

Rapport de stage :

Situation et fonctionnement
des initiatives d'Agriculture Contractuelle de Proximité
en Suisse romande

Natacha Porcher

Master en développement rural et projets

Institut agronomique méditerranéen de Montpellier (IAMM)

Octobre 2008

Stage encadré par la Fédération Romande pour l'Agriculture Contractuelle de Proximité (FRACP), le syndicat agricole *Uniterre* et l'association pour le développement de l'agriculture et de l'espace rural *Agridea-Lausanne*

Contact :

- Natacha Porcher
natachaporcher@romandie.com

- Fédération Romande pour l'Agriculture
Contractuelle de Proximité (FRACP)
c/o syndicat *Uniterre*
Av. du Grammont 9
1007 Lausanne

www.uniterre.ch

- AGRIDEA
Av. des Jordils 1
Case postale 128
1000 Lausanne 6

www.agridea-lausanne.ch

Situation et fonctionnement des initiatives d'Agriculture Contractuelle de Proximité en Suisse romande

REMERCIEMENTS	2
INTRODUCTION.....	3
1. CONTEXTE ET METHODOLOGIE	5
1.1 CONTEXTE D'EMERGENCE DES ACP	5
Une autre manière de consommer ?	5
Recrudescence de la vente directe.....	6
La souveraineté alimentaire	8
1.2 DEFINITION DE L'ACP	9
Les buts.....	9
A pour agriculture.....	10
C pour contractuelle.....	12
P pour proximité.....	13
1.3 METHODOLOGIE	13
Une enquête exhaustive auprès des initiatives ACP.....	13
Questionnaires	14
2. SITUATION ET FONCTIONNEMENT DE L'ACP EN SUISSE ROMANDE	17
2.1 LES FORMES D'INITIATIVES	17
2.1.1 Initiatives coopératives.....	17
2.1.2 Initiatives associatives.....	18
2.1.3 Initiatives individuelles.....	21
2.1.4 Répartition des initiatives ACP selon leur forme.....	22
2.2 LE NOMBRE DE CONTRATS	24
2.3 LES PRODUCTEURS EN ACP	28
2.3.1 Profils et motivations.....	29
2.3.2 Parcours professionnel et installation.....	32
2.3.3 Description des exploitations	33
2.3.4 Modes de production	35
2.4 PRODUCTION ET CHIFFRE D'AFFAIRES EN ACP	36
2.4.1 Part des produits ACP dans la production totale.....	36
2.4.2 Chiffre d'affaires dégagé par l'ACP.....	38
2.5 L'EMPLOI ET LA REPARTITION DU TRAVAIL	42
2.5.1 Les coopératives.....	42
2.5.2 Les associations.....	43
2.5.3 Les projets individuels	45
2.6 LE LIEN ENTRE PRODUCTEURS ET CONSOMMATEURS	45
2.6.1 Descriptions des interactions entre producteurs et consommateurs	46
2.6.2 Synthèse des interactions entre producteurs et consommateurs.....	50
2.7 LES COUTS INTERMEDIAIRES	52
CONCLUSION	54
BIBLIOGRAPHIE	58
ANNEXES	61
ANNEXE 1 : DETAILS DE L'ENQUETE AUPRES DES ACP – ETE 2008	61
ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE PRODUCTEUR	62
ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE CONSOMMATEUR	65

REMERCIEMENTS

Un immense **MERCI** aux différents acteurs des ACP rencontrés pour cette étude, pour leur disponibilité, le partage de leur expérience, leurs conseils et leur belle énergie !

Nicolas Bezençon, *Uniterre*

Claude Mudry, *Les Jardins de Cocagne*

Mathias Corthay, *L'Affaire TourneRêve*

Martine Meldem et Raphaël Gamba, *Les Jardins du Flon*

Lionel Favre, *Le Panier du Bisse*

Gérard Hasinger et Urs Gfeller, *Notre Panier bio*

Danielle Rouiller et Bernard Boschung, *Le Lopin bleu*

Helen Foster et Flore Binggeli, *Lumière des Champs*

Urs Weber, *L'Abbaye Fontaine-André*

Christian Bavarel et Mathias Buschbeck, *Les Vergers d'Epicure*

Antoine et Thomas Descombes, *Les Ares et vous*

Michel Serex, *Le Panier à 4 pattes*

Samuel Pache, *La Ferme du Taulard*

Irène Anex, Sandra Baeriswyl, Elena Giario et Patrick Schwob,
Le Jardin des Charrotons

Nicole Pletscher et Jean-Pierre Henny, *Femmes solidaires sans frontières*

Yannick Bouvard, *Terre de Lune*

Corinne Favre Savoy, *L'Agrihotte*

Marianne Farine et Hansjörg Ernst, *La Clef des Champs*

Claude Girardin, *Saveurs de saisons*

Raphaël Piuz et Hugo Dufour, *Les Potagers de Gaïa*

Reto Cadotsch, *Les Cueillettes de Landecy*

ainsi qu'à Olivier Roque, *Agriidea*, pour sa précieuse et agréable collaboration.

INTRODUCTION

Les différentes crises alimentaires, les préoccupations écologiques et celles concernant la qualité des produits, et la disparition de nombreuses fermes ont favorisé l'émergence d'alternatives au couple agriculture "productiviste" et grande distribution.

Parmi ces alternatives, nous trouvons des propositions fort variées, adoptées et conçues par des acteurs tout aussi variés, des agriculteurs, des consommateurs, des citoyens, des ruraux, etc. Allant du panier fermier vendu par Internet, au magasin de producteurs, en passant par les initiatives d'agriculture contractuelle de proximité, ces propositions, loin d'être des "modèles" à appliquer, se complètent et évoluent selon leur contexte.

Le concept d'un engagement réciproque entre un groupe de consommateurs et un ou des producteurs de la même région, afin d'assurer un approvisionnement régulier et durable, se trouve déjà sur plusieurs continents. On le nomme "Agriculture Contractuelle de Proximité" (ACP) en Suisse romande, "Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne" (AMAP) en France, "Community Supported Agriculture" (CSA) aux Etats-Unis et au Canada ou "Teikei" au Japon. Il en existe également en Afrique, en Russie, etc.

Cette forme d'approvisionnement a pris un essor considérable depuis les années 2000. Les chercheurs parlent d'environ 100'000 consommateurs en France, 100'000 familles pour l'Amérique du nord et... 16 millions de personnes au Japon ! (Dubuisson-Quellier, Lamine, 2004)

Concernant la situation de l'ACP en Suisse romande, la plus ancienne coopérative a fêté ses 30 ans cette année. Cependant, c'est depuis 2003 environ, que les différentes initiatives se sont multipliées, pour être au nombre de 21 aujourd'hui. Elles proposent des produits fort divers et ont chacune leur propre histoire et mode de fonctionnement.

Cette démarche pour préserver une agriculture locale pour une population locale s'inscrit dans une réflexion profonde reconsidérant les différents aspects d'un mode de vie basé sur la consommation de masse. Les ACP permettent également un questionnement plus global concernant les relations Nord-Sud, les effets du commerce international sur les paysans et les populations en général, au Sud comme au Nord. Cette alternative s'inscrit

dans une tentative de relocalisation de l'économie, présentée comme une alternative à la mondialisation.

La présente étude sur l'ACP en Suisse romande a été effectuée dans le cadre d'un stage clôturant un master en "développement rural et projets", enseigné à l'*Institut agronomique méditerranéen de Montpellier (IAMM)*. Ce travail a été commandité par la *Fédération romande pour l'agriculture contractuelle de proximité (FRACP)* et encadré par le syndicat agricole *Uniterre* ainsi que *Agridea-Lausanne*, association de développement de l'agriculture et de l'espace rural. L'objectif du stage était de dresser un inventaire des différentes initiatives ACP existantes et d'analyser leur fonctionnement.

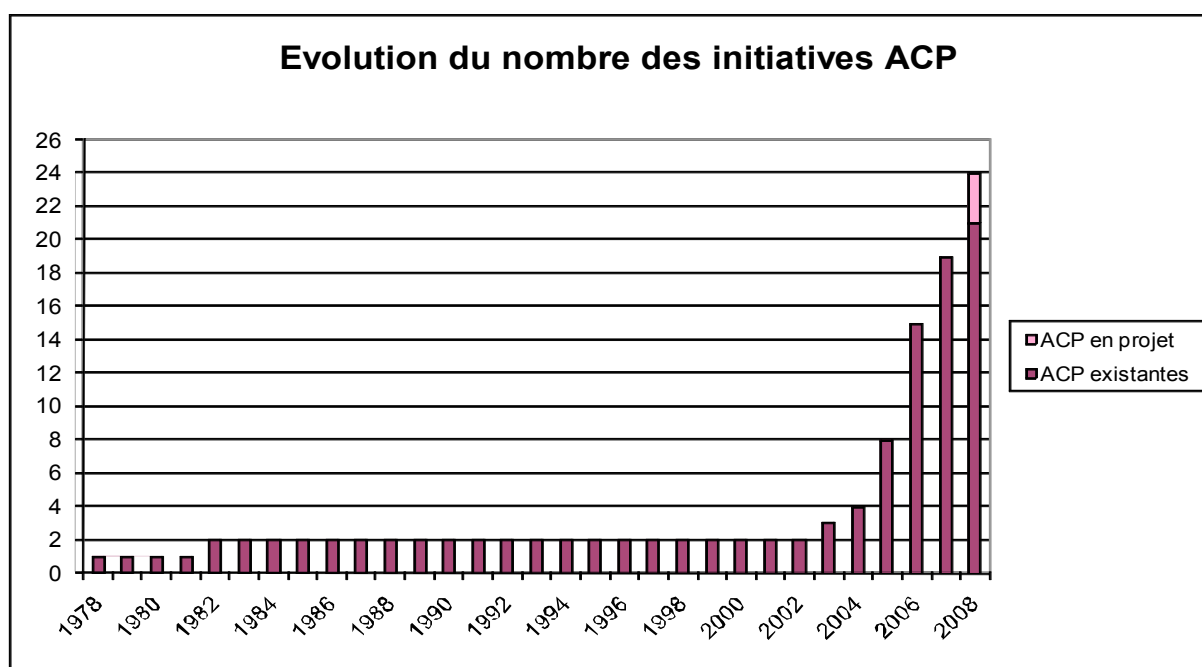
Un approfondissement des données d'enquête sera développé dans un mémoire de master, à paraître en 2009.

1. CONTEXTE ET METHODOLOGIE

1.1 CONTEXTE D'EMERGENCE DES ACP

L'agriculture contractuelle a pris un essor considérable depuis 2003 en Suisse romande. Au nombre de 2 pendant une vingtaine d'années, les initiatives proposant des produits sous forme contractuelle aux consommateurs sont aujourd'hui au nombre de 21, et 3 nouveaux projets sont en cours d'élaboration.

Nous avons dénombré plus de 70 exploitations agricoles romandes participant à cette démarche et environ 4600 contrats passés en producteurs et consommateurs.



Une autre manière de consommer ?

Après les différents constats tirés de la profonde mutation de l'agriculture dans les pays industrialisés (pollution, diminution drastique du nombre d'exploitations agricoles, différentes crises alimentaires) ainsi que les situations dramatiques de nombreuses régions dans le monde, perçues comme étant le résultat de politiques libre-échangistes et du commerce international (marchés locaux détruits par les produits importés à bas prix, exode des paysans vers les villes, crises alimentaires), est née une consommation dite "engagée". Les consommateurs deviennent des "consomm'acteurs" ; des personnes sensibles aux conditions sociales de production ainsi qu'à la protection de

l'environnement, persuadées que leur comportement peut altérer les méfaits de la consommation de masse. Cette tendance se traduit par le boycott de produits issus d'une production jugée inacceptable sur le plan social ou environnemental ou par le choix de produits supposés "éthiques". Ainsi, la consommation de produits du commerce équitable ou biologiques a augmenté ces dernières années. Du café aux bananes, le commerce dit équitable s'est enrichi de nouveaux produits : le cacao, les jus de fruit, l'ananas, le miel, le coton, le riz, le thé, le sucre, et même des fleurs¹.

Ce contexte et cette prise de conscience d'une plus grande partie des citoyens sont propices à la création de ces initiatives ACP qui, en parallèle avec d'autres démarches comme les coopératives de logements ou les éco-quartiers, engagent une réflexion profonde sur le mode de vie de chacun, incluant l'alimentation, le logement, les moyens de transport, etc.

Recrudescence de la vente directe

La vente directe au consommateur est l'une des sortes de "circuits courts" qui sont définis comme étant des circuits de commercialisation minimisant le nombre d'intermédiaires et la distance géographique entre le producteur et le consommateur (Fiche, 1999).

La vente directe connaît un regain d'intérêt suite à une nouvelle demande de produits fermiers de la part des consommateurs (Roque, Thévenod-Mottet et Bourdin, 2008). En Suisse en 2005, 21% des exploitations pratiquent la vente directe pour 15% en France (en 2002) et seulement 3.2% en Allemagne (en 2002) (ibid.). Différentes initiatives d'associations paysannes ou d'institutions publiques ont vu le jour pour réactiver ou faciliter la vente directe à la ferme ou sur les marchés locaux².

Diverses explications sont données à cet intérêt croissant pour la vente directe.

Premièrement, il y a la tentative de récupérer la valeur ajoutée sur les produits agricoles qui est "largement concédée aux industries de la transformation et de la distribution" (Transrural initiatives, 2006). En effet, le syndicat agricole français *La Confédération*

¹ Sur ce sujet : *The local in the global – creating ethical relations between producers and consumers*, Anthropology of food, mars 2007 (<http://aof.revues.org/document489.html>).
Une consommation de plus en plus "engagée". Problèmes économiques. 26 septembre 2007, n°2.931, p. 14.

² Différents exemples : Association des Marchés Paysans (www.marchepaysan.ch), Chambre d'agriculture Alpes de Haute-Provence (www.ahp.chambagri.fr/vente-directe.html)

paysanne dénonce que dans bien des cas, le prix payé au producteur ne représente que 15% du prix de vente au consommateur (cité dans Jacquiau, 2000).

Un deuxième argument est le besoin de renouer le contact entre producteurs et consommateurs (Transrural initiatives, 2006). La vente directe est l'occasion pour le producteur de parler de son métier, d'obtenir une appréciation de ses produits par le consommateur, d'adapter son offre. Pour le consommateur, c'est l'occasion de se rendre sur une ferme, de replacer un produit dans son contexte. La vente directe est un moyen de créer ou de renforcer des liens sociaux.

Dans un souci de diminuer les dépenses énergétiques dues au transport de marchandises ou de se rassurer par rapport à la qualité des produits, le consommateur peut également se tourner vers ce type d'approvisionnement.

Comme le souligne Gilles Maréchal³, interrogé par la revue *Transrural initiatives*, ce type de commercialisation se situe dans une réflexion plus large sur la relocalisation des activités avec la crise énergétique (2006)⁴.

Il existe actuellement de nombreuses façons de procéder à de la vente directe (Roque, Thévenod-Mottet et Bourdin, 2008) :

les modes de vente directe habituels :

- magasin à la ferme
- lors de marchés organisés à la ferme
- le dépôt dans un magasin
- les foires
- les marchés en ville
- les tournées (le producteur livre ses produits après commande)
- l'auto-cueillette (par les consommateurs)

les nouveaux modes de vente directe :

- par Internet / par la poste
- lors d'événements et d'invitations à la ferme (journées à thèmes, spectacles)

³ Chargé du développement des circuits courts, Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural en Bretagne (FRCIVAM)

⁴ Le WWF compare la consommation de pétrole entre des produits importés et des produits locaux dans son étude *Nos denrées alimentaires transpirent le pétrole* : 1 kg de haricots frais importé par avion d'Égypte (2 800 km) nécessite 1.2 litre de pétrole, 1kg de haricots suisses frais nécessite 0.1 litre de pétrole

- les magasins en ville gérés par les producteurs
- les initiatives d'agriculture contractuelle de proximité (ACP)

La souveraineté alimentaire

Les différentes initiatives ACP font référence au concept de souveraineté alimentaire pour définir leur philosophie générale. Proposé par le syndicat international *Via Campesina* à l'occasion du Sommet Mondial de l'Alimentation en 1996, le concept de souveraineté alimentaire est "le droit des peuples, des pays ou de groupes de pays à définir leurs politiques agricoles et alimentaires, sans faire du dumping dans d'autres pays :

- La souveraineté alimentaire organise la production et la consommation alimentaire selon les besoins des communautés locales, en donnant la priorité à la production pour la consommation familiale et locale.
- La souveraineté alimentaire inclut le droit à protéger et à réguler l'agriculture et l'élevage au niveau national, et à protéger le marché local du dumping des excédents alimentaires et des importations à bas prix en provenance d'autres pays.
- Les sans terre, les paysans et les petits producteurs doivent avoir accès à la terre, à l'eau, aux semences, à des moyens de production et à des services publics adaptés.
- La souveraineté et la durabilité alimentaires doivent être prioritaires par rapport aux politiques commerciales⁵.

La souveraineté alimentaire se différencie de la sécurité alimentaire⁶ qui postule qu'"un pays n'a pas besoin d'une agriculture autosuffisante" mais doit "produire du pouvoir d'achat là où il est le plus compétent pour se procurer la nourriture dont il a besoin là où elle se trouve" (*La Revue durable* citée par Ruegg, ca 2007).

Selon Ruegg, la notion de souveraineté alimentaire "est d'autant plus intéressante qu'elle est un point de ralliement entre des préoccupations en termes de développement (relations nord-sud) et de protection de l'environnement (réduction des flux de matière)" (2007).

⁵ source : www.viacampesina.org

⁶ définition de la FAO : "la sécurité alimentaire existe lorsque tous les êtres humains ont, à tout moment, un accès physique et économique à une nourriture suffisante, saine et nutritive leur permettant de satisfaire leurs besoins énergétiques et leurs préférences alimentaires pour mener une vie saine et active".

1.2 DEFINITION DE L'ACP

"L'agriculture contractuelle de proximité (ACP) lie par contrat des consommateur-trice-s et un/des producteur-trice-s d'une région définie pour un approvisionnement de produits alimentaires. Ce contrat définit la qualité, la quantité, le mode de production, les prix et les modalités de livraison des produits"⁷.

Pour une durée déterminée dans le contrat (généralement une année), le consommateur reçoit, hebdomadairement, mensuellement ou annuellement, des aliments qui ont été produits dans sa région, livrés à un point de distribution. En échange de produits frais (pour fruits et légumes), de saison et cultivés dans le respect de l'environnement et des personnes, le consommateur s'engage à payer ces produits à l'avance et parfois à participer quelques heures par année aux travaux sur l'exploitation (production, transformation, distribution).

Nous verrons par la suite (partie 2.1) les différentes formes des initiatives ACP adoptées par les acteurs et les modalités proposées.

Les buts

Les buts d'une agriculture contractuelle de proximité ont été définis ci-dessous par la coopérative *Les Jardins de Cocagne* (2001) et peuvent également s'appliquer aux autres initiatives :

Pour les agriculteurs :

- Produire des aliments pour les habitants de la région.
- Revaloriser le métier d'agriculteur.
- Se réapproprier la chaîne alimentaire, de la production à la consommation.
- Chercher des réponses aux contraintes de la production, de la distribution, du stockage et des conditions de travail, directement avec les consommateurs.
- Trouver des consommateurs ouverts, capables de comprendre et d'échanger sur la situation de l'agriculture et les méthodes de production.
- Maîtriser les moyens de production ainsi que leurs effets à long terme sur l'agriculture, la santé des hommes et l'environnement.

⁷ Charte de la Fédération romande pour l'agriculture contractuelle de proximité (FRACP)

Pour les consommateurs :

- Manger des produits de leur région, vivre de et dans leur environnement.
- Demander que la nourriture soit à nouveau l'affaire de chacun.
- Défendre le droit de choisir ce qu'ils mangent, tout en sachant comment, par qui et dans quelles conditions la nourriture a été produite.
- Recréer des liens et cultiver les connaissances sur l'agriculture de la région.

A pour agriculture

De quel type d'agriculture s'agit-il ?

Il est dit dans la Charte de la FRACP que "chaque agriculteur-trice membre travaille son domaine dans l'optique d'une agriculture durable".

La durabilité est un concept difficile à définir. Il est aujourd'hui utilisé par des acteurs tellement différents les uns des autres, comme les ONG, les multinationales ou les politiciens, chacun défendant sa propre vision de ce qui est "durable".

Malgré cela, nous garderons les définitions suivantes pour étudier la proposition de l'ACP : "l'agriculture durable est une agriculture soutenable car elle répond aux besoins d'aujourd'hui (aliments sains, eau de qualité, emploi et qualité de vie) sans remettre en cause les ressources naturelles pour les générations futures" (RAD in Féret, 2000). Selon les trois volets du développement durable, "une agriculture durable est une agriculture productive, rentable, socialement équitable et qui préserve l'environnement"⁸.

Il nous semble important de souligner que les défenseurs de l'agriculture durable précisent que celle-ci est "tout le contraire d'un modèle : elle tente d'apporter des réponses locales aux questions posées dans une perspective globale quant aux fonctions et à la place qu'occupe l'agriculture dans la société"⁹

De manière générale, l'agriculture durable s'oppose à une agriculture "productiviste" ou "industrielle" qui a comme principales caractéristiques d'être très mécanisée, intensive et fortement liée à l'industrie agro-alimentaire.

Contrairement au modèle industriel dans lequel le rôle de l'agriculteur se réduit à devenir un fournisseur de matières premières (Pernet, 1984), les agriculteurs en ACP souhaitent la maîtrise la plus complète possible de la filière (production, transformation, livraison). La

⁸ Définition du centre d'études pour un développement plus autonome (CEDAPA), www.cedapa.com

⁹ Réseau Agriculture Durable (RAD), www.agriculture-durable.org

Charte encourage les partenariats avec d'autres acteurs du monde rural pour autant que la transparence du mode de transformation et de la filière soit assurée.

Différents volets de l'agriculture durable se retrouvent dans les textes et les pratiques des initiatives ACP :

1. Respect et protection de l'environnement

Les initiatives ACP affichent une volonté de réfléchir sur l'ensemble des étapes de l'alimentation et de sa production, et de leur impact sur l'environnement. Afin de minimiser cet impact, les initiatives ACP proposent des produits :

- locaux, afin de diminuer les transports et la pollution inhérente à ceux-ci ;
- de saison, respecter le cycle des saisons permet d'éviter l'utilisation d'énergie pour chauffer les serres ;
- biologiques ou respectant des prescriptions écologiques afin d'éviter les pollutions dues aux utilisations d'intrants chimiques.

L'agriculture biologique sans être une condition d'adhésion à la Charte ACP y est "fortement encouragée".

De plus, en cultivant d'anciennes variétés ou des variétés locales (difficiles à trouver dans la grande distribution), les initiatives ACP s'engagent à favoriser et à maintenir la biodiversité, dans le but notamment de transmettre ce patrimoine génétique aux générations futures. Les organismes génétiquement modifiés (OGM) évidemment ne sont pas autorisés.

Le respect de l'environnement inclut également le respect du bien-être animal dans le cycle de la production.

2. Préservation du métier d'agriculteur

L'agriculture durable a également dans son volet social, l'objectif de préserver le métier d'agriculteur. Dans un contexte de disparition drastique des fermes, d'endettement et de cessation d'activité des agriculteurs, la Charte stipule que "l'agriculture contractuelle de proximité doit favoriser un développement agricole qui permette au plus grand nombre d'agriculteur-trice-s d'accéder au métier et d'en dégager un revenu rémunérateur".

Par ce système, les acteurs en ACP cherchent à maintenir des exploitations à taille

humaine, à éviter la concentration des terres dans des exploitations de plus en plus grandes. Ceci dans le but de préserver ou de créer des emplois. "Il vaut mieux avoir des voisins plutôt que d'augmenter sa surface"¹⁰, tel pourrait être un résumé de cette pensée.

3. Un revenu rémunérateur

Cet objectif économique est évidemment lié au précédent. Après le constat que les prix pratiqués par les lois du marché ne rémunèrent plus l'agriculteur pour sa production, les initiatives ACP revendiquent une rémunération juste pour les personnes travaillant sur le domaine agricole. Selon la Charte, "la juste rémunération tient compte des coûts de production du domaine, des aléas de production (par ex. météo) et actions spécifiques mises en œuvre à la demande des consommateurs". Dans certaines initiatives, le prix des produits est ainsi calculé et négocié par avance entre les consommateurs et les producteurs.

Les avantages pour le producteur en termes économiques sont la garantie de revenus et la trésorerie disponible qu'assure ce système (Dubuisson-Quellier, Lamine, 2007), étant donné que les consommateurs paient à l'avance tous ou une partie des paniers qu'ils vont recevoir.

C pour contractuelle

Selon la Charte, "un contrat lie producteur-trice-s et consommateurs. Celui-ci est valable pour un engagement pour la saison, (généralement d'un an), [...]. Le contrat définit la qualité, la quantité, le mode de production, les prix et les modalités de livraison des produits. Le contrat est négocié entre le ou les agriculteur-trice-s et les consommateurs ou un/une représentant-e de ceux-ci". Le contrat peut également prévoir une participation des consommateurs aux travaux sur l'exploitation.

Ce contrat entre producteur et consommateur consiste en un engagement dans la durée des acteurs, ce qui est également une composante de l'agriculture "durable". Ainsi les producteurs, mais également les consommateurs, se protègent d'une brusque baisse ou hausse des prix des produits agricoles.

¹⁰ Paysan français cité par Pérez-Vitoria, 2005

P pour proximité

Ce terme de proximité comporte non seulement une dimension géographique mais également humaine.

Comme cela a été dit précédemment, l'ACP permet à des produits locaux d'être consommés localement. Cette proximité du lieu de production permet une économie de carburant considérable étant donné que dans nos pays industrialisés, un aliment de supermarché a fait en moyenne 1300 km pour arriver au consommateur (Padilla, 2007).

La relation directe entre producteurs et consommateurs est une donnée essentielle au sein des initiatives ACP. Cette proximité permet d'assurer une transparence quant à la production, transformation et commercialisation des produits. Comme l'analyse Claire Lamine, "la traçabilité n'est plus matérialisée dans l'étiquetage [des produits], comme dans les définitions officielles, mais dans la présence physique du producteur, sa vigilance, la continuité de cette présence et de cette vigilance au long de la filière de production et même de commercialisation" (2008).

La relation de confiance entre les membres d'une initiative ACP se construit par les informations fréquentes sur les activités de l'exploitation, sur ses produits ainsi que par la participation des consommateurs aux différents travaux de l'exploitation.

Contrairement à "l'anonymat des supermarchés", les initiatives ACP permettent tout simplement de recréer des liens sociaux. Ceci permettant notamment de pouvoir mieux comprendre les contraintes et besoins de chacun.

1.3 METHODOLOGIE

Une enquête exhaustive auprès des initiatives ACP

Étant donné leur nombre encore restreint, nous avons opté pour mener une enquête auprès de toutes les initiatives ACP en Suisse romande. Au nombre de 19 quand cette étude a débuté, les initiatives sont actuellement 21, deux jeunes agriculteurs s'étant lancés dans la vente de paniers de légumes durant le printemps. Il nous a semblé intéressant de rencontrer les deux agriculteurs qui débutaient et avons ainsi enquêté auprès de 20 initiatives ACP (1 initiative ayant déjà fait l'objet d'une enquête sur la vente directe en Suisse, fin 2007, a seulement été contactée par téléphone).

Nous avons voulu obtenir pour chaque initiative, deux visions distinctes du projet ACP. Premièrement, pour chaque initiative, nous avons souhaité enquêter auprès d'un producteur au moins. Deuxièmement, tenant compte de la forte implication des consommateurs dans ce type de commercialisation, nous avons tenté de rencontrer pour chaque initiative, un consommateur ayant une certaine responsabilité au sein du projet. Dans certains cas, les agriculteurs ne travaillent pas avec une organisation de consommateurs. Ces derniers ne sont pas impliqués dans la gestion du projet. Nous avons nommé ces projets des "initiatives individuelles" et avons ainsi rencontré seulement les producteurs.

Dans d'autres cas, le projet d'agriculture contractuelle regroupe plusieurs producteurs (1 à 19) au sein d'une initiative dite "associative". Et dans ce cas, nous avons rencontré, faute de moyens et de temps, qu'un seul des producteurs du projet et avons, grâce aux informations récoltées, extrapolé les données à l'ensemble des producteurs.

Dans le cas des "initiatives coopératives", dans lesquelles les consommateurs sont complètement intégrés, de la participation aux travaux de production, à la gestion et à la prise de décision, nous avons généralement pu rencontrer un producteur et un consommateur coopérateur.

Enquêtes auprès de 20 initiatives ACP - Été 2008	
Consommateurs :	10
Producteurs :	17
Nombre total d'enquêtes :	27

(voir annexe 1 pour le détail des enquêtes)

Questionnaires

L'inventaire ACP a été élaboré à l'aide de deux questionnaires distincts, l'un pour le producteur, l'autre pour le consommateur (voir annexes 2 et 3).

Le questionnaire destiné au producteur comprend sept parties. La première partie aborde le profil et le parcours professionnel du producteur ACP. Nous étions intéressés à dresser un "portrait" de l'agriculteur qui se lance dans ce type de démarche. Des questions portaient sur le nombre d'années de métier d'agriculteur comparé aux années en ACP afin de savoir s'il s'agit d'une "reconversion" à ce système de commercialisation

alternative ou d'un choix depuis l'installation. Il nous a semblé intéressant de savoir quel type de formation ont suivi ces producteurs : des filières classiques ou s'il s'agit de réorientation professionnelle après une première formation. Et évidemment, nous avons sondé leurs motivations et raisons pour participer à ces projets. La deuxième partie porte spécifiquement sur l'exploitation et les produits de l'agriculteur en question. Une description détaillée est demandée sur l'histoire de l'exploitation, le mode et les facteurs de production. Une énumération des produits ACP a été établie ainsi que leur poids dans la production totale. Des questions sur la transformation et les différents partenariats entre producteurs et acteurs locaux ont été posées, afin de discerner les dynamiques locales que peut dégager l'ACP. Dans cette partie, la stratégie de commercialisation adoptée par l'exploitant tente d'être déterminée, en énumérant ses circuits de vente. Nous nous étions demandé si les agriculteurs en ACP étaient déjà largement impliqués dans la vente directe ou non. La troisième partie du questionnaire aborde les aspects économiques et de travail sur l'exploitation. Par rapport au travail global sur l'exploitation, une estimation de la part générée par le contrat ACP a été tentée. Des aspects de salaires et de statut des employés agricoles ont été abordés. S'il y a lieu, un calcul du travail des consommateurs sur l'exploitation a été effectué. Et enfin, une question sur le chiffre d'affaires engendré par l'ACP a été posée. La quatrième partie concerne les aspects de l'environnement et de la biodiversité : les efforts fournis, les solutions et difficultés rencontrées. Un inventaire des améliorations envisagées a été effectué. Le contexte social est contenu dans la cinquième partie, en souhaitant déterminer si les personnes interrogées sont déjà impliquées dans d'autres mouvements ou réseaux sociaux. L'avant-dernière partie tente de faire un bilan du passage à l'ACP (Cela n'a pas toujours été possible quand le producteur venait de s'y mettre ou s'il a toujours été en ACP). Et enfin, la dernière partie porte sur les besoins, projets et perspectives des différents agriculteurs concernés. Un inventaire des besoins matériels et immatériels avait été demandé par la Fédération romande des ACP afin de mieux cerner la demande de ses membres. Nous avons également relevé la vision d'avenir des producteurs sur l'ACP et leur souhait quant à l'évolution de leur projet.

Le questionnaire destiné au consommateur actif au sein de l'initiative ACP comporte également sept parties. La première partie concerne l'historique de l'initiative, les acteurs qui ont donné l'impulsion première, les produits distribués, le nombre de producteurs y

participant. La deuxième partie relève des consommateurs, leurs tâches et l'évolution de leur nombre. Une troisième partie est dédiée à l'organisation de la distribution, une description des livraisons, de leur périodicité, etc. La quatrième et plus importante partie, approfondit l'organisation interne de l'initiative, tout ce qui concerne la gestion et la promotion, afin de déterminer le temps consacré à ces tâches et si elles font l'objet d'une rémunération. Dans cette partie, sont également comprises les questions sur le chiffre d'affaires et le financement de l'initiative, le prélèvement que celle-ci effectue sur le prix des produits, nécessaire à son fonctionnement. Le lien entre consommateurs et producteurs relève de la cinquième partie. Nous avons cherché à savoir quelles sont les rencontres organisées par l'initiative, comment sont prises les décisions, etc. Le volet environnemental se trouve dans l'avant-dernière partie. Et finalement, nous avons également terminé sur les perspectives et projets des différents acteurs des ACP.

2. SITUATION ET FONCTIONNEMENT DE L'ACP EN SUISSE ROMANDE

2.1 LES FORMES D'INITIATIVES

Contrairement à la situation de l'agriculture contractuelle en France principalement structurée par les AMAP¹¹ (Lamine, 2008), les projets en Suisse romande diffèrent les uns des autres quant à leur forme, leur fonctionnement et leur taille. Les initiateurs de projet, parfois producteurs, parfois consommateurs, en s'inspirant des expériences existantes ont adapté à leur région, l'offre en produits ACP. Ainsi, nous avons des initiatives qui partagent des valeurs communes (une agriculture paysanne et la proximité, par exemple) mais qui dans l'application de ces principes diffèrent grandement. En effet, nous retrouvons par exemple une petite coopérative de récolte et de transformation de fruits de 25 personnes, ainsi qu'une distribution de 1500 paniers annuels par une quinzaine de producteurs, toutes regroupées sous le terme d'initiative ACP.

À travers cette étude, nous avons pu dégager trois formes principales d'initiative ACP : les initiatives coopératives, les initiatives associatives et les initiatives individuelles.

2.1.1 Initiatives coopératives

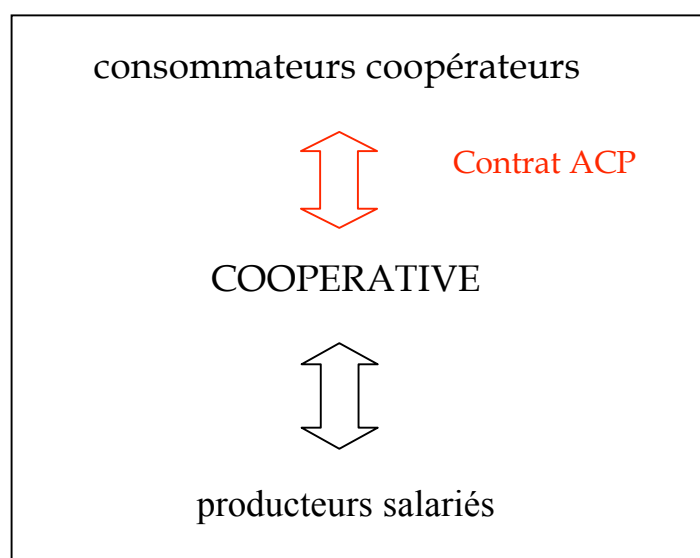
La coopérative représente la plus ancienne forme d'agriculture contractuelle en Suisse romande. En effet, la coopérative *Les Jardins de Cocagne* a débuté en 1978, fêtant son 30^e anniversaire cette année, suivie de la coopérative *La Clef des champs* en 1982. Les coopératives sont non seulement un lieu de production mais également un tremplin pour différents projets qui peuvent bénéficier du soutien des coopérateurs. Les coopératives sont également des structures pouvant accueillir des activités de réinsertion sociale, de coopération Nord-Sud, des débats et expositions.

Fonctionnement :

- Au sein d'une coopérative, les consommateurs sont des coopérateurs et les producteurs sont généralement des salariés de la coopérative.

¹¹ AMAP : association pour le maintien de l'agriculture paysanne

- Les investissements pour la production et la distribution sont assurés par les parts sociales qu'apportent les coopérateurs. Les cotisations annuelles pour les paniers assurent en général le fonctionnement de la coopérative.
- Les coopérateurs sont parties prenantes au processus de prise de décision et participent généralement aux différents travaux de production et de gestion. Ainsi le contrat porte sur les produits livrés et sur les demi-journées de travail effectuées par le coopérateur.
- Les coopératives proposent majoritairement des légumes chaque semaine.
- Les coopératives affichent une volonté de gestion collective du terrain.



Parmi les cinq coopératives existantes, deux d'entre elles ont un fonctionnement un peu différent des coopératives maraîchères plus anciennes. L'une d'entre elles exploite un verger ; les coopérateurs récoltent ensemble et transforment aussi leurs pommes en jus, cidre et autres. La deuxième n'a pas de salarié producteur mais achète les légumes à un agriculteur chez qui les coopérateurs participent à la production, l'agriculteur étant membre du comité de la coopérative.

2.1.2 Initiatives associatives

Cette forme d'initiative regroupe deux offres de produits : soit des légumes livrés chaque semaine, soit des paniers "garnis" livrés une à deux fois dans l'année.

Inspirées par l'expérience des coopératives maraîchères, des associations organisent l'approvisionnement en légumes frais de leurs adhérents. Les initiatives regroupant différents produits de garde, ont débuté en 2003 avec *L'affaire TourneRêve*, suite au souhait

d'étendre aux produits transformés le concept d'agriculture contractuelle. A l'huile de tournesol, se sont ajoutés différentes farines, des lentilles, ainsi que des pommes de terre, des fruits et des jus, entre autres. Ce modèle d'initiative ACP ayant rencontré un succès certain, a été repris pour ainsi soutenir et distribuer plusieurs produits régionaux, dans toute la Suisse romande, y incluant également de la viande et du fromage.

Fonctionnement :

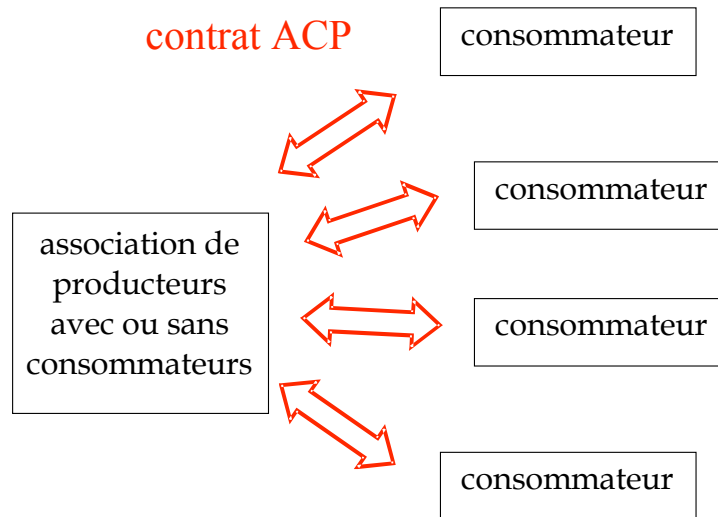
- Une association regroupant des consommateurs et/ou des producteurs organise la distribution de produits provenant d'une ou plusieurs exploitations.
- Ces produits sont destinés à des consommateurs soit au sein de la même organisation ou à des consommateurs non organisés entre eux.
- Le contrat porte soit sur des livraisons hebdomadaires ou mensuelles, soit sur une ou deux livraisons par année. Dans le premier cas, les produits proposés sont majoritairement des légumes. Dans le deuxième cas, le panier est composé de produits divers, produits de garde et produits transformés.
- Les producteurs membres des associations ont pour la plupart un statut d'exploitant agricole et perçoivent les paiements directs¹². Généralement, l'ACP représente une petite part de leur chiffre d'affaires.
- C'est dans les initiatives associatives que l'on retrouve le plus grand nombre de producteurs (environ 65).

Les associations d'agriculture contractuelle de proximité ont pris des formes variées qui reflètent l'historique, l'impulsion première des initiatives. Ci-dessous, deux formes d'initiatives associatives résument les variantes adoptées et adaptées à chaque projet ACP.

¹² Les paiements directs sont les contributions à la surface servant à rétribuer les prestations fournies dans l'intérêt général telles que la protection et l'entretien du paysage rural, la garantie de la production alimentaire et la préservation du patrimoine nature (Office fédérale de l'agriculture).

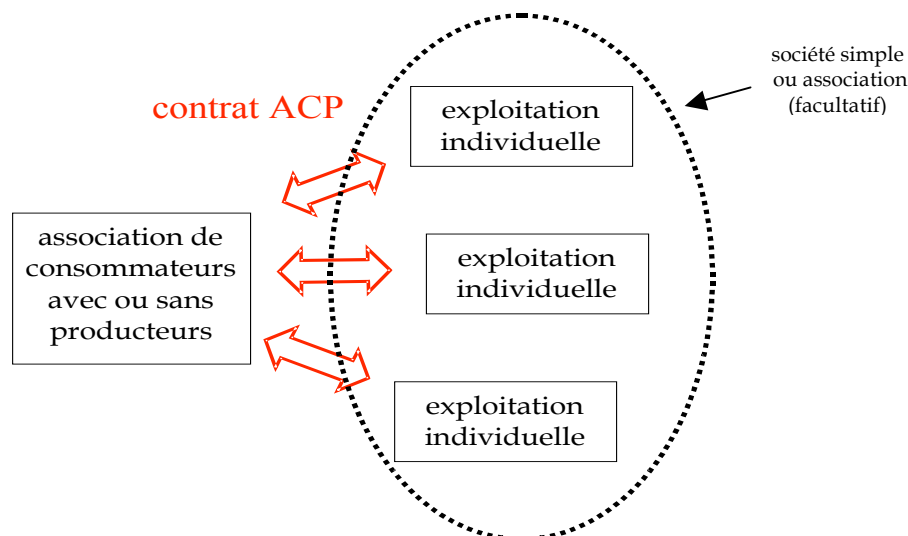
Regroupement de producteurs

L'initiative peut être née suite à un regroupement de producteurs afin de proposer un panier de produits variés ; des consommateurs sont parfois au sein du comité et compris dans le processus de prise de décision ; l'ensemble des consommateurs ne sont pas obligatoirement membres :



Regroupement de consommateurs

L'initiative peut également être née grâce à un regroupement de consommateurs, souhaitant réunir dans un panier, divers produits régionaux ; les producteurs qui livrent leurs produits pour ces paniers, sont parfois regroupés dans une structure (par exemple une société simple) ou font partie de l'association ; ce type d'association regroupe au sein du comité, soit la parité entre producteurs et consommateurs, soit une majorité de consommateurs :

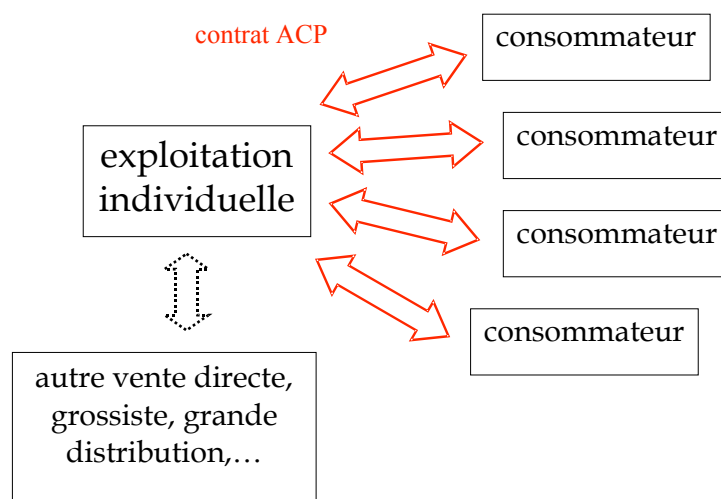


2.1.3 Initiatives individuelles

Ce type d'agriculture contractuelle est la plus récente en Suisse romande (2005). Les producteurs s'inspirant des démarches collectives plus anciennes, reprennent à leur compte ce type de commercialisation. Cela implique souvent pour les producteurs de diversifier leur offre de produits afin de proposer un assortiment varié aux consommateurs. Ces projets demandent en général peu d'investissement au départ d'un point de vue matériel, mais une organisation différente du travail, un espace pour la mise en place des paniers et beaucoup de temps pour expliquer et promouvoir la nouvelle démarche auprès des clients !

Fonctionnement :

- Un agriculteur propose des produits sous forme contractuelle à des consommateurs. Ceux-ci ne sont pas organisés en association ou autre.
- Le contrat, généralement d'une année, porte sur la livraison et distribution des produits et très rarement sur des travaux au sein de l'exploitation.
- Le producteur a généralement un statut d'exploitation agricole et perçoit les paiements directs.
- La gestion est entièrement prise en charge par l'agriculteur.
- Les produits échangés dans ce type d'initiative sont des légumes livrés chaque semaine ou chaque deux semaines.



2.1.4 Répartition des initiatives ACP selon leur forme

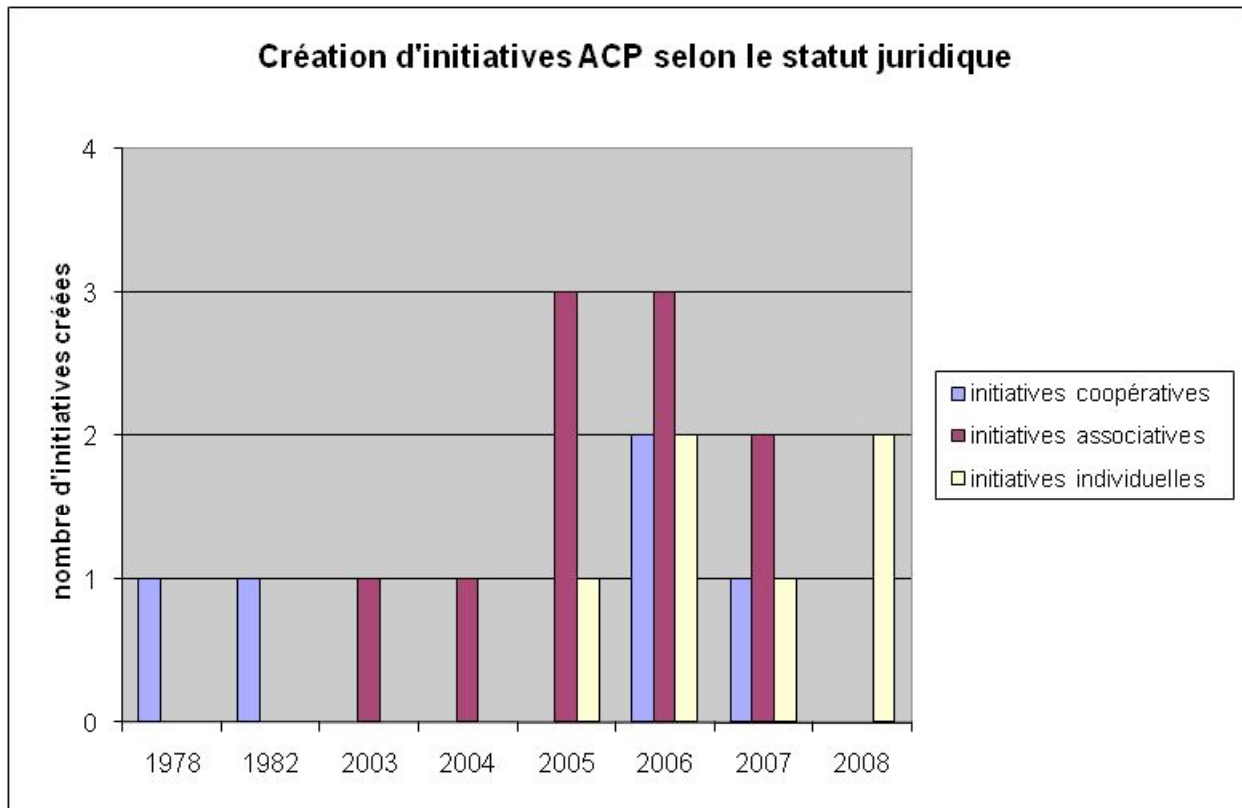
Coopératives		Associations			Exploitations individuelles
livraison hebdomadaire	auto-cueillette	livraison hebdomadaire	livraison mensuelle / tous les 15 jours	livraison annuelle / semestrielle	livraison hebdomadaire
Les Jardins de Coccagne	Les Vergers d'Epicure	Lumière des Champs	Notre Panier Bio	L'Affaire TourneRêve	Les Ares et Vous
La Clef des Champs		Les Jardins du Flon	Femmes solidaires sans frontières*	Le Lopin Bleu	L'Abbaye de Fontaine-André
Le Jardin potager				Saveurs de Saisons	Le Panier du Bisse
Le Jardin des Charrotons		auto-cueillette		L'Agrihotte	La Ferme du Taulard
		Les Cueillettes de Landecy		Le Panier à 4 pattes*	Les Potagers de Gaïa
					Terre de Lune
5 initiatives coopératives		10 initiatives associatives			6 initiatives individuelles

* sans statut juridique mais fonctionnant comme une association

Nous constatons qu'actuellement l'initiative associative est la forme juridique majoritairement adoptée en Suisse romande. Ceci est probablement dû au fait qu'une association est une structure assez souple permettant aux consommateurs de s'impliquer facilement dans le projet. Remarquons également que la moitié des associations organisent des livraisons annuelles ou deux fois l'an et que dès qu'il s'agit de livraisons plus fréquentes (hebdomadaires ou mensuelles), la structure de coopérative est également adoptée. La coopérative permet un cadre peut-être plus solide car plus contraignant également pour le consommateur.

Le graphique ci-dessous montre que l'agriculture contractuelle a d'abord été mise en place par des projets collectifs, portés par des regroupements de producteurs et de consommateurs. Ces projets collectifs ont ensuite suscité l'intérêt de producteurs individuels pour cette forme contractuelle de commercialisation. Ainsi, ceux-ci se lancent également dans la livraison de paniers hebdomadaires payés à l'avance mais sans association de consommateurs. Les projets collectifs ont également permis de nombreux débats et attiré l'attention des médias, diffusant ainsi le concept d'agriculture contractuelle auprès des consommateurs. L'ACP se diffuse aujourd'hui parmi un autre

milieu que le milieu "militant" traditionnel. Peut-être que nous allons vers une certaine normalisation de l'ACP.



Le choix de la forme à donner à l'initiative provient principalement du profil des acteurs du projet ACP. Les coopératives permettent à des personnes sans exploitation agricole et donc sans terrain, de mettre en place une structure agricole. Les parts sociales qu'apporte chaque coopérateur permettent des investissements de départ. L'écoulement des marchandises produites est assuré par les cotisations annuelles. Grâce à ce "partage des risques", de nouveaux producteurs peuvent se lancer dans un pareil projet sans contracter d'énormes dettes. A cet apport financier, il faut également ajouter les compétences diverses des coopérateurs mises à profit de l'initiative. Un projet de coopérative maraîchère, n'est pas que le projet des quelques producteurs, mais de l'ensemble des coopérateurs, évidemment plus ou moins impliqués. Ainsi, les coopérateurs, selon les cas, gèrent la distribution, font la comptabilité et mettent des projets en place sur la coopérative (comme par exemple la construction d'un poulailler). Souvent les compétences professionnelles des coopérateurs sont utilisées dans le projet: avis de droit, création de sites Internet, activités artistiques, etc. Et finalement, le coopérateur s'engage à travers le contrat ACP, à participer activement à la production sur

l'exploitation, entre 3 à 6 demi-journées selon les initiatives. Ce sérieux coup de main des coopérateurs aux travaux des champs (comme le désherbage ou la récolte) bien que non professionnel évidemment, a une double utilité. Non seulement, il permet les échanges entre producteurs et consommateurs sur la complexité et les contraintes de l'agriculture, mais en plus, il permet de maintenir des prix abordables.

L'association quant à elle permet à ses acteurs d'accéder à différents services comme un compte postal, la location de locaux, des subventions diverses, etc. L'association permet également de récolter des cotisations ou de prélever un pourcentage sur les produits vendus afin de couvrir les frais divers et dans certains cas, de salarier une personne pour la gestion. Les associations regroupent des producteurs déjà « installés » qui écoulent leurs marchandises par d'autres circuits de vente que le projet ACP. Cette structure permet également de rassembler un grand nombre de produits avec une gestion administrative assez légère. Les associations livrant des paniers annuels sont souvent gérées par des bénévoles. Les associations avec des paniers hebdomadaires ou mensuels ont pour la plupart une personne salariée à temps partiel pour s'occuper de la gestion.

Les initiatives individuelles ACP sont créées par des producteurs qui, pour l'instant, livrent chaque semaine des paniers de légumes payés à l'avance par les consommateurs. Dans ces cas-là, les producteurs ont déjà une exploitation en place et optent pour ce système d'écoulement, soit de manière exclusive ou pour une partie seulement de leur production. Ayant déjà une structure agricole, ils n'élaborent pas un projet dans lequel le consommateur prend part à la gestion, mais s'occupent eux-mêmes, ou parfois leurs employés, de la livraison des paniers. Il est possible que l'ACP, prenant de l'ampleur, incite de nouveaux agriculteurs à s'installer directement et entièrement en ACP.

2.2 LE NOMBRE DE CONTRATS

Actuellement, nous comptabilisons environ 4600 contrats entre producteurs et consommateurs, dont un peu plus de 2300 impliquant des livraisons hebdomadaires ou mensuelles. En ne retenant que ce dernier chiffre de 2300 contrats et en supposant que chaque contrat alimente en moyenne un ménage de 2,5 à 3 personnes, nous pouvons

estimer que 6000 personnes au minimum s'approvisionnent régulièrement en produits frais en ACP, soit 0,4% de la population romande (1'500'000 habitants env.).

**Les contrats ACP selon la périodicité de livraisons
des paniers, octobre 2008**

Périodicité de livraisons	Nombre d'initiatives	Nombre de contrats	
Hebdomadaire à mensuelle	15	2371	51 %
Annuelle et pluriannuelle	6	2263	49 %
TOTAL	21	4634	

Sur les 21 initiatives ACP présentes en Suisse romande, 15 d'entre elles approvisionnent de manière régulière (hebdomadaire à mensuelle) les consommateurs en légumes pour la plupart.

Plusieurs d'entre elles proposent en parallèle aux paniers de légumes, des abonnements pour du pain, des œufs, du fromage, ou autres. Il est possible également de former des groupes d'achat à travers ces initiatives, pour se procurer de la viande en grande quantité. Certaines initiatives proposent de commander en ligne des aliments transformés, comme des pâtes, des huiles, des pâtes à tartiner, etc.

Les initiatives regroupant un nombre important de consommateurs sont des réseaux intéressants pour proposer de nouveaux produits pour de petits producteurs ou artisans qui n'ont pas forcément des moyens conséquents pour la promotion. En effet, l'information circule régulièrement au sein des initiatives et les personnes sont a fortiori, intéressées par des produits régionaux de petites et moyennes exploitations.

**Les contrats ACP selon la forme de l'initiative,
octobre 2008**

Forme d'initiative	Nombre d'initiatives en Suisse romande	Nombre de contrats ACP	
Initiatives coopératives	5	1097	24 %
Initiatives associatives	10	3049	65 %
Initiatives individuelles	6	488	11 %
TOTAL	21	4634	

Dans le tableau ci-dessous, nous remarquons que deux tiers des contrats ACP en Suisse romande sont assurés par des associations, en tenant compte du fait que l'association

l'Affaire TourneRêve regroupe à elle seule, presque la moitié des contrats des initiatives associatives (environ 1500 contrats). Deux autres associations, *le Lopin bleu* et *Notre Panier bio*, ont également un grand nombre d'adhérents : 400 chacune. Les coopératives ont également un poids relativement important quant au nombre de contrats ACP : deux d'entre elles, *Les Jardins de Cocagne* et *Le Jardin Potager*, fournissent en légumes chacune 400 ménages.

Ci-dessous la liste des initiatives en Suisse romande (octobre 2008) :

Initiatives coopératives

Nom	Année de création	Canton	Nombre de contrats	Produits	Livraison
Les Jardins de Cocagne	1978	GE	420	Légumes, petits fruits et fruits	Hebdomadaire
La Clef des Champs	1982	JU	120	Légumes	Hebdomadaire
Le Jardin Potager	2006	VD	400	Produits de garde, fruits et légumes	Hebdomadaire
Les Vergers d'Epicure	2007	GE	25	Fruits, confiture, sirop, jus et alcool	Récolte et transformation par les coopérateurs
Le Jardin des Charrotons	2007	GE	130	Légumes, petits fruits et fruits	Hebdomadaire

Initiatives associatives

Nom	Année de création	Canton	Nombre de contrats	Produits	Livraison
L'Affaire TourneRêve	2003	GE	1500	Légumes, fruits, huiles, céréales, produits de garde, viande	2 fois par an
L'Agrihotte	2005	VD	150	Légumes, fruits, céréales, miel, volaille, viande, jus, huile, vinaigre, vin cuit	2 fois par an
Le Lopin bleu	2005	NE	400	Fruits, céréales, miel, viande, fromage, noix, huile, jus	1 fois par an
Les Cueillettes de Landecy	2006	GE	65	Légumes, petits fruits et fruits	auto-cueillette
Le Panier à 4 pattes	2006	GE	130	Fruits, viande, légumes, céréales, produits de garde, vin	2 fois par an
Femmes solidaires sans frontières	2006	VD	46	Légumes	2 fois par mois
Saveurs de Saison	2006	JU	58	Légumes, fruits, céréales, tisane, miel, œufs, viande, fromage, huile, pain, sirop, conserves	1 fois par an
Notre Panier Bio	Fin 2006	FR	400	Légumes, petits fruits, fruits, céréales, miel, œufs, viande, fromage, jus, pain, confitures	Mensuelle
Lumière des Champs	2007	VD	100	Légumes, pain, œufs, fromage, fruits	Hebdomadaire
Les Jardins du Flon	2007	VD	200	Fruits, petits fruits, légumes, jus, miel, huile, confiture	33 fois par an

Initiatives individuelles

Nom	Année de création	Canton	Nombre de contrats	Produits	Livraison
L'Abbaye de Fontaine-André	2005	NE	42	Légumes, pain, fromage	Hebdomadaire
Les Ares et vous	2006	GE	100	Légumes, petits fruits, fruits, viande, céréales, miel	Hebdomadaire
La Ferme du Taulard	2006	VD	140	Légumes, petits fruits et fruits	Hebdomadaire
Terre de Lune	oct. 2007	GE	16	Légumes	Hebdomadaire
Le Panier du Bisse	avril 2008	VS	150	Légumes, petits fruits	Hebdomadaire
Les Potagers de Gaïa	mai 2008	GE	40	Légumes, plantes aromatiques et crèmes	Hebdomadaire

2.3 LES PRODUCTEURS EN ACP

Répartition des exploitations prenant part à l'ACP selon la forme de l'initiative, octobre 2008

Forme d'initiative	Nombre d'initiatives en Suisse romande	Nombre d'exploitations en ACP	
		Nombre	Proportion
Initiatives coopératives	5	5	6 %
Initiatives associatives	10	66	86 %
Initiatives individuelles	6	6	8 %
TOTAL	21	77	

Plus de 70 exploitations agricoles participent à une initiative ACP en Suisse romande. Nous pouvons relever dans le tableau ci-dessus, que la grande majorité des producteurs fait partie des initiatives associatives. Les diverses associations regroupent entre 1 et 19 producteurs actuellement. L'association qui regroupe un maximum de producteurs livre un panier de divers produits mensuellement. Les autres associations regroupant plusieurs agriculteurs, organisent leur distribution une à deux fois par année. Les initiatives livrant des paniers hebdomadaires de légumes sont presque toutes liées à une seule exploitation.

2.3.1 Profils et motivations

À l'image des initiatives auxquelles ils prennent part, les agriculteurs en ACP ont des profils fort variés les uns des autres. Nous ne pouvons pas parler d'un "type" de producteur pour ces projets. Pour illustrer ce propos, voici quelques parcours et profils de producteurs en ACP :

- L'agriculteur à la tête d'une grande exploitation agricole qui, suite à des difficultés avec la grande distribution, se reconvertisse à la vente directe, soit pour une partie de sa production dans une volonté de diversifier ses débouchés ou en passant entièrement à la vente directe. Cette dernière stratégie inclut différentes options, comme la vente à la ferme, les marchés hebdomadaires, la vente sur Internet et les contrats ACP. Pour l'exploitation engageant déjà 5 à 8 employés, la conversion à l'ACP change surtout la manière de travailler : il faut diversifier la production et organiser la mise en panier et la livraison. L'ACP ne permet pas forcément d'augmenter la production mais surtout de mieux la valoriser et de retrouver un contact régulier avec le consommateur.
- L'agriculteur qui débute son activité agricole et qui par faute de moyens ou par choix, ne démarre pas avec des investissements lourds. Cet agriculteur souhaite vivement rester en dehors du circuit conventionnel de vente, par désir d'indépendance et par choix d'un mode de vie simple. Grâce au préfinancement des paniers par les consommateurs et à la valorisation des produits (pas de coûts d'intermédiaires, peu de pertes de déclassement) que permet l'ACP, l'agriculteur peut investir dans un matériel de production adapté. Les paniers ACP sont ainsi un moyen permettant d'exercer l'activité agricole et d'en dégager un salaire minimal.
- L'agriculteur qui milite pour une agriculture paysanne et de proximité et écoule entièrement ou presque sa production en ACP. Son exploitation permet un foisonnement de projets d'agriculture et de commercialisation alternatives à la grande distribution. Il est engagé dans différents mouvements sociaux, locaux ou internationaux, suscite des débats et expérimente avec l'aide de consommateurs et producteurs innovants toutes sortes d'initiatives.

- Le producteur salarié d'une coopérative qui est intéressé par cette démarche collective de production, de gestion de la terre et par toutes les activités qui tournent autour de celle-ci. Ce producteur est souvent engagé également dans diverses démarches de défense de l'agriculture paysanne. Cette activité lui permet d'être en lien avec un réseau social important, et comme les coopérateurs travaillent également sur l'exploitation, il est souvent amené à exercer une activité de pédagogue à propos de l'agriculture. Ce producteur n'est pas propriétaire du terrain ni de sa production et partage avec l'ensemble du groupe le pouvoir de décision.

Par contre, là où les producteurs en ACP se retrouvent, c'est sur le plan de leurs raisons à s'engager dans cette démarche. Nous avons regroupé les motivations exprimées par les différents agriculteurs en deux catégories : les motivations économiques et les motivations plus philosophiques.

D'un point de vue économique, deux arguments majeurs invoqués pour pratiquer l'ACP sont la recherche de diversification de revenus et une certaine sécurité que permet le prépaiement des consommateurs. En effet, les revenus liés aux produits ACP sont assurés pour la saison. Si l'un des produits a eu des problèmes lors de la production, l'agriculteur compense avec d'autres produits dans le panier. Étant donné que le consommateur achète un panier entier sur toute une saison, et non, un des produits à chaque fois, cela laisse une certaine marge de manœuvre au producteur pour gérer les quantités. Dans certaines initiatives, le concept va même jusqu'à acheter la production d'une certaine surface donnée. Ceci implique que le consommateur mandate le producteur à cultiver cette surface et accepte de recevoir moins de produits si l'année est mauvaise et par contre bénéficie de plus de produits si l'année est bonne. Ce concept illustre la notion de partage de risques entre producteurs et consommateurs, importante dans la philosophie générale de l'agriculture contractuelle. Remarquons que dans les faits, cette idée est encore parfois difficilement appliquée par les consommateurs mais également par les producteurs.

Pour certains producteurs, l'ACP permet de se détacher en partie de la grande distribution, de ses exigences de calibrage et de la pression sur les prix. L'ACP est pour plusieurs d'entre eux une option parmi d'autres, d'une stratégie de vente favorisant la pluralité des débouchés plutôt que de ne travailler qu'avec un gros client. De l'avis des producteurs, l'ACP permet également de toucher d'autres consommateurs que la vente directe traditionnelle (marché ou magasin à la ferme). Certaines personnes, faute de

temps, trouvent plus pratique de se faire livrer régulièrement dans leur quartier et de payer à l'avance leurs aliments. Les questions de calibrage et de déclassement impliquent des déchets importants pour les producteurs travaillant avec la grande distribution. Cette situation est très différente dans les initiatives ACP. Les produits qualitativement pareils à ceux proposés à la grande distribution mais qui n'ont pas accès aux étagères des supermarchés pour leur aspect divers, sont tout à fait bien acceptés par les consommateurs en ACP (exemple : carottes tordues, salades trop grandes ou trop petites). L'ACP a été un moyen pour quelques producteurs de s'installer en tant qu'exploitant agricole, pour les raisons déjà évoquées plus haut : la possibilité de financement, la trésorerie disponible, l'investissement moindre, la possibilité de planification de la production et la vente assurée. Et ces raisons font que l'ACP est, selon certains, simplement un moyen de pouvoir vivre de son métier d'agriculteur.

Sur un plan plus humain ou philosophique, la motivation qui est à chaque fois invoquée est le lien direct avec le consommateur. En effet, comme l'explique un producteur, il ne s'agit pas seulement de "vente directe" mais également de "relation directe" entre producteurs et consommateurs. Le producteur sait pour qui il produit, qui mangera ce qu'il a récolté. Ceci est d'autant plus important pour des agriculteurs céréaliers, par exemple, qui pratiquent peu ou pas de vente directe, et livrent à des acteurs de la transformation industrielle. Cela est évidemment valable également pour le consommateur qui sait par qui, où et comment est produit l'aliment qu'il trouve dans son assiette. Plusieurs producteurs l'ont relevé, l'ACP demande beaucoup de temps en discussion au sein des initiatives, d'explication avec les consommateurs, mais les rapports sont d'une toute autre nature qu'avec un acheteur de la grande distribution. Un producteur nous a parlé de "relations commerciales non conflictuelles" en ACP. En effet, les consommateurs intéressés par cette démarche, sont désireux de maintenir une agriculture de proximité pour diverses raisons et d'accord d'y mettre le prix si nécessaire, se sentant concernés par les enjeux agricoles actuels. Les producteurs valorisent l'appréciation et le retour directs des consommateurs pour leurs produits. Un producteur a invoqué l'intérêt du projet collectif entre producteurs. Cela permet la création de synergies entre producteurs de différents secteurs agricoles. L'ACP permet selon certains, de travailler avec une certaine liberté, d'acquérir une certaine indépendance. Pour les agriculteurs qui n'ont qu'une faible part de leur chiffre d'affaires lié à l'ACP, ces projets

avec les consommateurs font également partie d'une démarche de défense de l'agriculture paysanne. Une agricultrice nous a parlé de l'ACP comme un outil de résistance, permettant "la reconstruction du monde".

2.3.2 Parcours professionnel et installation

(échantillon : 17 exploitations)

Les deux tiers des producteurs interrogés ne sont pas issus de familles d'agriculteurs. Tous les acteurs interrogés proviennent soit de la région où est implantée l'exploitation (même canton 50%) soit d'une autre région en Suisse (autre canton 44%). Le seul producteur qui n'a pas grandi en Suisse vient de la région frontalière française et a repris un terrain que son grand-père cultivait en Suisse.

Environ 80% des producteurs de l'échantillon ont suivi une formation agricole : un tiers ont fait un apprentissage et plus de la moitié sont ingénieurs agronomes ou horticoles. De plus, un peu moins de la moitié des personnes interrogées a suivi une autre formation en dehors des métiers de la terre (éducateur, mécanicien, employé de commerce, par exemple). Cependant le quart de l'échantillon a, comme deuxième formation, suivi un cursus agricole.

Pour 80% des producteurs enquêtés, l'agriculture est leur activité principale (+ de 80% du temps de travail), et la moitié des personnes enquêtées a une activité salariée en dehors de l'exploitation. Pour deux d'entre elles, le projet ACP n'en est qu'au début et elles s'occupent pendant leurs heures de congé. Cependant, ces deux personnes envisagent d'augmenter cette activité et espèrent pouvoir en dégager un salaire.

Pour les autres producteurs, l'activité salariée extérieure représente entre 10% et 20% sauf un des producteurs qui est employé à 30% dans une coopérative ACP.

Sur les 17 exploitations visitées, seulement 6 sont issues d'une succession familiale, les 11 autres sont des cas de création d'exploitation. Nous retrouvons sur les 11 créations d'exploitation, 4 coopératives de production. Parmi ces coopératives, 2 ont aménagé entièrement le terrain qu'elles occupent : hangar, serres, etc. Une nouvelle coopérative loue une ancienne exploitation de maraîchage et bénéficie ainsi de l'infrastructure

existante. La dernière coopérative de production de fruits, profite d'un ancien verger mis à sa disposition et étendra ses activités sur un terrain où tous les arbres sont à planter.

Les producteurs de notre échantillon qui ne bénéficient pas d'une succession familiale sont tous locataires de l'ensemble des terres qu'ils cultivent, sauf un qui en possède un tiers.

Pour résumer, nous pouvons dégager quelques tendances du profil des producteurs de notre échantillon : majoritairement, ils ne sont pas issus de milieu agricole, et ainsi ont créé une exploitation agricole où ils sont locataires des terres. Pour la plupart, l'agriculture constitue leur activité principale et plusieurs d'entre eux ont choisi l'agriculture en deuxième formation.

2.3.3 Description des exploitations

(échantillon : 17 exploitations)

Taille des exploitations prenant part à une initiative ACP (ha)

Surface en hectares*	Nombre d'exploitations
0 à 1	1
1 à 3	3
3 à 5	1
5 à 10	3
10 à 20	2
20 à 50	7
plus de 50	0

*répartition selon les statistiques fédérales

Le tableau ci-dessus illustre la diversité des exploitations qui participent à un projet ACP. On y trouve de toutes les tailles : de moins d'un hectare à 50 hectares. Logiquement, dans notre échantillon une grande majorité des exploitations (13 sur 17) ont un atelier de maraîchage, dont 9 d'entre elles sont des exploitations de polyculture.

Les coopératives maraîchères exploitent entre 1 à 4.5 ha. Selon les producteurs en coopératives, il faut environ 1 ha pour 100 coopérateurs. Produisant majoritairement des légumes, la coopérative *Les Jardins de Cocagne* exploite également plusieurs centaines d'arbres fruitiers. La coopérative *Les Vergers d'Epicure* exploite un ancien verger de 2 ha environ et va prochainement doubler sa surface.

Les exploitations que nous avons visitées travaillant avec les associations ACP, ont entre 8 ha et 45 ha, dont 5 sur 7 qui exploitent plus de 20 ha. Ainsi, les grandes exploitations sont principalement regroupées dans les initiatives associatives. Pour les exploitations qui ne font pas du maraîchage, au nombre de 3, nous trouvons une exploitation de grandes cultures, une exploitation mixte cultures-élevage et une exploitation de polyculture. Les 4 autres exploitations qui font du maraîchage pour les paniers ACP, cultivent en parallèle des céréales. La partie réservée au maraîchage au sein de ces exploitations s'élève au maximum à 4 ha.

Les initiatives individuelles sont basées sur des exploitations qui font toutes du maraîchage. La taille de ces exploitations varie de moins d'un hectare à 50 ha. La partie réservée au maraîchage s'élève à environ 6 ha au maximum. Les parcelles plus petites d'environ 0.3 ha suffisent pour une quarantaine de paniers. Les parcelles plus grandes, 4.5 ha à 6 ha, alimentent plus de 100 paniers ainsi que le magasin à la ferme ou la grande distribution.

Le tableau ci-dessous contient un descriptif des 6 exploitations où a été mise en place une distribution de panier de légumes hebdomadaires sous la forme de projet individuel. Ce tableau démontre que les exploitations sont toutes différentes les unes des autres. Nous ne pouvons a priori pas parler d'un type d'exploitation plus favorable à l'ACP.

Caractéristiques des exploitations avec un projet ACP individuel, octobre 2008

N°	Surface totale	Surface maraîchage	Nombre de paniers ACP	Autres productions
1	7 ha	5.7 ha	150	-
2	12 ha	0.4 ha	40	Ovins et caprins : fromage et viande
3	7 ha	1.5 ha	100	Céréales
4	24 ha	4.5 ha	140	Céréales
5	0.3 ha	0.3 ha	20	-
6	50 ha	0.6 ha	40	Forêt, vignes, céréales

2.3.4 Modes de production

(échantillon : 21 initiatives)

Les deux coopératives pionnières de l'ACP en Suisse romande avaient adopté toutes deux l'agriculture biologique comme mode de production et sont certifiées par le label *Bourgeon*¹³. Suite au développement de l'ACP ces dernières années, les initiatives regroupent aujourd'hui des producteurs travaillant avec différents modes de production, comme la production intégrée P.I.¹⁴ et les P.E.R.¹⁵. Certains agriculteurs bio appliquent en plus les principes de l'agriculture biodynamique¹⁶. Quelques producteurs, en coopérative ou initiative individuelle, cultivent selon les normes de l'agriculture biologique mais sans opter pour un label. Pour les deux coopérative sans label, écoulant leur produit entre les coopérateurs, leurs acteurs n'ont pas souhaité passer par un organe tiers pour un contrôle. Les consommateurs vont travailler plusieurs demi-journées par an sur l'exploitation et cela leur suffit pour l'instant comme moyen de contrôle. L'accent est mis sur la transparence et l'information, plutôt que sur la certification. Les deux nouveaux producteurs individuels n'ont pas opté non plus pour un label, laissant la possibilité à tout consommateur de visiter l'exploitation.

Dans le tableau ci-dessous, nous remarquons que les initiatives sont quand même en majorité orientées vers le bio, avec ou sans certification. Sur la totalité des exploitations participant à une initiative ACP, environ 60% ont adopté le mode de production de l'agriculture biologique (soit 47 exploitations sur 77).

¹³ Label de l'association *Bio Suisse*

¹⁴ Label de l'association *IP-Suisse*

¹⁵ Prescriptions Ecologiques Requises : conditions écologiques précises auxquelles est subordonné le droit aux paiements directs (Office fédérale de l'agriculture)

¹⁶ Principes défendus par l'association *Demeter*

**Mode(s) de production requis ou mis en œuvre dans les initiatives ACP,
octobre 2008**

livraison mode de production	Coopératives		Associations			Exploitation individuelles
	hebdo- madaire	pluri- annuelle	hebdo- madaire	pluri- annuelle	annuelle	hebdo- madaire
Bio (label bourgeon) et/ou biodynamique	Les Jardins de Cocagne		Lumière des Champs	Notre Panier Bio	Saveurs de Saisons	Les Ares et Vous
	La Clef des Champs		Les cueillettes de Landecy			L'Abbaye de Fontaine- André
	Le Jardin potager					Le Panier du Bisse
Bio ou biodynamique sans label	Le Jardin des Charrotons	Les Vergers d'Epicure				Terre de Lune
						Potager de Gaïa
Multiple : bio, en recon- version, PI et PER				L'Agrihotte	L'Affaire TourneRêve	
					Le Lopin Bleu	
PI et/ou PER			Les Jardins du Flon	Femmes solidaires sans frontières	Le Panier à 4 pattes	La Ferme du Taulard

2.4 PRODUCTION ET CHIFFRE D'AFFAIRES EN ACP

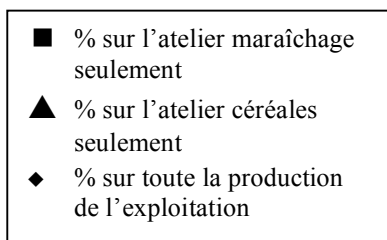
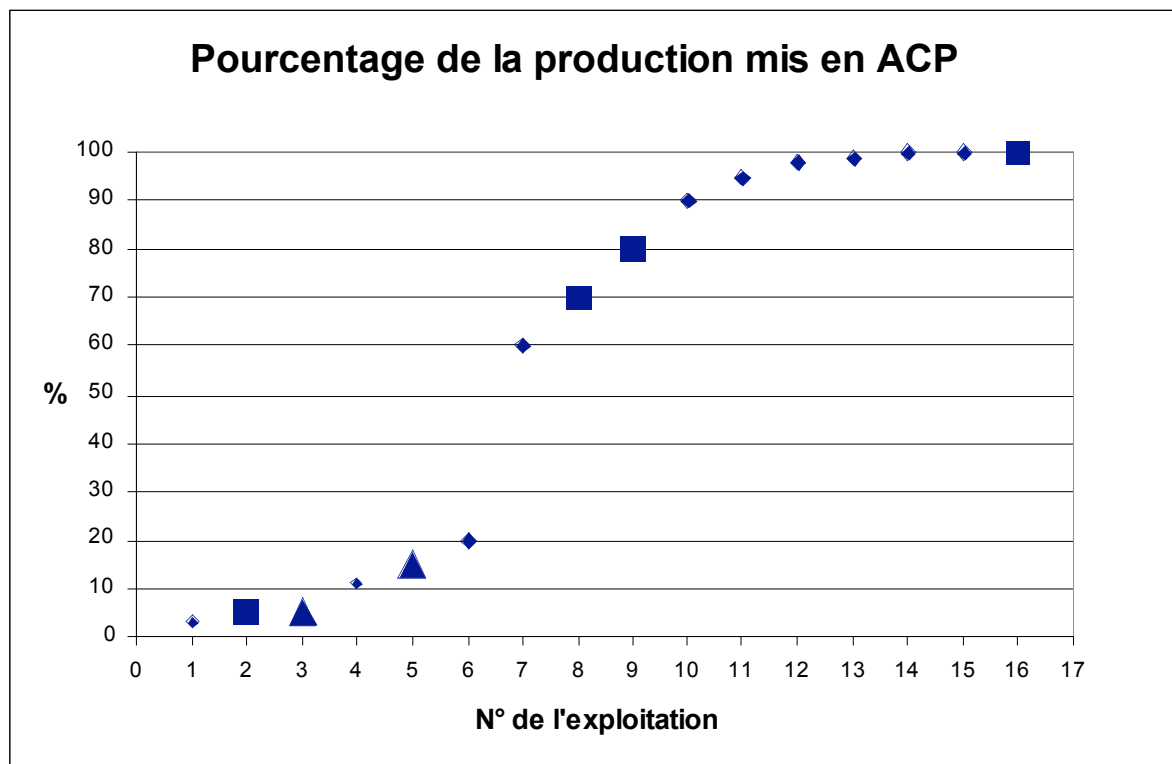
2.4.1 Part des produits ACP dans la production totale

Concernant le pourcentage de la production de chaque exploitation mise en ACP, nous pouvons distinguer deux groupes principaux : les exploitations qui ont une part minime de leur production en ACP et celles qui écoulent tous leurs produits ou presque par la voie contractuelle. Un troisième groupe plus restreint écoule plus de la moitié de sa production par ce type de commercialisation.

Certains agriculteurs qui ont des ateliers distincts au sein de leur ferme, comme vaches allaitantes et céréales, ou légumes et fabrication de fromage, nous ont donné une estimation de la production mise en ACP pour les ateliers concernés seulement ; la part

des produits ACP étant passablement difficile à estimer sur l'ensemble de la production de la ferme.

(échantillon : 16 exploitations, 1 non-réponse)



Entre 3% et 20% en ACP (6 exploitations)

Les exploitations qui ont leur production entre 3% et 20% en ACP, sont soit des céréaliers, soit des maraîchers.

Les céréaliers travaillent pour la plus grande part de leur production avec la transformation industrielle. Ils s'investissent dans une initiative ACP dans l'objectif de recréer une filière de céréales locale ou pour participer de manière militante à ce système rapprochant le consommateur et le producteur, plus que pour le chiffre d'affaires que cette démarche apporte. Par contre, ce processus étant à ses débuts, ces producteurs tentent d'augmenter le pourcentage de la vente directe.

Les maraîchers qui se trouvent également dans ce groupe, sont tous au début d'une démarche de vente contractuelle (1 ou 2 ans de fonctionnement ACP). Par contre, pour 3 d'entre eux, ils sont entièrement ou en grande partie (plus de 50% du chiffre d'affaires) déjà tournés vers la vente directe. Le maraîcher qui propose 20% de sa production en ACP, en est à sa première année d'essai avec les paniers. Il cherche à diversifier ses débouchés et le nombre de ses paniers est en pleine expansion.

Entre 90% et 100% en ACP (7 exploitations)

Parmi ce groupe d'exploitations, nous retrouvons évidemment les quatre coopératives qui répartissent entièrement leur production entre leurs coopérateurs ou en écoulent entre 5% et 10% sur des marchés hebdomadaires en ville.

Trois exploitations individuelles se trouvent également dans ce groupe. Pour l'une d'entre elles, il s'agit d'un ouvrier agricole salarié dans une entreprise qui exploite la ferme de ses parents durant ses heures de congé et livre toute sa récolte de légumes à travers une quarantaine de paniers. Par contre, pour les deux autres exploitants, l'activité agricole est leur activité principale. Ils ont un groupe de consommateurs pour les légumes, soit en auto-cueillette soit en livraison, et participent à un panier annuel avec leurs céréales. Parmi ceux-ci se trouve l'un des pionniers de l'agriculture contractuelle en Suisse romande.

Entre 60% et 80% en ACP (3 exploitations)

Nous trouvons encore trois exploitations ayant entre 60% et 80% de leur production en ACP. Pour deux d'entre elles, l'ACP consiste en un atelier de maraîchage développé par une autre personne que le chef d'exploitation (fils ou employé) et représente une nouvelle activité sur l'exploitation, dégageant encore relativement peu de revenu. L'ACP se trouve ici entre des ateliers de vin, céréales et exploitation de la forêt pour l'une ; fromage de chèvre, viande ovine et caprine pour l'autre. La troisième personne a démarré sa production depuis quelques mois et développe ses paniers ainsi que la vente directe sur le terrain.

2.4.2 Chiffre d'affaires dégagé par l'ACP

Afin de pouvoir évaluer les montants financiers générés par l'agriculture contractuelle en Suisse romande, nous avons additionné les chiffres d'affaires (CA) des initiatives ACP

enquêtées. Ces chiffres nous ont été fournis soit par les consommateurs ayant une responsabilité au sein de l'initiative, soit par les producteurs. Les chiffres en italique dans le tableau ci-dessous, sont une estimation du chiffre d'affaires, calculée à partir de l'évolution du nombre de consommateurs adhérents.

Nous avons comparé les chiffres de 2008 à ceux de 2007 et avons constaté une forte augmentation du CA global de l'ACP. Ceci est notamment dû aux initiatives qui ont débuté tout récemment et à l'évolution parfois surprenante de certaines initiatives (par exemple : *Notre Panier bio* a débuté avec 50 paniers mensuels en janvier 2007 et en livre actuellement 400).

Concernant le chiffre d'affaires des coopératives, nous n'avons considéré que les recettes issues strictement de la vente de paniers en ACP et avons volontairement soustrait les recettes d'activités parallèles à l'ACP, comme la vente des légumes au marché ou la vente de produits divers. Ces dernières activités évidemment bénéficient de la réputation, de l'infrastructure et du réseau de consommateurs des coopératives, mais n'entrent pas dans la définition du contrat ACP. Ainsi le chiffre total de 2'500'000.- de francs pour l'année 2008 est inférieur au montant global traité par les acteurs de l'agriculture contractuelle.

Si nous voulions procéder à une évaluation économique plus complète de la revalorisation locale des produits locaux que permet l'agriculture contractuelle, il faudrait également tenir compte des activités de transformation opérées par les artisans ou entreprises locales (moulin, abattoir, fromagerie, etc.) des produits ACP, et de conditionnement effectués localement également. Deux des initiatives collaborent avec des entreprises locales de transport à vélo. A cela, nous pourrions ajouter les activités de réinsertion sociale menées sur les exploitations, les activités de communication et d'information sur l'agriculture de proximité.

Ainsi, la volonté affirmée de relocaliser la production et la consommation, permet la création d'une dynamique locale qui pourrait être évaluée par des méthodes de somme des valeurs ajoutées.

Concernant les données économiques liées à ces projets, nous pourrions également considérer les économies de transports, et donc de CO₂, générées par ces activités. Nous aurions ainsi un tableau plus complet des liens réels des initiatives ACP avec le reste des activités de la région.

Dans le tableau ci-dessous, sont indiquées également les perspectives pour les prochaines années annoncées par les acteurs. Certaines initiatives sont en augmentation par rapport au nombre de paniers, les acteurs souhaitant et étant prêts à augmenter leurs adhérents. Pour d'autres, l'initiative a atteint son nombre maximale d'adhérents et devrait opérer des changements importants dans son organisation pour répondre à une plus grande demande (ex : acquisition de nouveaux terrains, engagement de nouvelles personnes). Ainsi, en vue des listes d'attente auprès de certaines initiatives, de l'intérêt croissant de la population pour une alimentation de proximité et de l'offre actuelle encore limitée, surtout en produits frais, nous estimons que de nouvelles initiatives seront créées à court terme.

Chiffres d'affaires générés par les contrats ACP (échantillon : 21 initiatives)

(en italique : estimation du CA en tenant compte de l'évolution du nombre de paniers)

Initiatives coopératives	2007*	2008*	Evolution entre 2007 et 2008	Perspectives
n° 1	437'336.-	437'336.-	même CA	stable
n° 2	2'465.-	3'850.-	+56%	augmentation
n° 3	91'200.-	148'200.-	+63%	stable
n° 4	91'059.-	92'000.-	même CA	stable
n° 5	250'000.-	380'000.-	+52%	stable
Total coopératives	872'060.-	1'061'386.-	+22%	

Initiatives associatives	2007	2008	Evolution entre 2007 et 2008	Perspectives
n° 6	217'346.-	240'000.-	+11%	stable
n° 7	13'200.- (sept à déc.)	159'300.-	-	stable
n° 8	96'000.-	384'000.-	+300%	augmentation
n° 9	38'000.-	40'000.-	+5%	augmentation
n° 10	39'934.-	100'000.-	+150%	augmentation
n° 11	30'000.-	48'100.-	+60%	augmentation
n° 12	8'260.-	10'000.-	+21%	stable
n° 13	17'300.-	20'000.-	+16%	stable
n° 14	20'731.-	18'000.-	-13%	stable
n° 15	42'000.-	45'000.-	+7%	stable
Total associations	522'771.-	1'064'400.-	+104%	

Initiatives individuelles	2007	2008	Evolution entre 2007 et 2008	Perspectives
n° 16	-	120'000.-	-	augmentation
n° 17	25'000.-	30'000.-	20%	stable
n° 18	37'500.-	78'000.-	108%	stable
n° 19	45'000.-	90'000.-	100%	stable
n° 20	-	12'000.-	-	augmentation
n° 21	-	40'000.-	-	augmentation
Total expl. indiv.	107'500.-	370'000.-	244%	

TOTAL chiffre d'affaires paniers ACP	2007	2008	Evolution entre 2007 et 2008
	1'502'331.-	2'495'786.-	66%

Pour les coopératives, le CA n'a pas beaucoup évolué sur ces deux années. Cela est dû au fait que les coopératives sont pleines et ne vont pas augmenter le nombre de leurs coopérateurs. Ce CA pourrait par contre augmenter rapidement si de nouvelles coopératives étaient créées, ce qui est probable étant donné les dizaines de personnes inscrites sur des listes d'attente.

Le CA dégagé par l'ensemble des associations va augmenter pour l'année prochaine car il y a déjà trois nouvelles initiatives qui sont en train de se créer : l'une regroupant plusieurs producteurs sur la région d'Yverdon où il n'y a pas encore de projet ACP, une autre qui approvisionnera en légumes un quartier de la ville de Lausanne et la dernière qui livrera divers produits de garde dans un quartier genevois. Plusieurs initiatives existantes ont encore la capacité et le souhait d'augmenter leur nombre d'adhérents. Certaines régions ne sont pas encore fournies par des paniers ACP et abritent de nombreux consommateurs potentiels.

Le CA pour les initiatives individuelles a fortement augmenté car trois d'entre elles sont en pleine expansion. Ils existent également des listes d'attente auprès des producteurs qui parfois freinent les inscriptions pour augmenter le nombre des paniers par étape. Ce CA va probablement fortement augmenter dans l'avenir si de nouveaux producteurs répondent à la demande.

2.5 L'EMPLOI ET LA REPARTITION DU TRAVAIL

(échantillon : 21 initiatives)

Durant l'enquête, nous avons estimé, avec les producteurs et les consommateurs, le temps nécessaire aux diverses tâches autour de l'ACP. Dans certains cas, les postes de travail ont directement été créés grâce à l'ACP. Parfois, c'est du temps de travail déplacé d'une autre activité au sein de l'exploitation.

2.5.1 Les coopératives

Estimation en % de temps de travail généré par l'ACP dans les initiatives coopératives, octobre 2008

	Producteurs salariés			Consommateurs		
	production	mise en panier livraison	gestion et autre	rémunéré	contractuel	bénévole
Jardins de Cocagne	400	50	150		220	
<i>Vergers d'Epicure*</i>	(10)	0	(5)		20	
Le Jardin des Charrotons	160	10			100	15
Clef des Champs	80				120	?
Le Jardin Potager	50		40		300	?
Total	700	60	195	0	760	15

* La toute jeune coopérative *les Vergers d'Epicure* ne salarie pas encore son producteur, mais a pour objectif de créer un poste salarié à 50% pour la production.

Au sein des coopératives, les producteurs sont des salariés de celles-ci. Les temps partiels y sont nombreux. Les coopératives maraîchères en Suisse romande emploient en tout 17 personnes, dont 12 pour la production, ce qui donne une moyenne d'un temps partiel à 50% par personne.

Les emplois créés concernent le maraîchage, la mise en panier, la livraison, la comptabilité, l'accueil de différents groupes (classe d'école par exemple) et vente au marché.

Le travail des consommateurs est important dans les coopératives maraîchères, il s'élève de 3 à 6 demi-journées par an selon les initiatives visitées. S'il ne peut pas les effectuer, le coopérateur s'engage à verser une compensation financière à la coopérative. C'est pourquoi nous avons fait une distinction entre le travail bénévole et le travail contractuel car ce dernier fait partie intégrante du contrat pour les paniers de légumes.

La participation aux divers travaux de production est une donnée essentielle dans les

initiatives coopératives. Comme mentionné plus haut, ces demi-journées de travail permettent de créer des réels liens entre producteurs et consommateurs, objectif direct des coopératives. Le fait que les coopérateurs participent aux travaux sur le terrain permet des moments d'échange où les enjeux de l'agriculture peuvent être abordés et surtout concrètement illustrés. Le consommateur est amené à mieux valoriser le produit final au vu du travail fourni, ceci permet notamment d'entamer une réflexion sur le prix des aliments.

Il faut cependant remarquer que le pourcentage estimé dans le tableau ci-dessous (760% pour les consommateurs) ne représente pas le même travail que celui de professionnels. Il faut considérer que le travail s'effectue plus lentement ; ces demi-journées comportent du temps de conversation et d'explication des tâches à effectuer.

2.5.2 Les associations

Durant l'enquête, nous avons essayé avec chaque acteur d'estimer le temps nécessaire aux différentes tâches au sein de l'initiative. Pour les initiatives associatives, cela s'est avéré difficile et il faut considérer les chiffres présentés ci-dessus comme des indicateurs d'ordre de grandeur. En effet, nous avons été amenés à additionner quelques jours sur une année avec le temps passé à répondre par mail et par téléphone aux consommateurs intéressés, etc.

Dans ce type d'initiative, en général une petite part de la production de chaque exploitation est réservée aux paniers ACP. Etant donné que les paniers sont souvent un assemblage fort varié provenant de différents producteurs (du miel à la saucisse en passant par le vin et les pommes de terre !), il est malaisé d'extrapoler les données récoltées à l'ensemble des producteurs de la même initiative. Les associations font en sorte que les produits au sein du même panier ne se concurrencent pas. Par contre, les quantités amenées par chaque producteur peuvent fortement varier et ainsi impliquent des différences de temps passé pour la production. Ainsi, nous présentons ci-dessous un tableau avec les données recueillies auprès des producteurs visités, mais nous ne pouvons pas extrapoler celles-ci à l'ensemble des producteurs des associations ACP.

**Estimation en % de temps de travail généré
par les initiatives associatives
chez les producteurs enquêtés, octobre 2008**

Producteurs auprès de :	production	mise en panier / livraison	gestion
TourneRêve	5	5	5
Jardins du Flon	5	60	0
Notre Panier bio	7	50	50
Le Lopin bleu	2	0	0
Lumières des champs	7	0	0
Le Panier à 4 pattes	2	1	1
Femmes solidaires sans frontières	20	5	0
Les cueillettes de Landecy	30	0	0

Les associations qui livrent des produits frais hebdomadairement (ou mensuellement pour *Notre Panier Bio*) ont engagé une personne à temps partiel pour s'occuper de la gestion et/ou la livraison. L'activité de gestion consiste en la gestion des inscriptions, du courrier, parfois la conception de l'assortiment du panier, le contact avec les producteurs, etc.

**Estimation en % de temps de travail généré
par les initiatives associatives
pour les consommateurs, octobre 2008**

Travail du consommateur	rémunéré	contractuel	bénévole
TourneRêve	15	0	0
Jardins du Flon	20	0	0
Notre Panier bio	25	0	10
Le Lopin bleu	0	0	20
Lumières des champs	20	50	-
Le Panier à 4 pattes	0	0	0
Femmes solidaires sans frontières	0	0	8
L'Agrihotte	0	0	2
Saveurs de saisons	0	0	2
Les cueillettes de Landecy	0	550	0

Au sein des *Cueillettes de Landecy*, les consommateurs adhérents font toute la récolte du potager, encadrés par des jardiniers professionnels. Le temps calculé représente un passage au jardin 1 à 2 fois par semaine pour 65 membres.

2.5.3 Les projets individuels

Estimation en % de temps de travail généré par les initiatives individuelles chez les producteurs, octobre 2008

Nom de l'initiative	Producteurs			Consommateurs	
	production	mise en panier livraison	gestion et autre	contractuel	bénévole
Panier du Bisse	20	75	15	0	0
Abbaye Fontaine-André	40	10	0	0	5
Les Ares et vous	170	20	10	20	0
La Ferme du Taulard	10	50	0	0	0
Terre de Lune	100	0	0	0	0
Les potagers de Gaïa	100	0	0	0	0
Total	440	155	25	20	5

Nous avons estimé que l'ACP demande l'équivalent de 620% de temps de travail en cumulant le travail fait dans les 6 exploitations ayant mis en place un panier hebdomadaire. Ce qui donne en moyenne 1 poste à temps complet dans chaque exploitation. L'ACP est dans ce secteur intéressant pour le maintien ou la création d'emplois agricoles.

Le producteur à l'Abbaye de Fontaine-André reçoit volontiers les consommateurs qui désirent donner un coup de main à la production. Les producteurs de l'initiative *Les Ares et Vous*, ont un contrat de légumes qui inclut une participation aux travaux des champs. Dans les projets d'agriculture contractuelle mis en place par des producteurs au sein de leur propre exploitation, l'implication des consommateurs a nettement baissé en comparaison des projets collectifs (initiatives coopératives et associatives).

2.6 LE LIEN ENTRE PRODUCTEURS ET CONSOMMATEURS

Le terme de proximité comprend non seulement la proximité géographique mais également l'aspect humain de la proximité. L'un des principes de la Charte de la FRACP est la relation directe entre consommateurs et producteurs. Cette relation a d'ailleurs été invoquée à chaque fois pour décrire les motivations des producteurs à prendre part à une initiative ACP. L'un des buts de ces initiatives est d'établir une relation de proximité permettant "d'assurer une transparence maximum des actes de production, de transformation et de commercialisation" (Charte FRACP). En effet, la transparence

permise par cette relation directe remplace le système d'étiquetage présent de manière plus ou moins précise dans les circuits de la grande distribution. En se rendant régulièrement sur l'exploitation agricole, en discutant directement avec les producteurs et même en participant à certains travaux, les consommateurs se réapproprient certaines connaissances comme la saisonnalité des produits, les différents modes de production (lutttes biologiques ou intégrées, par exemple) ou les modes de transformation (fabrication de cidre, jus de fruits,...).

Durant ces moments d'échange, les producteurs peuvent expliquer les contraintes liées au métier d'agriculteur. Ces contraintes peuvent être d'ordre climatique, mais également politique et économique, ce qui concerne directement les consommateurs qui souvent ne perçoivent pas les conséquences des décisions politiques agricoles sur leur approvisionnement direct. D'autre part, les producteurs peuvent également adapter leur offre selon les retours et les appréciations des consommateurs.

Des informations diverses (état des cultures, avancement des différents projets,...) sont également échangées à travers les sites Internet, souvent bien actualisés, et grâce à des bulletins papier réguliers, glissés dans les paniers lors de la livraison.

2.6.1 Descriptions des interactions entre producteurs et consommateurs

(échantillon : 20 initiatives)

L'inventaire des initiatives ACP a permis de dégager cinq manières de développer cette proximité. Nous avons analysé dans cette étude seulement les interactions entre consommateurs et producteurs, organisées par les initiatives.

a. La participation des consommateurs aux travaux sur l'exploitation :

7 initiatives où la participation est contractuelle ; 4 initiatives où la participation est possible mais non-obligatoire ; 9 initiatives où il n'y a pas de participation prévue.

Au sein des coopératives, cette option est systématiquement adoptée. Les coopérateurs, "propriétaires" de leurs légumes, prennent part de manière active à leur production et sont évidemment encadrés par les jardiniers. Cette participation est comprise entre 3 à 6. Pour certaines coopératives, il est possible pour le consommateur de compenser financièrement sa demi-journée s'il ne peut pas l'effectuer. Dans d'autres, il a été décidé

par les coopérateurs qu'une compensation financière n'était pas possible et que pour des raisons de logique de la démarche, chaque coopérateur participe aux travaux ou remplace par d'autres tâches sa demi-journée (secrétariat par exemple).

Concernant les initiatives associatives, en principe les consommateurs ne vont pas travailler sur l'exploitation des producteurs de l'association. Certains producteurs à la tête d'exploitations assez intensives s'imaginent mal comment intégrer des consommateurs dans des travaux qui impliquent des machines et un certain savoir-faire. Ou peut-être, ils ne souhaitent pas devoir encadrer cette main-d'œuvre. Cependant, une de ces associations inclut quand même 2 à 3 demi-journées dans son contrat de paniers hebdomadaires. Pour les adhérents à ce panier, ils ont la possibilité de travailler sur l'alpage de la productrice de fromage de chèvre de l'association et sont généralement très satisfaits de cette expérience. Deux associations également prévoient la possibilité de travailler quelques heures sur le domaine de ses membres producteurs, mais selon les personnes interrogées, cette option n'est pas utilisée.

Il faut souligner une initiative particulière dans laquelle toute la récolte est effectuée par les consommateurs. En effet, aux *Cueillettes de Landecy*, les adhérents viennent de 1 à 2 fois par semaine, récolter les légumes et fruits. Des jardiniers professionnels sont à leur disposition pendant certaines heures précises pour leur apprendre quoi et comment récolter. Ce sont les jardiniers qui mettent en place les cultures et qui en assurent l'entretien. Il n'y a pas de contrôle de quantité récoltée par adhérents.

Concernant les initiatives individuelles, un seul producteur inclut dans son contrat de légumes, une participation aux travaux par les consommateurs. Selon cet agriculteur, ces moments où les consommateurs travaillent sur son exploitation contiennent beaucoup de moments de discussion et d'échanges. Pour deux autres agriculteurs, les consommateurs qui souhaitent donner un coup de main sont les bienvenus, mais ce n'est pas une donnée contractuelle. Les trois autres agriculteurs ne semblent pas trop disposés à encadrer des consommateurs pour différents travaux, soit par manque de temps ou peut-être que l'idée doit encore faire son chemin chez les uns et les autres.

Parmi les consommateurs qui participent aux travaux agricoles, cette contrainte est plutôt bien perçue. Certains citadins invoquent le côté pédagogique pour leurs enfants et pour eux-mêmes. D'autres considèrent cette activité comme un moyen de découverte et somme toute, comme une activité de loisir. Retrouver le lien à la terre, à la nature et

savoir où et comment sont produits les aliments qui sont dans leurs assiettes sont les raisons invoquées pour participer financièrement et physiquement à ces projets ACP.

b. Les tâches de gestion et de distribution :

8 initiatives entièrement ou co-gérées par des consommateurs ; 1 initiative où un coup de main des consommateurs est sollicité occasionnellement ; 11 initiatives où la gestion est assurée par un employé de celles-ci ou par l'exploitant lui-même.

Ce ne sont que dans les initiatives coopératives ou associatives que les consommateurs gèrent en partie ou entièrement la gestion (secrétariat, comptabilité, promotion,...) et la distribution (livraison et/ou distribution des paniers). Dans les initiatives individuelles, ces tâches sont gérées dans l'administration globale, par le chef d'exploitation ou un employé. Dans certaines coopératives, les coopérateurs sont grandement sollicités pour la distribution et la livraison des paniers. Dans les associations qui proposent des paniers annuels, des consommateurs bénévoles gèrent parfois entièrement le projet. Trois associations ont chacune employé à temps partiel une personne pour s'occuper de ces tâches et ainsi ne sollicitent pas de coup de main des adhérents. Nous avons constaté que pour les initiatives avec des livraisons hebdomadaires ou mensuelles, la participation bénévole des consommateurs est remplacée par un emploi salarié.

c. La prise de décision concernant l'initiative :

10 initiatives où il y a une parité ou une majorité de consommateurs au comité ; 2 initiatives où il y a une majorité de producteurs ; 8 initiatives sans organisation de consommateurs.

Logiquement, la prise de décisions concernant l'initiative est partagée avec les consommateurs dans les projets collectifs. Dans les projets individuels, les producteurs ne se coordonnent pas avec un regroupement de consommateurs. Une des initiatives associatives repose entièrement sur deux personnes bénévoles et n'a pas de structure juridique. Dans presque tous les projets collectifs (12 sur 14), les consommateurs sont présents dans les organes de prise de décisions. Ceci illustre ainsi l'implication très forte des consommateurs dans ce type de projet.

d. L'information écrite régulière destinée aux consommateurs :

11 initiatives informent régulièrement les consommateurs par Internet ou par un bulletin papier ; 9 initiatives où l'information écrite n'est pas régulière.

L'aspect pédagogique destiné aux consommateurs est très présent dans ces initiatives. L'information circule régulièrement et concerne l'état de cultures, diverses prises de décision ou informations liées à l'agriculture. Cet aspect est présent autant dans les projets collectifs qu'individuels. Trois exploitants sur six en initiative individuelle glissent un bulletin rédigé par eux-mêmes dans leurs paniers, chaque semaine ou chaque deux semaines. Deux associations qui livrent des paniers deux fois l'an ont quand même un bulletin qu'elles envoient à leurs adhérents 3 à 4 fois par année. Les sites Internet et le courrier électronique sont également beaucoup utilisés pour communiquer avec les consommateurs. Une initiative édite carrément un petit fanzine d'une dizaine de page chaque mois.

e. Les événements organisés pour se rencontrer :

10 initiatives organisent des événements spécifiquement pour faire rencontrer les consommateurs et les producteurs ; dans 5 initiatives, les producteurs sont présents lors de la livraison et la distribution des produits ; 5 initiatives sans rencontre spéciale entre consommateurs ACP et producteurs.

Parmi ces événements se trouvent les assemblées générales, les fêtes annuelles, les visites des exploitations, les repas ou apéros réguliers, etc. L'initiative *Les Jardins du Flon* distribue les légumes dans une salle en ville avec la présence chaque semaine de l'un des trois producteurs. Les distributions annuelles de paniers "garnis" se font souvent lors d'un marché annuel ou chez l'un des producteurs et permettent ainsi les échanges.

2.6.2 Synthèse des interactions entre producteurs et consommateurs

(échantillon : 20 initiatives)

Dans le tableau ci-après, sont reprises les différentes interactions organisées au sein des initiatives ACP. Évidemment, selon la forme de l'initiative, le rôle des consommateurs est plus ou moins important dans l'organisation générale de l'initiative, et l'interaction entre producteurs et consommateurs y est plus ou moins forte. Notons que ce tableau ne tient compte que des interactions organisées et non des moments d'échange informels qui peuvent être importants selon le contexte.

Dans presque tous les projets collectifs (initiatives coopératives et associatives), les interactions sont multiples, l'implication des consommateurs est importante. La forme coopérative est la structure dans laquelle les consommateurs sont le plus intégrés, autant dans la production que dans la gestion globale de l'initiative. Dans la forme associative, de par la diversité et le grand nombre d'exploitations y prenant part, les consommateurs sont moins présents dans la production. Par contre, leurs "représentants" participent presque toujours aux prises de décisions (8 fois sur 10).

Dans les projets individuels, l'accent est surtout mis dans l'information aux consommateurs, mais seulement pour la moitié d'entre eux. Malgré tout, trois des producteurs à la tête d'une initiative individuelle ont ouvert leur exploitation à la participation des consommateurs aux travaux agricoles. Dans ces projets individuels, l'interaction avec les consommateurs est liée à l'importance des paniers ACP par rapport aux autres circuits de vente de l'exploitant.

Nous pouvons supposer que l'ACP se diffusant à plus grande échelle, touche également un public plus large et moins disposé à s'impliquer fortement dans ces projets.

Interactions organisées entre producteurs et consommateurs ACP, octobre 2008

Indicateurs :	Coopératives				Associations								Exploitations individuelles											
	n°1	n°2	n°3	n°4	n°5	n°6	n°7	n°8	n°9	n°10	n°11	n°12	n°13	n°14	n°15	n°16	n°17	n°18	n°19	n°20				
1. participation aux travaux agricoles	●	●	●	●	●	●	●	●	●						●					●				
2. gestion, distribution	●	●	●	●					●	●	●	●	●											
3. Prise de décision concernant l'initiative	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●											
4. bulletins papier ou on-line	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●				●	●	●							
5. visites, fêtes, rencontres régulières	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●										
1. Participation directe des consommateurs aux travaux sur l'exploitation											●	Contractuelle											●	Possible mais pas obligatoire
2. Mise en panier, livraison, secrétariat, comptabilité											●	Entièrement ou co-gérée par des consommateurs											●	Aide ponctuelle des consommateurs
3. Participation au comité											●	Parité ou majorité de consommateurs au comité											●	Majorité de producteurs au comité
4. Informations écrites régulières, états des cultures, prises de position, etc.											●	Régulières											●	Occasionnelles
5. Rencontres régulières entre producteurs et consommateurs ACP (en dehors des travaux agricoles, de la gestion et d'événements tout public)											●	Événements spécifiques											●	Présence des producteurs lors des livraisons

2.7 LES COÛTS INTERMÉDIAIRES

L'un des buts de l'agriculture contractuelle est que "le prix contractualisé doit assurer une juste rémunération des personnes qui travaillent sur le domaine agricole" (Charte FRACP). Ceci pose la question des coûts intermédiaires prélevés sur le prix du panier livré aux consommateurs. Qu'en est-il du coût des associations de consommateurs qui prennent en charge la confection, la distribution et la livraison des paniers, à la place d'autres acteurs économiques ? Quelle est la marge maximale que peuvent prélever les acteurs des ACP pour faire fonctionner l'initiative, sans péjorer le prix "rémunérateur" recherché par les producteurs ?

L'étude a permis de relever que les coûts intermédiaires prélevés par les initiatives ne dépassent pas les 25% sur le prix global du panier. La question des coûts intermédiaires se pose seulement pour les initiatives associatives (voir tableau ci-après).

Dans les coopératives, les salariés ne vendent pas leur production, mais sont payés mensuellement par la coopérative. Le calcul se fait sur l'ensemble de la production et des différentes charges et recettes. Chez les exploitants qui ont leur propre projet ACP, cette marge leur revient de toute manière. Ils vendent leurs produits généralement au même prix qu'à la vente directe à la ferme, considérant que la livraison à proximité des consommateurs compense le fait que ces derniers ne peuvent pas choisir les produits et s'engagent sur la durée.

Par contre, cette donnée est intéressante pour les associations dans lesquelles les consommateurs se chargent eux-mêmes de la distribution. Avec les paniers annuels, la plupart du temps une cotisation est demandée aux consommateurs ainsi qu'aux producteurs afin de payer les frais divers, les initiatives fonctionnant presque toutes grâce au bénévolat. Pour les initiatives avec des livraisons plus fréquentes, une marge est prélevée qui sert à payer l'employé de l'association pour la gestion et les livraisons, souvent effectuées par l'un des producteurs de l'association.

Financement des initiatives associatives (échantillon : 10 initiatives associatives)

Initiatives reposant principalement sur du travail bénévole :

	Nb de contrats	Périodicité de livraison	Marge prise sur le panier du consommateur	Prélèvements fixes
L'Agrihotte	150	2 fois par an	3% à 4%	10.- de cotisation annuelle par consommateur
Le Lopin bleu	400	1 fois par an	"Les prix sont arrondis pour pouvoir prélever une petite somme"	Cotisation libre, de soutien
Femmes solidaires sans frontières	46	2 fois par mois	-	10.- de cotisation annuelle par consommateur
Saveurs de Saison	58	1 fois par an	(5% en discussion)	Cotisation libre, de soutien

Initiatives engageant un salarié pour la gestion :

	Nb de contrats	Périodicité de livraison	Marge prise sur le panier du consommateur	Prélèvements fixes
Notre Panier Bio	400	Mensuelle	15 %	50.- de cotisation annuelle par consommateur ; env. 200.- par producteur
Lumières des Champs	100	Hebdomadaire	22.5 %	75.- de cotisation annuelle par consommateur
L'Affaire TourneRêve	1500	2 fois par an	24 %	-
Les Jardins du Flon	200	33 fois par an	25% (12.5% pour l'association et 12.5% pour la gestion versés à l'un des producteurs)	20.- à 30.- de cotisation annuelle par consommateur ; 200.- de cotisation par producteur la 1 ^{ère} année.

Initiatives entièrement gérées par les producteurs :

	Nb de contrats	Périodicité de livraison	Marge prise sur le panier du consommateur	Prélèvements fixes
Les Cueillettes de Landecy	65	auto-cueillette	-	-
Le Panier à 4 pattes	130	2 fois par an	env. 2%	-

CONCLUSION

Cette étude a fait état d'un fort développement de l'Agriculture Contractuelle de Proximité en Suisse romande ces cinq dernières années. D'abord réalisée au sein de projets collectifs, regroupant producteurs et consommateurs, ce type de production et de commercialisation a également pris forme dans des projets individuels portés seulement par des producteurs. Ce développement a permis la création de multiples formes d'initiatives ACP. Cette relative souplesse a probablement permis à différents acteurs de s'impliquer dans un tel projet et à diversifier l'offre en produits de proximité. La diversité des formes des initiatives se retrouve également sur le profil des agriculteurs participant à ces projets. À la tête d'une petite ou une grande exploitation, partiellement ou totalement en ACP, adoptant divers modes de production, les producteurs répondent à la forte demande en produits de proximité de la part des consommateurs.

Nous pouvons dire que le plus petit dénominateur commun entre toutes ces initiatives est le contrat passé entre producteurs et consommateurs, la volonté de créer ou renforcer les liens entre ceux-ci et la recherche d'un prix rémunérateur pour les produits agricoles. Nous avons également vu que l'ACP pouvait créer de l'emploi directement sur les exploitations mais aussi avec des postes de salariés associatifs. De plus, l'ACP est un moyen d'installation pour des agriculteurs non issus du milieu agricole et disposant de peu de capital.

Grâce à la volonté des acteurs de relocaliser la production et la consommation, l'ACP agit également sur la dynamique locale ou régionale, faisant appel à des partenaires divers de transformation, de distribution ou situés en amont de la production.

Suite à cette étude, nous percevons un énorme potentiel pour l'agriculture contractuelle en Suisse romande. La demande des consommateurs est là, surtout pour de l'approvisionnement régulier en produits frais. De nombreuses personnes souhaitent se nourrir avec des produits locaux et de saison, mais ne se rendent pas sur les marchés ou à la vente à la ferme pour diverses raisons. Toutes les initiatives proposant des légumes ont des listes d'attente de personnes désireuses de s'inscrire. En comparaison, il y a encore relativement peu d'offre.

Les coopératives existantes ne souhaitent pas s'agrandir, mais par contre elles désirent favoriser la création de nouvelles coopératives. Il est fort probable que de nouvelles coopératives se créent à l'avenir. Si nous prenons l'exemple de la coopérative *Le Jardin des Charrotons*, en deux ans d'existence, elle n'accepte déjà plus de nouvelles inscriptions avec 130 coopérateurs et 3 jardiniers engagés à temps partiel. De plus, d'autres formes que la coopérative maraîchère ont été mises en place, comme la coopérative d'achat *Le Jardin Potager* ou la coopérative arboricole *Les Vergers d'Epicure*.

La coopérative peut compter sur plusieurs avantages. L'implication des consommateurs dans le projet est une donnée essentielle. Cette implication a deux volets principaux. L'apport financier qu'apportent les coopérateurs à travers les parts sociales constitue un capital disponible pour l'investissement au départ de l'activité. Comme l'ont relevé quelques personnes au sein des coopératives, ce système donne une certaine indépendance par rapport aux investissements, étant donné qu'elles ne doivent pas passer par les institutions bancaires traditionnelles. L'apport en compétences et en savoir-faire est également très important dans les coopératives. Les coopérateurs ne sont pas des clients, mais font partie intégrante du projet. Ils participent aux travaux divers de l'exploitation, peuvent utiliser leurs compétences professionnelles et donnent de leur temps pour les différentes activités annexes. La coopérative est un formidable réseau social ! Une des difficultés soulevées par les coopérateurs est l'accès à la terre pour l'installation de nouvelles coopératives. Les deux plus anciennes coopératives ont dû déménager durant leur parcours et pour l'une d'entre elles, la location de son terrain n'est pas assurée à long terme. Remarquons également que les coopératives n'ont pas accès aux paiements directs de la Confédération.

La situation des associations en ACP est un peu différente. Certaines d'entre elles sont disposées à augmenter le nombre de leurs adhérents. D'autres sont limitées dans leur expansion par manque d'effectifs. D'ailleurs, plusieurs personnes des associations ont déclaré vouloir rester à un nombre d'adhérents gérable et convivial, leur but n'étant pas de faire du chiffre d'affaires. Par contre, plusieurs nouvelles associations peuvent être créées, pour proposer des paniers garnis dans les régions où il n'y en a pas encore, ou de nouveaux types de paniers, comme des paniers de fromages, de viande, ou autres. L'exemple de l'initiative *Notre Panier Bio* est significatif : ce panier propose comme l'indique son nom, des produits issus de l'agriculture biologique de la région de Fribourg,

une fois par mois. Son succès a été fulgurant, le nombre des adhérents est passé de 50 à 400 en 3 ans.

Les paniers annuels fonctionnent pour la plupart grâce au bénévolat des consommateurs, ce qui peut être interprété comme une force et une faiblesse également. Les personnes impliquées dans les associations le font de manière militante, pour promouvoir les produits régionaux. Ceci permet de créer de belles synergies entre les acteurs.

L'organisation des paniers permet également de nombreux débats sur l'agriculture en général et la souveraineté alimentaire. Le risque en contrepartie est la faiblesse du bénévolat pour assurer la pérennité de ces projets et la difficulté à dépasser le stade de promotion des produits pour arriver à un réel approvisionnement en produits locaux ou de reconstruction de filières.

Nous avons constaté que les projets individuels auprès des exploitations ont un grand potentiel, surtout pour les maraîchers car comme nous l'avons dit plus haut, la demande est forte en produits frais. La "reconversion" aux paniers ACP demande relativement peu d'investissement de base sur une exploitation déjà existante. Se rapprocher des consommateurs à travers un engagement de part et d'autre est une stratégie adoptée par les exploitants que nous avons visités, qui porte ses fruits. Cela peut être une réponse à la situation actuelle d'ouverture des marchés et de conjoncture économique incertaine. Par contre, cela implique une différente manière de travailler, de communiquer, qui n'est pas forcément à la portée de tous les producteurs.

Considérant qu'une initiative ACP peut fournir 50 à 400 paniers, soit une moyenne de 200, et le taux de création d'ACP au rythme de 3 par an, il est envisageable qu'une cinquantaine d'initiatives ACP existe en Suisse romande d'ici 10 ans, approvisionnant 10'000 familles membres correspondant à environ 30'000 personnes soit 2% de la population et du marché. Concernant le nombre de producteurs potentiellement installés ou "convertis" en ACP d'ici 10 ans, la perspective est aussi difficile à établir car leur nombre dans les initiatives est très variable. Si nous nous basons sur une moyenne de 2 à 3 agriculteurs par initiative, ce sont 150 à 200 agriculteurs qui peuvent être concernés.

Par comparaison, les AMAP en France, qui sont l'équivalent des initiatives ACP, totalisent 50 à 120 initiatives dans des régions telles que l'Ile-de-France, Midi-Pyrénées,

Pays de Loire, Rhône-Alpes et PACA avec 35 à 140 producteurs et 2000 à 4200 foyers concernés dans chaque région (Lamine, 2008). Au total, en 2007, on compterait 500 à 700 AMAP en France, 350 à 1000 GAS (Gruppi di Acquisto Solidale) en Italie, 1000 CSA (Community Supported Agriculture) en Grande-Bretagne, 1400 en Amérique du Nord (USA et Canada) et plusieurs milliers au Japon où le mouvement est le plus développé (1 foyer sur 4 est membre d'un Teikei, forme japonaise de l'ACP). Au regard de ces chiffres, le potentiel de 50 initiatives en Suisse romande et d'une centaine sur l'ensemble de la Suisse d'ici 10 ans semble donc très réaliste.

BIBLIOGRAPHIE

Dubuisson-Quellier, S., Lamine, C. 2004. Les AMAP : faire son marché autrement. *Problèmes économiques*, 26 septembre 2007, n°2.931, p. 3-9.

Fiche, D. 1999. Les circuits courts, un débouché essentiel pour le quart des légumiers, *Agreste - les cahiers*. Septembre 1999, n°41, p. 17-23.

Jacquiau, C. 2000. *Les coulisses de la grande distribution*. Paris : Albin Michel, 366 p.

Lamine, C. 2008. *Les AMAP : un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs ?* Gap : Yves Michel, 163 p.

Les Jardins de Cocagne. 2001. *Agriculture contractuelle. Proposition au Département de l'intérieur, de l'agriculture et de l'environnement [en ligne]*. 16p. [Consulté en mai 2008]. <http://www.cocagne.ch/pdf/AgriContractuelle.pdf>

Mundler, P. 2006. *Fonctionnement et reproductibilité des AMAP en Rhône-Alpes*, [en ligne] mis en ligne le vendredi 3 mars 2006, [consulté le 15 avril 2008] URL : publication.isara.fr/article.php?id_article=58 - 15k

Padilla, M. 2007. Qualité et sécurité sanitaire des produits alimentaires en Méditerranée. *La lettre de veille du CIHEAM*. Été 2007, n° 2, 4 p.

Perez-Vitoria, S. 2005. *Les paysans sont de retour*. Arles : Actes Sud. 267 p.

Pernet, F. 1984. Stratégies paysannes : le développement dans la diversité. In Muller, P., Le Monnier, J. *Les agricultures différentes*. Grenoble : La Pensée Sauvage. p. 67-108. (Autonomies).

Pervanchon, F., Blouet, A. 2002. Lexique des qualificatifs de l'agriculture. *Courrier de l'environnement de l'INRA [en ligne]*. Février 2002, n°45, p. 117-135. [Consulté en avril 2008] <http://www.inra.fr/dpenv/pervac45.htm#sol>

Problèmes économiques. 2006. Une consommation de plus en plus "engagée". *Problèmes économiques*. 26 septembre 2007, n°2.931, p. 14.

Redlingshöfer, B. 2006. Vers une alimentation durable ? Ce qu'enseigne la littérature scientifique. *Le courrier de l'environnement de l'INRA*, décembre 2006, n°53, p. 83-102.

Roos, G., Terragni, L., Torjusen, H. 2007. The local in the global – creating ethical relations between producers and consumers, *Anthropology of food [en ligne]* mars 2007 [Consulté en octobre 2008] <http://aof.revues.org/document489.html>.

Roque, O., Thévenod-Mottet, E., Bourdin, D. 2008. *Le cas de la vente directe et de l'agriculture contractuelle de proximité (ACP) en Suisse.* Projet INSIGHT sur l'innovation dans l'agriculture et l'espace rural. Document intermédiaire en préparation du rapport WP3. Mars 2008. Document non publié disponible auprès d'AGRIDEA (Lausanne).

Transrural initiatives. 2001. Le fabuleux destin des alternatives en agriculture. *Transrural initiatives [en ligne]*. 17 juillet 2001, n°193, 8 p. [Consulté en mai 2008].
www.transrural-initiatives.org/numero-193/dos193.pdf

Transrural initiatives. 2006. Longue vie aux circuits courts. *Transrural initiatives [en ligne]*. 4 juillet 2006, n°313, 8 p. [Consulté en mai 2008].
www.transrural-initiatives.org/numero-311-330/dossier%20313.pdf

Ruegg, J. ca 2007. *La dimension territoriale comme condition à la « nouvelle ruralité ».* IPTEH, Institut de politiques territoriales et d'environnement humain, Université de Lausanne, 9 p.

Sites Internet consultés :

Syndicat agricole Uniterre
www.uniterre.ch

Syndicat international Via Campesina
www.viacampesina.org

Syndicat agricole français la Confédération paysanne
www.confederationpaysanne.fr

Association de marchés paysans
www.marchepaysan.ch

Office fédéral de l'agriculture
www.blw.admin.ch

Le Réseau agriculture durable (France)
www.agriculture-durable.org

Centre d'études pour un développement plus autonome (France)
www.cedapa.com

Sites des initiatives ACP en Suisse romande :

www.cocagne.ch

www.affairetournereve.ch

www.paniera4pattes.ch

www.cueillettes.org

www.charrotons.org

www.lejardinpotager.ch
www.lagrihotte.ch
www.lesjardinsduflon.ch
www.lumiere-des-champs.ch
www.lopinbleu.ch
www.fontaine-andre.ch
www.clef-des-champs.ch
www.saveurs-de-saisons.ch
www.lesaresetvous.ch
www.vergers-epicure.ch
www.notrepanierbio.ch

Agriculture contractuelle de proximité dans le monde :

Urgenci Réseau Urbain – Rural : Générer des Engagements Nouveaux entre Citoyens
www.urgenci.net

"Community Supported Agriculture" aux Etats-Unis
www.justfood.org/csa/

"Teikei" au Japon
www.joaa.net/English/teikei.htm

Association pour le maintien de l'agriculture paysanne en France
<http://alliancepec.free.fr>

"Gruppi di Acquisto Solidale" en Italie
www.retegas.org

ANNEXES

ANNEXE 1 : DETAILS DE L'ENQUETE AUPRES DES ACP – ETE 2008

Personnes enquêtées auprès des initiatives ACP

Initiative	Producteur	Consommateur
L'Affaire TourneRêve	x	-
Jardins de Cocagne	x	-
Jardins du Flon	x	x
Panier du Bisse	x	(pas de représentant)
Notre Panier bio	x*	x
Le Lopin bleu	x	x
Lumières des champs	x*	x
L'Abbaye de Fontaine-André	x	(pas de représentant)
Les Vergers d'Epicure	x	x
Les Ares et vous	x	(pas de représentant)
Le Panier à 4 pattes	x	(pas de représentant)
La Ferme du Taulard	x	(pas de représentant)
Le Jardin des Charrotons	x	x
Femmes solidaires sans frontières	x	x
Terre de Lune	x	(pas de représentant)
L'Agrihotte	-	x
Clef des Champs	x	x
Saveurs de saisons	-	x
Les potagers de Gaïa	x	(pas de représentant)
Les cueillettes de Landecy	x	-
Le Jardin potager	-	(contact téléphonique et étude de 2007)

* Le même producteur pour les 2 initiatives

ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE PRODUCTEUR

A. Profil du producteur

1. Homme/Femme
2. De famille d'agriculteur : oui / non
3. Origine géographique :
4. Age :
5. Formation agricole : oui / non
 - 5.1. autre :
6. Nombre d'années dans le métier d'agriculteur :
7. Autre métier exercé avant celui d'agriculteur :
8. Date d'installation agricole :
 - 8.1. Succession familiale Création d'exploitation
9. Autre activité salariée : oui / non
 - 9.1. secteur :
 - 9.2. % :
10. Nombre d'années au sein de l'ACP :
 - 10.1.
11. Raisons / motivations pour pratiquer l'ACP
 - 11.1. Raisons économiques (lesquelles) :
 - 11.2. Raisons philosophiques (lesquelles) :
 - 11.3. Autres :

B. Description de l'exploitation

12. Historique (évolution des surfaces, bâtiments, types et modes de production) :

n° quest.	Quoi	Date	Description
12.1	Surface		
12.2	Bâtiments		
12.3	Matériels		
12.4	Mode de production		
12.5	Produits		
12.6	Autres		

13. Surface totale (ha) :
 - 13.1. en propriété (ha) :
 - 13.2. en location (ha) :
 - 13.3. autre
14. Mode de production
 - 14.1. bio / PER
 - 14.2. serres (% ou surface)
 - 14.3. plein champ (% ou surface)
 - 14.4. serres chauffées (surface)
 - 14.5. autres
15. Produits
 - 15.1. Liste des produits / Quantité de produits tout ou partie pour l'ACP :

Petits fruitsares/ha	Légumesares/ha
---------------	--------------	---------	--------------

 Vergers :

hautes tigesnb d'arbres	basse tige nb d'arbres
--------------	------------------	------------	-------------------

 Grandes cultures ha

Plantes aromatiques et médicinales
Miel Œufs Confiture, jus Viande Fromage
Autres :

15.2. Sous-traitance ou partenariat de production ACP (complément pour l'assortiment) :

15.2.1 type de produits :

15.2.2 quantité :

15.2.3 période :

15.2.4 Qui les produit ? Où ?

15.3. Produits ACP transformés sur l'exploitation :

15.4. Produits ACP transformés hors exploitation :

15.4.1. type de relations : partenariat, sous-traitance, travail à façon :

15.4.2. type d'entreprise (agriculteur, entreprise,..) :

15.4.3. localisation :

15.4.4. mode de production

16. Cheptel :

16.1. type

16.2. nombre

16.3. produits

17. Circuits de vente

17.1 Pourcentage de la production mis en ACP :

17.2 Autre(s) circuit(s) de vente et répartition en % du chiffre d'affaire

17.2.1 autre vente directe %

17.2.2 grande distribution %

17.2.3 grossiste %

17.2.4 autres %

18. Infrastructure

18.1. irrigation (en hectares) :

18.2. bâtiments :

18.3. autres :

19. Association / partenariat avec d'autres agriculteurs (machines, intrants tels que engrais de ferme, semences, plantons...)

20. Autres activités sur l'exploitation en dehors de l'initiative :
(table d'hôte, visite,...)

C. Travail et économie (chiffres 2007)

21. Main-d'œuvre familiale (UTA) :

22. Nombre total d'employés sur l'exploitation :

22.1. Type d'emplois :

23. Nombre d'emplois générés par l'ACP :

23.1. Type d'emplois/d'activités :

24. Statuts des employés :

24.1. salariés fixes :

24.2. saisonniers :

24.3. non-salariés (apprentis, stagiaires,...) :

25. Salaire des employés :

25.1. Accès à la formation pour les salariés ?

26. Estimation du travail par les consommateurs membres (en % de poste de travail) :

27. Chiffre d'affaire de l'exploitation :

28. Chiffre d'affaire de l'exploitation lié à l'ACP :

29. Coûts intermédiaires de production ou valeur ajoutée :
 - 29.1. Foncier
 - 29.2. Capital
 - 29.3. Consommations intermédiaires :
 - 29.4. Salaires
 - 29.5. Total coûts intermédiaires
30. Revenu agricole :
31. Comment est déterminé le prix de vente du panier :
 - 31.1. Remarques :
32. Rôle de l'ACP dans l'évolution du chiffre d'affaires, des prix et des revenus

D. Environnement et biodiversité

33. Actions spécifiques en termes de pratiques culturales :
34. Actions spécifiques pour la biodiversité et le paysage :
35. Maîtrise de la pollution (fertilisation et traitements) :
36. Gestion de l'eau, de déchets,...
37. Gestion des transports
38. Energie (chauffage des serres, utilisation d'énergies renouvelables) :
39. Anciennes variétés cultivées :
40. Variétés locales cultivées :
41. Autres
42. Rôle de l'ACP dans l'évolution des pratiques vis-à-vis de l'environnement
43. Difficultés rencontrées et améliorations envisagées :

E Contexte social

44. Organisation et participation à des événements locaux :
45. Organisation et participation à des réseaux :
46. Participation à des institutions
 - 46.1. Associations :
 - 46.2. Organisations agricoles :
 - 46.3. Autre ACP :
47. Autres outils de communication :
 - 47.1. internet
 - 47.2. journal
 - 47.3. autre
48. Rôle de l'ACP dans l'évolution des pratiques vis-à-vis du contexte social

F. Bilan de l'ACP

49. Bilan des changements avant / après ACP
 - 49.1. Augmentation / diminution surface (ha) :
 - 49.2. Nouveaux produits / abandon de certains produits :
 - 49.3. Nouvelles pratiques de production :
 - 49.4. Nouvelles pratiques de transformation :
 - 49.5. Autres :
50. Moyens mis en oeuvre
 - 50.1. Investissement lors du démarrage de l'initiative (montant / type) :
 - 50.2. Aide matérielle reçue :
 - 50.3. Partage d'expérience, conseils :
 - 50.4. Autres

G. Perspectives, projets et besoins

51. Avantages / Désavantages de travailler en ACP :
52. Problèmes majeurs rencontrés :
53. Perspectives :
 - 53.1. Augmentation / Diminution de la surface :
 - 53.2. Nombre de paniers :
 - 53.3. Diversification :
 - 53.4. Travail salarié / bénévole :
 - 53.5. Investissements envisagés dans le futur (montant / type) :
 - 53.6. Autres :
54. Besoins matériels/organisationnels :

Quand le producteur ne travaille pas avec une association de consommateurs :

Nombre de consommateurs
 au début : actuellement :
 objectif :
 Profil des consommateurs :
 Localisation :
 Nombre de livraison (période de livraison) :
 Périodicité :
 Nombre de points de livraison :
 Distance parcourue pour la livraison :
 Personne chargée pour la livraison :
 Comment la livraison est-elle rémunérée ? (surplus sur le panier, forfait,...) :
 Type d'emballage :

ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE CONSOMMATEUR

A. Initiative

1. Date de création :
2. Forme juridique :
3. Existe-il des statuts ?
4. Existe-il une charte interne ?
5. Règles d'adhésion des consommateurs :
6. Règles d'adhésion des producteurs :
7. Que définit le contrat : (oui / non)
 - a. la qualité
 - b. le mode de production
 - c. les prix
 - d. les modalités de livraison des produits
 - e. autre
8. Historique de l'initiative :
 - a. Qui sont les initiateurs :
 - producteur(s) / consommateur(s) / initiative conjointe
 - b. Quelles sont les principales évolutions :
9. Nombre de producteurs
 - a. Nb au début :
 - b. Nb actuel :
10. Type de produits : oui / non
 - a. Petits fruits
 - b. Fruits

- c. Légumes
- d. Grandes cultures
- e. Plantes aromatiques et médicinales
- f. Miel
- g. Œufs
- h. Volailles
- i. Viande
- j. Fromage
- k. Autres

11. Transformation des produits
- a. par des producteurs / des consommateurs / par l'initiative elle-même
 - b. types de produits :
 - c. localisation :

B. Consommateurs

12. Nombre de membres
- a. Nb au début :
 - b. Nb actuel :
13. Provenance géographique des consommateurs (rayon ?) :
14. Profil des consommateurs (liste ?) :
15. Tâches annuelles des consommateurs (transport, travail sur l'exploitation, secrétariat,...) :
- a. Nombre d'heure par an :

C. Organisation de la distribution

16. Nombre de points de livraison :
17. Description des lieux de livraison :
18. Localisation des points de livraison :
19. Distance parcourue pour la livraison (annuelle ou par livraison)
20. Nombre de livraisons par année :
21. Périodes de livraison :
22. Périodicité de livraison :
23. Types d'emballages :

D. Travail & Economie (chiffres 2007)

24. La gestion est assurée par :
- a) un producteur b) un consommateur c) un employé salarié
25. Estimation du temps de travail :
26. Activité rémunérée (montant) :
27. Frais de gestion (comptabilité, secrétariat,...) : CHF
28. Les livraisons sont assurés par :
- a) un producteur b) un consommateur c) un employé salarié
29. Moyens de transports / livraisons :
30. Activité rémunérée (montant) :
31. Frais de transport (total) :CHF
32. pour les livraisons : (.....CHF)
33. pour la production, la transformation,... : (.....CHF)
34. Matériel de promotion :
- a. site internet
 - b. flyers
 - c. autres :
35. Activités de promotion :
- a. événements à la ferme :

- b. événements extérieurs :
- c. autres :
- 36. Activité assurée par :
- 37. Temps de travail pour la promotion :
- 38. Activité rémunérée (montant) :CHF
- 39. Frais de promotion :CHF
- 40. Autres frais :
 - a. Participation à des investissements sur les exploitations CHF
 - b. Participation à des essais de nouvelles variétésCHF
 - c. Participation à des essais de transformationCHF
 - d. AutresCHF
- 41. Frais intermédiaires totauxCHF
- 42. Chiffre d'affaire de l'initiative :CHF
- 43. Mode de financement de l'initiative :
 - 43.1 Cotisations :
 - 43.2 Prélèvements :
 - 43.2.1 Fixes :
 - 43.2.2 % :
 - 43.3 Parts sociales :
 - 43.4 Autres modes de financement (manifestations, subventions, dons, compensations demi-journée,...)
- 44. Comment sont déterminés les prix des paniers
 - a. Prix du panier/produit au producteur :
 - b. Prix du panier au consommateur :
- 45. Préparation par les membres ? oui / non
 - a. abonnement (annuel, trimestriel,...)
 - b. système de recharge

E. Proximité et contexte social

- 46. Mode de représentation des consommateurs :
(nombre et tâches dans le comité ou groupes de travail...)
- 47. Mode de représentation des producteurs :
(nombre et tâches dans le comité ou groupes de travail...)

Relations producteurs-consommateurs

- 48. Mode de communication interne :
- 49. Fréquence des rencontres :
- 50. Activités :
- 51. Commentaires :

Au sein de l'initiative :

- 52. Activités sociales (accueil, école à la ferme, réinsertion,...) :
- 53. Formation
 - a. interne (accueil de stagiaires) :
 - b. externe (pour les employés) :
- 54. Coopération Nord-Sud :
- 55. Outils spécifiques d'animation :
- 56. Coûts de ces activités :CHF
- 57. Mécanismes de financement :
- 58. Estimation du temps de travail :

59. Action assurée par :
a) un producteur b) un consommateur c) un employé salarié

A l'externe :

60. Participation à des événements locaux (marchés, salons,...) :
61. Participation à des réseaux :
62. Participation à des institutions
a. Associations :
b. Organisations agricoles (syndicats,...) :
c. Autre ACP :
d. Adhésion à la FRACP ?
e. Autres :
63. Coûts de ces activités : CHF
64. Mécanismes de financement :
65. Estimation du temps de travail :
66. Activités assurées par :
a) un producteur b) un consommateur c) un employé salarié

F. Environnement

67. Qu'est-ce qui est fait au niveau de l'initiative pour la prise en compte de l'environnement ?
(transports, recyclage, énergie, écologie,...) :
68. Coûts de ces activités : CHF
69. Mécanismes de financement :
70. Estimation du temps de travail :
71. Activités assurées par :
a) un producteur b) un consommateur c) un employé salarié

G. Perspectives, projets et besoins

72. Augmentation / Diminution de la surface ?
73. Augmentation / diminution du nombre de produits / producteurs ?
74. Nombre de paniers ?
75. Diversification ?
76. Travail salarié / bénévole ?
77. Nouvelles activités :
78. Projets pour le futur :

Besoins :

79. organisationnels (formation, informations, échange,...) :
80. matériels / investissements (bâtiments, équipement,...) :
81. main-d'œuvre :
82. besoins de financement externe (par ex : projet OFAG) :
83. autres :
84. Remarques générales sur les avantages et désavantages de s'approvisionner en ACP :