



Kérdések és válaszok a francia AMAP csoportok működéséről

2009. május

Előzmény: A nemzetközi URGENCI hálózat 2008-ban kezdett disszeminációs projektjének keretében a Franciaországban nagy sikerrel működő AMAP koncepciót népszerűsíti tíz közép-kelet-európai országban és Észak-Afrikában. A projekt keretében 2008 decemberében járt Magyarországon a nemzetközi URGENCI hálózat francia delegációja, majd 2009 márciusában került sor vizionlátogatásra, amin a Gaia Alapítvány és a TVE munkatársai vettek részt. Az alábbi kérdések nagyrészt a zöld mozgalom közvetlen kereskedelemmel foglalkozó munkacsoportjától származnak.

Linkek:

URGENCI - <http://www.urgenci.net/>

AMAP disszeminációs program - <http://www.urgenci.net/page.php?niveau=2&id=EEM%20project>

Készítette: Perényi Zsófia és Horváth Gergő

Mi az az AMAP?

Az AMAP a francia „Associations pour le maintien d’une Agriculture paysanne” kifejezés rövidítése, aminek nagyjából az jelentése: szövetsége a kistermelői mezőgazdaság fenntartásáért. Az AMAP a közösség által támogatott mezőgazdaság (angol kifejezéssel community supported agriculture, CSA) francia megvalósulása, amit Daniel és Denise Vuillon kezdeményezett saját dél-franciaországi gazdaságuk megmentésének érdekében 2001-ben.

A gyakorlatban az AMAP egy-egy termelő és egy-egy vásárlói csoport közvetlen és állandó jellegű kapcsolatán alapuló formális vagy informális közösséget jelent. A fogyasztók szerződésben is kötelezik magukat a gazdaság termékeinek megvásárlására, a közös kockázatvállalásra és bizonyos esetekben az aktív részvételre. A termelő pedig ugyanebben a szerződésben vállalja, hogy szerint heti rendszerességgel látja el termékeivel a fogyasztókat, valamint hogy biztosítja a gazdaság teljes átláthatóságát.

Mit és hol árulnak? Mennyiért? Hogyan viszonyulnak a termékek árai (a) az átlagos bolti árakhoz, (b) a bolti bioárakhoz?

Azt és annyit kapnak meg kosarakra osztva a fogyasztók, ami a gazdaságban megterem, a többlettermést is elosztják. Az átvételi pontok vagy a gazdaság területén magán, vagy valami nyilvános magánterületen vannak (boltok, közösségi házak stb.), ahol a tulajdonos ehhez hozzájárul. Tapasztalataink alapján a kínálat leggyakrabban egyféle termékcsoportra korlátozódik: egyes gazdaságokban zöldséget és gyümölcsöt termesztenek, míg van, ahol állattartással foglalkoznak.

Az árakat az éves fenntartási költségek és a tagok/elérhető kosarak létszámának függvényében határozzák meg, ezekben az esetekben a piaci/bolti árakra való tekintet nélkül. A



megkérdezett vásárlók szinte egybehangzóan állították, hogy ezek az árak jobbak, mint a hasonló minőségű termékek piaci árai. Saját, nagyjábólágos becsléseinken alapuló tapasztalataink szerint az árak még a szupermarketek áraival is versenyképesek.

Ki, mikor, hogyan ad le rendelést, és hogy veszi át?

Nincsen rendelés, a tagok szezon (ami lehet éves és féléves, illetve szezonális is) elején szerződést kötnek a gazdálkodóval, s azt kapják, ami van.

A kiszállítás/átvétel hetente történik az átvételi ponton, itt veszik át az adagjukat a fogyasztók. A kosarukat maguk állítják össze, termékről termékre haladva (itt elképzelhető segítők alkalmazása, hogy gyorsabban lepörögjön az átvétel). Általában egy gazdasághoz több vevőkör csatlakozik, ezek számára az átvétel máskor és sok esetben más helyen is van. A termelő felelős a kiszállításért, a vásárló az átvételért.

Hogy történik a fizetés? Van hitel, ha valaki nem tud fizetni?

A fizetés előre, szerződés alapján csekkekkel történik, amelynek az ütemezését a vásárló határozza meg. Azaz, ha valaki nem tudja kifizetni előre az egész szezont, adhat fizetési meghagyást - ebben az esetben a termelő havonta jut a pénzéhez. De a megbízást ebben az esetben is előre oda kell adni, azaz nincs lehetőség arra, hogy szezon közben dezertáljon egy vásárló.

Van-e olyan, hogy a vásárló nem pénzzel, hanem munkával, áruval, eszközzel, bérletbe adással stb. fizet? Amennyiben igen, mennyire jellemző, és milyen tapasztalatokat tudnak átadni?

Ilyen nincs. Minden vásárló egyenlő részben vásárol, ha ezen felül vállal még bármilyen munkát, az csak jó.

Hogy szervezik meg a munkát? Hány ember vesz benne részt? Részt vesznek benne családtagok? Menyi önkéntes munka, betakarítási ünnep van a rendszerben?

A termeléssel és a gyűjtőpontra szállítással munkaidejükön belül a gazdaságok alkalmazottai foglalkoznak (a családi vállalkozók is alkalmazottak). A vásárlókör tagjai szerződés szerint megadott időközönként végeznek önkéntes munkát a farmon, de ezt gyakorlatban nem kényszerítik ki, egyéni hozzáállástól függ (általában évente van egy betakarítási ünnep/gazdaságban tartott piknik, de ahol igazán jól működik a közösség, ott gyakrabban, pl. havonta tartanak ilyet).

Ami kötelező és rotációs jelleggel működik, az az átadásban való aktív részvétel: mindenkinek segédkeznie kell évente 1-2 alkalommal (adminisztráció, csekkek begyűjtése, jelenléti ív, ki- és elpakolás, takarítás). Azokban az esetekben, amikor tényleges egyesület jön létre, a tagok bevonódása még magasabb szintű (a szervezetet ők működtetik). Viszont ebben a vonatkozásban is minden az adott gazdaságtól függ.



Mennyi energiát tesznek bele a vevők és mennyit a gazdák (mennyire kínálati vagy keresleti a piac)?

A gazdálkodók jellemzően több időt fektetnek be a hálózat fenntartásába, de egyes esetekben nagyon aktívak a vevők is (sőt, hallottunk közösségi műveltetésről is). A gazdák viszont többször is kiemelték, hogy mióta az AMAP szerint működnek, sokkal több szabadidejük van.

Vannak kivételek? Hogy kezelik ezeket?

Nincsenek kivételek, minden fogyasztó ugyanolyan latba esik. Ha valakinek nem tetszik a rendszer, kilép, azaz a következő szezontól nem lesz tag.

Milyen messzire szállítanak?

Kimondott cél a minél közelebbi értékesítés, de láttunk 100km felettit is (Nimes és Marseilles között). Ezt igazából maguk az érintettek is problémásnak tartják, ugyanakkor sokszor nagyobb városokban lehet hatékonyan bevásárlókört szervezni.

Milyen garanciákat tudnak érvényesíteni a vevők felé és viszont?

A vásárlók előre kifizetik a termékeket, legalábbis ütemezett fizetési felhatalmazást adnak a gazdának. Innen az ő felelősségük, hogy átveszik-e az árut. Olyan ember nem lép a rendszerbe, aki nem látja be a rendszer őt is érintő kockázatait, emiatt a megismert példákban nem igen fordult elő komoly reklamáció. Aki nagyon elégedetlen, az a következő szezonban már nem vesz részt. Egyedül Benoit Hertz gazdaságában fordult elő egy esetben, hogy valakinek inkább visszafizették kosarának az árát.

Mivel minden AMAP gazdaság egyesületként működik, a fogyasztók hivatalos úton is visszajelzést adhatnak a gazdának, beleszólásuk lehet a gazdaság ügyeibe.

Az indulásnál hogyan "oktatták" a célcsoportot? Vagy ez természetes arrafelé...? Pl. hogy bízzanak abban, hogy mindig megkapják a csomagjukat, és ne lépjenek le a szezon felénél...

Az „oktatás” folyamatos, s különösen nagy jelentősége van a nyílt napoknak, piknikeknek, a gazdaságban végzett önkéntes munkának, de a gazdával az átvételekkor egyébként is találkoznak. A gyakorlati tudás megszerzését az is segíti, hogy (legalább is az általunk látott esetekben) a fogyasztók is részt vállalnak az elosztások megszervezésében, az adminisztráció lebonyolításában. Emellett pedig hírleveleket adnak ki, honlapot készítenek, recepteket adnak a dobozokban található újszerű zöldségekről.

Volt-e már példa rá, hogy kiesett egy fogyasztói csoport kulcsembere (lelkes önkéntese) és emiatt összedőlt az az ág? vagy hogyan oldották meg a problémát?

Ilyen példával nem találkoztunk, mert a fogyasztói csoportot a kezdetektől minél több ember bevonásával szervezik, a feladatok és tisztségek pedig rotálódnak.



Hogyan tervezik meg, hogy miből mennyit ültessenek? Van-e előzetes igényfelmérés a vevők felé, és milyen módon? Hogyan zajlik a következő évi termelés megbeszélése? Kik jönnek el, kik szólnak bele a vevők közül? Hogyan volt ez az indulásnál?

Ez gazdaságtól függ, de az általunk látott példákban aprólékosan meg van tervezve a termelés minden egyes lépése. A viszonylag kis méretű földeket nagy intenzitással és tervszerűen művelik.

Az egyik gazdaság esetében minden szezon kérdőív kitöltésével készítene elő, ahol a fogyasztók értékelhetik mennyire voltak megelégedve az előző szezon kínálatával. Azoknál a gazdaságoknál, ahol az egyesületnek gyakran (pl. havonta) vannak ülései, a fogyasztók rendszeresen jelezhetik, hogy miben bővítenének/ mit hagynának el, és erről a gazda véleményének meghallgatása után döntenek. További visszajelzésre nyílik lehetőség a heti átvételekkor, ezeken ugyanis a gazda is jelen van.

Ugyanakkor végső soron a gazdálkodók terveznek: az ő szaktudásuk, tapasztalataik a döntőek. Hiába van valamire igény, ha nem tudják ésszerű keretek közt megtermelni, nem fogják.

Hogy működtetik a hálózatot?

A hálózatok működése és működtetése részben a termelők, részben viszont a fogyasztók funkciója – ez hálózattól hálózatra változik, a különböző szereplőket különböző szintekig bevonva. Míg az Olivades és a Roustide esetében rendes egyesület is alakult, a Cidamos vásárlói nem tömörülnek formális szervezetbe. Az első két esetben a vásárlók nagyobb részt vállalnak a hálózat fenntartásában, de egyben nagyon beleszólásuk is van a dolgok menetébe, míg az utóbbi esetben a vásárlók passzívabb szerepet játszanak, de a termelés felett is kisebb kontrollal bírnak.

Az összes AMAP-ot összefogó metahálózat nincs, eltekintve a regionális szinten működő Alliance Provence-tól és a Vuillon házaspár által kezdeményezett CREAMAP-tól. Ezek célja egymás segítése, az új csoportoknak való támogatás stb.

Mennyire foglalkoznak minősítéssel, minőségbiztosítással, vagy csak bizalmi alapon megy az együttműködés?

Egyes gazdaságokban van biominősítés, máshol nincs. Utóbbiak egyszerűen a bizalomra épülnek – a farmer személye és szava a garancia. A hivatalos minősítés bevezetése viszont úgy tűnik, heves vita tárgya. Egyesek úgy gondolják, hogy az egyre inkább terjedő rendszer hitelének megőrzéséhez szükséges lenne egy felügyeleti bizottság bevezetésére. Mások szerint viszont a közösségben kialakuló személyes kapcsolatok elegendő ellenőrzést (egyfajta részvételi minőségbiztosítást) jelentenek és nincs szükség hivatalos minősítésre.



Hogyan nyitnak új ügyfelek felé, szerveznek-e pl. bemutató, népszerűsítő helyi termékes vásárokat? Ha igen, milyen tapasztalatok vannak, a hatóság mennyire szőrözös, miket lehet ott árulni?

Nem reklámoznak publikusan, s nem is mennek/tartanak bemutatókat. A híruk szájról szájra terjed, valamint általában van saját weblapjuk, amin keresztül elérhetőek. További reklámértékkel bírnak továbbá maguk az átvételek is, amik sokszor nyilvános és sokak által látogatott közösségi helyeken valósulnak meg.

Van-e közös tulajdon, hogy a termelők és a vásárlók közösen veszik meg a mezőgazdasági eszközt, állatot stb.? Ha igen, milyen tapasztalatok vannak?

Igen, láttunk ilyet: az egyik esetben gyümölcsöst ültettek az AMAP tagok finanszírozásában. De a fák tulajdonjoga ilyenkor is a gazdánál marad – azaz papíron nincs közös tulajdon.

Feldolgozott terméket forgalmazznak-e így? (savanyúság, befőtt, lekvár)

Mi csak zöldségtermelő gazdaságokat látogattunk meg – ezek körein belül nem. Más termelőknek azonban lehetőségük van arra, hogy ugyanezekkel a vásárlókörökkel kössenek szerződést, s megjelenjenek ők is termékeikkel az átvételeken.

Mennyire egységes Franciaország-szerte a rendszer, vagy mennyire tájfüggő?

Teljesen esetfüggőek a rendszerek. Nincsenek általános szabályok, csak nagyjábólágos irányelvek, amit egy 18 pontos charta foglal össze. A szerződésben a gazda és a fogyasztók is kötelezik magukat arra, hogy tartják magukat az AMAP Charta pontjaihoz.

Mennyire tud elmélyülni a kapcsolat termelő és fogyasztó, ill. term-term. és fogy.-fogyasztó között? Mennyire működik a Teikei 10 fenntarthatósági alapelve, ami sok társadalmi elvárást is megfogalmaz?(<http://www.joaa.net/english/teikei.htm#TEIKEI-10>)

1. A kölcsönös segítség alapelve

Megvalósul: az AMAP-ok is a pusztán kereskedelmi kapcsolatokon túlmutató, megértésre és szolidaritásra törekvő, már-már baráti szálakra építenek mind a gazda-fogyasztó (egymás problémáinak meghallgatása és figyelembevétele, párbeszéd, proaktív gondolkodásmód), mind a fogyasztó-fogyasztó (temékmegosztás és csere, tapasztalatok és információk megosztása), de végső soron a gazda-gazda (egymás kiségitése, támogatása, információáramoltatás, tudáscsere) viszonylatában is.

2. A tervszerű gazdálkodás alapelve

Megvalósul: az általunk meglátogatott gazdaságok nagy változatosságban és a (fenntarthatóság keretein belül)lehető legnagyobb mennyiségben termelnek zöldségfélét. A fejlett kertkultúra miatt mindent megterveznek előre, figyelembe véve (megint, amennyire



lehet, mert végső soron a gazda szaktudása a döntő) a fogyasztók meglátásait, igényeit, kéréseit. Ezeket az új szezonra való készülés jegyében monitorozzák.

3. A termékek elfogadásának alapelve

Megvalósul: a fogyasztók elfogadják azt, amit kapnak – ennek tudatában lépnek be a körbe. Az adott kosarak tartalma fontos részét képezik élelmiszereiknek, ami a szezonális miatt nagy szemléletformáló erővel is bír. Ami nem kell, azt lehetőség szerint elcserélik, elajándékozzák, amit pedig hiányolnak, azt elcserélik, megvásárolják, vagy épp megtermelik maguk.

4. Az árak kölcsönös előnyök alapján történő meghatározásának alapelve

Megvalósul: az AMAP-ok árai jóval a hasonló minőségű áruk piaci árai alatt vannak. Mindemellett a fogyasztók számára bár fontos az ár, mégsem ez az elsődleges, így az árakat a termelési költségek és nem a piaci árak alapján határozzák meg. A fogyasztókat sokkal jobban motiválja az áru minősége és hozzáadott értéke, amiért adott esetben a piaci árnál magasabb árat is hajlandóak lennének megadni.

5. A baráti kapcsolatok elmélyítésének alapelve

Megvalósul: a fogyasztók és a gazdák is teljesen nyitottak egymás iránt. Hetente legalább egyszer, az átvételek alkalmával alkalmuk nyílik az egymással való találkozásra, itt élő párbeszédet folytatnak. Ezen kívül rendszeresen a gazdaságban tartott alkalmak, lehetőség van önkéntes munka végzésére. A fogyasztók azzal, hogy részt kapnak az átvételek és az esetleges szervezeti ügyek lebonyolításában/menedzselésében nagyobb felelősségre tesznek szert, s mindazonáltal egymást is megismerik.

6. A saját elosztási rendszer alapelve

Megvalósul: az AMAP-ok esetében az átvételi pont vagy a gazdaság területén van, ahol kosaraikat a megadott időben felveszik a vásárlókör tagjai, vagy valahol másutt, ahova a gazda dolga elszállítani. Külső szállítókat tehát nem iktatnak közre.

7. A demokratikus vezetés alapelve

Megvalósul: az intézményesült AMAP-ok esetében a szervezetek egyenjogútagjai a fogyasztók és a termelők. Az általunk megismert egyik esetben (Olivades) az is előfordult, hogy az egyesület vezetőségében nem is kaptak helyet a termelők, így a döntések meghozatalában is nagyobb lehetőséget kaptak a fogyasztók. Mindazonáltal a termelők eleve jobb pozícióban vannak, amivel viszont meglátásunk szerint nem élnek vissza, s messzemenőig igyekeznek figyelembe venni a fogyasztói oldal igényeit, lehetőségeit.

8. A folyamatos tanulás alapelve



Megvalósul: a gazdák helyzetük és nyitottságuk miatt folyamatosan készek a más gazdáktól való tanulásra (találkozók, új fajták, szakirodalom stb.), a fogyasztók pedig vérmérsékletüktől függően vehetnek részt a gazdaság életében és képezhetik magukat a mezőgazdaság területén. Utóbbiak a kosárban lévő termékek miatt egyébként is folyamatos tanulásra kényszerülnek: meg kell tanulniuk ezekkel élni.

9. A megfelelő csoportnagyság alapelve

Megvalósul: minden gazdaság számot vet, mit tud megtermelni, és az hány vásárlói egység (kosár) számára elegendő, illetve hány kosár kell a gazdaság fenntartásához, eredményes működtetéséhez. Az általunk megismert esetekben ezzel nem volt baj: egyetlen esetben hiányzott az optimális 180-ból 10 kosár. Az új szezon kezdetekor számolnak az átlagos lemorzsolódási rátával, az új érdeklődők számára pedig várólistát tartanak fent. A maximumot azonban nem lépik túl, inkább más AMAP-okba irányítják a vásárlókat. Mivel egyetlen elosztópontra szállítanak vásárlói csoportokként, a vásárlók egyébként is kisebb területi egységeként szerveződnek, így nem áll fenn annak a veszélye, hogy egy-egy ellátási terület nagyon megnőne.

10. A folyamatos fejlődés alapelve

Megvalósul: az AMAP tipikus tanuló szervezet. Mind a termelők, mind a fogyasztók arra törekednek, hogy kapcsolatukat optimalizálják, valamint, hogy megvalósítsák azokat az elveket, amelyek mentén az AMAP szerveződött (kistermelő gazdaság fenntartása, ökológikus gazdálkodás stb.).

SZABÁLYOZÁSI ÉS ADÓZÁSI KÉRDÉSEK

Milyen szinten bulizták ki, hogy sok termelői árura nem kell alkalmazni az EU-s előírásokat (pl. tej- és hústermékeknél izgalmasabb)? Pl. ahhoz, hogy ne menjenek tönkre az előírások miatt Erdélyben az esztenák, juhászatok, ki, milyen szinten és mit tudna tenni?

Erre nem kaptunk ebben az esetben választ, mert nem volt ilyen problémájuk. A gazdaságok követik a hatályos előírásokat.

Az adózással nincs-e gond egy ilyen rendszerben Franciaországban? / Hogy van az adózás, az állam örül-e annak, hogy egy kistermelő eltartja magát az ő segítségével nélkül a mezőgazdaságból vagy minden jövedelmet meg akar adóztatni?

Nem nincs, ugyanúgy fizetik az adókat, illetékeket, mintha a hagyományos értékesítési keretek között, illetve a konvencionális elosztó rendszerek számára termelnének.



Hogy viseli a helyi ÁNTSZ, állatorvosi hatóság, más illetékes a kistermelők működését, mennyire a multik és mennyire a fogyasztó valós érdekeit védi?

Nem nagyon szól bele ebbe. Egyébként a rendszer ugyanolyan szokatlan és ennek megfelelően leszabályozatlan, mint nálunk. Minden esetre a hatóság nem ellenséges és nem folytat „egyszerűbb mindent megtiltani” politikát.

Kell-e valamilyen (pl. ÁNTSZ) engedély az elosztó pontokon a termékek tárolásához-szétosztásához, vagy az egész kvázi-illegális? (Magyar ÁNTSZ előírás alapján például a krumplit nem szabad a bolt padlóján tárolni - hiába a földből ássák ki...)

Az árusítás elméletileg a farmon történik, az átadás pedig magánterületen, amihez nem kell különösebb engedély. Azok, akik feldolgozott/romlandó terméket árulnak, általános árusítási engedéllyel bírnak, s az általános szabályokat követik. Az elosztópontokon tárolni sem tárolnak semmit, itt csak átadás történik.