

## CHARTRE D'ENGAGEMENT 2021

Par la promotion de la vente directe collective, les Boutiques Paysannes® œuvrent pour la relocalisation de la production agricole destinée à l'alimentation, la consommation de produits de saison, et le contact direct entre producteurs et consommateurs.

Les Boutiques Paysannes® sont des points de vente collectifs qui se différencient des autres magasins qui proposent très majoritairement des produits fermiers, grâce à une vente directe des produits des fermes assurée par les producteurs eux-mêmes, une gestion collective de la structure, et la force d'un réseau, garant des valeurs et des engagements des producteurs.

Les Boutiques Paysannes® s'engagent auprès de l'ensemble des membres du réseau et de leurs clients à garantir des « *produits de nos fermes et ateliers, vendus par nous-mêmes* » c'est-à-dire :

- ◆ Pas d'achat-revente sur les Boutiques Paysannes®
- ◆ Pas d'achat-revente sur les fermes pour la Boutique Paysanne®
- ◆ Présence du producteur - artisan à la vente

### A – Les Boutiques Paysannes® garantissent la transparence vis-à-vis du consommateur et la qualité de leurs produits

1. Les membres d'une Boutique Paysanne® peuvent être :

- Des agriculteurs, producteurs voire transformateurs de leurs matières premières. Ils proposent ainsi à la vente des produits fermiers locaux.
- Sous certaines conditions (→ C4), ils peuvent également être :
  - des artisans. Ils proposent à la vente des produits de leur propre fabrication.
  - Des structures collectives (coopératives agricoles, association, pépinière...), si les produits vendus sont traçables et identifiés aux noms des membres de la structure, à l'exception des produits représentant une identité locale forte, ne pouvant être produits autrement que par une coopérative (exemple : Comté, Roquefort).

2. Les produits agricoles vendus dans la Boutique Paysanne® sont ceux produits sur l'exploitation adhérente : il n'y a pas d'achat-revente pour la Boutique Paysanne® par les fermes.

La charte prévoit une dérogation pour les fermes connaissant un accident de production dans les conditions suivantes : les associés ont été informés, ont reconnu et ont validé l'accident de production. Les associés ont autorisé le producteur à s'approvisionner, pour une période définie, auprès d'autres producteurs (de préférence membre d'une Boutique Paysanne® où de la région). Les produits proposés en remplacement sont de qualité équivalente (mode de production similaire). Dans ce cas, le point de vente informe sa clientèle du changement temporaire de l'origine des produits pour assurer la transparence vis à vis du consommateur. Cette dérogation ne s'applique pas à une extension de gamme, ni à une extension de la saisonnalité des produits dans le temps.

3. Les produits vendus au sein du magasin sont locaux et de saison. Les produits issus du commerce équitable (artisans du monde, solidaar monde...) ne sont pas autorisés dans le magasin.

4. L'achat revente par une Boutique Paysanne® est interdit\*. **Les apporteurs sont liés au magasin par un contrat de mandat** (\*sauf pour les emballages).

5. Les Boutiques Paysannes® mettent à disposition des clients des informations permettant de mieux connaître les producteurs – artisans de la Boutique Paysanne®, leurs pratiques et modes de production, à savoir au minimum : nom de la ferme / atelier, nom de son représentant pour la Boutique Paysanne® et photographie, lieu, production(s). La Boutique Paysanne® étant le reflet de son territoire, les membres sont situés dans un rayon de 100km à vol d'oiseau autour de la Boutique Paysanne®.

### B – Les membres des Boutiques Paysannes® assurent la vente directe de leurs produits et le service aux consommateurs.

1. Tous les membres d'une Boutique Paysanne® réalisent des temps de présence à la vente pour être en contact direct avec les consommateurs. Les membres qui assurent des permanences à la vente (intégrées dans le planning des permanences) = les permanents à la vente. Les modalités de ces temps de présence sont déterminées par chaque Boutique Paysanne® dans son règlement intérieur.

Dans le cas des structures collectives (coopératives agricoles, association, pépinière...), la permanence et le suivi du point de vente sont toujours assurés par le même représentant de la structure.

2. Tout producteur – artisan peut être remplacé à la vente par toute personne ayant un statut sur sa ferme – atelier, dont un salarié de l'exploitation à condition que ce dernier ne soit pas affecté exclusivement à la vente.

3. Le nombre de salariés de la boutique présents à la vente est limité au nombre de membres présents à la vente + 2 (exemple : 1 membre à la vente pour 3 salariés maximum). Les salariés ont uniquement un rôle d'appui et doivent pouvoir toujours avoir recours au(x) membre(s) présent(s).

4. Chaque point de vente adhérent s'engage à communiquer sur les Boutiques Paysannes®, ses membres adhérents et sa charte qualité. Cette communication passe par l'adoption du logo « Boutiques Paysannes® - produits de nos fermes et ateliers, vendus par nous-même » qui sera apposé d'une manière visible sur la vitrine ou à l'intérieur de la Boutique Paysanne®.

### **C – Chaque Boutique Paysanne® est gérée d'une manière collective par ses membres**

1. Aucun membre participant à la gestion collective de la Boutique Paysanne® ne peut dépasser à lui seul 30 % du volume de ventes de la Boutique Paysanne®. Tous participent aux réunions de gestion de la Boutique Paysanne® et se répartissent les responsabilités et tâches concernant la Boutique Paysanne®.

2. Chaque Boutique Paysanne® est constituée d'au minimum 6 membres impliqués dans la gouvernance afin de proposer une gamme suffisante de produits fermiers et de garantir une « gestion collective et collégiale » de la Boutique Paysanne®.

Dans la gouvernance, chaque structure associée du magasin a une voix.

3. Le volume de ventes individuel réalisé par les structures collectives, artisans et par les membres non permanents est limité à 10 % du volume d'activité de la

Boutique Paysanne®, sauf dans le cas où le produit, représentant une identité locale forte, ne peut être produit autrement que par une cave coopérative (Exemple : Comté, Roquefort).

4. La moyenne trisannuelle des volumes de ventes total réalisé par l'ensemble des structures collectives, des membres non permanents et des producteurs non associés est limité à 30 % du volume de ventes de la Boutique paysanne®.

Le volume de ventes total réalisé par l'ensemble des artisans alimentaires ne doit pas excéder 20 % du volume des ventes de la Boutique Paysanne®.

Le volume de ventes total réalisé par l'ensemble des artisans non alimentaires ne doit pas excéder 10 % du volume de ventes de la Boutique Paysannes®.

### **Recommandations – non auditées dans le cadre de la démarche qualité**

1. Les non permanents à la vente réalisent, idéalement, 2 demi-journées de présence à la vente par an (animations commerciales).

2. Le travail à façon, opération de transformation faite par un prestataire de service (= sous-traitance d'étapes de transformation ne modifiant pas les caractéristiques du produit : pressage, découpe, autoclavage, fumage, séchage, moulin...) est autorisé à condition qu'il y ait transparence sur les modes de fabrication (recettes employées) et une garantie sur l'origine des produits : la matière discriminante du produit fini doit être uniquement issue des matières premières de la ferme.

3. Afin de pouvoir renseigner et conseiller les consommateurs, les membres permanents et les salariés permanents connaissent chacune des fermes / ateliers des membres et l'ensemble des produits proposés à la Boutique Paysanne®. Ils sont en mesure de répondre aux questions des clients.

4. Les noms des producteurs présents à la vente sont affichés (ardoise à l'entrée du point de vente, badges...).

5. Chaque Boutique Paysanne® facilite l'accès au magasin, l'information et l'accueil de la clientèle, la convivialité et l'échange entre producteurs / artisans et consommateurs.

6. Chaque Boutique Paysanne® s'organise pour une bonne gestion de ses déchets et des emballages ; elle favorise l'utilisation des sacs et paniers des clients.