

MIRAMAP 18 février 2012  
Atelier Charte avec Marc Alphanféry

**En gris : ce qui a été adopté.**

Feuille de route / Méthodologie  
Calendrier commun Alliance et MIRAMAP

**Présentation des participants**

François Guiton AMAP à vapeur Avignon 84  
Marthe Colin AMAP Isère CA Rhône-Alpes  
Lucille Ricard FAMAP Picardie  
Gérald Basset FAMAP  
Roger Dubien AMAP Beaubrun St Étienne  
Rémi Top réseau AMAP 59-62  
Marc Alphanféry Alliance Provence  
Dupont Jean-Michel AMAP Île de France  
Dudon Chloé réseau Alliance PEC Isère  
Peyratout Jean Terre d'ADELES Pessac 33  
Durantou Claire Terre d'ADELES Pessac 33

**1- les objectifs** : relecture, clarification, évolution

**2- la méthodologie** : les étapes, l'organisation, les apports juridiques, planning

**3- les ressources** nécessaires.

**1- Objectifs**

**Clarification, évolution de la charte des AMAP**

*Rédiger qqe chose de plus concis. (exemple du paiement à l'avance) : nécessité de faire court et facile à comprendre pour une meilleure lisibilité.*

*Séparer interprétation et principes*

*Extension de la charte, ses champs d'application hors maraîchage.*

→ **Clarification et actualisation de la charte des AMAP**

*Ne pas tout remettre en cause, même si le projet est ouvert.*

*Produits complémentaires : notion à revoir*

*Utilisation du mot AMAP en précisant de quoi ou de qui il s'agit.*

*Modifications du 11/11/2011 par AP à faire connaître (sur les 18 points). Mais la charte, ce n'est pas que les 18 points.*

*Le 15 avril AG d'Alliance Provence pour adopter un consensus sur la démarche.*

*Une charte pour tous, quelle que soit la région.*

*Un transfert de propriété : renouveler le dépôt en 2013 ou 2014. Profiter de cette occasion pour effectuer les modifications : c'est AP qui décidera.*

*Aucun réseau ne regroupe toutes les AMAP.*

*Adhérer à MIRAMAP pour utiliser le terme AMAP ?*

*Travail largement engagé par AP, comment AP voit-elle le rôle du groupe MIRAMAP ?*

*Associer le groupe gouvernance de MIRAMAP et toutes les personnes déjà engagées.*

*L'idée de transférer la marque vient de qui ? Cela a été discuté au CA d'AP depuis deux ans*

*Quelles réactions d'AP au travail des Rencontres Nationales d'Avignon de décembre 2011 ? Non, mauvaise articulation, les actes n'ont pas été encore discutés, mais le seront demain en CA d'AP.*

*La simplification : dépôt d'une charte avec des valeurs et non pas d'un règlement. (Exemple du*

*travail du réseau picard. )*

*Le réseau local peut être le pédagogue car il est en contact avec les AMAP sur le terrain. Impliquer les amapiens sur la définition des valeurs et les aspects pratiques.*

*Poser les choses de façon concise et laisser les gens faire tout en leur donnant les outils pour ne pas avoir à tout réinventer. Selon le vécu associatif, le terrain, cela va se décliner de manière différente.*

*Il faut que la charte n'exclut pas. Elle ne doit pas réglementer les aspects concrets de la vie des AMAP.*

*Des principes sont à mettre en avant : par exemple, il y a des AMAP qui ne pratiquent pas le paiement à l'avance.*

*On ne peut pas donner les réponses dans cet atelier : c'est plutôt l'objet du débat .*

*Les valeurs à mettre en avant, pas les détails.*

*La charte est aussi un outil de la défense de la marque AMAP : un point de vigilance, ne pas négliger l'aspect juridique.*

*Valeurs incontournables, critères : payer d'avance, connaître l'exploitation du producteur, ce qui permet de dire que c'est une AMAP ou pas.*

*Parler des acteurs : quelle est la cible de la charte des AMAP ?*

*Des assos structurées qui peuvent regrouper plusieurs AMAP, des groupements informels, et tout ce qui concerne les relations producteur /consomm'acteur.*

*Sur chacun des points, rendre des choses évaluables.*

*Formuler la charte pour pouvoir constater une démarche d'amélioration, de progrès.*

→ **Les objectifs généraux du chantier autour de la charte sont :**

**Clarification, actualisation de la charte des AMAP**

**Transfert de la marque**

**Avoir une seule charte pour tous.**

**Travailler en cohérence avec AP.**

## **2-Méthodologie**

### **Deux possibilités**

- Soit le transfert de la marque a lieu avant la révision de la charte, il est voté lors de l'AG d'AP le 15 avril 2012. MIRAMAP devient propriétaire de la marque.
- Soit la modification de la charte a lieu avant le transfert de la marque. AP ne transfère pas la charte avant l'année prochaine, et dans ce cas, annuler l'AG extraordinaire de AP pour n'en faire qu'une en 2013.

**Sept 2011 : Transfert de l'utilisation de la marque et de la charte AMAP d'AP à MIRAMAP**

**Etapas de la démarche :**

### **1. février-mars 2012**

- CA d'AP, retour sur l'AG de MIRAMAP. **Proposer la démarche à AP** et demander à être invité à leur AG du 15/04/2012
- Demander que l'AG de AP valide
  - **le texte déjà travaillé comme texte de discussion**
  - **que la démarche soit acceptée**
  - **que AP accepte de travailler dans ce groupe de pilotage.**

- **Et qu'elle décide l'une des 2 possibilités**

## **2. avril 2012-juin 2103 :**

- Rencontres régionales pour en discuter :
  - document expliquant : les différents résultats pouvant être obtenu et le processus d'adoption
- Avoir un salarié dédié au sein du MIRAMAP (condition sine qua non)
- Groupe de travail national restreint pour piloter le projet
- Associer dans les régions un maximum de personnes pour réviser la charte (penser aux AMAP isolées, réseaux informels, ...)
- adoption nouvelle charte :
  - processus d'adoption à définir par le gpe de travail
  - on vise le consensus pour adopter la nouvelle charte. Si vote, seuls les adhérents du MIRAMAP pourront voter

**3 sept-oct 2013** AG extraordinaire d'AP qui valide les travaux et transfert de la charte

**4 décembre 2013** 3e rencontres du MIRAMAP et AG extraordinaire de MIRAMAP pour valider transfert et révision charte

## **5 transformation marque privée en marque collective**

### **Remarques importantes :**

- Peu de bénévoles à MIRAMAP. Il faut assurer la pérennité de l'association pour porter la propriété de la marque.
- Recherche de consensus. Principe de transparence, publications.
- Il a été affirmé que la marque AMAP doit être défendue vis à vis de l'extérieur.

*Travailler sur le document existant. On a la philosophie générale, une définition générale, des principes à redéfinir et un deuxième document de commentaires qui aide à interpréter, cahier de bonnes pratiques.*

*Quel lien entre AP et ce groupe de travail ? Une ou deux personnes de AP présentes dans le groupe de travail.*

*Résultat attendu : charte avec valeurs et principes + document d'interprétation*

*Question sur la démarche liée à AP. La construction se fait avec AP. Qui décide au final ?*

*Y aura-t-il aussi un accord de principe pour que l'application de la charte soit réécrite pour toutes les AMAP.*

*Se méfier de la notion région qui n'est pas toujours réaliste.*

*La procédure démocratique : Qui l'adopte ?*

*Pousser les producteurs à modifier leur moyen de production.*

*AP ne peut-il pas faire la cession de la marque avant la rédaction de ce nouvel outil ? Ce peut être*

*une autre proposition. La place d'AP ne serait plus exactement la même.*

*Maintenir ce travail local, régional et national demande du monde. La consolidation est indispensable.*

*L'essentiel est d'instaurer un dialogue.*

*On peut faire les deux propositions.*

*Faire un débat dans l'année, c'est trop court, ce serait cependant la proposition de AP.*

*Le temps de consolider MIRAMAP.*

*Quel intérêt de faire une AG extraordinaire de AP si il y a déjà eu transfert de la marque et que la charte est modifiée l'année suivante ?*

### 3- les ressources

La question des salariés

Quels moyens pour communiquer avec les gens ?

Faire savoir qu'on travaille sur la charte.

Document explicatif avec mode de décision explicite.

Être adhérent du MIRAMAP pour décider. Animation territoriale et régionale. Privilégier le déplacement dans les zones où les AMAP ne sont pas organisées. Cela demande une formation. Un document qui aide à l'animation.