

# 1ers éléments pour la construction du projet stratégique du mouvement des AMAP 2020-2025

## Vision stratégique

En 2025, la transformation sociale s'est opérée :

- Une grande partie de la population s'est détachée du consumérisme ;
- Les paysan.ne.s sont nombreux.ses et heureux.ses;
- Les campagnes sont vivantes ;
- L'alimentation et l'agriculture sont pensées dans l'intérêt général et organisées collectivement sur les territoires.

Le mouvement des AMAPa consolidé ses bases et structuré ses réseaux grâce à une éthique fondée sur la solidarité et le respect du vivant. Il a développé des partenariats forts et a largement diffusé ses valeurs.

## Identité

### Le blason du consensus du mouvement :

- La devise : rassembler, partager et lutter (possibilité de conjuguer –ons)
- Les valeurs : solidarité et respect du vivant
- L'objet : une boussole pour le cap/la vision que porte le mouvement vers le V de Vie ou de Victoire + lien avec la Terre
- Le schéma : le mouvement comme un réseau d'entités inter-reliées, ouvert vers l'extérieur et communiquant (visible/reconnu). Une entité = 1 amap = une relation contractuelle entre paysan et amapiens sous un arbre.

### D'où venons-nous? L'essentiel :

- Après 10 ans du mouvement Alliance PEC, constat d'échec d'influer sur la politique agricole création d'une alternative : les AMAP
- Création de la première AMAP2001 et première charte 2003
- Le mouvement des AMAPest né de courants agro-écologique, anticapitaliste et de solidarité Nord-Sud
- Création du MirAMAPen 2009
- Réécriture collective de la charte entre 2012 et 2014 validée par une AG d'une centaine de personnes
- Disparition des notions de certaines formes de solidarité (accès pour tous, Nord/Sud) et d'anti-capitalisme. «Dérive» vers le consumérisme, perte du lien avec le paysan avec la diversification.

## Qui sommes-nous ?

Le mouvement des AMAP est constitué d'AMAP se référant à la charte des AMAP de 2014. Notre spécificité est de rassembler des paysan.ne.set des consommateurs.trices, afin de concevoir et de promouvoir les changements sociétaux, environnementaux et systémiques indispensables à la préservation du vivant sur la planète. Le mouvement fait siennes les valeurs de l'éducation populaire : conscientisation, émancipation, développement du pouvoir d'agir, transformation de soi et des rapports sociaux et politiques.

## Pourquoi existons-nous ?

L'ancrage territorial des AMAP et le fonctionnement horizontal de notre mouvement contribue à une prise de conscience des enjeux et à la concrétisation d'une réelle démocratie alimentaire, à tous les échelons des territoires. Le mouvement des AMAP s'inscrit dans un éco-système solidaire, équitable, soutenant l'agro-écologie paysanne et le principe des biens communs.

## Auto-diagnostic

Opportunités	Menaces/contraintes
<ul style="list-style-type: none"><li>• Une plus grande popularité de l'écologie</li><li>• Les jeunes générations et leurs parents sensibilisés à une alimentation saine (et locale)</li><li>• L'alimentation et la problématique foncière deviennent objet de politique locale</li><li>• Elections municipales à venir</li><li>• De nombreux partenariats déjà existants, à valoriser et de nouvelles sollicitations régulières pour travailler en synergie.</li><li>• Coopération et financements européens</li><li>• Alternative à la certification écocert : émergence d'un réseau français des SPG</li><li>• La formation comme source de financement (cf. projet InPACT) (être reconnu comme organisme de formation / créer un organisme de formation avec nos partenaires)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Des défis sociaux qui croissent en importance et en impact</li><li>• Des opposants forts et puissants (syndicaux, politiques, commerciaux)</li><li>• Un cadre institutionnel et réglementaire contraignants</li><li>• Instrumentalisation potentielle par des partenaires institutionnels</li><li>• La non reconnaissance du statut d'intérêt général (csq : manque de financement privé)</li><li>• L'utilisation inappropriée du concept AMAP, détournement du message</li><li>• Tarnissement et dépendance aux financements publics</li><li>• Resto-co : manque de moyens pour répondre à cette attente : outils/équipements</li><li>• Prédominance du « BIO » sur le « paysan »</li><li>• Réforme de la formation</li></ul>

Forces et atouts	Points à améliorer
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Notre popularité en phase avec les enjeux sociétaux et les mouvements citoyens</b></li> <li>• <b>La charte</b></li> <li>• <b>Un état d'esprit convivial, ouvert, souple et altruiste</b></li> <li>• Notre organisation en réseaux, horizontale et ouverte</li> <li>• Notre poids politique indépendant et déterminé</li> <li>• Notre expertise et nos compétences sur l'écologie, le système des Amap, les enjeux agricoles et alimentaires</li> <li>• Les salariés du mouvement</li> <li>• Les bénévoles engagés, divers et présents sur tout le territoire</li> <li>• La capitalisation des savoir et savoir faire des Amap</li> <li>• Le sentiment d'appartenance autour de la qualité des produits –local-bio-circuits courts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque d'unité, de cohésion, de liaison entre toutes les Amap</li> <li>• Manque d'un projet commun partagé par tous, d'un discours commun et structuré</li> <li>• Les modèles financiers des réseaux d'AMAP, marqués par une forte dépendance aux financements publics et un faible autofinancement</li> <li>• Manques de forces vives –trop peu de renouvellement- dérive consumériste</li> <li>• Déficit d'image, mal identifié comme mouvement, spécificités et appartenance à un écosystème peu visibles</li> <li>• Affirmer le bio, le local, l'accessibilité sociale</li> <li>• La mise en réseau, favoriser + les échanges et le partage</li> </ul>

### Axes stratégiques

<p style="text-align: center;"><i>Axe transversal</i></p> <p><b>Rendre visible notre projet de société</b></p> <p><i>« Dire ce qu'on fait et faire ce qu'on dit » - communiquer sur le projet stratégique et sa progression</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Influencer, avec d'autres, les politiques publiques, locales, nationales, européennes</b></p> <p><i>1ères idées :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Coopérer avec d'autres acteurs pour concevoir et promouvoir les changements sociétaux, environnementaux et systémiques indispensables à la préservation du vivant sur la planète.</i></li> <li>- <i>Renforcer l'interconnaissance, la mutualisation, les coopérations avec les partenaires</i></li> <li>- <i>Elaborer des plaidoyers avec nos partenaires sur :</i> <i>Alternative à la consommation (cibles : amapien.ne.s et grand public-jeunes)</i> <i>Soutien à l'agroécologie paysanne (cible : politique publique)</i></li> <li>- <i>Promouvoir l'implication des acteurs du mouvement dans les territoires pour organiser l'alimentation pour tous et l'agriculture locale</i></li> </ul>
	<p style="text-align: center;"><b>Consolider le mouvement en accompagnant les réseaux locaux pour qu'ils soient efficaces, reconnus et écoutés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Permettre la création de nouveaux réseaux</li> <li>- Structurer le mouvement, dans une dynamique de maillage du territoire, en favorisant la participation des amapien.nes et paysan.nes et en identifiant les personnes ressources</li> <li>- Elaborer des programmes de formation à destination des membres du mouvement</li> </ul>
	<p style="text-align: center;"><b>Renforcer la solidarité avec les paysan.nes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Installation – futurs paysan.nes</li> <li>- Agroécologie paysanne</li> <li>- Renforcer les relations/les actions de solidarité (ceux en difficulté) et développement de leurs activités</li> </ul>

En 2025, la transformation sociale s'est opérée :

- Une grande partie de la population s'est détachée du consumérisme ;
- Les paysan.ne.s sont nombreux.seset heureuses;
- Les campagnes sont vivantes ;
- L'alimentation et l'agriculture sont pensées dans l'intérêt général et organisées collectivement sur les territoires.

Le mouvement des AMAPa consolidé ses bases et structuré ses réseaux grâce à une éthique fondée sur la solidarité et le respect du vivant. Il a développé des partenariats forts et a largement diffusé ses valeurs.

