

Retours d'expérience sur différents systèmes de vente de paniers

15/10/2026



BIO Ariège -
Garonne
Les Bio en 09 et 31

Rencontre financée par :



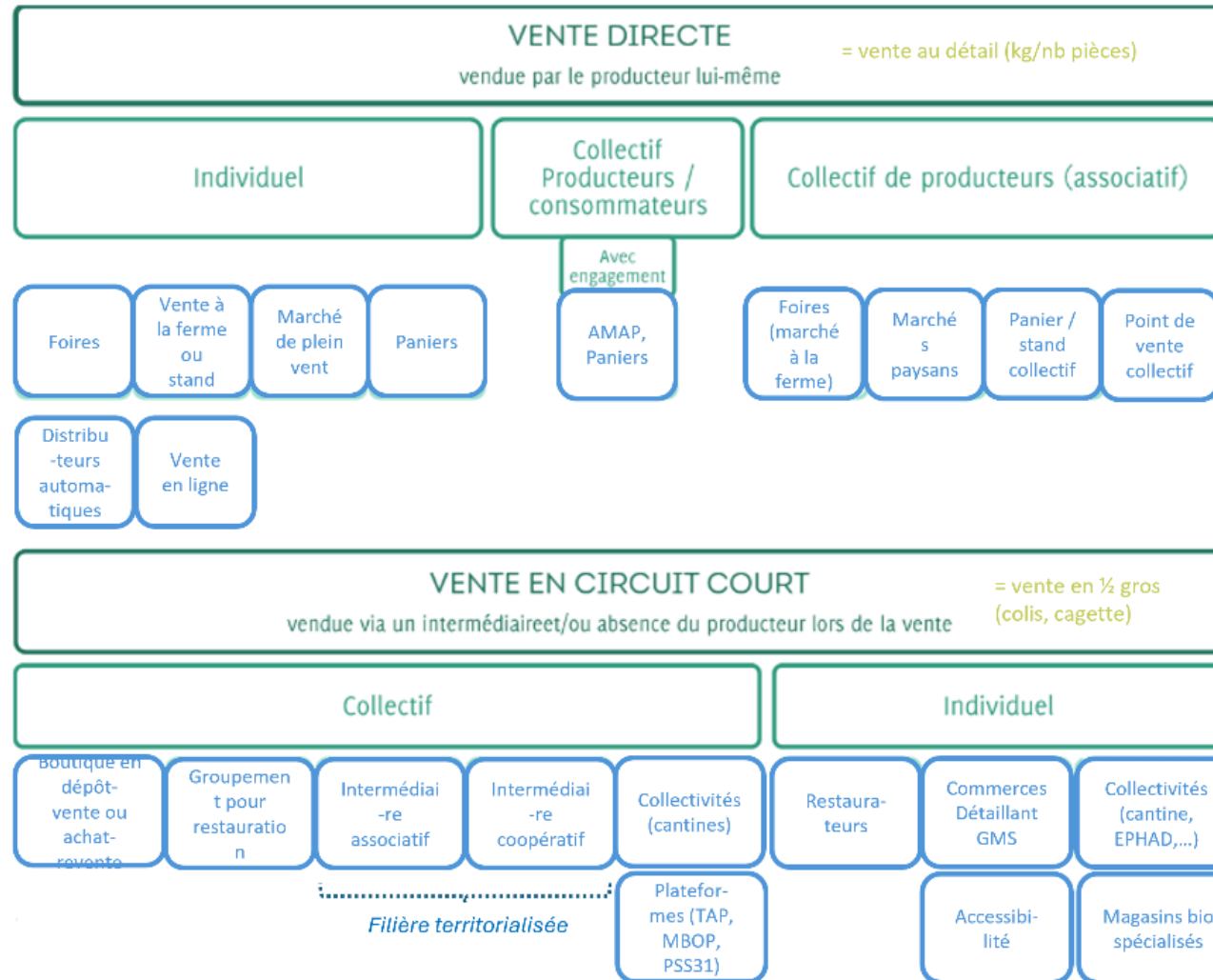
Cofinancé par
l'Union européenne



Programme

- ❑ Diaporama des circuits de vente et différentes modalités de vente de paniers
- ❑ Avantages et Inconvénients du modèle AMAP (avec engagement, sans choix)
- ❑ Bonnes pratiques pour la vente en paniers AMAP
- ❑ Témoignages sur la vente en AMAP : conseils pour créer une AMAP, conseils pour définir la composition et calculer son prix, ...
- ❑ Autres retours d'expérience de la vente en paniers (hors AMAP)
- ❑ Quelques questions à se poser
- ❑ Ressources pour aller plus loin

Diaporama des CIRCUITS DE VENTE



La vente en paniers n'est qu'un circuit de vente parmi de nombreux autres qui peuvent être complémentaires.

Source : base Yuna Chiffolleau, 2016

DIFFÉRENTES MODALITÉS

Provenance	1 seule ferme	multi-fermes	
Composition	Panier sans choix	Panier avec choix	
Engagement	Panier sans engagement	Panier avec engagement	
Taille	Petit	Moyen	Grand
Distribution	Lieu public / en gare*	A la ferme	Livré à domicile
	Sur marché de plein vent	En magasin de producteurs	
Modalités de commande	Plateforme en ligne	SMS	Whatsapp
	Liste mail	Tableur partagé ou sondage en ligne	

+ emballage

+ communication

** Avec aide possibles des consommateurs*

Focus sur L'AMAP (avec engagement, sans choix): avantages / inconvénients

Avantages

- Débouché et trésorerie assurée en démarrage d'activité
- Meilleure visibilité sur les ventes
- Planification facilitée de la production, des récoltes, de la fabrication.
- Panier moyen potentiellement + élevé (vs marché à la ferme ou marché plein vent)
- Relation directe avec les clients
- Valorisation de la production
- Pas forcément besoin de table ou balance (vs marchés)

Inconvénients

- Temps de préparation important
- Flexibilité de composition limitée qui peut créer de la déception des clients ou un frein des ventes
- Besoin d'avoir une diversité dans la composition
- Rentabilité pas toujours évidente (selon nombre de consommateurs, temps de livraison, distribution)
- Contraintes de calendrier (ex: baisse des ventes pendant les vacances)
- Invendus et pertes possibles (si paniers non récupérés)
- Travail pour fidéliser une partie de la clientèle d'une année sur l'autre



Témoignages

La majorité des témoignages et échanges ont été sur le modèle AMAP ainsi les bonnes pratiques citées ensuite concernant la vente en paniers AMAP, mais une partie sont valables pour toute vente de paniers.

Merci à **Pierre Besse** (AMAP à Toulouse récupérée puis création d'une AMAP à la ferme en péri urbain), **Yann Pointecouteau de la Ferme du Matet** (AMAP à Toulouse récupérée 48 semaines), **Camille Cosson et Arthur Escalas de la ferme du Peyrou** (AMAP à Toulouse récupérée + création AMAP à Eaunes, 35 semaines) pour leurs témoignages sur les ventes en AMAP.

Un retour d'expérience rapide sur d'autres ventes de paniers est cité ensuite, merci aux différentes fermes (pages 15 à 17).



Ce pictogramme indique que le contenu est issu pour tout ou partie des témoignages

Bonnes PRATIQUES DE LA VENTE en AMAP



- **Composition :**
 - Avoir une **réflexion de la production à la commercialisation**
 - Proposer **2 tailles de paniers** avec offre lisible (ancienne AMAP : demi panier, co-panier, panier complet / AMAP récente : petit et grand paniers)
 - Avoir un plan de production permettant une **offre variée et régulière** et varier le contenu chaque semaine
 - Avoir des **cultures destinées à ce débouché**
 - Achat revente : PAS d'achat revente normalement dans un contrat AMAP. Certains le pratiquent de manière marginale, dans ce cas être transparent auprès des adhérents: En cas de rupture, demander aux adhérents si ils préfèrent ne pas avoir de ce légume ou s'ils sont d'accord pour de l'achat revente de ce légume auprès d'autres producteurs.
- **Contrat et encaissement :**
 - Contrats signés et règlements effectués **avant le 1e panier livré**
 - Encaissement normalement réalisé par le trésorier de l'association de l'AMAP, **pas d'échange d'argent sur place** (principe AMAP)
- **Prix** (*rq: les profils adhérents AMAP varient dépend de la localisation de distribution*)
 - **Expliquer** la notion de « part de récolte », la qualité, saisonnalité, origine et pratiques
 - Calculer ses prix

Bonnes PRATIQUES DE LA VENTE en AMAP



- **Préparation (prévoir 0,5j min)**

- **Standardiser** les paniers et préparer les **commandes par lots**
- Utiliser un **outil pour planifier** la composition
- Faire attention à l'**ergonomie** et **bien s'organiser** (récolte, lavage, stockage, conditionnement)
- Certains préparent panier par panier, d'autres préparent les caisses par légumes et des sachets pour les légumes à éviter de manipuler, et les adhérents feront les paniers lors de la distribution (/!\ prévoir de la place et des balances pour les pesées)

- **Distribution :**

- Privilégier **un seul point de retrait** et **à proximité de la ferme**
- Fixer un **créneau court** et appliquer une règle claire pour les paniers non récupérés
- Après avoir livré sur le lieu, **discuter avec les adhérents** grâce au relais pour la distribution par certains adhérents (/!\ niveau d'investissement variables des adhérents selon la taille du groupe, la localisation, etc.) + avoir un adhérent responsable du suivi du calendrier des permanences
- Privilégier **d'avoir toujours le même producteur** (si GAEC) pour faciliter le lien et suivi
- Remarques : il faut être sous format associatif pour pouvoir bénéficier de salles communales ; ne pas s'attendre à ce que les gens s'arrêtent si votre stand n'est pas exactement là où ils passent (privilégier devant un bar plutôt qu'à 500m).

Bonnes PRATIQUES DE LA VENTE en AMAP



- **Communication :**

- Présenter une **offre claire** (quantité, gamme, prix, disponibilité, lieux, horaires...).
- S'outiller de **supports de communication** pour présenter son exploitation ou être visible lors de la distribution: flyer, kakemono, banderole, panneaux, ...
- **Prévenir en cas de problème** de culture, de contraintes et anticiper les surprises (groupe whatsapp, boucle mail, newsletter, vidéos avant/après, réseaux sociaux, l'application libre et gratuite de gestion d'amap <https://camap.amap44.org/group/map>)
- **Etre clair sur le niveau d'engagement demandé et partager le « discours AMAP »** (soutien de l'agriculture paysanne, santé / environnement, transmissibilité, part de récolte, ...)

- **Fidélisation** (rq: arrêts suite à déménagement, changement du producteur.rice, ...)

- **Créer du lien et de la convivialité** avec les clients (parfois difficile à Toulouse dans les « grosses » AMAP où tu ne vois pas certains clients) : lors des distributions, 1 journée/an sur la ferme avec visite et repas partagé (obligatoire pour les adhérents), chantiers participatifs faciles (seulement le « noyau dur » des adhérents viennent), animation festive sur le lieu de distribution si AMAP multi producteurs, proposer des idées de recettes, recueillir les préférences
- **Avoir du relais via l'asso** des adhérents de l'AMAP qui gère les « recrutements » et renouvellements (/!\ essoufflement des référents)
- Avoir une **base de données clients**
- Faire des « **gestes commerciaux** » : bons d'achat, panier découverte, parrainage, produits offerts /réduction, carte de fidélité

Bonnes PRATIQUES DE LA VENTE en AMAP



- **Rentabilité :**
 - **Calculer la marge en intégrant toutes les heures de travail** (production, préparation, distribution, transport, communication, suivi administratif) **et toutes les charges** (emballages, transport, frais fixes, cotisations...)
 - Fixer un **minimum de commandes** (pour paniers avec choix)
 - **Commencer avec un nombre limité de paniers** avant d'investir dans du matériel ou d'augmenter la production
 - Disposer d'un fichier client, mise en place d'un réseau de consommateur
- **Suivi de quelques indicateurs** : nombre de paniers vendus, temps de préparation, marge par panier, taux de renouvellement des clients et invendus

L'AMAP de Pierre et Nicole Besse



- Maraîchers depuis 2004 à Lagardelle sur Lèze (= péri urbain), ont beaucoup travaillé avec le réseau AMAP Midi Pyrénées car séduit par le côté politique et le lien aux consommateurs. Pierre à la retraite depuis 1 an. La ferme commercialisait 100% en AMAP.
- Livraison pendant 2 ans à Toulouse puis création d'une nouvelle AMAP à la ferme avec rajout de producteurs, puis création d'un **groupement d'achat composé de 30 producteurs +/- réguliers et 45-50 familles adhérentes soit en contrat AMAP soit en commande groupée sans engagement réciproque** (mais avec respect de la charte « esprit AMAP »).
- Fonctionnement : Utilisation d'un outil de commande en ligne « fait maison », liste mail, récupération des paniers à la ferme (parking 10 places, flexibilité pour récupérer les paniers jusqu'à 22h30). Panier à récupérer sous 48h sinon donné à une association solidaire.
- Prix : demi-panier à 15€ + quelques paniers à 30€
- Fidélisation: -10% par an, mais liste d'attente donc renouvellement facile
- Intérêts pour la ferme : a aidé à dimensionner et rationaliser le jardin et éviter l'enherbement, a permis de travailler sans mécanisation et quasiment sans serre et simplifier son travail
- Quelques conseils supplémentaires :
 - Avoir des paniers suffisamment remplis et variés, sans trop de fantaisie
 - En cas de distribution des paniers à la ferme, les adhérents viennent sur un périmètre de 10km max
 - Organiser 4 distributions par an sur la place publique, en ouvrant le groupement d'achat à un marché ouvert au public avec des producteurs en plus. Permet d'avoir de nouveaux adhérents.

Conseils pour créer une AMAP

Par la Ferme du Peyrou et Pierre Besse



- Lors de 1^{re} réunion, si vous êtes jeune installé.e, n'hésitez pas à **inviter un ou une productrice déjà en AMAP et quelques consommateurs déjà adhérents d'une AMAP à venir présenter et soutenir le « discours AMAP » et l'engagement réciproque**. N'hésitez pas à l'organiser à la ferme et à proposer une visite.
- **Créer son cahier des charges idéal** : nombre de semaines de distribution, nombre d'adhérents max, nombre de distributions volantes, jours horaires et lieu de livraison, nombre- taille et prix des paniers, nombre de journée à la ferme, cadre juridique, degré de flexibilité sur l'uniformité de la composition des paniers, modes de paiement, intégration ou non d'autres producteurs, communiquer sur les prix des légumes, ...
- **Avoir une personne référente** qui va faciliter les recrutements
- **Beaucoup communiquer** : flyers dans les boîtes aux lettres, post Facebook sur le site de la commune, ...
- **Ne pas hésiter à se rapprocher de la coordinatrice du [réseau des AMAP Midi Pyrénées](#)** pour avoir un appui et bénéficier des retours d'expérience
- En cas de reprise d'une AMAP : bien communiquer et **être transparent pour éviter des frustrations** voire des départs de certains adhérents si vous changez une partie du fonctionnement.

Conseils pour créer une AMAP

Exemple du rétroplanning de la Ferme du Peyrou

Phases	Echeance(à réaliser avant le)	Action	Porteur
Lancement	6/5/2026	Début des livraisons	A, C
	Mi-Avril	Organiser 3e Réunion à la ferme	A, C, R
	Mi-Avril	Préparation des contrats	C
Concrétisation	Fin Mars	Choisir le lieu (si plusieurs)	A, C, R
	Mi-Mars	2e réunion ?	A, C, R
	Mars	Créer une asso ?	A, C, R
Démarchage	11/03/2026	1e réunion	A, C, R
	20/02/2026	Tracter / recruter	A, C, R
	20/02/2026	Post réseaux sociaux	A, C
	20/02/2026	Annoncer la 1e réunion	A, C, R
	16/02/2026	Contacter Malt & Magic	A, C, R
	16/02/2026	Contacter autres producteurs	A
	16/02/2026	Contacter les assos de Eaunes	R
	16/02/2026	Contacter la mairie de Eaunes	R
	16/02/2026	Contacter réseau des AMAP	R
	16/02/2026	Contacter Evelyne (mangeuse)	C
	12/02/2026	Faire un flyer	C
Ebauche	12/02/2026	Définir un cahier des charges	A, C



Calculer le prix du contenu d'un panier

- Pierre et Nicole Besse : Enregistrement de tous les contenus de paniers, +20% vs prix des marchés de plein vent (sauf en début de saison ou en cas d'abondance)
- La Ferme du Peyrou : Création d'un tableur excel (*cf extrait ci-dessous*) qui permet de faciliter le calcul des volumes à récolter et d'avoir des prix de paniers au plus proche de la réalité. Soit on part des quantités de légumes récoltés soit on part des quantités que l'on souhaite dans le panier puis on ajuste avec certains légumes que l'on a en quantité.

S35				N items	7					
				Poids	7,3					
Nombre de paniers à préparer				Prix	28,7					
20				Prix / kg	3,9					
Légume	Unité	€ / unité	Kg / unité	Quantité	Poids	Prix	à récolter	Dispo		
Tomate ancienne	kg	4,9	1,0	1,7	1,7	8,3	0,0	34,0	kg	2/panier
Aubergine	kg	4,5	1,0	0,9	0,9	4,2	0,0	18,6	kg	
Concombre court	pièce	1,3	0,3	2,0	0,6	2,6	0,0	40,0	pièce	
Salade	pièce	1,4	0,5	2,0	1,0	2,8	0,0	40,0	pièce	
Poivron	kg	6,0	1,0	0,5	0,5	2,8	0,0	9,3	kg	8/panier
Pastèque	kg	2,7	1,0	1,8	1,8	4,9	36,0		kg	
Carotte vrac	kg	3,9	1,0	0,8	0,8	3,1	0,0	16,0	kg	

AUTRES RETOURS D'EXPÉRIENCE DE LA VENTE EN PANIERS

(HORS AMAP)



La Ferme du Peyrou (Arthur Escalas et Camille Cosson, à Lézat sur Lèze) :

- **paniers sur commande, sans choix, sans engagement avec un prix minimum fixe**, vendus dans des centres médicaux, des entreprises, **livrés sur le lieu de travail** => fonctionnait.
- A essayé de vendre sur une place de marché à 500m de l'entreprise => ne fonctionnait plus. Réfléchissent à avoir un même lieu de distribution pour les paniers commandés + AMAP

La Ferme des Pas Possibles (Marguerite Pierron à Légevin – milieu péri urbain) :

- 100% de sa commercialisation par la commande en ligne de **paniers avec choix et sans engagement pré commandés via la plateforme en ligne [Ouvre Ta Ferme](#)**, distributions (2 x 1h30/semaine) et paiement sur la ferme. Panier moyen : 25€ en hiver, 35€ en été avec une clientèle de catégories socio professionnelles diverses.
- **Avantages vs AMAP : écouler des petites quantités de légumes, fidélisation car souplesse.** Difficulté : prévoir les stocks mais se gère.
- Conseils : **avoir un TPE (+15% des ventes)** et avoir une gamme attractive

Les Jardins du Volvestre (réseau Cocagne, à Salles sur Garonne) proposent deux tailles de paniers sans engagement composés de leurs légumes et complétés de légumes d'autres producteurs. 0.3€/panier sont reversés à l'association Cocagne Alimen'Terre pour mener des actions en faveur de l'émancipation alimentaire de tous. [Plus d'infos](#).

AUTRES RETOURS D'EXPÉRIENCE DE LA VENTE EN PANIERS

(HORS AMAP)



Les Maraichers des Quinze Sols (Quentin Fauvre et Romain Taunais, Blagnac, milieu urbain) :

- 100% de la commercialisation (hors déclassés) via la vente de **paniers sans engagement pré-commandés en ligne** via un site Wordpress créé en 2021.
- Réservation : **envoi d'une newsletter tous les lundis** 11h45 à la base de données clients, avec la composition des 2 paniers à 15€ et 25€ . **Certains légumes sont imposés d'autres sont au choix et les 1^{er} arrivés sont les 2^{es} servis, les quantités ne sont pas précisées. Réservation juste grâce à l'adresse mail** (pas besoin de créer de compte), réception d'un mail de confirmation. Fermeture quand le quota de paniers est atteint (70 à 120 paniers selon saison). **Milieu urbain donc offre < demande**. Proposent aussi des **abonnements de 12 paniers** (printemps et automne) pour éviter d'avoir à réserver.
- Distribution et paiement : **les clients font leurs paniers eux-mêmes à la ferme** le mercredi entre 17h et 19h à partir des caisses de récolte (1 caisse/légume) et d'un tableau récapitulatif des unités à prendre de légumes, et **payent sur place** (80% en CB, 20% autres) + **Vente de légumes au détail** notamment des légumes + chers type haricots/fraises (fait augmenter le panier). Appel des clients retardataires grâce à leur liste de suivi.
- Paniers complémentaires proposés ponctuellement : panier 200g de curcuma/gingembre 5€, coffret de Noël de 5 bocaux 20€ (soustraits à Bocalenvers), bocaux à l'unité, paniers mono légumes (4kg tomates Roma à 10€, 3kg tomates à farcir 10€),
- Conseils : **gain de temps** car paniers réalisés par les clients (~100 paniers en 2h), le **paiement sur place** avec la vente au détail permet d'augmenter le panier moyen, **appeler les clients par leur prénom** grâce à son fichier client.
- Fidélisation (pour éviter que les clients s'arrêtent à l'automne) et nouveaux clients : facile de réserver car **pas de compte à créer, évènement de Ferme en Ferme** du réseau CIVAM fin avril pour lancer la saison, **Fete de la courge** à l'automne (permet aussi d'écouler les stocks), paniers complémentaires,
- Chiffre d'affaires : 2 000 à 2500€/vente de 2h , de mi mars à mi décembre => 70k€ / an pour 2.

AUTRES RETOURS D'EXPÉRIENCE DE LA VENTE EN PANIERS

(HORS AMAP)



La Ferme Intention (Alban Réveillé à Cazères) :

- Vente de paniers **avec choix et sans engagement pré commandés en ligne** Cagette jusqu'au lundi soir 20h, distribution le mardi de 17h à 18h30 lors du marché à la ferme multi producteurs où Alban Réveillé a un étal (possibilité d'achats complémentaires de légumes). Paiement en ligne et sur place.
- Les paniers ne sont pas une contrainte car les récoltes sont dans tous les cas prévues le mardi mais rajoutent du travail.
- Intérêt : **atteindre un nouveau segment de marché** (les personnes qui commandent en ligne).

La Ferme du Matet (GAEC à 4 associés, à Martres Tolosane) :

- Ils pratiquent la vente de paniers AMAP et la vente de paniers précommandés distribués lors de la vente à la ferme : **ils proposent moins de diversité dans les paniers que sur les marchés mais ont des cultures dédiées en quantité.**
- Ils utilisent leur **base de données clients**, via Kuupanda, pour envoyer à ceux qui n'ont pas pu venir à un marché à la ferme, une proposition du contenu de paniers sans choix à récupérer le jour de distribution des paniers AMAP (+5/6 paniers)

Quelques questions à se poser...

- ✓ Quel système choisir en fonction de mes contraintes ?
- ✓ Quels types de clients viser ? Quels « groupes/réseaux de clients » ?
- ✓ Où se trouvent-ils ?
- ✓ Quels produits les intéressent ?
- ✓ Quand sont-ils disponibles pour faire leurs achats ?
- ✓ Où veulent-ils être livrés ?
- ✓ Si je fais livrer mes produits par transporteur, par la poste, quels seront les frais ?
- ✓ Quelle communication mettre en place pour faire connaître mon activité ?
- ✓ Quels outils pour fidéliser mes clients ?
- ✓ Quels outils de gestion pour faciliter le suivi comptable et administratif ?
- ✓ Quelle réglementation en matière d'étiquetage ?

N'hésitez pas
à réaliser une
étude de
marché
Conseils [ici](#)
(pages 6 à 27)

POUR aller PLUS LOIN

- ❑ Outil de composition des paniers et calcul des prix et contrat AMAP de la Ferme du Peyrou. *Sur demande auprès de la Ferme du Peyrou (contact Arthur Escalas : 06 25 14 45 93)*
- ❑ [Guide Gagner en rentabilité et simplifier son quotidien sur une ferme en maraichage biologique](#), 2025, GAB/CIVAM/CA d'Occitanie
- ❑ Quels débouchés sont faits pour moi ?, 2025, Bio Bourgogne France Comté. *Sur demande à Bio Ariège Garonne*
- ❑ [La Charte des AMAP](#)
- ❑ [Guide initiative circuits courts \(contexte post COVID\)](#), 2023, Bio Ariège-Garonne
- ❑ [Vendre en circuits courts : avantages / inconvénients](#), 2019, Bio 46
- ❑ [Rencontre régionale « réussir sa commercialisation »](#), 2025, Bio Ariège-Garonne / Bio Civam 11 / GAB 81
- ❑ [Rencontre « Avoir une bonne organisation du travail en maraichage »](#), 2025, Bio Ariège-Garonne et Bio Civam 11
- ❑ [Marché de plein vent](#). 2021, FRAB Bretagne
- ❑ [Guide Comparatif des outils de gestion et de vente en ligne](#), 2026, FNAB
- ❑ [Guide Apprendre à mieux communiquer en vente directe](#), 2026, FNAB
- ❑ Le [réseau des AMAP Midi Pyrénées](#) et [réseau national MIRAMAP](#)
- ❑ Formations : [Calculer ses prix de revient pour définir sa stratégie commerciale](#) par Bio Ariège-Garonne (19/1/27 et 16/3/27), [Travailler sa stratégie commerciale et stratégie de communication](#) sur demande auprès du CIVAM 31.

Contact :

Bio Ariège-Garonne : Eléonore Mahée, animatrice PPAM Fruits
maraîchage commercialisation et référente Eau,
eleonore.mahee@bio-occitanie.org, 06 13 01 35 42



Bio Ariège -
Garonne
Les **Bio** en 09 et 31