cas n°8

Analyse de cas : La maraichère n'est pas outillée et n'a pas les terres adaptées pour produire des pommes de terre. Elle les achète à une ferme maraichère bio voisine. Elle a prévenu ses amapien-nes lors de la dernière AG et indique à chaque distribution l'origine des pommes de terre.

Correspond au cadre juridique

Correspond aux principes éthiques

Ne correspond pas au cadre juridique

Questionne les principes éthiques

Risque juridique : **achat revente par la ferme est toléré juridiquement tant que c'est accessoire** :

- Qu'il se fait en même temps que la vente des produits de la ferme,
 - que les produits revendus sont minoritaires
 - et que l'achat revente n'est pas une fin en soi.
- ! \ Obligations de transparence du paysan-ne vis-à-vis des amapien-nes (not. à la distribution) pour ne pas « tromper le consommateur » qui part du principe que tous les produits viennent de la ferme

Risques éthiques : **questionner au cas par cas**

- Forme de compromis entre les contraintes de production de la ferme et la composition d'un panier qui réponde à certaines attentes.
- Doit rester marginale : on s'éloigne du principe de partage de récolte, les amapien-nes ne connaissent pas cette 2^e ferme ni ses méthodes de production.
- L'AMAP pourrait choisir de faire un contrat pommes de terre avec la ferme ou accepter de ne pas avoir ce légume.



Analyse de cas n°9

Analyse de cas : Le maraicher doit construire un hangar, il est financé principalement par des subventions et un prêt bancaire de 20.000€. Les délais d'obtention du prêt s'allongent et le chantier de construction doit démarrer. Des amapien·nes proposent au maraicher de lui prêter les sommes nécessaires en attendant l'obtention du prêt.

Correspond au cadre juridique

Ne correspond pas au cadre juridique

Correspond aux principes éthiques

Questionne les principes éthiques

Risque juridique :

- Les pratiques de soutien financier aux fermes peuvent induire une forme de lucrativité de l'AMAP car elle participerait aux bénéfices directs de l'entreprise agricole (avantage concurrentiel).
- Le soutien financier par le prêt ou le don ne doit répondre qu'à des **situations d'urgence exceptionnelles**.

Risques éthiques :

- La mobilisation des amapien·nes correspond à l'engagement de solidarité avec les fermes au cœur du partenariat AMAP
- Certaines fermes peuvent ne pas être à l'aise de recourir au soutien financier des amapien·nes qui peut induire une forme de redevabilité.

Soutien financier à une ferme

RECOMMANDATIONS DU MIRAMAP SUR LE SOUTIEN FINANCIER :

- Pour éviter d'induire des liens privilégiés entre l'AMAP et l'entreprise agricole, **il est préférable de passer des structures juridiques dédiées** (association [cagnottes solidaires](#), ou plateforme de financement participatif comme bluebees ou miimosa pour les dons).
- Il est recommandé d'apporter un **soutien aux personnes physiques** (le·la paysan·ne) plutôt qu'à l'entreprise agricole.

Au-delà des mobilisations financières exceptionnelles, il faut s'assurer régulièrement que le prix de la part de récolte couvre bien les charges de la ferme et la rémunération du·de la paysan·ne.

→ Utiliser [cette fiche](#) pour faciliter les échanges sur le prix de la part de récolte.

Consultez la fiche dédiée aux outils de soutien financier en cliquant ci-dessous !



Réseau des AMAP en Île-de-France
Soutien financièrement une ferme
14 de politique - version décembre 2020

1. Soutenir une ferme par le don

Faire un don à partir des fonds de l'AMAP :

Le cadre juridique du don d'une association à une entreprise fait l'objet de discussions avec des avis divergents sur la légalité. Cette pratique est déconseillée par le Réseau amap, cela pouvant induire une forme de soumission des AMAP (période) direct à une entreprise et met en péril la reconnaissance d'intérêt général des AMAP. Pour autant, en cas d'urgence liée à une situation exceptionnelle et ponctuelle, le don à une ferme peut être toléré.

Pour cela il faut :

- Préciser origine du versement fait aux paysan·nes / don fait à partir des adhésions de l'AMAP / fonds propres (il ne faut pas que le don vienne de subventions publiques par exemple)
- Garder une trace écrite du vote collectif (ie cette décision de don - faire voter ce don par AG ou CA)
- Quelles modalités pour décider de faire un don à partir des fonds de l'AMAP - consulter vos statuts ou règlement intérieur pour voir s'il mentionne des choses sur l'utilisation des fonds de l'AMAP. Sinon, il faudra voter avec le CA ou collectif de l'AMAP si vous considérez que le CA est légitime pour prendre cette décision ou bien s'il faut en parler à l'ensemble des amap·pers.
- Pour être légal et ne pas sortir du cadre associatif, ce don fait à une ferme (qui est une entreprise agricole) doit être très en lien avec vos statuts d'association au mardien de l'agriculture paysanne.
- Sur la déclaration de don par l'entreprise : lorsqu'une entreprise déclare un don il est fiscalité, par rapport à un bien très important, lorsque une ferme a eu un gros été et donc un résultat économique négatif (pas d'argent qui a permis l'intégrité de la production), elle avait déclaré les dons comme produits exceptionnels et n'avait pas été imposable. Dans le cadre d'un investissement et d'une situation économique normale, ce don pourrait être soumis à une imposition plus forte.

Mettre en place une cagnotte en ligne pour récolter des dons :

Il y a deux possibilités (vous trouverez le détail des avantages/inconvénients de ces deux dispositifs [page 29 de ce livret sur les initiatives de solidarité](#))

Plateforme en ligne participative de crowdfunding :

- Avantage : l'argent ne transite pas par le compte de l'association AMAP (ce qui pose problème d'un point de vue légal), la ferme est le bénéficiaire direct de la campagne.
- Inconvénient : il y a une commission de 8% en général prise par la plateforme.
- Les investisseurs/Gaëtan qui investent ou de grandes difficultés suite à une perte de 90% de leur production avaient mis en place une [cagnotte sur Bluebees](#).

Plateforme en ligne participative de crowdfunding :

- Avantage : il n'y a pas de commission par la plateforme
- Inconvénient : ce ne sont que les associations qui peuvent déposer des projets donc les fonds récoltés passeront par le compte de l'AMAP ce qui fragilise la reconnaissance des AMAP comme d'intérêt général (location direct à une entreprise).

Dans tous les cas, une campagne de dons sur une plateforme en ligne implique de prendre un temps pour préparer la communication sur la situation, de déterminer un objectif de montant récolté en expliquant ce que cela permettra (niveau des récoltes).

Réseau AMAP en Île-de-France - 10 Avenue Robert - 91150 Fontaine - 91150 Fontaine - 03 18 38 38 38 - contact@reseau-amap.org



ACCESSIBILITE / PANIERS SOLIDAIRES - Financement d'une partie du coût des paniers par l'AMAP :

- Miramap recommande que ce soit un organisme social partenaire qui gère les flux financiers des contrats accessibles
- S'il n'y a pas de partenariat possible, l'AMAP en tant que personne morale peut jouer un rôle dans un projet de cofinancement de contrats pour des amapien·nes bénéficiant d'un tarif réduit
- Possible d'utiliser des fonds recueillis par l'association via les cotisations des adhérents sous condition de transparence dans l'affectation des dépenses et dans le rapport financier présenté à l'AG de l'AMAP

Quelle que soit l'origine de ces fonds (subvention ou collecte de dons) engageant l'AMAP dans une gestion de flux financiers :

- L'AMAP doit intégrer cette activité dans ses documents statutaires et modifier ses statuts en conséquence - suite à une décision de l'instance compétente pour décider d'une modification, généralement l'assemblée générale. Ce qui signifie que dans des statuts :
 - L'objet associatif précise bien que l'AMAP agit en faveur d'une accessibilité alimentaire pour des personnes en situation de précarité ou des foyers modestes (c'est le principe 3 de la Charte des AMAP)
 - Dans l'article sur les ressources de l'association, s'assurer que le type de ressources que vous allez mobiliser pour ces dispositifs soit bien spécifié, par exemple, subvention publique, collecte de dons..."
- L'AMAP doit s'assurer :
 - de recevoir des « reçus de reversement de dons ou de subvention » fournis par le/la paysan·ne concerné·e (et pas des factures !),
 - d'un bon suivi de ces reversements,
 - que ces flux soient explicités dans le rapport financier annuel présenté et validé à l'assemblée générale




Par où commencer ?

Diag'AMAP, un nouvel outil pour échanger au sein de l'AMAP

Diag'AMAP, un nouvel outil d'analyse de pratiques

- Faciliter le dialogue et l'échange sur le fonctionnement de l'AMAP à « un instant t »
- Prendre du recul sur ses pratiques et identifier des pistes d'amélioration.
- Pour s'assurer que le fonctionnement et les activités réalisées dans notre AMAP s'inscrivent bien :
 - dans l'éthique des AMAP : Charte des AMAP
 - dans le cadre juridique des AMAP : non lucrativité, intérêt général et marque collective AMAP.

Version test octobre 2023 - GT Diag'AMAP

 **Mouvement Inter-Regional des AMAP** Diag'AMAP, un outil pour échanger dans son AMAP et questionner ses pratiques

MODE D'EMPLOI

Un outil pour quoi ?

- Pour faciliter le dialogue et l'échange sur le fonctionnement de l'AMAP à « un instant t », prendre du recul sur nos pratiques et identifier des pistes d'amélioration
- Pour s'assurer que le fonctionnement et les activités réalisées dans notre AMAP s'inscrivent bien :
 - o dans l'éthique des AMAP : Charte des AMAP
 - o dans le cadre juridique des AMAP : non lucrativité, intérêt général et marque collective AMAP. Les éléments repères spécifiques au cadre juridique sont indiqués en italique.

Un outil à utiliser à quel moment ?

- Lors des réunions de l'AMAP où un bilan est fait
- Si des difficultés récurrentes se font sentir et que des sujets sont à « met »
- Quand il y a des changements importants qui s'engagent (nouveau partenaire, etc.)

Un outil à utiliser comment ?

- En groupe avec des membres actifs de l'AMAP, en invitant à y participer
- Idéalement lors d'un temps dédié
- Chaque question est évaluée suivant 4 niveaux, en s'appuyant sur les repères
- Les repères présentés après chaque question vous aident à situer votre travail pour améliorer vos pratiques.
- Plus vous trouverez à la fin du questionnaire des liens vers des ressources créées pour engager des changements dans l'AMAP.

PRÉSENTATION DU QUESTIONNAIRE

Le diagnostic se compose de 5 parties :

- 1/ Objectifs et moyens
- 2/ Vie associative et fonctionnement
- 3/ Activités - Viabilité et vitalité des partenariats avec les fermes
- 4/ Dynamique de territoire et de réseau
- 5/ Les lignes rouges du cadre juridique

[Cliquez ici pour télécharger le Diag'AMAP \(version oct. 2023\)](#)

Partie 1 : Objectifs et moyens

1/ Notre association AMAP a-t-elle défini ses objectifs, de façon formelle ou informelle ? Correspondent-ils aux actions actuelles de notre association ?

Pas du tout Pas assez Plutôt oui Tout à fait

Repères :

- Lors de la création de l'AMAP, les membres ont défini le projet et les objectifs de l'association
- Ils sont écrits dans les premiers articles des statuts, ou dans d'autres documents de référence si l'association n'est pas déclarée en préfecture (charte de l'association etc.). Idéalement, l'association AMAP est déclarée en préfecture car cela permet de mieux maîtriser les risques juridiques liés à l'activité des AMAP (lucrativité notamment).
- Au cours de la vie de l'AMAP, les objectifs et les actions de l'association peuvent évoluer et doivent faire l'objet d'une mise à jour des statuts.

POINTS FORTS	POINTS A AMELIORER
--------------	--------------------

2/ Les objectifs statutaires de notre association correspondent-ils à la Charte des AMAP ?

Pas du tout Pas assez Plutôt oui Tout à fait

Repères :

- Le préambule des statuts porte la dimension politique du projet associatif : exemple de formulation : « développer une agro-écologie paysanne, dans une démarche d'éducation populaire »
- L'objet social de l'AMAP correspond bien aux moyens d'actions énoncés : exemple de formulation : « L'AMAP met en œuvre des activités d'intérêt général : défense de l'environnement, alimentation saine, actions de solidarité etc. Ses moyens d'actions sont : le développement de partenariats solidaires avec les paysans, etc... »
- Les activités de l'AMAP reposent sur l'engagement bénévole des amapiens et des paysans
- L'AMAP développe des actions qui sont bien prévues dans ses statuts
- La solidarité est au cœur des activités de l'AMAP, pour garantir la pérennisation des fermes dans une démarche d'agriculture paysanne et permettre à tous de accéder à une alimentation saine et de qualité. (Principe 3 de la Charte)
- L'AMAP crée les conditions de la participation et de l'appropriation citoyenne des enjeux agricoles et alimentaires (principe 4 de la Charte)

POINTS FORTS	POINTS A AMELIORER
--------------	--------------------



Et après cet atelier, comment se saisir de ce sujet et ces enjeux ?

Deux outils :

- « Livret repère Comprendre le cadre juridique général des AMAP » (disponible prochainement)
- « Diag'AMAP » : un outil d'analyse de pratiques en cours de finalisation pour permettre à chaque AMAP de se situer par rapport au cadre juridique et à l'éthique du modèle.

Des espaces pour échanger :

- L'AG de votre AMAP, une réunion du collectif / bureau
- Les interAMAP : un espace pour questionner collectivement ses pratiques
- Des échanges et un accompagnement par le Réseau AMAP IdF en sollicitant Astrid, chargée d'accompagnement des partenariats AMAP



Pourquoi un chantier sur le cadre
juridique de la marque AMAP ?



Réseau des AMAP en Île-de-France

Pourquoi un chantier sur le cadre juridique des AMAP et réseaux d'AMAP ?

Les AMAP confrontées à des risques :

- Confusion de l'AMAP avec des commerces (l'AMAP serait une activité lucrative > soumise à des impôts commerciaux)
- Utilisation abusive et détournée du terme AMAP
- Perte d'identité du modèle faute de repères communs partagés

OBJECTIFS DU CHANTIER MIRAMAP « L'AMAP UN BIEN COMMUN D'INTERET GENERAL »

- Clarifier le cadre juridique à respecter par les AMAP pour rester dans la « non-lucrativité » et **être reconnu juridiquement comme des associations d'intérêt général**
- Protéger l'utilisation du terme AMAP à des fins commerciales **en définissant les règles d'utilisation de la marque AMAP**



La marque AMAP devient une marque collective !

- AMAP = une marque déposée depuis 2003 (dont le Miramap est titulaire depuis 2014) pour :
 - Se protéger de son utilisation à des fins commerciales
 - Renforcer la cohésion interne du mouvement AMAP autour du principe de bien commun
 - Actuellement, la marque AMAP est « individuelle » → PAS ADAPTE AU MOUVEMENT
- Marque individuelle = une autorisation préalable du titulaire de la marque est nécessaire avant d'utiliser le terme AMAP
- Depuis 2013, souhait que la marque AMAP devienne une **marque « collective »** (chaque membre du mouvement AMAP est garant de son bon usage)
 - Pour ce passage en marque collective, il est nécessaire de rédiger le cadre d'utilisation du terme AMAP (règlement d'usage)



Les approches choisies pour mener ce chantier

- Un **chantier inter-régional** mobilisant des salarié·es et des administrateur·rices de plusieurs réseaux d'AMAP
- Des allers-retours entre les membres du groupe de travail et les membres du mouvement
- Une **approche juridique pour avoir des repères avec une valeur juridique** (statut des AMAP et réseaux d'AMAP, marque AMAP etc.), reconnus par les membres du mouvement ainsi que les organisations privées « proches » et les institutions publiques
- Une **approche par l'éducation populaire** en partant de notre boussole, la charte des AMAP, et l'animation de notre réseau (temps d'échanges, formations, outils etc.), pour amener les membres du mouvement à :
 - Echanger sur leurs pratiques
 - S'organiser selon les principes d'autonomie, de responsabilité, d'ouverture, de transparence et de subsidiarité !



Réseau des AMAP en Île-de-France

Chronologie du chantier « L'AMAP un bien commun d'intérêt général »

**Mai 2021
à juin
2022**

- > Accompagnement du bureau du Miramap par un avocat, Pascal Remilleux, dans le cadre d'un dispositif local d'accompagnement « Consolidation du modèle économique et fiscal des AMAP et réseaux d'AMAP et Gestion de la marque AMAP »
- > 2 réunions du groupe de travail inter-régional « Ethique et juridique » du Miramap pour avancer ce chantier

**Oct-Nov
2022**

Présentation des résultats auprès des collectifs des réseaux régionaux d'AMAP pour une 1ère appropriation des résultats et avoir des retours des réseaux

**Nov 2022
à mars
2023**

- > Séminaire Miramap avec des membres des réseaux (admin et salariés) pour travailler sur le règlement d'usage de la marque AMAP, définir le plan d'action pour la suite, et les documents à faire valider lors de l'AG du Miramap
- > Lancement de la création de 2 outils :
 - un outil d'analyse de pratiques « Diag'AMAP » par un groupe de travail admin-salarié-es
 - un livret-repère « Comprendre le cadre juridique général des AMAP »

**Avril
2023**

AG du Miramap : travail sur les statuts du Miramap pour prendre en compte les recommandations de l'avocat, présentation et validation du règlement d'usage de la marque AMAP, test d'une 1ère version du Diag'AMAP



Réseau des AMAP en Île-de-France

Chronologie du chantier « L'AMAP un bien commun d'intérêt général »

NOUS SOMMES ICI !

**Oct
Déc
2023**

- > Premières formations à destination des bénévoles d'AMAP sur le cadre juridique et éthique de la marque AMAP
- > Finalisation et diffusion de :
 - l'outil d'analyse de pratiques Diag'AMAP (après une phase de test en sept 2023)
 - Livret repère « Comprendre le cadre juridique général des AMAP »
- > Construction d'une campagne de communication interne au mouvement des AMAP sur l'adhésion et le passage en marque collective
- > Dépôt en cours du règlement d'usage de la marque AMAP à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle)

**Janv à
Fév
2024**

- > Lancement des travaux sur la consolidation du modèle économique des réseaux d'AMAP (piste d'un fond de dotation)
- > Lancement d'une campagne de communication interne au mouvement des AMAP sur l'adhésion et le passage en marque collective

**Mars à
avril
2024**

Procédure de rescrit « intérêt général » auprès de l'administration fiscale pour que les associations d'AMAP ne soient plus être considérées comme lucratives (après modification des statuts du Miramap et passage en marque collective)



Contact

Astrid GIRARD

astrid@amap-idf.org / 0748453190

Réseau AMAP Île-de-France

47 Avenue Pasteur 93 100 Montreuil

Tél: 0952917995

contact@amap-idf.org

www.amap-idf.org
