

Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAP du Champsaur ?

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

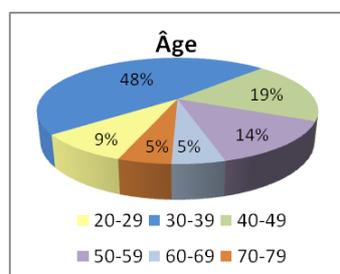
Créée en 2005, située à Saint-Bonnet-en-Champsaur dans les Hautes-Alpes, l'Association pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) du Champsaur rassemble en mars 2010, au moment de la réalisation de cette enquête, 75 familles adhérentes et une dizaine de producteurs, bio labellisés ou bio « de confiance »¹, proposant un large éventail de produits alimentaires : légumes, volailles et œufs, lait, fromages, fruits et jus de fruits, pain. Afin de mieux cerner qui sont les « amapiens », leurs motivations, leurs opinions, leurs attentes, un questionnaire a été transmis à l'ensemble des adhérents dans le courant du mois de février 2010. On en trouvera ci-dessous les principaux résultats dont l'exposé suit pour l'essentiel l'ordre du questionnaire, repris pour mémoire en annexe au présent document.

I. Deux conclusions liminaires sur les retours

Sur les 75 questionnaires distribués, 21 ont été remplis et retournés, tous par voie électronique. Ce bon taux de retour, de 28%, est probablement lié à la nature du public touché, qui se sent concerné par sa participation à l'AMAP et, plus généralement, à toute forme d'action citoyenne.

Sur les 21 questionnaires retournés, 91% ont été remplis par des femmes et 9% par des hommes. Cette forte féminisation des retours renvoie sans aucun doute au rôle majeur joué par les femmes dans l'alimentation.

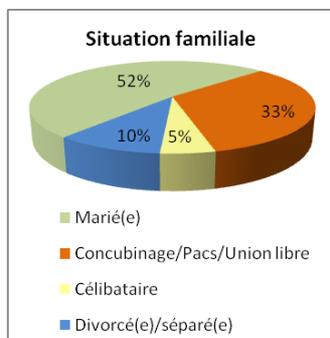
II. Indications biographiques



1. *Âge.* L'adhérent a en moyenne 41,7 ans, les hommes étant sensiblement plus âgés (51,5 ans) que les femmes (40,7 ans). Ce résultat masque néanmoins un important brassage des générations dont témoignent, d'une part, l'écart maximal de l'âge au sein de l'association – la benjamine a 27 ans et le doyen 73 ans – et, d'autre part, la répartition des adhérents par tranche d'âge : les 30-39 ans représentent 48% de l'effectif total, suivis par les 40-49 ans (19%), les 50-59 ans (14%) et les 20-29 ans (9%), les tranches 60-69 ans et les 70-79 ans s'élevant chacune à 5%.

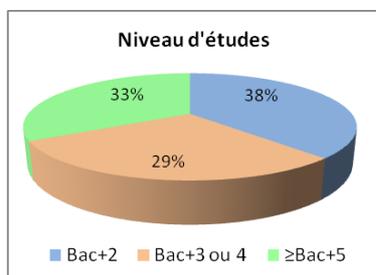
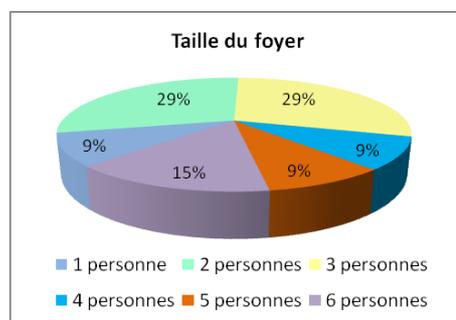
¹ Cette expression est utilisée dans la « Charte de l'AMAP du Champsaur » et sous-entend que le producteur s'engage dans une reconversion progressive vers le bio.

2. *Résidence.* Au vu des communes de résidence, le principe de proximité à la base du système des AMAP se trouve pleinement respecté : 38% des adhérents parcourent moins de 5 kilomètres pour venir chercher leurs paniers², 52% entre 5 et 10 kilomètres, et seulement 10% plus de 10 kilomètres.



3. *Situation familiale.* Le couple marié constitue le modèle dominant. Il concerne 52% des membres de l'association, auxquels il convient d'ajouter, pour 33% des adhérents, d'autres situations de couple (concubinage, Pacs, union libre). Les divorcés ou séparés de fait représentent, pour leur part, 10% et les célibataires 5%.

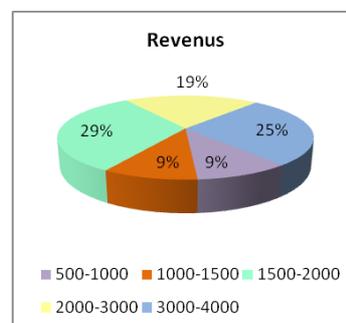
En ce qui concerne la taille du foyer, les foyers de 2 et 3 personnes arrivent largement en tête (29% pour chaque catégorie), ceux de 1, 4 et 5 personnes se situant aussi à un niveau égal (9%). Quant aux foyers de 6 personnes, ils occupent, avec 15%, une place relativement importante.



4. *Études et professions.* 38% des amapiens ont un diplôme de niveau 3 (Bac+2), 29% de niveau 2 (Bac+3 ou 4), 33% de niveau 1 (Bac+5 ou supérieur). On constate donc que le niveau d'études des adhérents est élevé puisque aucun d'entre eux ne dispose d'un diplôme de niveau 5 (BEP/CAP) ou 4 (Bac général ou professionnel seul) et que 62% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3.

Très représentatives de la classe moyenne, les professions principales appartiennent au secteur de l'éducation, de la santé, de l'environnement, les emplois publics étant majoritaires. Enfin, la proportion de retraités et de personnes sans emploi est de même hauteur (9% pour chaque catégorie).

5. *Revenus.* La quasi totalité (91%) des adhérents a accepté de répondre à la question concernant leur niveau de revenu. Tandis qu'aucun foyer ne déclare moins de 500 euros, 9% se situent dans la tranche de 500 à 1000 euros et 9% aussi dans celle de 1000 à 1500 euros. De



² La distribution s'effectue chez un particulier, localisé sur la commune de Buissard, qui fait partie du canton de Saint-Bonnet-en-Champsaur. Elle a lieu chaque mercredi en été, tous les quinze jours en hiver.

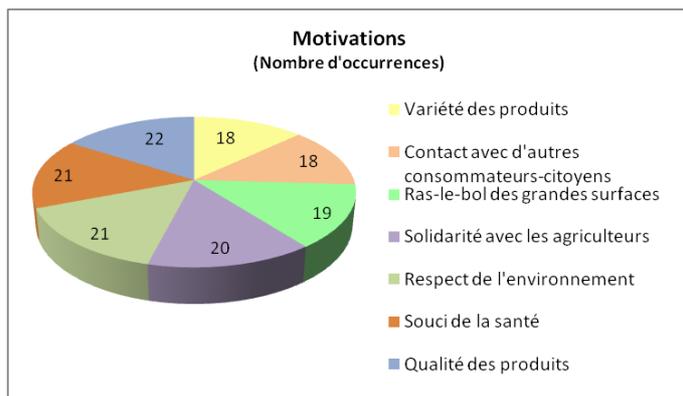
1500 à 2000 euros, de 2000 à 3000 euros et de 3000 à 4000 euros, ils sont respectivement 29%, 19% et 25%, les deux dernières tranches (de 4000 à 5000 euros et plus de 5000 euros) ne comptant aucun foyer. Au total, ces résultats infirment donc l'idée, longtemps répandue, selon laquelle le consommateur bio serait forcément aisé, puisque 47% des foyers disposent de moins de 2000 euros mensuels et 66% de moins de 3000 euros. On peut y voir la traduction de plusieurs phénomènes cumulés : la baisse du pouvoir d'achat, le choix d'une alimentation de qualité et l'importance de l'engagement citoyen, quelle que soit la situation financière, dans le soutien à l'agriculture bio.

6. *Autres engagements.* L'importance de l'engagement se trouve confirmée par les résultats de la question concernant les autres adhésions associatives, syndicales ou politiques. Ils sont en effet 81% à en déclarer au moins une, près d'un tiers en ayant même plusieurs. Dans le domaine associatif, de loin le plus fréquent, on constate que la participation concerne prioritairement des associations écologiques et environnementales (Greenpeace, Faucheurs volontaires, Réseau Sortir du nucléaire, Agir ici, Terra Biodiversita, etc.), suivies par des associations sportives, culturelles ou de parents d'élèves ; plusieurs amapiens sont également engagés dans l'association La Juncha, qui a pour objectif la création d'une épicerie-café solidaire dans un village du Champsaur. Dans le domaine syndical, les adhésions déclarées concernent la CGT et la CFDT, auxquelles il convient d'ajouter d'autres appartenances à des syndicats professionnels ou à des organisations dont l'intitulé n'est pas précisé. Enfin, en matière politique, une adhérente est membre d'Europe Ecologie, un amapien ancien maire sans étiquette et une autre se déclare engagée dans un parti politique sans fournir plus de détails. En définitive, et en dépit de ces quelques lacunes d'information, on est donc bien face à un public de citoyens actifs, pour lesquels la citoyenneté ne saurait se réduire au seul suffrage universel.

7. *Loisirs.* Lecture, jardinage, sport, randonnées, cinéma et cuisine constituent les occupations les plus citées. D'autres amapiens, moins nombreux, déclarent s'adonner au bricolage, à des activités artistiques (musique, danse, peinture, chant), ludiques (jeux de société) ou évoquent encore les voyages, la convivialité entre amis, le yoga, le tai-chi-chuan ou bien encore la télévision. Bref, si l'on additionne les activités professionnelles, les engagements associatifs, syndicaux ou politiques et les loisirs, les amapiens s'avèrent, à l'image de bon nombre de leurs contemporains, des personnes très 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 demandons aussi, si cela leur semblait possible, de bien vouloir hiérarchiser leurs réponses.



Contrairement à ce que nous avons déjà constaté lors d'autres enquêtes AMAP³, les adhérents de l'AMAP du Champsaur répartissent de façon assez homogène les motifs de leur adhésion à l'association. Si la qualité des produits arrive en tête (22 occurrences), le souci de la santé et le respect de l'environnement, cités

l'un et l'autre 21 fois, se classent seconds ex-aequo, tandis que la solidarité avec les agriculteurs obtient la quatrième place avec 20 occurrences. Suivent, en cinquième place et 19 citations, le ras-le-bol des grandes surfaces, puis le contact avec d'autres consommateurs-citoyens et la variété des produits qui occupent tous deux la sixième position avec 18 occurrences chacun.

En ce qui concerne les autres motivations, formulées en réponse libre, on constate une remarquable unanimité. En effet, tous les ajouts mettent en valeur la proximité comme facteur déterminant de l'adhésion, certains mentionnant simplement le terme, d'autres insistant dans leurs commentaires sur tel ou tel aspect de la proximité : le fait de pouvoir « manger des produits locaux et de saison », la « connaissance de l'agriculteur » ou bien encore l'idée de circuit court c'est-à-dire le rapprochement entre « lieu de production et lieu de consommation » ou « l'absence d'intermédiaires ». L'étude des réponses, non plus en classement global mais par rang, confirme d'ailleurs cette importance de la proximité et du contact direct avec le producteur puisque les résultats font apparaître que, en rang 1, la solidarité avec les agriculteurs vient en première position (10 occurrences), juste devant la qualité des produits (8 occurrences) et le respect de l'environnement (4 occurrences).

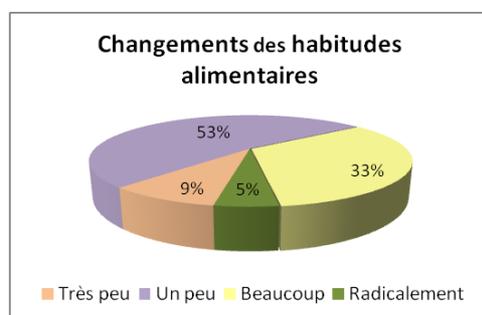
Les réponses données à la question « D'après vous, qu'est-ce qui dans votre trajectoire personnelle vous a conduit à rejoindre l'AMAP ? » font d'abord fréquemment référence à l'enfance, qu'il s'agisse, pour l'amapien, de rappeler son origine rurale ou paysanne ou d'évoquer la naissance d'un enfant. Adhérer à l'association, c'est retrouver, faire résonner « mon enfance à la ferme, avec de vrais parents paysans » ou « se soucier de la santé de mes jeunes enfants », expliquent par exemple deux adhérentes. Pour d'autres répondants, les études, un métier en rapport avec la nature ou la protection de l'environnement, le contact avec des amis ou collègues « écolos » ou bien encore la volonté d'un « engagement citoyen » paraissent avoir joué un rôle important dans le chemin qui les a conduits vers l'AMAP. Pour d'autres encore, c'est l'apparition de problèmes de santé ou la prise de conscience croissante des maladies liées aux pollutions environnementales qui occupe une place centrale. Enfin, on remarque que dans bien des réponses, nombre de ces facteurs – personnels, familiaux, amicaux, professionnels ou politiques – se trouvent conjugués, démontrant bien par là même que l'engagement dans l'association est un phénomène complexe, difficilement sécable, hiérarchisable, qui

³ Cf. nos autres enquêtes disponibles sur http://www.ivry.inra.fr/mona/publications_chercheurs/Toutes-Publis/Toutes_Pub_Bitoun.html

met souvent en jeu la personne dans la totalité de ses convictions et de ses choix de vie.

S'agissant des conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d'adhérer, on retient tout d'abord qu'un certain nombre d'adhérents fait valoir, dans le sillage des réponses données à la question précédente, qu'il n'y a pas eu de véritable déclic, mais au contraire une continuité naturelle ou quasi naturelle qui les a amenés vers l'AMAP. Pour ceux qui ont eu le sentiment d'un déclencheur particulier, les réponses font généralement état de phénomènes déjà cités : la naissance d'un enfant – souvent le premier –, le ras-le-bol des grandes surfaces, la recherche de produits de qualité bio à proximité, ou bien encore le rôle moteur d'un membre de la famille, d'un collègue, d'un ami ou du voisinage. « Ma femme qui a beaucoup de copines », « mon mari qui était décidé à intégrer une AMAP », « quelqu'un de la famille déjà membre d'une AMAP dans une autre région », « un collègue de travail m'a proposé d'y adhérer », « la rencontre avec la créatrice de l'AMAP et l'envie de m'engager, de refuser la fatalité », « le bouche à oreille avec une voisine », « des voisins qui m'ont renseignée sur l'existence et les buts de l'AMAP », peut-on ainsi lire dans les questionnaires retournés. Moins nombreuses mais également instructives, d'autres réponses mettent en avant le fait d'avoir quitté la ville et de s'être installé en milieu rural.

IV. Changements

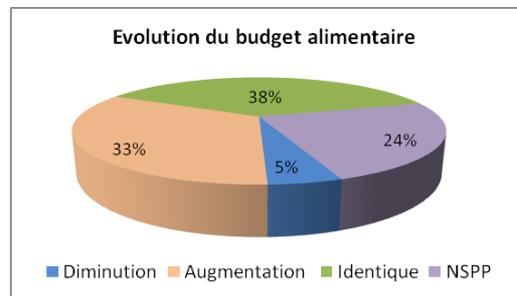


Dans le domaine des habitudes alimentaires, tous les adhérents déclarent avoir constaté des changements. Ils sont 91% à juger que ces habitudes se sont un peu (53%), beaucoup (33%) ou radicalement (5%) modifiées, les 9% restants ne constatant que très peu de changement. Les précisions apportées concernent principalement la cuisine et la consommation des légumes, le fait de cuisiner plus, de manger plus de légumes,

d'utiliser de nouvelles recettes revenant comme un leitmotiv dans les réponses. D'autres changements, plus ou moins directement induits par l'entrée dans l'AMAP, sont également mentionnés : « je jardine davantage », « j'ai ajouté une serre pour avoir mes légumes plus tôt dans la saison », « nous comptons avoir des poules à partir de l'été prochain », « mon souhait serait d'être auto-suffisante alimentaires parlant ou du moins de ne plus avoir à descendre à la ville la plus proche pour aller faire les courses, d'où aussi la volonté de créer une épicerie de proximité », « j'achète de plus en plus bio ou naturel dans tous les domaines », font ainsi remarquer plusieurs amapiens. Résumant un sentiment, non pas général mais dominant, l'une des adhérentes écrit : « La grande modification, c'est d'être capable de ne plus faire les courses en supermarché ! De trouver que les produits sont trop emballés, de regretter de ne pas connaître le parcours du produit, son lieu de pro-

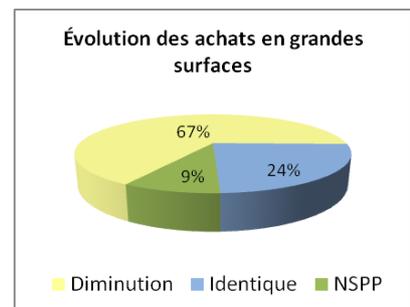
duction. En fait, parallèlement à l'adhésion à l'AMAP, j'ai l'impression que toutes mes habitudes de consommation se sont lentement transformées... »

En ce qui concerne le budget consacré à l'alimentation, les résultats sont à la fois moins fiables – 24% des personnes enquêtées ne se prononcent pas – et surtout plus contrastés. Tandis que 38% des adhérents déclarent que leur budget alimentaire est resté identique, 33% jugent qu'il a augmenté et 5% qu'il a diminué.



Pour l'un ou l'autre de ces deux derniers groupes, les estimations, même approximatives, sont visiblement difficiles à apporter. La diminution serait faible et incertaine, de l'ordre de « 5 à 10% ? », écrit prudemment un adhérent. Pour ceux dont le budget a eu tendance à croître, aucun pourcentage n'est donné et les qualificatifs les plus usités sont « un peu », « légèrement », certains expliquant leur difficulté à évaluer par un changement de taille du foyer, l'obtention d'un véritable salaire qui a permis « de ne plus se serrer la ceinture » ou bien encore par le fait que l'alimentation a d'une façon générale beaucoup augmenté. D'autres commentaires mettent enfin l'accent sur le prix de l'engagement. « C'est un choix de vie et je ne calcule pas le budget », « je ne fais pas attention aux prix, pas au centime ou à l'euro près : le but d'une AMAP est de soutenir les agriculteurs pour qu'ils aient un revenu décent », « à payer cher autant que ce soit des produits de qualité et qui permettent de faire vivre des producteurs locaux », font observer plusieurs adhérents.

S'agissant de l'évolution des achats en grandes surfaces, les résultats s'avèrent également contrastés. Si 9% des adhérents ne se prononcent pas, ils sont une large majorité, 67%, à avoir constaté une diminution. Déjà rétifs – certains étaient déjà clients de magasins coopératifs bio –, ils ont depuis leur entrée dans l'AMAP encore réduit leurs achats, non seulement des aliments acquis par le biais de l'association, mais aussi



d'autres produits (conserves, plats préparés, gâteaux industriels, biscuits, friandises, etc.) et ils ne vont plus qu'occasionnellement en grande surface, « pour compléter ». Pour les autres, soit 24%, ces achats n'ont pas décréu, soit qu'ils n'y allaient déjà plus et fréquentaient exclusivement « le commerce de proximité et les magasins bios spécialisés », soit qu'ils continuent de s'y rendre pour tous les autres produits que ne propose pas l'association. Mais, même dans ce cas, la vigilance dans les achats en grande surface s'est accrue.

Dans le domaine des convictions – se sont-elles ou non renforcées depuis l'adhésion ? – les amapiens répondent, dans une très large majorité, de façon positive. Pour certains, ce renforcement a surtout porté sur l'alimentation. Ils sont dé-

sormais pleinement convaincus de la nécessité de consommer des produits de saison, de qualité ou bio, même si quelques-uns ne se sentent pas attirés par le « tout bio » ou émettent des réserves sur le prix : « l'AMAP, peut-on lire, est encore trop chère pour un budget comme le nôtre ». D'autres adhérents insistent, eux, sur le fait que l'expérience acquise au travers de l'AMAP les a confortés dans leur choix « citoyen » ou « militant ». Ils ont mis leurs idées et leurs valeurs en pratique et ont le sentiment que le soutien direct du producteur « à taille humaine », la commercialisation en circuit court et local constituent la seule alternative crédible à la consommation de masse et aux grandes surfaces. Des interrogations nouvelles sont aussi apparues, sur la façon de s'impliquer davantage dans le domaine écologique ou sur « l'accès à la terre et l'usage que nous souhaitons en faire, collectivement. L'idée d'une sobriété heureuse, comme dirait Pierre Rabhi, fait doucement son chemin en moi... », écrit ainsi l'un des adhérents⁴.

V. Bilan et perspectives

L'AMAP du Champsaur est plébiscitée : tous les adhérents ont une très bonne (48%) ou bonne (52%) opinion d'ensemble de l'association.



En ce qui concerne la qualité des produits, les avis donnés par l'immense majorité des adhérents – seuls 5% ne se prononcent pas – s'avèrent également très positifs : ils sont 95% à se déclarer très satisfaits (19%) ou satisfaits (76%). Les seules critiques consistent à réclamer plus de variété – des épinards sont par exemple souhaités – ou portent encore sur la qualité de certains légumes : « Parfois les maraîchers ont des problèmes avec des légumes que leurs prédateurs déciment : navets véreux, carottes abîmées... Mais c'est un risque que j'accepte et que je préfère aux légumes et fruits calibrés et sans saveur ! », observe ainsi l'une des amapiennes. Pour le reste, la satisfaction est générale, quelquefois avec enthousiasme – « oui, à 100% ! » – ou mêlée d'un brin d'agréable nostalgie : « Oui, super, j'ai retrouvé dans les légumes des saveurs d'enfance... »

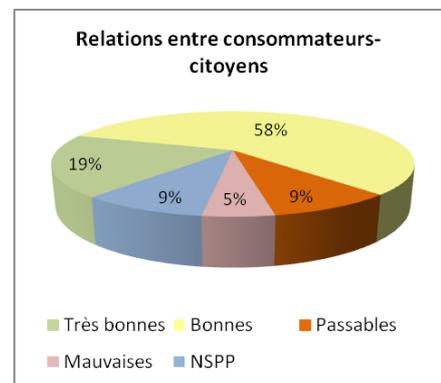
S'agissant du prix des produits, la quasi unanimité est de mise : 90% des amapiens considèrent les prix comme normaux et 10% les jugent trop élevés. Pour les premiers, les commentaires sont rares et portent le plus souvent sur l'adéquation entre prix et qualité. Pour les seconds, les remarques sont d'ordre général – « pas accessible à tous » – ou reflètent des situations financières difficiles – « pour les légumes on s'en sort encore, mais (...) les prix sont encore beaucoup trop chers ». Enfin, on ne saurait omettre de citer cette longue réponse qui a le mérite de poser le problème du prix dans sa globalité, ses dimensions financières ou non financières, collectives et individuelles :

⁴ Cf. Pierre Rabhi, *Vers la sobriété heureuse*, Editions Actes Sud, avril 2010.

« J'ai du mal à répondre à cette question car je fais confiance à l'agriculteur et à l'AMAP sur le prix proposé. Il me paraît normal que le prix soit plus élevé qu'en agriculture conventionnelle, vu le travail que cela représente pour l'agriculteur bio. Et puis n'est-il pas normal que l'alimentation redevienne une part importante du budget des ménages ? Aujourd'hui, il faut que l'alimentation soit peu chère pour que l'on puisse s'acheter à côté le dernier écran plat, le super téléphone portable... Du coup on en arrive aujourd'hui, avec une agriculture intensive, à des problèmes de pollutions de notre environnement et par suite à des problèmes de santé qui vont coûter cher à la société. Ce que l'on ne paye pas aujourd'hui, on le payera demain.

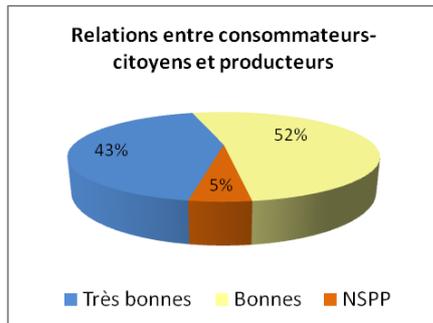
C'est sûr, je peux me permettre d'acheter plus cher, mais je crois plutôt que c'est une démarche personnelle en rapport avec mes idées. Si demain j'en avais moins les moyens, je continuerais à vivre selon mes convictions. De plus, en achetant bio, on change aussi de mode d'alimentation : moins de viande, moins de fromage, pas de plats préparés, et c'est ça qui coûte cher même en non bio. »

L'avis porté sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association est contrasté. Si 77% des adhérents les jugent bonnes (58%) ou très bonnes (19%), ils sont respectivement 9% et 5% à les considérer comme passables ou mauvaises, tandis que 9% préfèrent ne pas se prononcer. Pour l'essentiel, ces derniers motivent leur non réponse par le fait qu'ils se sentent peu concernés – « ce n'est pas ce que je recherche, donc je ne discute pas, ne participe pas aux soirées » – ou manquent encore de temps – « pas très disponible ». Les trois quarts d'adhérents satisfaits ou très satisfaits mettent, eux, en avant l'esprit de solidarité, la convivialité des moments de distribution, l'intérêt des discussions, qu'elles soient ou non controversées : « cela fait du bien de voir qu'on n'est pas seul à penser la même chose... échanger apporte beaucoup », « les relations entre amapiens ne sont pas toujours simples, il y a des divergences de points de vue, mais les sujets font débat et l'objet d'échanges, et en ce sens c'est très positif ». Quant à la minorité bien plus critique, ses commentaires portent, eux, sur « les groupes constitués, pas très communicants, souvent jeunes et avec beaucoup de gamins », sur la taille prise par l'AMAP – « aujourd'hui, étant environ 80 familles, je ne reconnais plus l'AMAP des débuts car je croise des personnes que je ne connais pas et les distributions d'été sont trop à la queue leu leu ! (...) D'ailleurs je ne parle pratiquement qu'avec les "anciens" » – ou renvoient encore à l'opposition souvent rencontrée entre consommateurs et consomm'acteurs au sein des AMAP. « Un noyau dur s'implique, s'investit et perdure dans le temps, alors que d'autres personnes, pour aller à l'extrême, n'adhèrent qu'en pensant à leur petite santé », estime, par exemple, une adhérente.



L'avis porté sur les relations entre consommateurs-citoyens et producteurs est nettement plus positif. Ils sont en effet 52% à les juger bonnes, 43% très bonnes, 5%

ne se prononçant pas. « Conviviales », « amicales », « excellentes », sont les qualificatifs qui reviennent le plus souvent. Pour une adhérente, il faut aussi évoquer les visites d'exploitation, qui permettent « vraiment d'échanger avec les producteurs » et l'entraide avec « notamment les maraîchers, qui savent que s'ils ont besoin d'un



coup de main ponctuel sur l'exploitation ils peuvent compter sur le réseau de l'AMAP ». Pour une autre, la qualité des relations entre citoyens-consommateurs et producteurs provient, non seulement des personnes en tant que telles, mais également du fait que l'argent passe au second plan : « On n'a pas vraiment l'impression d'être dans un rapport marchand puisque le rapport à l'argent est fait en début de saison et qu'en plus c'est un référent qui fait l'intermédiaire ». En défini-

tive, les seules réserves concernent quelques difficultés passagères dues « à l'incompréhension, par certains adhérents, des contraintes du maraîchage de montagne » et à des « erreurs de communication (discussions par mail plutôt qu'en direct) ».

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.* L'opinion est très positive, avec 33% de « très bien » et 48% « de bien ». 14% jugent néanmoins ce secteur « passable » tandis que 5% ne se prononcent pas. Un effort semble à faire pour « mieux expliquer en quoi consiste l'engagement » dans l'association.
- *La gestion des commandes.* Les résultats sont sans ambiguïté, avec 38% de « très bien » et 62% « de bien ».
- *La préparation/distribution des aliments.* C'est le secteur qui enregistre le meilleur indice de satisfaction, avec 43% de « très bien » et 57% « de bien ».
- *L'entraide avec les agriculteurs.* Si l'opinion est majoritairement favorable, l'ensemble est toutefois plus mitigé : 9% de « très bien », 43% « de bien », 24% de « passable », 5% de « mauvais », 14% ne se prononçant pas et 5% choisissant la réponse « autre ».

Les critiques concernent généralement les efforts insuffisants que sont prêts à consentir les adhérents pour aider les producteurs. « Malgré des tentatives répétées, cette dimension est demeurée assez faible "faute de temps" des amapiens », note l'un des adhérents, une autre se montrant nettement plus incisive : « un noyau de consomm'acteurs, mais certains ne sont là que pour consommer ! » A quoi d'autres adhérents rétorquent que si « les consommateurs ne sont effectivement pas disponibles au moment et de la façon dont

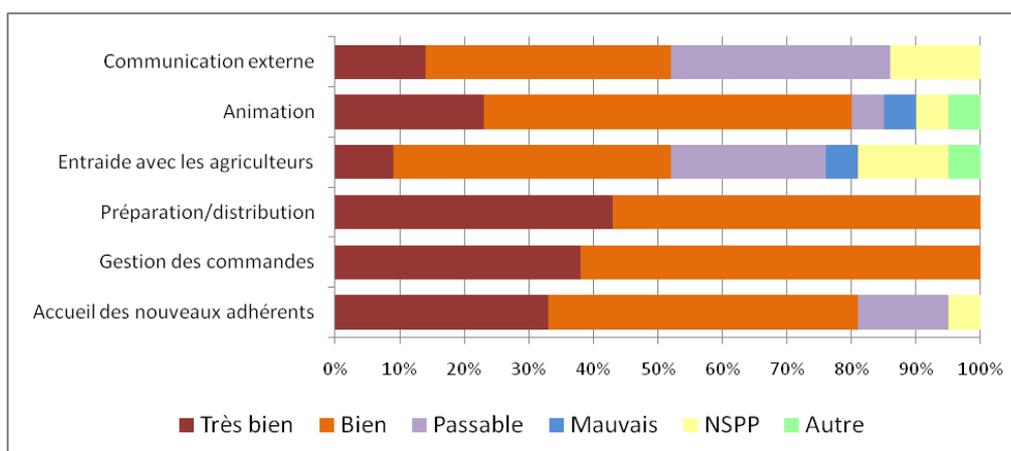
l'agriculteur a besoin », il faut aussi tenir compte des tarifs : « si le tarif normal est appliqué, ce n'est pas au consommateur de faire le travail de l'agriculteur (le sujet se discute) », peut-on lire dans l'un des questionnaires.

- *L'animation (visites, repas collectifs, etc.)*. Les résultats sont bien meilleurs, mais des réserves sont toutefois présentes : 23% de « très bien », 57% de « bien », 5% de « passable », 5% de « mauvais », 5% ne se prononçant pas et 5% choisissant la réponse « autre ».

Les critiques faites renvoient principalement aux conséquences induites par le développement de l'AMAP, qui a « quelque peu distendu les liens » et « donc diminué l'investissement personnel » dans les différents événements organisés par l'association (visites avec repas collectifs, soirées jeux et fête annuelle).

- *L'organisation de la communication externe*. Une majorité positive est tout juste atteinte, avec 14% de « très bien », 38% « de bien », tandis que 34% jugent ce secteur « passable » et 14% ne se prononcent pas.

Les critiques portent surtout sur l'absence de « plan de communication » et « la difficulté à mobiliser du monde pour porter l'information de l'AMAP ».



Dans leurs réponses à la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « Avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » –, les amapiens évoquent principalement deux questions qui, semble-t-il, ont déjà fait l'objet de nombreuses réunions. L'une concerne la taille de l'association et les modifications à apporter à son fonctionnement démocratique – ne faudrait-il pas scinder l'AMAP en deux entités, du Haut et du Bas Champsaur, ou bien encore créer une association loi 1901 afin de mieux structurer le collectif et trouver de nouvelles règles de démocratie adaptées au nombre actuel d'adhérents ? « Long débat ! » note avec humour et lucidité l'une des amapiennes. L'autre interrogation a trait aux vertus et limites du bénévolat associatif. Nous avons « évidemment » des suggestions à faire, des idées d'améliorations possibles, « mais encore faut-il trouver des gens prêts à investir leur temps pour ça, car tout ça prend du temps ; donc je dirais que, pour le temps que nous libérons, nous faisons plutôt du bon boulot », écrit par exemple

l'un des responsables. Et comme en écho, une adhérente réclame « plus de personnes impliquées pour que celles qui s'essouffent puissent passer la main... » Ainsi l'AMAP du Champsaur est-elle malheureusement logée à la même enseigne qu'une large majorité d'associations qui, quels que soient leurs domaines d'intervention, ne vivent, voire ne survivent, que grâce à une petite poignée de personnes.

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 se sont senties très concernées par l'enquête puisqu'elles représentent près de 91% des retours ;
2. Les résultats biographiques relatifs à l'âge, la situation familiale et au niveau d'études des adhérents de l'AMAP du Champsaur établissent la moyenne d'âge à 41,7 ans, montrent que le couple (marié, pacsé, concubinage, union libre) constitue le modèle dominant (85%) et que le niveau d'études est plutôt élevé (62% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3) ;
3. Les résultats biographiques relatifs à la vie professionnelle, aux engagements citoyens et aux loisirs des amapiens de Saint-Bonnet-en-Champsaur font apparaître un profil de personnes actives et impliquées dans la vie citoyenne ;
4. Le principe de proximité, à la base du système des AMAP, est pleinement respecté : 38% des adhérents parcourent moins de 5 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, 52% entre 5 et 10 kilomètres, et seulement 10% plus de 10 kilomètres. Outre les bases mêmes du système des AMAP, cette proximité géographique pourrait également tenir au fait que nous sommes là en région de montagne où le réseau routier ne facilite pas de longs parcours ;
5. L'étude, en classement global puis par rang, des raisons qui ont conduit à l'adhésion fait apparaître, malgré des résultats très serrés, que la qualité des produits, le souci de la santé et le respect de l'environnement ont constitué les trois principales motivations, la solidarité avec les agriculteurs devant la qualité des produits et le respect de l'environnement dans l'analyse du premier rang ;
6. L'idée longtemps répandue selon laquelle le consommateur bio disposerait d'un revenu élevé est contredite par les informations financières recueillies : 47% des foyers disposent de moins de 2000 euros mensuels et 66% de moins de 3000 euros. Ce résultat, déjà constaté dans d'autres enquêtes AMAP, mérite d'être remarqué et pourrait indiquer une tendance générale à la popularisation de la consommation bio ;
7. Une autre idée reçue – l'augmentation obligée, avec le passage à la nourriture bio, du budget alimentaire du foyer – se trouve partiellement remise en cause. Si pour 33% ce budget est perçu à la hausse, 38% estiment qu'il n'a pas varié, 5% qu'il a baissé, tandis que 24% ne se prononcent pas. L'abandon ou la diminution des achats en grandes surfaces, une consommation résolument tournée vers les

productions locales et les produits de saison, le fait de cuisiner et jardiner plus, expliquent, pour l'essentiel, ce résultat ;

8. L'opinion d'ensemble des amapiens à l'égard de leur association est clairement positive : 48% ont une « très bonne » opinion, 52% une « bonne ». Des réserves mineures apparaissent toutefois quant à la qualité de certains légumes (navets parfois véreux, carottes quelquefois abîmées) et sur les prix considérés comme trop élevés par 10% des adhérents. De plus, d'après l'étude des différents secteurs d'activité, l'entraide avec les agriculteurs, l'animation générale (visites, repas collectifs, etc.) et l'organisation de la communication externe devraient être améliorées, ce qui exige une augmentation du temps de bénévolat consacré à l'association et un élargissement du cercle des responsables. Enfin, avec près de 80 familles adhérentes, l'AMAP de Saint-Bonnet-en-Champsaur est confrontée, comme bien d'autres AMAP, à une « crise de croissance » qui tend quelque peu les relations entre consomm'acteurs et consommateurs et induit un débat interne sur les règles de fonctionnement démocratique de l'association.

QUESTIONNAIRE

1. Indications biographiques

▶ Nom, prénom : _____

▶ Sexe (F ou M) : _____

▶ Âge : _____

▶ Commune de résidence : _____

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

▶ Situation familiale (*mettre en **gras** la bonne réponse ou souligner, dans le cas d'envoi par courrier postal*) :

Célibataire

Marié-e

Séparé-e ou divorcé-e

Veuf, veuve

Autres (Pacs, concubinage, union libre – *merci de préciser*) :

▶ 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 (*mettre en **gras** la bonne réponse ou souligner, dans le cas d'envoi par courrier postal*) :

Collégien-ne, lycéen-ne

Étudiant-e

Sans emploi

Retraité-e

Autre situation (*préciser*) _____

▶ Quel est le revenu mensuel net du foyer ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*)

Moins de 500 euros

- De 500 à 1000 euros
- De 1000 à 1500 euros
- De 1500 à 2000 euros
- De 2000 à 3000 euros
- De 3000 à 4000 euros
- De 4000 à 5000 euros
- 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. Numérotez 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 ? (*mettre en gras ou 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 ? (*mettre en **gras** ou 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 (*mettre en **gras** ou 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 ? (*mettre en **gras** ou 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 ? (*mettre en **gras** ou 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 ? (*mettre en **gras** ou 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.
