

# CHARTRE BOUTIQUES PAYSANNES®

## V 2022

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

Les Boutiques Paysannes® sont des points de vente collectifs qui proposent essentiellement des produits fermiers et artisanaux par :

- la **vente directe** des produits des fermes et ateliers assurée par les producteurs et artisans eux-mêmes,
- la **gestion collective** de la structure et
- l'**organisation au sein d'un réseau**, garant des valeurs et des engagements des producteurs et artisans vis-à-vis des consommateurs.

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 :

- Présence du producteur-artisan à la vente,
- Pas d'achat-revente par les Boutiques Paysannes®,
- Pas de produits issus de l'achat-revente dans les Boutiques Paysannes®.

## **A – Les Boutiques Paysannes® garantissent la transparence vis-à-vis des consommateurs et la qualité de leurs produits**

### 1. Qualité des membres

Les membres d'une boutique paysanne sont :

- Des agriculteurs, producteurs voire transformateurs de leurs matières premières. Ils proposent ainsi à la vente des produits fermiers locaux.
- Sous certaines conditions (→ C2), 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 au nom 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 : Roquefort).

Les membres sont engagés vis-à-vis de la boutique paysanne suivant différentes modalités :

- a. Les membres permanents présents à la vente.
- b. Les membres non permanents (ou dépôt-vendeurs) non présents à la vente.

## 2. Contrat de mandat

Dans les structures associatives et sociétaires, les apporteurs sont liés à la boutique paysanne par un contrat de mandat.

Ces contrats de mandat précisent la liste mise à jour des produits agréés par la boutique paysanne.

## 3. L'interdiction de l'achat-revente

Les produits agricoles et artisanaux vendus dans la boutique paysanne sont uniquement ceux produits sur la ferme ou l'atelier adhérent :

- l'achat revente par une boutique paysanne est interdit, à l'exception des emballages,
- il n'y a aucun produit issu de l'achat-revente dans les Boutiques Paysannes®.

La charte prévoit une dérogation pour les fermes connaissant un accident de production dans les conditions suivantes :

- Les membres de la boutique paysanne ont été informés, ont reconnu et ont validé l'accident de production.
  - Les membres de la boutique paysanne ont autorisé le producteur à s'approvisionner, pour une période définie, auprès d'autres producteurs respectant la Charte (de préférence membre d'une boutique paysanne).
  - Les produits proposés en remplacement sont de qualité équivalente (mode de production similaire).
- Dans ce cas, la boutique paysanne 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.

## 4. Les produits vendus au sein des boutiques : des produits locaux et de saison

Les produits vendus au sein de la boutique paysanne sont locaux et de saison.

La boutique paysanne étant le reflet de son territoire, les fermes et les ateliers sont situés dans un rayon de 100km à vol d'oiseau autour de la boutique.

Les produits finis issus du commerce équitable ne sont pas autorisés.

## 5. La communication des producteurs et artisans sur la qualité des produits vis-à-vis des clients

Les Boutiques Paysannes® mettent à disposition des clients des informations permettant de mieux connaître les producteurs et artisans de la boutique paysanne, leurs pratiques et modes de production, à savoir au minimum : nom de la ferme ou atelier, nom de son représentant pour la boutique paysanne et photographie, lieu de production, production(s). Le nom des producteurs présents à la vente est affiché.

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

### 1. Présence à la vente

Les membres permanents d'une boutique paysanne réalisent des temps de présence à la vente pour être en contact direct avec les consommateurs. Les modalités de ces temps de présence sont déterminées au sein du règlement intérieur de chacune des Boutiques Paysannes®.

### 2. Remplacement à la vente

Tout membre permanent peut être remplacé à la vente par :

- toute personne ayant un statut sur sa ferme ou atelier.
- un salarié de l'exploitation, à condition que ce dernier ne soit pas affecté exclusivement à la vente.

### 3. Salariés et présence à la vente

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 un rôle d'appui à la vente des membre(s) présent(s).

## **C – Chaque boutique paysanne est gérée de manière collective par ses membres**

### 1. Gouvernance

Chaque boutique paysanne est constituée d'au minimum 6 membres permanents impliqués dans la gouvernance afin de proposer une gamme suffisante de produits fermiers et de garantir une « gestion collective et/ou collégiale » de la boutique paysanne. Le règlement intérieur précise les modalités de gouvernance de la boutique. Chaque membre participant à la gouvernance dispose d'une voix. Tous les membres permanents participent aux réunions de gestion de la boutique paysanne et se répartissent les responsabilités et tâches concernant la boutique.

### 2. Volume de vente

-Aucun membre ne peut dépasser à lui seul 30% du volume de vente de la boutique paysanne.

-La moyenne trisannuelle du volume de vente total réalisé par l'ensemble des structures collectives, des membres non permanents, des artisans est limité à 30% du volume de vente de la boutique paysanne. Le règlement intérieur de chaque boutique paysanne peut préciser les modalités de répartition du volume de vente pour ces membres.

-Le volume de vente total réalisé par l'ensemble des artisans non alimentaires ne doit pas excéder 10% du volume de vente de la boutique paysanne.

## **D. Chaque boutique paysanne s'engage à respecter la présente Charte.**

### **1. Contrôle du respect de la Charte**

En adhérant à la présente Charte, chaque boutique paysanne s'engage à la respecter, à être contrôlée par un organisme de certification et à fournir tous les éléments nécessaires à ce contrôle (précisés en annexe).

### **2. Contrat de licence de marque**

Chaque boutique signe un contrat de licence de marque au titre duquel elle est autorisée à utiliser la marque « Boutiques Paysannes® ».

En contrepartie, chaque boutique adhérente s'engage à communiquer sur le réseau des Boutiques Paysannes® et sa charte.

Cette communication passe par l'adoption du logo « Boutiques Paysannes® - produits de nos fermes et ateliers, vendus par nous-mêmes » sur les supports de communication (enseigne, vitrine, flyer, kakemono, site internet, réseaux sociaux...).

### **3. Plan de maîtrise sanitaire**

Dans le respect des réglementations sanitaires, la boutique paysanne établit un plan de maîtrise de sanitaire.

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

### **1. Communication et échanges avec les consommateurs**

Chaque boutique paysanne facilite l'accès au magasin, l'information et l'accueil de la clientèle, la convivialité et l'échange entre producteurs et artisans et consommateurs.

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

### **2. Qualité et transparence des produits**

#### **Produits transformés**

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.

### **Produits des artisans**

Pour la fabrication de leurs produits finis, les artisans (alimentaires ou non alimentaires) utilisent « dans la mesure du possible » des matières premières locales (matière discriminante).

Quand l'approvisionnement en matières premières locales n'est pas possible, l'artisan doit pouvoir le justifier et doit être engagé dans une démarche de label de qualité.

### **3. Respect de l'environnement**

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.

### **4. Répartition du travail et non-permanents**

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

## TERMINOLOGIE CHARTE

**Apporteur** : personnes physiques ou morales, agriculteurs, producteurs, artisans ou structures collectives apportant ses produits à la boutique paysanne

**Artisan** : travailleur indépendant justifiant d'une qualification professionnelle et d'une immatriculation au Répertoire des métiers pour l'exercice à son propre compte, d'une activité manuelle. Au sein d'une boutique paysanne, l'artisan peut être artisan alimentaire « de bouche » ou artisan d'art non alimentaire dans la limite du respect des plafonds de volumes de vente fixé par l'article C2 de la Charte.

**Associés** : dans le cas où les Boutiques Paysannes® sont des structures sociétaires, personnes ayant une part de capital dans la société.

**Contrat de mandat** : contrat au titre duquel l'apporteur s'engage à ce que la boutique paysanne vende en son nom et pour son compte les produits de sa propre production ou fabrication.

**Membres** : personnes physiques ou morales adhérant à une boutique paysanne par la signature de ses statuts et apportant ses produits à la vente au sein de cette dernière.

**Membres permanents** : membres d'une boutique paysanne participant activement à la vente des produits au sein de la boutique paysanne.

**Membres non permanents** : membres d'une boutique paysanne apportant ses produits à cette dernière en dépôt-vente mais non présents à la vente.

**Producteur** : agriculteur ou producteur de produits bruts ou transformés agricoles vendant ses produits au sein de la boutique paysanne.

**Structures collectives** : coopératives, pépinières ou associations regroupant différents producteurs, agriculteurs ayant des productions distinctes.

## **ANNEXE**

### **Pièces obligatoires dans le cadre du contrôle**

- 1° Les contrats de mandat à jour (permanents et non permanents)
- 2° La liste actualisée des membres de la boutique avec date d'entrée, n° SIRET et lieux de production et leur statut (permanent, non permanent, agriculteur, artisan alimentaire ou non alimentaire)
- 3° L'état récapitulatif des ventes (volume de vente HT total et par exploitation) pour l'année 2021
- 4° L'attestation de production (attestation de non-achat revente) des producteurs permanents et non permanents datant de moins de 2 ans
- 5° Le règlement intérieur du magasin à jour
- 6° Les statuts de la structure gérant la boutique
- 7° Le dernier compte de résultat clôturé de l'année précédant le contrôle
- 8° Le cahier de transparence ou à défaut la communication sur les pratiques des producteurs (site internet ou pages de réseaux sociaux)
- 9° Le planning de présence à la vente annuel de l'année précédant le contrôle
- 10° Les contrats de travail du ou des salariés de la boutique et des salariés de l'exploitation présents à la vente
- 11° Le contrat de licence de marque
- 12° Le bulletin d'adhésion signé et cotisations à jour
- 13° La liste des produits vendus dans la boutique
- 14° Présence d'un plan de maîtrise sanitaire (pas de contrôle du contenu réservé aux contrôles sanitaires)