

Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAP Les Jardins de Saint-Côme ?

PIERRE BITOUN, INRA-SADAPT
CATHERINE LEFEBVRE, INRA-SADAPT

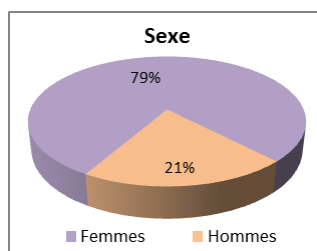
Créée en juin 2011, l'Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) « Les Jardins de Saint-Côme » est née du changement de nom de l'AMAP « Les Jardins du Béléouvé » créée, elle, en mai 2009, mais qui a connu d'importants problèmes avec son maraîcher ; dès que fut trouvé un nouveau producteur local l'association a été déclarée sous son nom actuel.

Au moment de la réalisation de cette enquête, en mai-juin 2013, l'AMAP rassemblait 170 familles adhérentes. Au travers de 23 producteurs distincts, celles-ci se fournissaient en légumes, viandes (veau, bœuf, porc, agneau), poissons, volailles et œufs, fromages et yaourts, fruits et jus de fruits, céréales, farines et pains, café, miels et confitures, huile d'olive, safran, lavande, etc. À l'exception du poisson sauvage de la Méditerranée, tous les produits étaient labellisés biologiques et le prix du panier de légumes était de 25 euros, ou 13 euros pour un demi-panier. Les livraisons hebdomadaires avaient lieu sur deux communes, le même jour, le mercredi, de 17h30 à 18h30 à La Ciotat et de 19h à 20h à Saint-Cyr-sur-Mer, à chaque fois sur un parking communal.

Afin de mieux cerner qui sont les « amapiens », leurs motivations, leurs opinions, leurs attentes, un questionnaire a été transmis à l'ensemble des adhérents. À la demande de la présidente de l'AMAP, il a été imprimé sur papier recyclé et transmis par voie postale, les réponses nous étant retournées de la même façon. On en trouvera ci-dessous les principaux résultats, l'exposé suivant pour l'essentiel l'ordre du questionnaire, repris pour mémoire en annexe au présent document.

I. Deux conclusions liminaires sur les retours

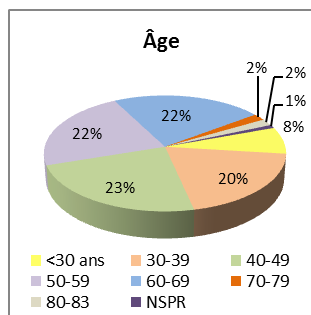
Sur les 170 questionnaires envoyés, 107 ont été remplis, soit un taux de retour remarquable de près de 63 %. L'implication personnelle de la présidente et du bureau, le passé déjà solide de l'association, l'existence d'une large frange d'adhérents concernés par l'AMAP et, plus généralement, toute forme d'action citoyenne expliquent ce très bon résultat.



Sur les 107 questionnaires renseignés, 79% l'ont été par des femmes et 21% par des hommes. Si l'on peut supposer que le nombre de femmes retraitées, deux fois supérieur à celui des hommes, a pu influencer ces taux de réponse – les retraités ayant, en principe, plus de temps libre que les actifs – cette forte féminisation des retours, récurrente dans nos enquêtes, renvoie surtout au rôle majeur que jouent toujours les femmes dans l'alimentation¹.

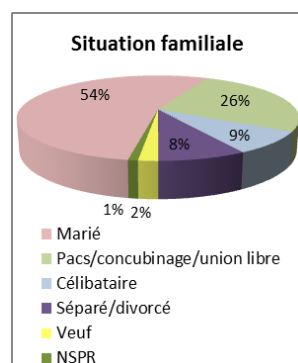
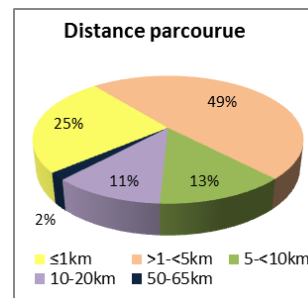
1. Cf. nos autres rapports de synthèse par AMAP, disponibles sur <http://www6.versailles-grignon.inra.fr/sadapt/Equipe-Proximites/Membres//Bitoun-publications> et sur <http://pierrebitoun.canalblog.com/>

II. Indications biographiques



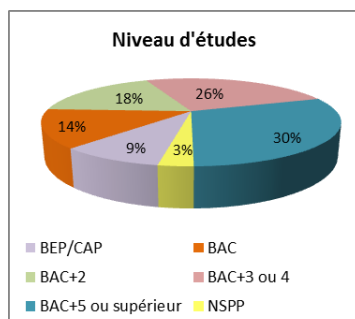
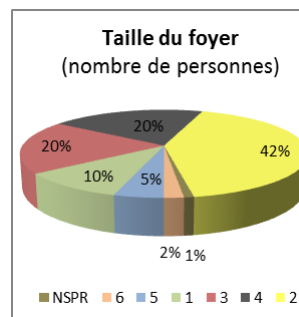
1. **Âge.** L'adhérent a en moyenne 48,6 ans, avec presque 10 ans de différence entre les femmes (46,6 ans) et les hommes (56,3 ans). Ce résultat masque néanmoins un certain brassage des générations dont témoignent, d'une part, l'écart maximal de l'âge au sein de l'association – la benjamine a 25 ans et le doyen 82 ans – et, d'autre part, la répartition des adhérents par tranche d'âge : les 30 à 69 ans, comptabilisés par tranches de 10 ans d'âge, se répartissent à parts quasiment égales 87% des réponses.

2. **Résidence.** Le principe de proximité, à la base du système des AMAP, est très bien respecté. Que les livraisons aient lieu à La Ciotat ou à Saint-Cyr-sur-Mer, les amapiens, dans une très grande majorité (74%), effectuent moins de 5 km pour aller chercher leur panier, 25% d'entre eux parcourant même moins d'un kilomètre. 13% des adhérents viennent de 5 à 10 km et 11% de 10 à 20 km. Seuls 2% des amapiens doivent parcourir plus de 50 km pour venir sur le lieu de livraison.

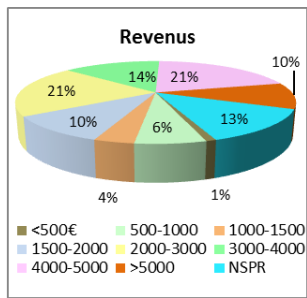


3. **Situation familiale.** Le couple marié constitue le modèle dominant. Il concerne 54% des membres, auxquels il convient d'ajouter, pour 26% des adhérents, d'autres situations de couple (Pacs, concubinage ou union libre). Les célibataires et les divorcés ou séparés de fait représentent, quant à eux, 9% et 8% de l'effectif total.

En ce qui concerne la taille du foyer, le couple sans enfant arrive largement en tête (42%), suivi par les foyers de 3 et 4 personnes (20% pour chacune de ces deux catégories), tandis que ceux d'une seule personne et de 5 et 6 personnes représentent respectivement 10%, 5 et 2%. 1% ne se prononce pas.



4. **Études et professions.** Tandis que 3% des adhérents n'ont pas souhaité se prononcer sur leur niveau d'études, 9% ont déclaré un diplôme de niveau 5 (BEP/CAP), 14% de niveau 4 (Bac général ou professionnel), 18% de niveau 3 (Bac+2), 26% de niveau 2 (Bac+3 ou 4) et 30% de niveau 1 (Bac+5 ou supérieur). On constate donc que le niveau d'études est, comme dans toutes les autres AMAP enquêtées, plutôt élevé puisque 56% ont un diplôme supérieur à Bac+3 et 74% supérieur à Bac+2. Quant aux professions, elles sont très représentatives de la classe moyenne, avec une forte proportion d'amapiens dans les secteurs de l'éducation et de la santé. On observe également les effets de la moyenne d'âge relativement élevée des adhérents, ainsi que l'impact du chômage, puisque 25% des membres sont retraités et 8% sans emploi.



5. *Revenus.* Une proportion non négligeable d'adhérents, 13%, n'a pas souhaité répondre à la question. 11% des foyers déclarent des revenus ne dépassant pas 1500€ : 1% en dessous de 500€, 6% entre 500 et 1000€ et 4% entre 1000 et 1500€. Viennent ensuite 10% de foyers qui disposent d'un revenu de 1500 à 2000€, 21% de 2000 à 3000€, 14% de 3000 à 4000€, 21% de 4000 à 5000€, tandis que 10% se situent dans la tranche supérieure à 5000€. Au total,

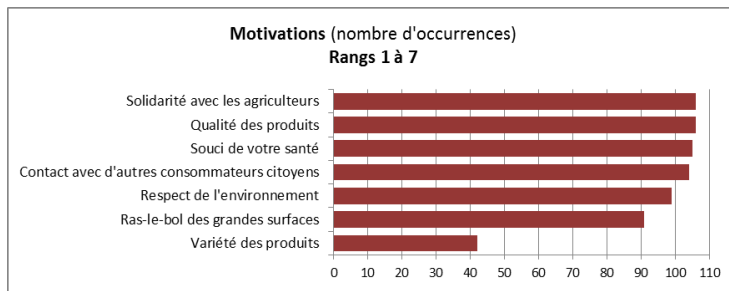
les résultats sont donc relativement contrastés. D'un côté, l'idée répandue selon laquelle le consommateur bio disposerait forcément d'un revenu élevé se trouve, pour une large part, confirmée puisque 45% des foyers sont au-dessus de 3000 euros mensuels et que cette proportion aurait certainement été plus importante encore si plus d'adhérents avaient accepté de répondre à la question. De l'autre, on note tout de même que 21% des foyers affichent un revenu de moins de 2000 euros mensuels et 11% de moins de 1500 euros, ce qui signifie que l'image du « bio bobo » souffre plus qu'une exception et dénote un fort engagement citoyen de la part de certains amapiens.

6. *Autres engagements.* S'agissant des adhésions associatives, syndicales ou politiques, 11% n'ont pas souhaité répondre, 41% ont indiqué ne pas en avoir d'autres que celle à l'AMAP et 48% ont déclaré au moins un engagement supplémentaire, voire plusieurs. Dans le domaine associatif, la participation concerne souvent l'enseignement, par le biais d'associations de parents d'élèves (FCPE) ou soutenant la pédagogie Freinet (ICEM) ; mais on enregistre aussi d'autres engagements : ATTAC, Greenpeace, Stop LGV ou dans des associations sportives, confessionnelles ou bien encore liées à l'éducation et à la santé. En matière syndicale, diverses adhésions sont mentionnées, mais sans précision des confédérations de rattachement. Dans le domaine politique, on dénombre également diverses participations qui sont, elles, spécifiées : PS, PCF, EELV, conseil municipal, etc. En conclusion, on retrouve au sein de l'AMAP Les Jardins de Saint-Côme, comme dans toutes les autres AMAP déjà étudiées, un grand nombre de citoyens plutôt actifs, pour lesquels la citoyenneté ne saurait se limiter au seul suffrage universel.

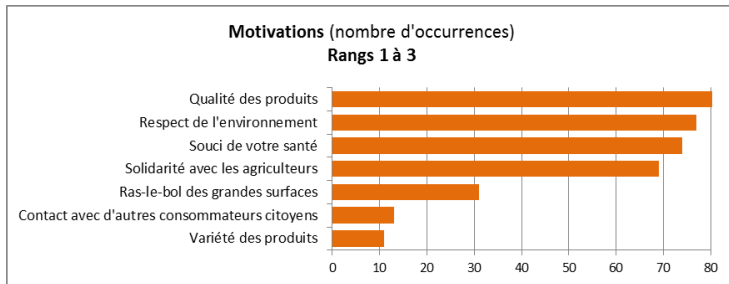
7. *Loisirs.* Sport, lecture, jardinage, cinéma, marche constituent les occupations les plus citées. Viennent ensuite d'autres activités culturelles (musées, conférences, etc.), les travaux manuels, la musique, le chant, les voyages, ainsi que, plus rarement, l'apiculture, la botanique, l'informatique, les jeux de rôle ou de société, les sorties entre amis ou en famille ou bien encore le farniente ! Il n'en reste pas moins que, si l'on additionne les activités professionnelles, les engagements associatifs, syndicaux ou politiques et les loisirs, les amapiens des Jardins de Saint-Côme s'avèrent, à l'image de bon nombre de leurs contemporains, des personnes bien occupées.

III. Motivations

Nous avons proposé aux adhérents sept raisons susceptibles de les avoir conduits à s'inscrire à l'AMAP, tout en les laissant libres d'en ajouter d'autres. Nous leur demandions aussi, si cela leur semblait possible, de bien vouloir hiérarchiser leurs réponses.



consommateurs-citoyens (104). On trouve ensuite le respect de l'environnement (99), le ras-le-bol de grandes surfaces (91) et, beaucoup plus loin derrière, la variété des produits (42).



Arrivent ensuite, avec nettement moins de citations, le ras-le-bol des grandes surfaces (31), le contact avec d'autres consommateurs citoyens (13) et la variété des produits (11).

Si l'on croise les deux analyses, on observe donc que les raisons de l'adhésion à l'AMAP constitue un tissu complexe, où s'entremêlent individualisme et holisme, préoccupations alimentaires personnelles et sentiment d'appartenance à un tout, local et global en même temps, dont il faut se montrer solidaire. Mais on note aussi que dans les deux classements – et c'est là une spécificité de l'AMAP Les Jardins de Saint-Côme – la variété des produits arrive en dernière place, ce qui corrobore, au moins en partie, les réponses apportées à la question relative à la qualité des aliments (*cf. infra*).

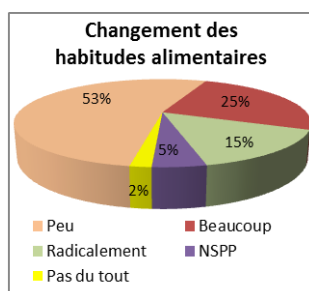
Dans leurs réponses libres, nombre d'amapiens confirment d'abord leur choix de la solidarité locale : « manger local et de saison » « traçabilité des produits », « permettre le maintien de terres agricoles dans notre région », « agriculture de proximité, maintien des paysages agricoles », notent par exemple plusieurs adhérents. D'autres mettent plus l'accent sur la santé, à l'image de cette amapienne qui exprime le besoin de « revenir à une priorité propre à l'homme : se nourrir, donc prendre soin de lui pour ne pas avoir à guérir ». Enfin, une adhérente a souhaité corriger et compléter la formule « le ras-le-bol des grandes surfaces » qu'elle jugeait comme une « mauvaise expression », faisant appel « à l'émotion plutôt qu'à la réflexion ». Elle a voulu insister sur son contenu économique et politique et souligner qu'il s'agissait, en la matière, de « s'opposer au mode de production et de distribution des richesses représentés, entre autres, par la grande distribution ».

Dans les réponses données à la question suivante – « D'après vous, qu'est-ce qui dans votre trajectoire personnelle vous a conduit à rejoindre l'AMAP ? » – un grand nombre d'adhérents fait d'abord référence à l'environnement familial, qu'il s'agisse de l'influence de la famille d'origine, paysanne ou non, ou de celle que l'on a soi-même fondée. « Mon père était agriculteur », « des grands-parents agriculteurs, un père dans le développement de l'agriculture, un beau-frère éleveur », j'avais « besoin que le travail de la terre soit reconnu et maintenu pour les générations à venir »,

« mon enfance s'est passée à la campagne près d'une ferme, la nature était très présente, ma famille était très orientée vers le bio, (...) c'est un choix dans la continuité », « fille de la campagne, ayant eu un jardin toute ma vie, j'avais un ras-le-bol des produits des grandes surfaces », « la venue au monde de mes enfants et le souci de manger bio pour leur santé », « l'environnement familial, la venue d'un enfant, le souci de lui donner le meilleur », écrivent ainsi quelques répondantes. D'autres membres mettent plus volontiers l'accent sur l'idée d'engagement citoyen, pour l'écologie et le local, le soutien aux petits paysans, le refus du productivisme en agriculture et de la société de consommation en général. C'est un « engagement personnel pour consommer le plus possible de produits bio produits localement », c'est « un engagement politique de longue date, depuis l'adolescence, puis une sensibilisation de plus en plus forte à l'écologie, au lien entre écologie et politique, et un désir d'actions concrètes », c'est « le rejet d'un système sociétal stupide », c'est « une prise de conscience que le monde et la mondialisation commence la porte à côté », expliquent par exemple certains adhérents. Chez d'autres encore, les références à la famille et la volonté de s'engager concrètement et politiquement sont étroitement mêlées, comme dans cette énumération d'une amapienne : « Une réflexion, le constat du lien direct qu'être en bonne santé c'est d'abord se nourrir avec des produits sains. Mon regard sur la société de consommation. Le souhait de décider de ce que je veux mettre dans les assiettes de mes enfants ; les sensibiliser (ça ne marche pas toujours... Ah ces ados !). M'opposer à ces gouvernants qui font du profit sur le dos des consommateurs moutons (ou pas d'ailleurs)... »

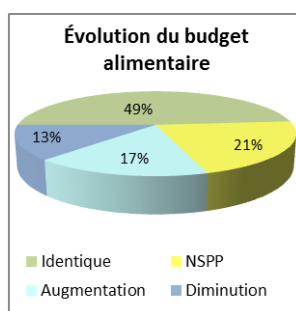
Concernant les conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d'adhérer, les avis sont partagés. Pour certains, il n'y a visiblement pas eu de déclic mais plutôt une continuité, un cheminement, plus ou moins long, qui a fini par conduire à l'adhésion. « Pas de déclic mais la suite logique d'une tentative de manger mieux et plus rationnellement engagée depuis quelques années », « depuis 20 ans que je mange bio... », « je me suis rendu compte depuis 30 ans que nous ne respectons ni la planète, ni notre santé, ni le travail respectueux de l'environnement », notent trois répondantes. Pour d'autres, plus nombreux, chez lesquels il y a eu un déclencheur, la naissance d'un enfant, le rôle moteur de l'épouse, l'influence d'un ami d'un voisin, d'un collègue de travail ou bien encore les conseils avisés de la présidente sont souvent évoqués, ainsi que des problèmes de santé ou « le ras-le-bol d'acheter des légumes sans saveur et gorgés de produits chimiques ». Enfin le facteur « proximité », le fait d'avoir une AMAP près de chez soi, paraît avoir fréquemment joué. « Le fait de trouver à La Ciotat une AMAP alors que j'en cherchais depuis plusieurs années dans d'autres villes où j'ai habité », « proximité du lieu de distribution et envie de consommer des légumes bios et de saison qu'on n'achèterait pas sinon », « j'y songeais dès que j'ai eu connaissance des AMAP, jusqu'à ce que j'en trouve une où il y ait de la place et pas trop loin de mon domicile ; cela a mis 2 ans ! », « par hasard : je suis passée devant la distribution un mercredi », témoignent plusieurs amapiennes.

IV. Changements



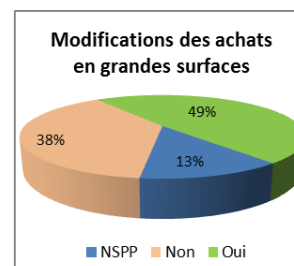
En matière d'habitudes alimentaires, les résultats sont contrastés : une majorité d'adhérents (55%) n'ont constaté que peu (53%) ou pas du tout (2%) de changements, tandis que 40% estiment que ces habitudes se sont beaucoup (25%) ou radicalement (15%) modifiées. Seuls 5% ne se sont pas prononcés. Au travers des commentaires, revient très majoritairement le fait de cuisiner plus, de manger plus de légumes,

d'utiliser de nouvelles recettes pour diversifier la préparation de ces derniers et, plus généralement, les repas. « Beaucoup plus de cuisine et de plaisir à cuisiner », « plus de cuisine, plus d'attention à l'origine des aliments, découverte de légumes et donc de recettes », « je cuisine plus et j'apprends à faire avec ce qu'il y a de disponible plutôt qu'acheter en fonction de ce que je veux cuisiner », « j'ai moins tendance à commander une pizza, à aller chercher un fast-food, car il y a toujours des légumes à cuisiner dans le frigo et je n'ai pas envie de gaspiller ces produits », « je cuisine plus qu'avant et j'utilise beaucoup plus le congélateur ; toute la famille commence à apprécier la qualité, un steak AMAP n'ayant rien à voir avec un steak Casino », peut-on lire au fil des questionnaires. Certains font aussi mention de modifications concernant le jardinage, qui peuvent suivre des directions opposées : « je fais moins de légumes au jardin parce que ça tombe au même moment pour la récolte et j'ai le panier de toute manière », « nous cuisinons beaucoup plus et nous nous sommes mis au jardinage », écrivent, par exemple, deux adhérents. Enfin, quelques commentaires font état de changements globaux, qui accompagnent ou précèdent l'entrée dans l'AMAP : « Toutes mes habitudes ont changé mais pas à la suite de l'adhésion à l'AMAP qui, elle, s'est inscrite dans la suite logique d'une démarche générale : santé, éducation, habitat, écologie, respect de l'environnement, démarches bien-être, naturopathie, cuisine saine, etc. », témoigne une adhérente.



S'agissant du budget consacré à l'alimentation, les résultats s'avèrent à la fois un peu moins fiables – 21% ne se sont pas prononcés – et également contrastés : tandis que 49% des amapiens estiment que leur budget est resté identique, 17% ont constaté une augmentation et 13% une diminution. Les précisions apportées sont relativement rares. Chez les adhérents qui ont vu leur budget augmenter, les évaluations vont de 10 à 30% et les commentaires mettent en avant l'accroissement des achats bio, locaux « et, si possible, français », ainsi qu'une meilleure qualité, notamment en viande. Pour ceux qui ont enregistré une diminution, elle est difficile à chiffrer pour certains, oscille entre 10 et 40% pour d'autres, ou atteint même de « l'ordre de 50% avec un changement d'élaboration des menus » pour l'une des familles adhérentes. Chez les 49% d'amapiens qui pensent que leur budget alimentaire est resté identique, l'accent est surtout mis sur les compensations entre les différents produits consommés qui peuvent intervenir de façon contradictoire selon les foyers. « Le budget a diminué par rapport au coût des légumes ; il s'est accru par rapport à l'augmentation de viande et de fromages – chers en magasins bios », « nous n'achetions pas bio avant donc augmentation mais nous avons acheté moins de viande donc diminution », font ainsi observer deux amapiennes. Au total, on observe donc que la stabilité ou les évolutions, en hausse ou en baisse, du budget semblent liées autant à l'adhésion à l'AMAP qu'à un changement plus global du mode d'alimentation et des achats qui en découlent.

Concernant l'évolution des achats en grandes surfaces, les résultats sont une nouvelle fois partagés : si 13% ne se prononcent pas, 49% déclarent avoir constaté des changements tandis que 38% n'ont pas noté, eux, de modification significative. Ces derniers sont majoritairement des amapiens qui, bien avant leur adhésion, ne fréquentaient déjà plus ce circuit de commercialisation ou y avaient déjà consi-



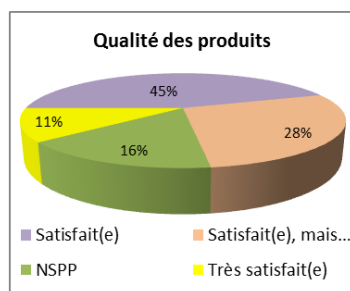
dérablement réduit leurs achats. « Je ne vais plus en grandes surfaces depuis des années », « je vais très peu en grandes surfaces : je préfère aller au marché et dans les commerces de proximité », « j'ai toujours évité les achats impulsifs des grandes surfaces », « je n'étais déjà pas une acheteuse compulsive ; en revanche c'est un vrai bonheur de n'y passer que très peu de temps pour des achats complémentaires », « je fais le minimum de courses en grandes surfaces mais je me laisse aussi "tenter" par des produits AMAP qui ne me sont pas nécessaires (des œufs parce qu'ils sont frais, plus de viande que prévu, des bons miels...) », font ainsi remarquer plusieurs répondants. Mais, parmi ces mêmes 38%, on rencontre aussi des amapiens qui, *a contrario*, continuent de se rendre en grandes surfaces pour des achats indispensables ou y céder au consumérisme inhérent à ce type de magasin. « Je les fréquente toujours autant (lait, couches...) », « nous y allons toujours pour d'autres types d'achats », « j'évite plus facilement les achats inutiles, mais je suis plus tentée par des produits alimentaires "accessoires" que je n'avais pas prévu d'acheter : produits transformés, jus, yaourts... », « tentation d'acheter des produits sucrés », expliquent quatre adhérentes. Chez les 49% qui ont, eux, constaté une évolution, celle-ci va toujours dans le sens d'une réduction, voire d'une suppression, des achats. « Je ne fréquente plus du tout les grandes surfaces, que les magasins bios et dans leur forme la plus basique, ce qui réduit les achats au minimum », « je ne fais quasiment plus mes courses en grandes surfaces », « je fais très attention à ne pas acheter ce qui n'est pas nécessaire et je fais attention au lieu de production (légumes, poissons) », « je n'achète plus de légumes, beaucoup moins de fromages, etc ; je suis contente d'avoir moins d'emballages à jeter », « quasiment plus de produits transformés, de biscuits, de boissons sucrées », « suppression des achats impulsifs liés à l'envie de l'instant comme les bonbons par exemple », « nous avons évité puis annulé tout achat de plats cuisinés », « les gâteaux pour les enfants (farine et œufs AMAP), viandes, poissons, huile d'olive, miel », « le saumon d'élevage norvégien », « les fruits et légumes dont 1/4 finit à la poubelle et les plats surgelés sans âme », témoignent de concert de nombreux répondants.

Dans le domaine des convictions – se sont-elles ou non renforcées depuis l'adhésion ? – plus des deux tiers des adhérents répondent par l'affirmative. Dans leur très grande majorité, ils soulignent combien leur adhésion les a confortés dans leur rôle de consomm'acteur, de « locavore » au service du respect de l'environnement, de l'agriculture bio de proximité et d'une nouvelle économie à construire. « J'ai absolument découvert un nouveau mode d'alimentation (l'achat direct et le soutien aux producteurs) ; j'ai fait évoluer mon engagement citoyen dans ce sens », « l'adhésion à l'AMAP permet de se sentir plus acteur [...] : on se dit "je ne peux pas faire la révolution mais à mon niveau j'agis" : au niveau économique (relocalisation, pas d'intermédiaire...) et aussi au niveau de la maîtrise de son alimentation que l'on a l'impression de reconquérir », « adhérer à l'AMAP bio c'est répondre à mes attentes mais aussi permettre au producteur de "s'épanouir" dans ses propres convictions qui elles-mêmes répondent aux nôtres ; nous fonctionnons ensemble pour une consomm'action plus saine, plus en phase, en "militant" à notre façon contre les conséquences désastreuses des engrais et pesticides chimiques sur la santé publique », « il y a urgence que le consommateur, soi-disant ROI, reprenne en charge ses besoins, impose ses volontés indépendantes, que les associations de consommateurs, y compris les AMAP, pèsent plus sur la vie et la politique économique », écrivent plusieurs adhérents. Tout en partageant ces convictions, d'autres amapiens se montrent, eux, plus circonspects, voire émettent quelques doutes. « Il faut bien cibler le paysan producteur ; quelques déconvenues précédemment », « il y a un problème pour remplir les paniers en toutes saisons », « comparaison AMAP

bio et marché paysan bio : je suis devenu un adepte salubre du marché... », peut-on lire dans quelques réponses.

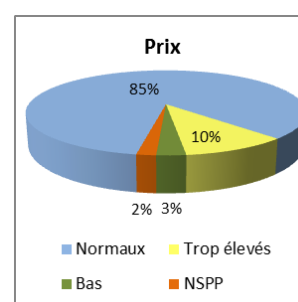
V. Bilan et perspectives

L'AMAP Les Jardins de Saint-Côme fait quasiment l'unanimité puisqu'elle recueille 96% de très bonnes (43%) ou bonnes (53%) opinions d'ensemble, les 4% restants n'ayant pas souhaité se prononcer.

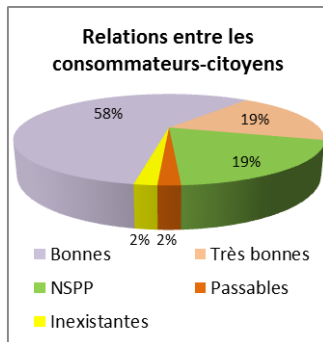


En ce qui concerne la qualité des produits, de bons résultats sont au rendez-vous : 56% sont satisfaits (45%) ou très satisfaits (11%) ; néanmoins plus d'un quart des adhérents (28%) formulent des réserves qui correspondent à un « satisfait(e), mais... » et 16% ne se prononcent pas, en raison, le plus souvent, d'une adhésion trop récente pour pouvoir porter un jugement. Si l'on n'enregistre aucun commentaire émanant des 56% de très satisfaits ou satisfaits, toutes les appréciations « satisfait(e), mais... » sont en revanche assorties d'explications. Celles-ci concernent massivement les légumes, leur état, leur taille et leur manque de diversité. « Je trouve les légumes un peu trop terreux, pas suffisamment rincés à mon goût ; les poireaux, courgettes, aubergines sont aussi certaines fois trop gros, mais c'est une question de goût », « souvent certains légumes sont cueillis à trop grande maturité (poireaux, carottes, petits pois) », « parfois quelques légumes "pourris" », « je regrette le manque de diversité au niveau des légumes et le manque de variétés anciennes », « la diversité des légumes en hiver reste un souci », « manque de variété l'hiver : ras le bol des choux », « pour le panier légumes souhait de plus de diversité et "d'équité" dans la composition du panier (très petits légumes/gros légumes pour le même prix) », font observer nombre de répondants. On note également quelques critiques concernant les poissons qui ne sont pas toujours livrés « vidés » ou la viande, jugée trop grasse par certains, notamment pour l'agneau et le bœuf.

S'agissant du prix des produits, on retrouve de très bons résultats : 88% des amapiens les jugent normaux (85%) ou bas (3%), tandis que seulement 10% les considèrent comme trop élevés et que 2% ne se prononcent pas. Les précisions apportées par les 10% d'adhérents critiques portent le plus souvent sur le produit incriminé : « le panier de légumes n'est pas assez fourni pour le prix », « prix des volailles trop élevés », « trop élevés pour les poulets, pintades, œufs, légumes », indiquent par exemple trois répondantes. Mais ce que l'on observe surtout dans la majorité des commentaires, c'est l'esprit de compréhension et de solidarité avec les producteurs dont font preuve les adhérents de l'association, sans pour autant méconnaître leur intérêt de consommateur. « Dans une AMAP on recherche surtout le prix juste, la juste rétribution du producteur pour son travail », « les prix peuvent paraître élevés mais il faut pondérer par le fait qu'il s'agit de petites exploitations et de produits de qualité », « prix plus élevés mais justes ; je préfère manger différemment [...] mais de bonne qualité », « prix plus bas qu'en magasin bio, ce qui est normal vu l'engagement du consommateur (contrat) », « il faudrait voir ce qui reste en net aux producteurs pour juger, et je ne le sais pas encore », peut-on lire dans plusieurs questionnaires.



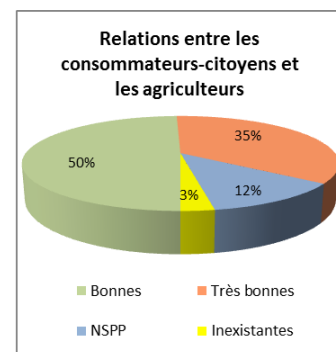
S'agissant du prix des produits, on retrouve de très bons résultats : 88% des amapiens les jugent normaux (85%) ou bas (3%), tandis que seulement 10% les considèrent comme trop élevés et que 2% ne se prononcent pas. Les précisions apportées par les 10% d'adhérents critiques portent le plus souvent sur le produit incriminé : « le panier de légumes n'est pas assez fourni pour le prix », « prix des volailles trop élevés », « trop élevés pour les poulets, pintades, œufs, légumes », indiquent par exemple trois répondantes. Mais ce que l'on observe surtout dans la majorité des commentaires, c'est l'esprit de compréhension et de solidarité avec les producteurs dont font preuve les adhérents de l'association, sans pour autant méconnaître leur intérêt de consommateur. « Dans une AMAP on recherche surtout le prix juste, la juste rétribution du producteur pour son travail », « les prix peuvent paraître élevés mais il faut pondérer par le fait qu'il s'agit de petites exploitations et de produits de qualité », « prix plus élevés mais justes ; je préfère manger différemment [...] mais de bonne qualité », « prix plus bas qu'en magasin bio, ce qui est normal vu l'engagement du consommateur (contrat) », « il faudrait voir ce qui reste en net aux producteurs pour juger, et je ne le sais pas encore », peut-on lire dans plusieurs questionnaires.



Les avis portés sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association sont, eux aussi, très majoritairement positifs : 77% jugent ces relations très bonnes (19%) ou bonnes (58%), tandis que 4% les qualifient de passables (2%) ou inexistantes (2%) et que 19% ne se prononcent pas, en raison, le plus souvent, d'une adhésion trop récente ou d'un manque de disponibilité pour rencontrer les autres amapiens. La lecture des commentaires fait d'abord ressortir la bonne atmosphère générale et les contacts sympathiques noués lors des livraisons. « Un moment attendu

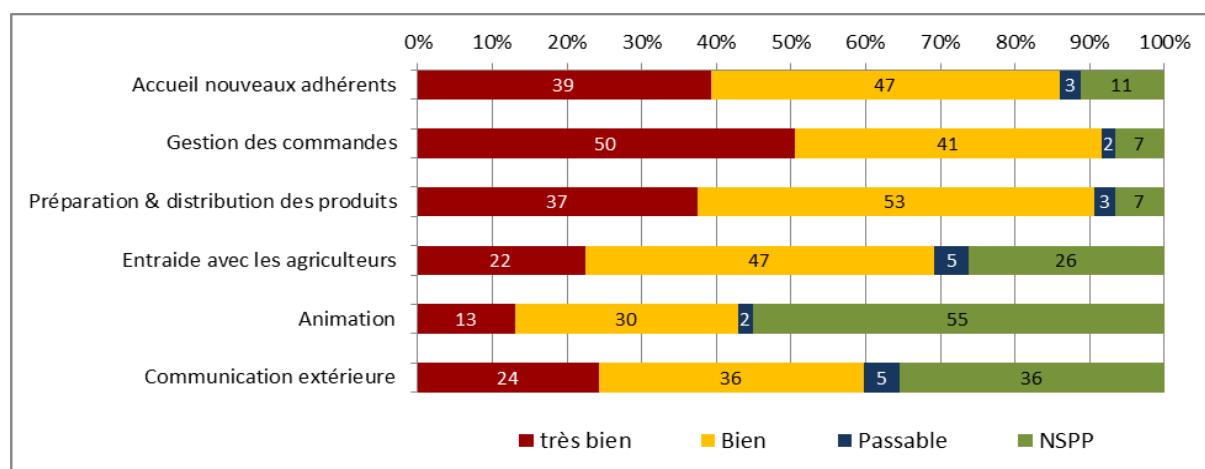
dans la semaine pour partager des moments de convivialité, de joie et de rires », « bonne ambiance, entraide, volontaires pour aider à la distribution », « beaucoup d'entraide en cas d'absence, d'oubli, etc. », font ainsi remarquer différents adhérents. Mais on enregistre aussi un certain nombre de critiques, de nature diverse, mettant en cause soit des comportements individuels – « je trouve dommage que des personnes oublient ou se fassent attendre et obligent les responsables à rester longtemps sur place à attendre, téléphoner... » – soit la présence, au sein de l'association, de deux groupes qui ont du mal à se mélanger. « Certains se connaissent et se reconnaissent, d'autres ne se connaissent pas et gardent le même anonymat qu'en supermarché », « il existe une sorte de groupe soudé, depuis le début de l'AMAP, avec des relations simples et faciles ; les nouveaux adhérents ont forcément un peu de mal à intégrer ce groupe, et vice-versa ! » « certaines personnes sont avenantes mais la majorité se comporte comme au supermarché, ils ne s'impliquent pas, ne viennent pas aux assemblées, oublient leur tour de distribution ; finalement l'AMAP représente pour eux un service supplémentaire », expliquent plusieurs répondants. Bref, on retrouve au sein de l'AMAP Les Jardins de Saint-Côme le traditionnel clivage entre consomm'acteurs et consommateurs déjà rencontré dans maintes associations homologues.

L'état des relations entre les consommateurs-citoyens et les producteurs est également plébiscité : 85% considèrent ces relations comme très bonnes (35%) ou bonnes (50%), tandis que 3% les jugent plutôt inexistantes et que 12% ne se prononcent pas. Les commentaires sont donc le plus souvent positifs. « Certains [agriculteurs] viennent de loin pour livrer eux-mêmes leurs produits, donner des conseils, des recettes, parler de leur travail, expliquer comment sont obtenus leurs produits ; certains proposent des journées portes ouvertes ou envoient des messages avec les dernières nouvelles », résume une amapienne. Mais on enregistre aussi quelques avis plus réservés qui mettent généralement en avant le manque d'implication d'une partie des adhérents. « Certains amapiens ne prennent pas le temps de discuter avec les producteurs pendant les livraisons – ils sont trop pressés – même s'ils sont persuadés du bien-fondé de leur engagement », « relations inexistantes ; c'est normal, on va aux heures de distribution, on prend nos produits et l'on repart ; difficile sans salle de faire autrement », « j'aurais imaginé une plus grande convivialité lors des distributions, ainsi qu'un partage et une communication plus grande avec les producteurs ; mais peut-être est-ce dû à ma timidité ? », font observer plusieurs membres de l'association.



En ce qui concerne le fonctionnement des différents secteurs de l'association, où nous proposons aux adhérents six appréciations (très bien, bien, passable, mauvais, très mauvais), plus une réponse « autre » avec demande de précisions, les avis recueillis sont les suivants :

- *L'accueil des nouveaux adhérents.* La satisfaction est générale, avec 86% de « très bien » (39%) ou de « bien » (47%), quand seulement 3% choisissent « passable » et 11% ne se prononcent pas.
- *La gestion des commandes.* C'est le secteur qui enregistre les meilleurs résultats, avec 91% de « très bien » (50%) ou de « bien » (41%), tandis que 3% optent pour « passable » et 7% préfèrent ne pas se prononcer.
- *La préparation/distribution des aliments.* Ce secteur est également très apprécié, avec 90% de « très bien » (53%) ou de « bien » (37%), 3% de « passable » et 7% qui ne se prononcent pas.
- *L'entraide avec les agriculteurs.* Plus de 69% des amapiens jugent favorablement ce secteur (22% de « très bien » et 47% de « bien »), mais on note tout de même 5% de « passable » et un petit quart (26%) qui ne se prononce pas.
- *L'animation (visites, repas collectifs, etc.).* C'est le secteur qui laisse le plus à désirer, avec 43% de satisfaits (13% de « très bien », 30% de « bien »), 2% de « passable » mais, surtout, une majorité d'adhérents (55%) qui préfèrent ne pas se prononcer.
- *L'organisation de la communication externe.* C'est le second secteur le moins bien jugé avec tout de même 56% d'opinions favorables (24% de « très bien », 36% de « bien »), mais aussi 5% de « passable » et plus d'un tiers des adhérents (36%) qui ne se prononcent pas.



Émises par plus d'un tiers (35%) des amapiens, les réponses à la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » – s'organisent autour de quatre thématiques principales. La première concerne les produits, avec une forte demande de plus de diversité dans les légumes ou pouvoir acheter plus de tel ou tel légume, au-delà des quantités livrées dans le panier. « Plus de variété dans les produits et surtout moins de choux en hiver ! », « j'aimerais pouvoir acheter parfois plus de certains légumes : 1kg ou 500 grammes de haricots ne suffisent pas pour cuisiner, de même pour les pommes de terre ; l'achat au panier ne suffit pas et acheter 2 paniers de légumes revient trop cher », « possibilité de répartir son choix de quantité de certains légumes dans son

panier, idée d'un panier au poids ? », demandent, parmi d'autres, trois adhérentes. La deuxième thématique a trait, elle, aux moments et aux lieux de livraison qui, visiblement, ne conviennent pas à tous. « L'heure de distribution est trop tard », « une meilleure adéquation de l'heure d'arrivée des producteurs pour ne pas trop attendre », « peut-être rechercher un lieu de distribution plus convivial, mais c'est très pratique côté parking... », « un local abrité du vent et de la pluie et éclairé l'hiver serait l'idéal », proposent plusieurs membres. Par ailleurs, un bon nombre d'adhérents réclament la création d'un site internet véritablement interactif qui faciliterait la communication interne et externe : « niveau humain c'est parfait ; niveau administratif un site internet faciliterait la tâche, mais il faut un volontaire qui ait le temps... », « un site internet interactif avec la participation de tous », « un site propre à l'asso » « créer un blog pour notre AMAP », « je suis très satisfaite du calendrier Google des livraisons ; on pourrait, sur le même principe, mettre à disposition tous les contrats, ce qui m'éviterait de les rechercher dans mes mails », peut-on lire dans maints questionnaires. Enfin, beaucoup de propositions renvoient à la question de la répartition des tâches et d'une plus grande implication des amapiens dans le fonctionnement de des différents secteurs de l'association. « Demander une participation active des adhérents dans la vie de l'association, en dehors du temps d'aide aux distributions ; par exemple : communication, échanges de recettes, des impressions des consommateurs, création site Internet... », « faire une pancarte AMAP, produits bios... ça manque de communication graphique », « faire en sorte que les permanents, qui font beaucoup pour l'association, ne s'épuisent pas ; ainsi calculer le nombre de permanences qu'on doit faire par saison, c'est peut-être plus que 2 ? », « il faudrait un responsable "accueil des nouveaux" et plus d'animation (fêtes, cours de cuisine) », « le partage d'un repas-apéro sur place après la distribution », « je sais que cela sera difficile mais essayer d'organiser plus d'événements qui permettraient une plus grande cohésion des membres et [...] pour sensibiliser le public à l'intérêt du bio, du circuit court », suggèrent, par exemple, certains adhérents.

Conclusion

De l'ensemble de ces résultats, on retiendra tout particulièrement les quelques idées-force suivantes :

1. Assurant toujours un rôle prépondérant dans l'alimentation du foyer, les femmes, à l'origine de 79% des retours, se sont senties plus concernées par l'enquête que les hommes ;
2. Les résultats biographiques relatifs à l'âge, à la situation familiale et au niveau d'études des membres de l'AMAP Les Jardins de Saint-Côme établissent la moyenne d'âge à 48,6 ans, montrent que les couples mariés (54%) ou vivant en concubinage, Pacs ou union libre (26%) composent l'essentiel des adhérents (80%) et que le niveau d'études est élevé puisque 56% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3 ;
3. Les résultats biographiques relatifs à la vie professionnelle, aux autres engagements citoyens et aux loisirs des adhérents de l'AMAP Les Jardins de Saint-Côme font apparaître un profil de personnes très actives et impliquées dans la vie sociale ;
4. Le principe de proximité, à la base du système des AMAP, est très bien respecté puisque près des trois quarts des amapiens (74%), effectuent moins de 5 km pour

aller chercher leur panier, 25% d'entre eux parcourant même moins d'un kilomètre.

5. L'étude, en classement global et par rang, des raisons qui ont conduit à l'adhésion fait apparaître que la solidarité avec les agriculteurs, la qualité des produits, le souci de la santé et le respect de l'environnement ont constitué les principales motivations ;
6. L'idée répandue selon laquelle le consommateur bio disposerait forcément d'un revenu élevé est, pour une large part, confirmée par les informations financières recueillies puisque 45% des foyers sont au-dessus de 3000 euros mensuels et que cette proportion se trouve probablement minorée par un taux de refus de réponses élevé (13%) ; d'un autre côté, on note tout de même que 21% des foyers affichent un revenu de moins de 2000 euros mensuels et 11% de moins de 1500 euros, ce qui signifie que l'image du « bio bobo » souffre plus qu'une exception et dénote un fort engagement citoyen de la part de certains amapiens.
7. En dépit d'un taux de non réponses élevé (21%), l'idée reçue selon laquelle le passage à la nourriture bio entraînerait inévitablement une augmentation du budget alimentaire du foyer se trouve largement remise en cause. Tandis que 17% estiment que ce budget a crû depuis leur adhésion, 13% ont constaté une diminution et 49% jugent qu'il n'a pas varié. Le fait de cuisiner plus, de manger davantage de légumes, ainsi qu'une diminution des achats en grandes surfaces, expliquent pour l'essentiel ces deux derniers résultats.
8. L'avis des adhérents de l'AMAP Les Jardins de Saint-Côme à l'égard de leur association s'avère extrêmement positif : ils sont 96% et à avoir une « très bonne » (43%) ou « bonne » (53%) opinion d'ensemble, les 4% restants ne s'étant pas prononcés. On enregistre toutefois des réserves quant au manque de diversité des légumes, surtout en hiver, et en matière de qualité de divers produits (certains légumes, viandes de bœuf ou d'agneau, poissons). Les prix, s'ils sont jugés normaux voire bas par une grande majorité (88%), sont néanmoins considérés comme trop élevés par 10% des répondants. L'étude des différents secteurs d'activité fait apparaître de très bons résultats dans l'accueil des nouveaux adhérents, la gestion des commandes, la préparation/distribution des aliments, mais l'entraide avec les agriculteurs, la communication externe et, surtout, l'animation mériteraient, semble-t-il, d'être améliorées. Enfin, comme dans la plupart des autres AMAP étudiées, on retrouve au sein de l'AMAP Les Jardins de Saint-Côme le traditionnel clivage entre consomm'acteurs et consommateurs ; si le défaut de participation de ces derniers fait reporter le poids de l'organisation sur un nombre insuffisant de bénévoles, le dynamisme et la cohésion du groupe n'en restent pas moins manifestes.

QUESTIONNAIRE

1. Indications biographiques

▶ Sexe (F ou M) : _____ ▶ Âge : _____

▶ Commune de résidence : _____

▶ A quelle distance habitez-vous de l'AMAP ? _____

▶ Situation familiale (souligner la bonne réponse) :

Célibataire - Marié-e - Séparé-e ou divorcé-e - Veuf, veuve - Autres (Pacs, concubinage, union libre)

▶ Nombre de personnes vivant au foyer : _____

▶ Quelles études avez-vous faites ? Quel est votre diplôme le plus élevé ?

▶ Quelle profession exercez-vous ?

Ou êtes-vous (souligner la bonne réponse) :

Collégien-ne, lycéen-ne - Étudiant-e - Sans emploi - Retraité-e

Autre situation (*préciser*) _____

▶ Quel est le revenu mensuel net du foyer ? (souligner la bonne réponse) :

Moins de 500€ - de 500 à 1000€ - de 1000 à 1500€ - de 1500 à 2000€ - de 2000 à 3000€ - de 3000 à 4000€ - de 4000 à 5000€ - plus de 5000 euros - Ne souhaite pas répondre

▶ Avez-vous d'autres engagements associatifs, syndicaux ou politiques ? (*merci de préciser lesquels*)

▶ Quelles sont, en dehors du cadre professionnel, vos activités préférées ? *Exemples : lecture, cinéma, cuisine, jardinage, sport, etc.*

2. Motivations

▶ Classez les motifs ci-dessous en fonction de l'importance qu'ils ont eue dans votre décision d'adhérer à l'AMAP. Si possible, numérotez-les dans l'ordre décroissant, 1 pour la raison la plus importante, 2 pour celle qui l'est un peu moins, et ainsi de suite.

Le souci de votre santé _____

La qualité des produits distribués _____

La variété des produits distribués _____

Le respect de l'environnement _____

La solidarité avec les agriculteurs _____

Le contact avec d'autres consommateurs-citoyens _____

Le ras-le-bol des grandes surfaces _____

Autres raisons (*merci de préciser lesquelles*) : _____

- ▶ D'après vous, qu'est-ce qui dans votre trajectoire personnelle (environnement familial, études, professions, engagements citoyens, etc.) vous a conduit-e à rejoindre l'AMAP ?

- ▶ Pouvez-vous expliquer, brièvement, comment vous avez pris concrètement votre décision ? Y a-t-il eu un déclic particulier ? Un membre de la famille (homme, femme ou enfant) a-t-il joué un rôle moteur ?

3. Changements

- ▶ Votre adhésion à l'AMAP a-t-elle changé vos habitudes alimentaires ? (souligner la bonne réponse)

Très peu - Un peu - Beaucoup - Radicalement - Ne se prononce pas

- ▶ Depuis votre adhésion, pensez-vous que votre budget alimentation a augmenté, diminué ou est resté identique ? Vous paraît-il possible d'évaluer approximativement (en pourcentage) l'augmentation ou la diminution ?

- ▶ Avez-vous le sentiment d'éviter certains achats inutiles liés aux courses en grandes surfaces ? Merci, si possible, de donner un ou des exemples.

- ▶ Avez-vous constaté d'autres modifications dans votre mode de vie ? *Exemples : cuisinez-vous plus, vous êtes-vous mis-e à jardiner ?...*

- ▶ Pensez-vous que l'adhésion à l'AMAP ait confirmé certaines de vos convictions ? Ou, à l'inverse, suscité chez vous des réflexions, des interrogations nouvelles ? *Exemples : sur l'agriculture bio, sur le rôle du consommateur, du citoyen, sur l'importance de telle ou telle valeur dans votre vie, etc.*

4. Bilan et perspectives

- Quelle opinion d'ensemble avez-vous de l'AMAP ? (souligner la bonne réponse)
Très bonne - Bonne - Passable - Mauvaise - Très mauvaise - Ne se prononce pas

- Êtes-vous satisfait-e de la qualité des aliments distribués ? Dans le cas où un ou des produits ne vous donneraient pas satisfaction, merci de mentionner lesquels et d'expliquer pourquoi.

-
-
-
- Que pensez-vous des prix ? Ils sont (souligner la bonne réponse) :

Bas - Normaux - Trop élevés

Si vous souhaitez préciser votre opinion en fonction des différents aliments :

-
-
-
- Que pensez-vous des relations entre les différents consommateurs-citoyens de l'association ? (souligner la bonne réponse) :

Très bonnes - Bonnes - Passables - Mauvaises - Très mauvaises - Inexistantes -
Ne se prononce pas

Si vous souhaitez préciser : _____

-
-
-
- Que pensez-vous des relations entre les consommateurs-citoyens et les agriculteurs ? (souligner la bonne réponse) :

Très bonnes - Bonnes - Passables - Mauvaises - Très mauvaises - Inexistantes -
Ne se prononce pas

Si vous souhaitez préciser : _____

-
-
-
- Quel jugement portez-vous sur le fonctionnement des différents secteurs d'activité de l'association ? (souligner la bonne réponse)

- *Accueil des nouveaux adhérents*

Très bien - bien - passable - mauvais - très mauvais - ne se prononce pas -
autre (*à préciser*) _____

- *Gestion des commandes*

Très bien - bien - passable - mauvais - très mauvais - ne se prononce pas -

- autre (à préciser) _____
- *Préparation et distribution des aliments*
Très bien - bien - passable - mauvais - très mauvais - ne se prononce pas -
autre (à préciser) _____
 - *Entraide avec les agriculteurs*
Très bien - bien - passable - mauvais - très mauvais - ne se prononce pas -
autre (à préciser) _____
 - *Animation générale (visites, repas collectifs, etc.)*
Très bien - bien - passable - mauvais - très mauvais - ne se prononce pas -
autre (à préciser) _____
 - *Organisation de la communication externe de l'association*
Très bien - bien - passable - mauvais - très mauvais - ne se prononce pas -
autre (à préciser) _____

► Avez-vous des suggestions particulières à faire pour améliorer le fonctionnement de l'association ?

5. Pour approfondir l'enquête

► Pensez-vous que des questions importantes soient absentes de ce questionnaire ? Avez-vous d'autres commentaires, avis à transmettre ?

► Accepteriez-vous de participer à un entretien complémentaire ? Si oui, merci de bien vouloir indiquer vos coordonnées téléphoniques pour que nous puissions prendre contact.
