

CAHIER DES CHARGES
Magasin de producteurs
Bienvenue à la ferme



Version : Mars 2012



Cahier des charges "Magasin de producteurs - Bienvenue à la ferme"

Mars 2012

Au-delà des critères repris dans le présent cahier des charges, les membres associés du magasin de producteurs Bienvenue à la ferme s'engagent à respecter les termes de la charte éthique "Bienvenue à la ferme".

I – DEFINITION de l'activité et STATUTS

L'activité "Magasin de producteurs - Bienvenue à la ferme" a pour but de promouvoir la vente collective par les agriculteurs de produits de leurs exploitations dans le cadre d'une organisation collective de vente gérée par des agriculteurs sous forme de :

- point de vente collectif, selon le cahier des charges élaboré par le groupe Chambres d'agriculture en décembre 2008 assorti de la note de service DGAL/SDSSA/N2010-8103,
- tout autre type de structure économique de vente

Un magasin de producteurs est un lieu où les producteurs associés et non associés viennent à tour de rôle, vendre aux consommateurs et faire la promotion des produits provenant de leurs exploitations pour le compte et au nom de ses membres. Il est le prolongement des exploitations.

Cette forme de vente spécifique est proposée par un groupe constitué de producteurs :

- organisés au sein d'une structure ayant une existence légale et déclarée avec des obligations statutaires,
- s'organisant collectivement en un point précis pour promouvoir, valoriser et vendre leurs productions.

A titre accessoire (jusqu'à 20% du volume d'activité), des produits artisanaux alimentaires, artisanaux d'art et des produits équitables peuvent être commercialisés.

Deux statuts de personnes autorisées sont distingués

- **les apporteurs associés** qui possèdent des parts sociales et/ou sont rattachés à la structure juridique et assurent la gestion de la structure. Ils effectuent ou non des temps de présence à la vente dans le magasin.
- **les apporteurs non associés** qui ne possèdent pas de parts sociales et/ou ne sont pas rattachés à la structure juridique. Ils effectuent ou non des temps de présence à la vente dans le magasin.

Les apporteurs associés ou non associés qui réalisent des temps de présence sont appelés « permanents »

Le présent cahier des charges engage les **apporteurs associés du magasin représentés par le/les responsables légal(aux)** de la structure. Il s'applique à l'ensemble des produits vendus dans le magasin de producteurs.

II - CRITERES D'ADHESION AU CAHIER DES CHARGES

Ils sont de 5 ordres :

- Statuts des apporteurs et origines des produits commercialisés,
- Organisation collective et aptitudes,
- Aménagements, équipements, communication,
- Accueil de la clientèle,
- Politique tarifaire

1. Statuts des apporteurs et origine des produits commercialisés¹

1-1. Les règles portant sur le volume d'activité des produits agricoles

Pour garantir la spécificité agricole des magasins de producteurs, au minimum 80 % du volume d'activité total du magasin est réalisé par les produits issus d'exploitations agricoles quel que soit le statut des exploitants agricoles, apporteurs associés ou non associés.

Sont compris exclusivement dans les 80 % les produits des chefs d'exploitation et des cotisants solidaires.

1-2. Les règles portant sur l'origine des produits

A titre individuel, les apporteurs associés commercialiseront exclusivement les produits de leurs structure.

A titre collectif le magasin pourra réaliser auprès d'apporteurs non associés de l'achat revente ou du dépôt vente de produits.

1-3. Les règles portant sur les apporteurs associés et leurs produits

Afin de garantir traçabilité et transparence sur les produits commercialisés dans le point de vente, au minimum **70 % du volume d'activité est réalisé par les produits des apporteurs associés.**

Les clés de la réussite - Fortement conseillé pour la cohésion

Pour soutenir l'équité dans les prises de décisions, et pour favoriser un fonctionnement réussi et durable du magasin, il est fortement recommandé que le volume d'activité de chaque apporteur associé n'excède pas 49% du volume d'activité total. Le règlement intérieur du magasin devra préciser ce pourcentage.

Seuls pourront être agréés magasins de producteurs Bienvenue à la ferme les magasins dont tous les apporteurs associés répondent aux conditions suivantes :

➤ **Statuts et produits (cf. annexe 1)**

Les magasins de producteurs peuvent compter parmi les apporteurs associés :

- **Des exploitants agricoles**
 - dont les exploitations agricoles répondent aux conditions d'affiliation au régime social agricole définies par les articles L 722-1 et s du Code Rural en tant que non salarié agricole,
 - dont les exploitants agricoles cotisent à l'AMEXA.

Par dérogation, les apporteurs suivants seront autorisés. **Les chefs d'exploitation seront toujours prioritaires.**

- **Des cotisants solidaires ou pluri actifs**
 - en vue d'une installation ou avec une activité pérenne,
 - dont les exploitants agricoles cotisent à l'AMEXA (cotisants solidaires)
- **Des coopératives (ou système collectif de vente)**
 - qui sont représentées par un producteur, membre de la coopérative, nommé expressément,
 - pour les produits transformés issus de la famille de produits dudit agriculteur uniquement
- **Des artisans alimentaires**
 - qui sont établis sous la forme d'une personne physique ou morale, et sont immatriculés au répertoire des métiers,
 - dont l'origine de la matière première principale est locale sauf
 - dans le cas de spécialités régionales non disponibles en qualité fermière

¹ Il est important que le groupe de producteurs qui monte son projet de magasin se crée une éthique commune privilégiant les produits locaux et agricoles.

- lorsque que la matière première n'est pas produite au niveau local : chocolat,...
- o et qui peuvent justifier d'une réelle activité de fabrication

- **Des artisans d'art**

- o qui sont inscrits au répertoire des métiers ou/et à la maison des artistes et/ou inscrits au CFE en tant qu'artistes libres,
- o et qui peuvent justifier d'une réelle activité de fabrication.

➤ **Production et transformation des produits agricoles**

Les produits agricoles doivent répondre aux critères du guide d'interprétation Produits de la ferme Bienvenue à la ferme garantissant ainsi les étapes de production et transformation des produits. Les produits sont donc des produits de la ferme Bienvenue à la ferme et respectent les règles sanitaires, de production, de transformation et d'étiquetage.

En cas de la rupture de stock accidentelle, ou en cas d'accident climatique ou sanitaire exceptionnel, d'un produit chez un producteur, un approvisionnement auprès d'un producteur dont les produits sont similaires, agréés, pourra être toléré. Dans ce cas, l'information doit être portée clairement à la connaissance de la clientèle. Cette tolérance qui est fonction des dégâts constatés, est valable pour l'année concernée ou pour un cycle de production identifié.

➤ **Origine géographique²**

Afin de garantir un approvisionnement local du point de vente, les sièges d'exploitation des apporteurs associés sont situés à proximité du magasin de producteurs. La distance pourra être formulée dans le règlement intérieur du magasin.

1-4. Les règles portant sur les apporteurs non associés et leurs produits (ou compléments de gamme du magasin)

Afin d'assurer une gamme complète pour les consommateurs, 30% au maximum du volume d'activité peut être réalisé par la commercialisation de **produits complémentaires à la gamme du magasin** par des apporteurs non associés.

Le volume d'activité de chaque apporteur non associé est limité à 10% du volume d'activité total.

Seuls pourront être agréés magasins de producteurs Bienvenue à la ferme les magasins dont tous les apporteurs non associés répondent aux conditions suivantes :

➤ **Statuts, produits et origine (cf. annexe 1)**

Les magasins de producteurs peuvent compter parmi les apporteurs non associés :

- **Des exploitants agricoles**

- o dont les exploitations agricoles répondent aux conditions d'affiliation au régime social agricole définies par les articles L 722-1 et s du Code Rural en tant que non salarié agricole,
- o qui cotisent à l'AMEXA,
- o de préférence adhérents à Bienvenue à la ferme pour la prestation Produits de la ferme,
- o dont les sièges d'exploitation sont prioritairement locaux, sinon, nationaux et de préférence adhérents à Bienvenue à la ferme. Pour les exploitations situées dans une zone trans-frontalière, un règlement intérieur départemental peut préciser l'approvisionnement auprès d'exploitations du pays voisin.

Par dérogation, les produits d'autres apporteurs non associés précisés ci-après pourront être commercialisés. **Les produits des chefs d'exploitation seront toujours prioritaires.**

² Aucune limite géographique n'a été indiquée. Comme il s'agit d'un projet collectif, c'est au groupe d'arbitrer sur l'éloignement que les producteurs sont prêts à accepter. A noter que si le siège d'exploitation est trop loin du magasin les critères liés aux permanences seront difficiles à réaliser.

- **Des cotisants solidaires ou pluri actifs**
 - en vue d'une installation ou avec une activité pérenne,
 - dont les exploitants agricoles cotisent à l'AMEXA (cotisants solidaires),
 - dont les sièges d'exploitation sont locaux
- **Des coopératives (ou système collectif de vente)**
 - dont la production est locale,
 - dont le siège est local sauf pour les produits n'existant pas en qualité fermière (beaufort, comté,...)
- **Des artisans alimentaires**
 - qui sont établis sous la forme d'une personne physique ou morale, et sont immatriculés au répertoire des métiers,
 - dont l'origine de la matière première principale des produits est locale sauf
 - dans le cas de spécialités régionales non disponibles en qualité fermière
 - lorsque que la matière première n'est pas produite au niveau local : chocolat,...
 - qui peuvent justifier d'une réelle activité de fabrication,
 - dont les sièges d'activité sont locaux
- **Des artisans d'art**
 - qui sont inscrits au répertoire des métiers ou/et à la maison des artistes et/ou inscrits au CFE en tant qu'artistes libres,
 - qui peuvent justifier d'une réelle activité de fabrication,
 - dont les sièges d'activité sont locaux.

D'autres produits pourront être commercialisés par le magasin :

- **Des produits équitables qui ont obtenu le label Fairtrade ou qui sont issus d'un producteur ou groupe de producteurs identifiés (AFDI)**

Le règlement intérieur du magasin, pourra, si telle est la volonté du groupe, préciser les conditions d'intégration des associés et non associés et de leurs produits (distance d'approvisionnement, origine, typologie de produits,...).

➤ **Production et transformation des produits agricoles**

Les produits agricoles doivent répondre aux critères du guide d'interprétation Produits de la ferme Bienvenue à la ferme garantissant ainsi les étapes de production et transformation des produits. Les produits sont donc des produits de la ferme Bienvenue à la ferme et respectent les règles sanitaires, de production, de transformation et d'étiquetage.

➤ **Avis des apporteurs associés**

L'unité décisionnelle doit donner son accord pour la présence de ces produits à la vente. Un règlement intérieur peut préciser les modalités de la prise de décision (unanimité, majorité,...) et les typologies de produits pouvant être vendus dans ce cadre et les modalités de contractualisation. Ces produits font l'objet d'un contrat avec le magasin de producteurs :

- sous forme d'achat revente, avec contrat d'achat revente entre l'apporteur et le magasin,
- sous forme de mandat, avec contrat de mandat entre l'apporteur et le magasin.

1-5. Les règles portant sur la traçabilité et la transparence

Afin que les clients puissent être informés sur les produits commercialisés et les pratiques de production et transformation, et dans le but de s'afficher comme véritables producteurs fermiers, **la visite de chacune des fermes est fortement conseillée** (sur demande, portes ouvertes,...).

Les apporteurs associés et non associés s'engagent à informer les personnes à la vente et les clients des méthodes de production, de leurs exploitations,... Pour ce faire, ils mettent à leur disposition dans le magasin les outils de leur choix nécessaires (**au moins 1**) : cahier de transparence³, fiche ferme et / ou fiches produits, films, cadre numérique avec photos déroulantes,... . Il en est de même lorsqu'un produit est remplacé temporairement par un autre en cas de rupture de stock, a minima avec une fiche informative.

1-6. Les règles en matière d'étiquetage des produits et de packaging

Elles respectent la réglementation en vigueur.

Pour aller plus loin

Les étiquettes ou bords mettent en valeur la marque Bienvenue à la ferme.

Pour garantir des pratiques respectueuses de l'environnement, le magasin de producteurs doit favoriser l'utilisation de packaging produits recyclés ou recyclables.

Les packagings sont simples et laissent apparaître le produit.

Des conseils, recettes,... sur l'utilisation pourront également accompagner les produits.

2. Organisation collective et aptitudes

Il y a toujours au minimum **un producteur associé à la vente (hors artisan)**. Le magasin peut avoir recours à du personnel salarié en complément. Il est sous sa responsabilité et ne peut assurer seul la vente au sein d'un magasin de producteurs.

Tous les apporteurs associés ou un membre de leurs familles (ascendants ou descendants directs en conformité avec le droit du travail), ou un salarié de leur exploitation sont régulièrement présents à la vente⁴ pour être en contact direct avec les consommateurs.

Le mode de répartition de ces temps de présence ainsi que leurs modalités (permanence, animations,...) sont définis par le règlement intérieur et le planning des présences à la vente.

Afin de pouvoir conseiller et répondre au mieux aux clients, les permanents du magasin (producteurs et salariés) ont visité chacune des exploitations⁵ des membres associés du magasin.

Avant toute mise en vente, les produits doivent être agréés par l'unité décisionnelle. Les modalités seront à préciser dans le règlement intérieur du magasin.

Pour aller plus loin

Avec le souci de créer une relation de confiance avec les clients, le planning des permanences favorise la répétition des présences chaque semaine et non la multiplication des permanents.

Un vêtement peut permettre d'identifier visuellement immédiatement le producteur du salarié.

³ Il est important d'avoir un outil de présentation des produits à la clientèle, mais aussi un outil interne entre professionnels qui synthétise la gamme et permet de retrouver rapidement une information sur un produit en l'absence du producteur.

⁴ La présence des associés à la vente est vraiment nécessaire car elle permet aux associés de mieux connaître et présenter les produits des autres mais surtout d'échanger avec la clientèle et de mesurer ses besoins / ses attentes.

⁵ Il est important que les producteurs fassent régulièrement (tous les 2 – 3 ans) la visite des exploitations des autres associés. En effet, de gros changements peuvent intervenir dans les exploitations sur ce laps de temps et ils ne prennent pas toujours suffisamment de temps pour s'en informer les uns les autres. Un outil pourra être l'organisation de réunions décentralisées.

3. Aménagements, équipements, communication

Au-delà des aspects techniques (emplacement géographique, étagères, circuits de visite...) certaines règles sont à vérifier :

3-1. Les règles sanitaires⁶

Conformément à la note de service DGAL/SDSSA/N2010-8103, la maîtrise sanitaire du magasin doit être assurée : respect de la traçabilité des produits, de la chaîne du froid et des procédures de nettoyage-désinfection. Le règlement intérieur du point de vente doit notamment préciser le partage des responsabilités et l'organisation adoptée en matière de plan de maîtrise sanitaire.

Pour aller plus loin

Une formation collective sanitaire sur les bonnes pratiques d'hygiène appliquées dans le magasin.

Selon cette même note de service DGAL/SDSSA/N2010-8103, les producteurs qui souhaiteraient commercialiser leur production en « vente directe » et bénéficier des dérogations sanitaires induites, devront obligatoirement réaliser des temps de présence à la vente.

3-2. La communication en magasin

Afin de valoriser la **provenance locale** des productions, et dans une démarche de transparence, de visibilité et de traçabilité, au moins **deux des éléments** suivants sont affichés au sein du magasin:

- une carte géographique identifiant les producteurs et les produits,
- des affichettes/kakémonos par producteur comportant au minimum ses coordonnées, ses productions et une photo,
- une signalétique produits indiquant la distance d'approvisionnement (affichage du kilométrage entre le magasin et le siège d'exploitation).

Pour aller plus loin

Un film présentant les fermes peut également être diffusé au sein du magasin.

*La **saisonnalité** des produits présentés est expliquée avec la pose d'un calendrier des saisons et la mise à disposition de recettes. En complément des films sur les différentes productions peuvent être diffusés.*

*Le caractère **durable** des magasins de producteurs est traduit par l'affichage d'un argumentaire / panneaux indiquant notamment le nombre d'emplois maintenus dans les exploitations.*

3-3. Les services clients

Dans un souci de confort de la clientèle, les magasins de producteurs Bienvenue à la ferme s'engagent à :

- afficher clairement les horaires et jours d'ouverture
- proposer un contenant. Les matières type bois / fer seront à privilégier.

Fortement conseillé pour le bon développement économique du magasin et le confort des clients

- *permettre un règlement par carte bancaire*
- *proposer un parking*
- *installer des toilettes*
- *autoriser le règlement par ticket restaurant*
- *proposer un coin informations*
- *proposer un coin animations*

Les services +

⁶ Il est important que les permanents suivent une formation sur les aspects sanitaires liés au magasin : auto contrôle, plan de nettoyage, transport... En effet, certains producteurs sont déjà au point au regard de leur famille de produit (viande par exemple) ou selon qu'ils sont agréés CE au titre de leur exploitation, d'autres ont vraiment besoin d'aller plus loin.

- *proposer un coin enfant avec jeux et livres autour de la ferme*
- *proposer la prise de commande*
- *proposer une carte de fidélité*
- *proposer un coin café / petite restauration*
- *proposer un coin cadeaux*
- *installer des portes automatiques*
- *proposer la livraison de commandes*
- *mettre à disposition un parking vélo*
- *proposer des stages de cuisines*

3-4. Les engagements écologiques

Au minimum une mesure de réduction de consommation d'eau (wc, récupération des eaux de pluie, robinet à économie d'eau) et une mesure de réduction de la consommation d'électricité (ampoules basse consommation, pas d'appareils en veille, détecteurs infra rouges,...) sont mises en œuvre.

Les équipements nécessaires à la pratique du tri sélectif sont installés et / ou une sensibilisation sur les techniques de recyclage des produits ou de leur emballage du magasin (panneaux, étagère de démonstration,...)

Face aux attentes sociétales et pour une bonne transparence et visibilité des engagements du magasin vis à vis du consommateur, celui ci doit également comporter au moins 1 des équipements suivants :

- un conditionnement vrac (épices, céréales,...)
- des sacs recyclés ou bio dégradables,
- des sacs fruits et légumes en papier,
- une information clientèle sous forme de panneaux, affiche, flyer,... sur la possibilité de venir avec ses propres emballages pour une réutilisation par l'usager lui-même : boîte à œufs, boîte à fromages, sacs, cartons...

Pour aller plus loin

Les nouveaux bâtiments sont conçus dans la mesure du possible en vue de préserver l'environnement (bois, panneaux solaires,...). Des aménagements en bois et matières brutes sont privilégiés.

L'utilisation de produits d'entretien et de consommables respectueux de l'environnement est favorisée.

Un diagnostic de durabilité peut être réalisé.

4. Accueil de la clientèle

Les apporteurs associés mettent tout en œuvre pour assurer un accueil de qualité⁷, qui permet un échange privilégié avec la clientèle sur les pratiques et modes d'élaboration des produits disponibles à la vente, des conseils...

Les producteurs associés ont le souci de satisfaire la curiosité de leur clientèle en matière d'informations touristiques et agricoles, par le dialogue et la mise à disposition de documents. De la documentation sur le réseau Bienvenue à la ferme est disposée dans le magasin.

L'accès au magasin de producteur - Bienvenue à la ferme doit être facilité par la signalisation proposée par le réseau Bienvenue à la ferme.

Afin de recueillir les avis des clients, une boîte à suggestion ou des enquêtes de satisfaction sont mises à disposition dans le magasin.

Pour plus de convivialité et favoriser la rencontre producteurs / consommateurs, des animations régulières ont lieu dans le magasin.

Les abords et l'intérieur du magasin sont bien tenus.

⁷ SBAM ! sourire, bonjour, au revoir, merci !

5. Politique tarifaire, couverture des frais du fonctionnement de la structure

La politique tarifaire s'inscrit dans une logique de juste rémunération pour le producteur et d'équité pour le consommateur.

Pour aller plus loin

Le taux de prélèvement sur le prix de vente permettant de couvrir les frais de fonctionnement du magasin est de 12 à 20 % pour les apporteurs associés et de 30% maximum pour les apporteurs non associés.

Le prix de vente de chaque produit dans le magasin de producteurs Bienvenue à la ferme ne pourra excéder plus de 10 % du prix de vente sur l'exploitation.

III. OBLIGATIONS COMPLEMENTAIRES

Au delà des critères repris dans la charte éthique "Bienvenue à la ferme", tous les apporteurs associés d'un magasin de producteur "Bienvenue à la ferme" s'engagent, via le responsable du magasin à :

- déclarer au relais départemental Bienvenue à la ferme tous les apporteurs associés et autres apporteurs ainsi que la liste des produits qui seront mis en vente et les points de vente envisagés lors de l'agrément puis sur demande après l'agrément.
- informer le relais Bienvenue à la ferme de tout changement parmi les apporteurs associés,
- être à jour de la cotisation annuelle "Bienvenue à la ferme" magasin, qui est versée au relais départemental.
- valoriser la marque "Bienvenue à la ferme" à la réputation de laquelle ils collaborent :
 - en utilisant les outils de signalétique Bienvenue à la ferme,
 - en étant présent sur les supports promotionnels "Bienvenue à la ferme" (guides, sites internet Bienvenue à la ferme, applications i-phone et Android) sauf indications contraires,
 - en apposant les panneaux de pré-signalisation et de signalisation Bienvenue à la ferme,
 - en faisant figurer le logo "Bienvenue à la ferme" sur tous les supports et documents promotionnels du magasin avec lesquels ils communiquent : plaquettes, site internet du magasin et des producteurs associés...
 - en utilisant les objets portant la marque "Bienvenue à la ferme", afin de renforcer l'impact de cette marque,
 - en répondant à toute enquête (statistiques, satisfaction de la clientèle...) ou demande d'information du relais.
- se conformer aux textes législatifs et réglementaires en vigueur, notamment d'ordre fiscal, social, sanitaire, concurrence, sécurité, définition et qualité des produits, étiquetage, présentation.
- respecter les règles sanitaires en vigueur et notamment dans le cadre d'un point de vente collectif des règles figurant dans le cahier des charges élaboré par le groupe Chambres d'agriculture en décembre 2008, et la note de service DGAL/SDSSA/N2010-8103.
- se conformer aux textes législatifs et réglementaires en vigueur pour l'accueil des personnes à mobilité réduite.
- se conformer aux textes législatifs et réglementaires en vigueur concernant les établissements recevant du public.
- souscrire une assurance couvrant tous les risques, notamment responsabilité civile, intoxication alimentaire, accident du travail, perte d'exploitation et transport de fond, vol, incendie.

- suivre la formation spécifique agréée par le relais départemental, selon les modalités précisées dans le règlement intérieur départemental ou régional. Cette formation peut porter notamment sur l'accueil, la réglementation sanitaire, les règles de sécurité...
- participer à la réflexion et aux travaux concourant à la valorisation et à la promotion des Magasins de producteurs – Bienvenue à la ferme et du réseau
- dans un souci de communication nationale et de constitution de références technico-économiques, remonter tous les ans quelques chiffres clés (volume d'activité par familles de produits,...) à l'APCA.

IV. AGREMENT ET SUIVI

Se reporter à l'annexe « Agrément, suivi, départ, exclusion »

VI. MODALITES D'APPLICATION

Le présent cahier des charges entre en vigueur à compter de mars 2012. Il constitue le règlement d'admission et d'usage de la marque "Bienvenue à la ferme" spécifique aux magasins de producteurs.

VII . ENGAGEMENTS

Responsable de magasin

M. Mme :

adresse :

déclare avoir pris connaissance du présent cahier des charges "Magasins de producteurs - Bienvenue à la ferme " et de l'annexe « Agrément, suivi, départ, exclusion » et en accepter librement les termes.

La signature du cahier des charges vaut engagement d'adhésion au réseau "Bienvenue à la ferme" et notamment l'obligation d'être en conformité avec les textes législatifs et réglementaires en vigueur et de verser les cotisations annuelles définies dans le cadre des relais "Bienvenue à la ferme".

Les producteurs restent seuls responsables envers les consommateurs et les administrations concernées. La responsabilité du réseau ne saurait en aucun cas être recherchée.

En cas de retrait d'agrément, le présent engagement sera considéré comme nul.

Fait, en trois exemplaires, à

Le

Cachet et signature
 du Président du relais départemental
 "Bienvenue à la ferme"
 Président
 de la commission d'agrément

Signature du Responsable du magasin
 (précédée de la mention
 manuscrite "lu et approuvé")

ANNEXE 1	APPORTEURS ASSOCIES Produits issus des structures exclusivement >70%	APPORTEURS NON ASSOCIES Compléments de gamme du magasin
<p>> 80%</p>	 <p>Des exploitants agricoles</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ affiliés au régime social agricole (articles L 722-1 et s du Code Rural) + AMEXA ➤ et dont les produits agricoles répondent aux critères du guide d'interprétation Produits de la ferme BAF ➤ et dont les sièges d'exploitation sont locaux 	<p>Des exploitants agricoles</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ affiliés au régime social agricole (articles L 722-1 et s du Code Rural) + AMEXA ➤ et prioritairement adhérent à BAF; si non, dont les produits agricoles répondent aux critères du guide d'interprétation Produits de la ferme BAF ➤ et dont les sièges d'exploitation sont prioritairement locaux, si non, national (avec une priorité pour les adhérents BAF). Pour les exploitations situées dans une zone transfrontalière, un règlement intérieur départemental peut préciser l'approvisionnement auprès d'exploitations du pays voisin
	 <p>Cotisants solidaires (pas 1/2 smi) ou pluri actifs (pas Amexa mais 1/2 smi)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ par dérogation (cf. politique départementale du réseau "Bienvenue à la ferme"), les chefs d'exploitation seront prioritaires ➤ cotisants à l'AMEXA et en vue d'installation avec une activité pérenne ➤ dont les produits agricoles répondent aux critères du guide d'interprétation Produits de la ferme Bienvenue à la ferme ➤ origine géographique locale 	<p>Cotisants solidaires (pas 1/2 smi) ou pluri actifs (pas Amexa mais 1/2 smi)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ par dérogation (cf. politique départementale du réseau "Bienvenue à la ferme"), les chefs d'exploitation seront prioritaires ➤ cotisants à l'AMEXA et en vue d'installation avec une activité pérenne ➤ dont les produits agricoles répondent aux critères du guide d'interprétation Produits de la ferme Bienvenue à la ferme ➤ origine géographique locale
	 <p>Coopératives</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ représentées par un producteur, membre de la coopérative, nommé expressément, ➤ la famille de produits commercialisée est identique à la production dudit agriculteur ➤ les chefs d'exploitation seront prioritaires ➤ origine géographique locale 	<p>Coopératives</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ la production est locale ➤ origine géographique locale sauf pour les produits n'existant pas en qualité fermière (ex. Comté, Beaufort). Sinon demande dérogation au comité départemental
	<p>Artisans alimentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ immatriculés au répertoire des métiers, réelle activité de fabrication ➤ dont l'origine de la matière première principale est locale sauf <ul style="list-style-type: none"> - dans le cas de spécialités régionales non disponibles en qualité fermière - ou lorsque que la matière première n'est pas produite au niveau local : chocolat,... ➤ les chefs d'exploitation seront prioritaires ➤ origine géographique locale 	<p>Artisans alimentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ immatriculés au répertoire des métiers, réelle activité de fabrication ➤ dont l'origine de la matière première principale est locale sauf <ul style="list-style-type: none"> - dans le cas de spécialités régionales non disponibles en qualité fermière - ou lorsque que la matière première n'est pas produite au niveau local : chocolat,... ➤ les chefs d'exploitation seront prioritaires ➤ origine géographique locale
	<p>Artisans d'art</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ inscrits au répertoire des métiers et/ou à la maison des artistes et/ou inscrits au CFE en tant qu'artistes libres + réelle activité de fabrication, ➤ les chefs d'exploitation seront prioritaires ➤ origine géographique locale 	<p>Artisans d'art</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ qui sont inscrits au répertoire des métiers ou/et à la maison des artistes et/ou inscrits au CFE en tant qu'artistes libres + réelle activité de fabrication, ➤ origine géographique locale
		<p>Produits équitables</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Label Fairtrade ou producteur ou groupe de producteurs identifiés (AFDI)

ANNEXE 2	OBLIGATOIRE	RECOMMANDE
Local	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Afficher au sein du magasin au moins deux des éléments suivants : <ul style="list-style-type: none"> ▪ une carte géographique identifiant les producteurs et les produits, ▪ et / ou des affichettes/kakémonos par producteur comportant au minimum ses coordonnées, ses productions et une photo, ▪ et / ou une signalétique produits indiquant la distance d'approvisionnement (affichage du kilométrage entre le magasin et le siège d'exploitation) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diffuser un film présentant les fermes
Durable		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Afficher un argumentaire / panneaux indiquant notamment le nombre d'emplois maintenus dans les exploitations ➤ Réaliser un diagnostic de durabilité
De Saison		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poser un calendrier des saisons ➤ Mettre à disposition des recettes ➤ Diffuser des films sur les différentes productions
Humain / confiance / convivialité	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Avoir un accueil de qualité ➤ Proposer des animations régulières ➤ Mettre à disposition une boîte à suggestion ou des enquêtes de satisfaction ➤ Mettre en place une politique tarifaire juste 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ proposer un coin informations ➤ proposer un coin animations ➤ proposer des stages de cuisines ➤ proposer un coin café / petite restauration ➤ Le prix de vente de chaque produit au consommateur ne pourra excéder plus de 10 % du prix vendu sur l'exploitation
Transparence	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mettre en place au moins 1 des éléments suivants : cahier de transparence, fiche ferme et / ou fiches produits, films, cadre numérique avec photos déroulantes,... 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La visite des exploitations est fortement conseillée
Lien producteur / consommateur	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Il y a toujours au minimum 1 agriculteur associé à la vente ➤ Tous les apporteurs associés ou un membre de leur famille (ascendants ou descendants directs), ou un salarié sont régulièrement présents à la vente ➤ Les permanents du magasin (producteurs et salariés) ont visité chacune des exploitations des membres associés du magasin 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Favoriser via le planning des permanences la répétition des présences chaque semaine et non la multiplication des permanents ➤ Identifier visuellement le producteur avec un vêtement
Confort clientèle	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Afficher clairement les plages d'ouverture ➤ Proposer un contenant : des paniers ou des chariots tissu / fer seront privilégiés plutôt que des chariots plastiques ➤ Mettre à disposition des informations touristiques, agricoles, sur le réseau Bienvenue à la ferme 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Permettre un règlement par carte bancaire ➤ Proposer un parking ➤ Installer des toilettes ➤ Autoriser le règlement par ticket restaurant ➤ Proposer un coin enfant avec jeux et livres autour de la ferme ➤ Proposer la prise de commande ➤ Proposer une carte de fidélité ➤ Proposer un coin cadeaux ➤ Installer des portes automatiques ➤ Proposer la livraison de commandes ➤ Mettre à disposition un parking vélo
Qualité	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Assurer la maîtrise sanitaire du magasin 	
Environnement – Eco-pratiques	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pratiquer 1 mesure de réduction de consommation d'eau (wc, récupération des eaux de pluie, robinet à économie d'eau) et pratiquer 1 mesure de réduction de la consommation d'électricité (ampoules basse consommation, pas d'appareil en veille, détecteurs infra rouges,...) ➤ Installer les équipements pour le tri sélectif ou sensibiliser les clients ➤ S'équiper avec au moins 1 des éléments suivants : conditionnement vrac (épices, céréales,...), sacs recyclés ou bio dégradables, sacs fruits et légumes en papier, information clientèle sur la possibilité de venir avec ses propres emballages : boîte à œufs, boîte à fromages, sacs, cartons... (panneaux, affiche, flyer,...) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Utiliser des packaging produits recyclés ou recyclables ➤ Concevoir les bâtiments nouveaux en vue de préserver l'environnement (bois, panneaux solaires,...). ➤ Privilégier des aménagements en bois et matières brutes ➤ Privilégier un éclairage de type naturel ➤ Utiliser des produits d'entretien et de consommables respectueux de l'environnement