

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

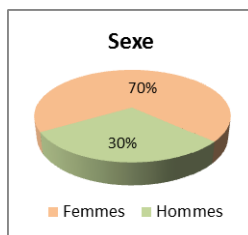
PIERRE BITOUN, INRA-SADAPT
CATHERINE LEFEBVRE, INRA-SADAPT

Créée en mai 2009, située à Château-Ville-Vieille dans le département des Hautes-Alpes (05), l'Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) du Queyras, ou Queyramap, rassemblait en janvier-février 2012, au moment de la réalisation de cette enquête, 64 familles adhérentes. Quatre producteurs principaux et trois occasionnels, certifiés bio ou suivant des normes rigoureuses de qualité et de respect de l'environnement, fournissaient un large éventail de denrées alimentaires : légumes, volailles, viande de porc, fromages, fruits et jus de fruits, huile d'olive, vin. Pour les légumes, le prix des paniers était de 16 euros et les distributions avaient lieu sur la commune tous les jeudis, de mai à octobre, puis toutes les deux semaines et avec un nombre réduit de paniers en novembre et décembre.

Afin de mieux cerner qui sont les « amapiens », leurs motivations, leurs opinions, leurs attentes, un questionnaire a été transmis à l'ensemble des adhérents par voie informatique. 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

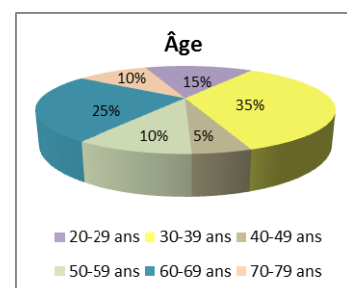
Sur les 64 questionnaires distribués, 20 ont été remplis. Ce bon taux de retour, de plus de 31%, est probablement lié à la nature du public touché, qui s'est senti concerné par sa participation à l'AMAP et, plus généralement, à toute forme d'action citoyenne.

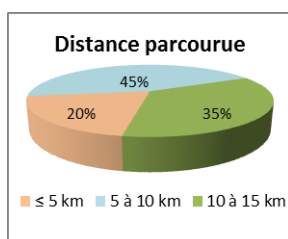


Sur les 20 questionnaires renseignés, 70% l'ont été par des femmes et 30% par des hommes. Cette forte féminisation des retours renvoie sans aucun doute au rôle majeur joué par les femmes dans l'alimentation.

II. Indications biographiques

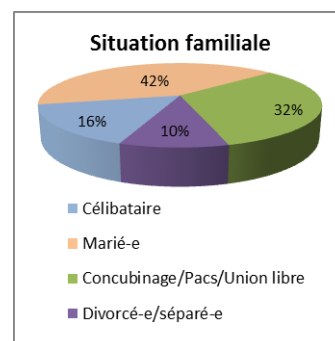
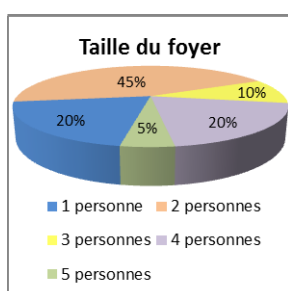
1. **Âge.** L'adhérent a en moyenne 45,9 ans, les femmes étant légèrement plus âgées (46,8 ans) que les hommes (43,8 ans). Ce résultat masque néanmoins un important brassage des générations dont témoignent, d'une part, l'écart maximal de l'âge au sein de l'association – de 28 à 70 ans – et, d'autre part, la répartition des adhérents par tranche d'âge : les 30-39 ans représentent 35% de l'effectif total, suivis par les 60-69 ans (25%), les 20-29 ans (15%), les tranches 50-59 ans, 70-79 ans et 40-49 ans s'élevant respectivement à 10%, 10% et 5%.





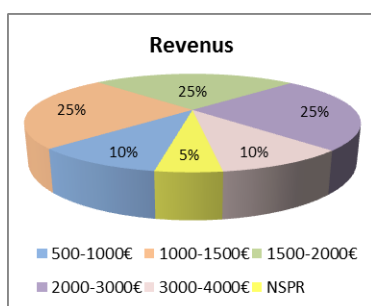
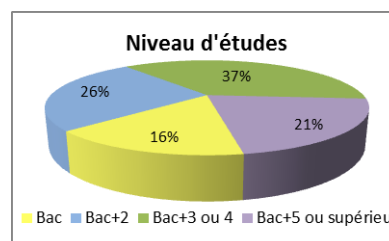
2. *Résidence.* Au vu des communes de résidence, le principe de proximité à la base du système des AMAP est largement respecté, et ce d'autant que l'on se situe en zone de montagne : 20% des adhérents parcourent une distance inférieure ou égale à 5 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, 45% se situent de 5 à 10 kilomètres du lieu de distribution, tandis que le reste des amapiens (35%) effectue un déplacement entre 10 et 15 kilomètres.

3. *Situation familiale.* Le couple constitue le modèle dominant. 42% des membres de l'association sont mariés et 32% vivent en concubinage, union libre ou sous le régime du Pacs. Le reste des adhérents se répartit entre célibataires (16%) et divorcés ou séparés de fait (10%).



En ce qui concerne la taille du foyer, les foyers de 2 personnes arrivent en tête (45%), suivis par ceux de 1 et 4 personnes (20% chacun), puis de 3 et 5 personnes représentant respectivement 10% et 5% de l'effectif total.

4. *Études et professions.* Tandis qu'aucun amapien n'a arrêté ses études après un diplôme de niveau 5 (BEP/CAP), ils sont 16% à avoir atteint le niveau 4 (Bac général ou professionnel), 26% le niveau 3 (Bac+2), 37% le niveau 2 (Bac+3 ou 4) et 21% le niveau 1 (Bac+5 ou supérieur). On constate donc que le niveau d'études des adhérents est assez élevé puisque 58% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3. Comme souvent, les professions sont très représentatives de la classe moyenne et appartiennent principalement aux secteurs de l'éducation, de la santé ainsi que de l'artisanat, du commerce et du tourisme. On notera que certains sont pluriactifs ou ont des activités saisonnières, liées à l'importance des sports d'hiver dans la région. Enfin, on ne compte aucune personne sans emploi et la proportion de retraités est élevée (30%).



5. *Revenus.* La quasi totalité des adhérents (95%) a accepté de répondre à la question concernant leur niveau de revenus. Si aucun foyer ne se déclare dans la tranche la plus basse (moins de 500 euros), ils sont 10% à disposer d'un revenu de 500 à 1000 euros, 25% de 1000 à 1500 euros, 25% de 1500 à 2000 euros et 25% à nouveau de 2000 à 3000 euros. La tranche immédiatement supérieure (de 3000 à 4000 euros) rassemble 10% de l'effectif total, tandis que, dans les deux tranches les plus élevées (de 4000 à 5000 euros et plus de 5000 euros), on ne compte aucun foyer.

Au total, ces résultats infirment donc l'idée reçue selon laquelle le consommateur bio

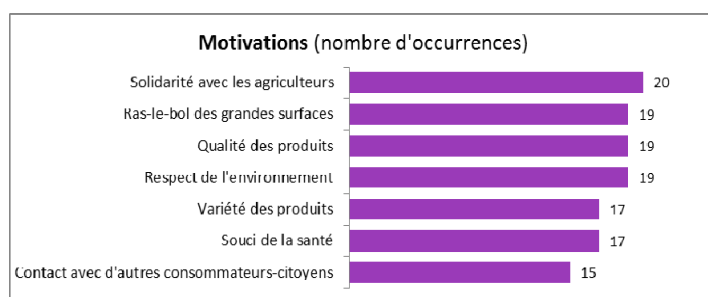
ou assimilé bio serait forcément aisé puisque 60% des adhérents se situent en dessous de 2000 euros de revenus mensuels et 85% en dessous de 3000 euros¹.

6. Autres engagements. S'agissant des autres adhésions associatives, syndicales ou politiques, ils sont 65% à en déclarer au moins une, certains en ayant même plusieurs. Dans le domaine associatif, de loin le plus fréquent, on constate que la participation concerne principalement des associations environnementales, culturelles, sportives, appartenant au secteur de l'économie sociale et solidaire, à vocation locale (SEL² du Queyras, ACSSQ³, Izoard Animation, etc.) ou non (Cimade, association polynésienne des victimes des 193 essais nucléaires français, etc.). Dans le domaine syndical, trois adhérents déclarent des appartenances, un seul précisant son organisation de rattachement (CGT). Enfin, en matière politique, une amapienne mentionne avoir détenu un mandat de conseillère municipale. Bref, on retrouve au sein de l'AMAP du Queyras, comme dans toutes les autres AMAP déjà étudiées, une large majorité de citoyens actifs, pour lesquels la citoyenneté ne saurait se limiter au seul suffrage universel.

7. Loisirs. Lecture, sports de montagne, cinéma, cuisine, marche, ou musique constituent les occupations les plus citées. D'autres amapiens, moins nombreux, évoquent leur intérêt pour les voyages, le jardinage, le théâtre, le chant, le bricolage ou bien encore l'étude des médecines parallèles, les rencontres entre amis ou, comme l'écrit simplement l'une des répondantes, « beaucoup de choses à partager avec mes filles ». En d'autres termes, si l'on additionne les activités professionnelles, les engagements associatifs, syndicaux ou politiques et les loisirs, les amapiens du Queyras 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 paraissait possible, de bien vouloir hiérarchiser leurs réponses.



Les amapiens du Queyras ont placé en tête, avec 20 occurrences, la solidarité avec les agriculteurs. Suivent de très près le respect de l'environnement, la qualité des produits et le ras-le-bol des grandes surfaces, cités chacun 19 fois. Viennent ensuite, avec 17 occurrences, le souci de

la santé et la variété des produits, et enfin, en 7^{ème} et dernière position, avec 15 mentions, le contact avec d'autres consommateurs-citoyens. L'étude des réponses hié-

¹ L'examen, par taille du foyer, des 25% d'adhérents composant la tranche de 2000 à 3000 euros est, à cet égard, particulièrement significatif : on y compte 1 foyer de 2 personnes, 2 foyers de 4 personnes, 1 de 5 personnes et un seul foyer de 1 personne.

² Système d'échanges locaux.

³ Association culturelle, sociale et sportive du Queyras.

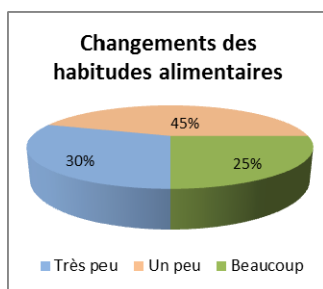
rarchisées ne modifie que très légèrement ce classement global puisque, en rang 1, la qualité des produits ravit de peu la première place à la solidarité avec les agriculteurs et que, en rang 2, la qualité des produits, la solidarité avec les agriculteurs, le respect de l'environnement et le ras-le-bol des grandes surfaces font jeu égal, tandis que l'on retrouve toujours en dernier choix le contact avec d'autres consommateurs-citoyens. Quant aux autres motivations, formulées en réponse libre, elles viennent soit confirmer ces résultats (une répondante classe ainsi 1^{ers} ex æquo la qualité des produits, la solidarité avec les agriculteurs, le respect de l'environnement et le ras-le-bol des grandes surfaces), soit souligner l'importance du « consommer local » et de la proximité géographique, particulièrement sensible en zone de montagne – « sinon les courses c'est à 30 kilomètres ! », note une autre amapienne.

Dans les réponses à la question suivante – « D'après vous, qu'est-ce qui dans votre trajectoire personnelle vous a conduit à rejoindre l'AMAP ? » – on constate d'abord que nombre d'adhérents mettent en avant leur origine familiale, souvent paysanne ou rurale, l'éducation qu'ils ont reçue, ainsi que divers événements ou choix personnels qui ont influencé durablement le cours de leur existence. « Ma mère faisait très attention à la qualité de notre nourriture. Elle avait un tout petit budget et nous ne mangions donc quasiment jamais de viande, de fromage et, pourtant, nous avons tous une santé de fer sans doute grâce à ce régime "maigre". De plus, j'ai été élevée en pleine nature durant les sept premières années de ma vie, et j'ai donc toujours été attirée par tout ce qui est naturel, c'est-à-dire ce que la nature peut spontanément nous apporter, à proximité. Mon éducation m'a portée à avoir un certain esprit critique, une intelligence "primaire", et donc consommer collectivement des produits de proximité relève pour moi du bon sens », explique ainsi l'une des répondantes. « Je suis issue d'une famille d'agriculteurs, un père maraîcher bio... plus des problèmes de santé qui m'ont donné la volonté de bien manger », « ma prise de conscience est liée au militantisme d'un frère éleveur d'ovins (...), mais aussi à la triste expérience de la maladie qui m'a rendue de plus en plus convaincue de l'impact d'une saine alimentation sur la santé », « il y a mon enracinement dans une famille paysanne et différents engagements antérieurs qui m'ont conduit à une analyse de ce qui influence notre vie, à la volonté de maîtriser ce qui nous est utile, et à des actions ou organisations précises », résumant, pour leur part, trois autres adhérents. Le bien-être des enfants, le souci d'un engagement citoyen, l'envie de devenir un consomm'acteur, en mangeant « local », « de qualité » et « avec de petits producteurs », ou bien encore « le fait de vivre dans un endroit isolé où l'on ne peut pas acheter de légumes bios », sont aussi fréquemment évoqués comme autant de facteurs qui ont favorisé l'adhésion. Enfin, on se doit également de mentionner ceux, nettement plus rares, pour lesquels avoir rejoint l'AMAP ne fait écho à aucun élément précis de leur trajectoire personnelle : « le hasard ! », répond ainsi, laconique, l'un des membres de l'association.

S'agissant des conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d'adhérer, c'est incontestablement la dimension de proximité, le fait d'avoir enfin en zone de montagne une AMAP à côté de chez soi, qui est le plus souvent cité. « L'envie existait avant l'AMAP du Queyras, mais [celle de] Guillestre était trop loin », « depuis 1971, je me nourris en bio à 90% ; dès que l'AMAP a été créée vers chez moi, j'ai trouvé tout naturel d'y adhérer tout de suite », témoignent, parmi d'autres, deux adhérentes. L'influence de membres de la famille vivant dans d'autres régions et déjà en AMAP, des discussions avec des amis eux aussi déjà adhérents, la bonne

réputation du maraîcher sont également mentionnés. D'autres répondants font, eux, référence à la difficulté de trouver une autre AMAP ou bien au problème de la taille du panier. « J'ai participé à la création de l'AMAP du Queyras car il n'y avait pas de place à celle de Guillestre », note l'une des fondatrices, « depuis la création des AMAP, je souhaitais m'engager dans une association de ce type, mais étant seul je ne pouvais prendre un panier entier ; lorsque j'ai trouvé une personne qui souhaitait partager un panier, je me suis inscrit », explique de son côté un autre membre. Enfin, pour certains, il n'y a pas eu, à proprement parler, d'élément déclencheur de la décision. « Je suis assez "écolo" dans l'âme », lit-on par exemple dans l'un des questionnaires retournés. Dans l'âme et... dans l'AMAP, est-on tenté de poursuivre !

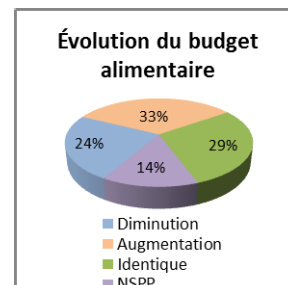
IV. Changements



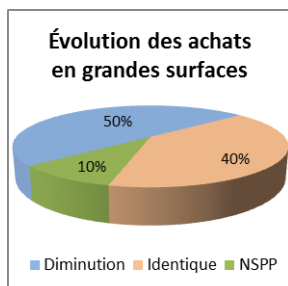
Dans le domaine des habitudes alimentaires, tous les adhérents de l'AMAP du Queyras déclarent avoir constaté des changements. Ils sont 70% à juger que ces habitudes se sont un peu (45%) ou beaucoup (25%) modifiées, les 30% restants n'observant que très peu de changement. Chez ces derniers, les explications sont rares et mettent surtout en avant une alimentation bio et des pratiques culinaires ou de jardinage déjà anciennes. Au sein des deux premiers

groupes, les principales modifications concernent le fait de cuisiner plus, de manger davantage de légumes, de chercher de nouvelles recettes pour préparer ces derniers. Avec, parfois, des conséquences inattendues... « On cuisine davantage et on prend du plaisir à refaire des plats qu'on a aimés ou à innover dans les recettes, dans les façons de manger les légumes, cuits, crus... », « nous passons beaucoup de temps dans la cuisine, notamment en fin d'été pour préparer les légumes pour l'hiver », « je cuisine plus, mais il faut le temps et la place dans le congèl ! », « les plats sont plus variés, et c'est plus difficile à faire accepter aux ados ! », expliquent plusieurs adhérentes. La question du potager, de l'autoproduction, fait aussi l'objet de nombreux commentaires, certains faisant valoir que l'AMAP leur en a donné l'envie, d'autres qu'elle les en a, au contraire, débarrassés ! « Je ne jardine plus », écrit une amapienne, « trop confortable d'avoir chaque semaine son panier de légumes ! ». Enfin, quelques adhérents ont noté que depuis leur entrée dans l'AMAP, ils recourent de plus en plus, voire désormais exclusivement, à une alimentation bio.

En ce qui concerne le budget consacré à l'alimentation, les résultats sont à la fois un peu moins fiables – 14% des personnes enquêtées ne se prononcent pas – et surtout plus contrastés. Pour 33% des adhérents ce budget a augmenté, tandis que 29% jugent qu'il est resté identique et 24% qu'il a eu au contraire tendance à diminuer. Pour ceux dont le budget a crû, les commentaires ou explications sont très variées ; si certains qualifient cette augmentation de « légère » ou de « peu significative », d'autres l'imputent au panier, « trop gros » pour eux, ou à des légumes « nouveaux dont la préparation nécessite des achats supplémentaires », quand d'autres encore font référence au « bio [qui] reste cher, hélas ! » ou évoquent simplement la « hausse du coût de la vie ». Pour ceux dont le budget n'a pas varié ou a même eu tendance à baisser, les remarques s'avèrent également diverses ; les uns soulignent la difficulté qu'ils ont, faute de comptes précis, à évaluer



la diminution, d'autres la qualifient de « nette », surtout « pendant les 6 mois de légumes », et la lie à une forte baisse, « presque de moitié », de la fréquentation des magasins, pendant que d'autres encore insistent sur les économies faites grâce à la mise en route du potager ou résumant l'évolution de leur budget en une jolie formule : « identique pécuniairement, meilleur qualitativement ».



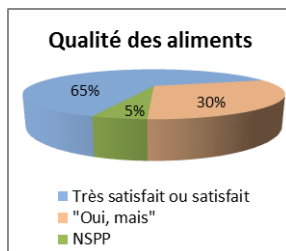
S'agissant de l'évolution des achats en grandes surfaces, les résultats sont plus probants – seuls 10% des adhérents ne se prononcent pas – mais s'avèrent également contrastés : ils sont ainsi 50% à avoir constaté une diminution tandis que 40% n'ont observé aucun changement. Ces derniers mettent l'accent sur leur refus, déjà ancien, des supermarchés, où ils n'achètent depuis longtemps plus rien ou « uniquement l'essentiel », ils évoquent également leurs habitudes d'achats en biocoops ou soulignent encore la modicité de leurs ressources. « Non, pas de changement, vu notre budget, on évite les achats inutiles », écrit ainsi une adhérente. Quant à ceux qui ont observé une diminution, leurs témoignages portent principalement sur la disparition des achats « compulsifs », « de tentation » ou « de facilité », tels que les gâteaux, friandises (biscuits, chocolats, bonbons, etc.), plats rapides à cuisiner, « produits, même bio, qui viennent de loin », ainsi que sur une moindre consommation de produits d'entretien « en dehors de la lessive ». Tous paraissent très contents de cette évolution, non seulement sur le plan alimentaire mais aussi financier, certains listant, parmi les économies réalisées, la « diminution des kilomètres », et donc des frais d'essence, consécutive à leur moindre fréquentation des grandes surfaces.

Dans le domaine des convictions – se sont-elles ou non renforcées depuis l'adhésion ? – les amapiens répondent, dans leur immense majorité, de façon positive. Parmi les principaux thèmes abordés, on rencontre d'abord l'impact de l'alimentation sur la santé ; l'adhésion à l'AMAP a rendu certains encore plus attentifs qu'ils ne l'étaient déjà à une nourriture « saine et équilibrée », elle a conforté leurs « convictions alimentaires » face à la malbouffe proposée par la société de consommation. Même si certains s'interrogent sur les conditions d'attribution des labels bio ou les raisons pour lesquelles les producteurs cherchent ou non à les obtenir, l'agriculture bio sort globalement renforcée de l'expérience acquise au travers de l'association. « Je suis convaincue que le métier d'agriculteur est un métier difficile et vraiment indispensable à notre survie, je suis convaincue que l'agriculture biologique est simplement une agriculture "normale" », affirme ainsi une adhérente. La prise d'initiative du consommateur, son engagement concret et quotidien dans la construction d'une autre société, ressortent également renforcés. « L'adhésion à l'AMAP », écrit une autre adhérente, « m'a vraiment donné le sentiment d'être acteur d'une économie différente, de ne plus être le consommateur manipulé par ceux à qui tout profite ; solidarité, humanité, surtout être de plus en plus en plus convaincue qu'une alternative est possible ! ». « Dans l'idéal », peut-on lire ailleurs, « l'AMAP devrait remplacer les deux-tiers du rayon fruits et légumes des grandes surfaces... » Tout le monde, cependant, n'est pas aussi enthousiaste, et il faut également citer cette autre répondante en plein doute sur les principes même des AMAP. « Mon adhésion (...) a suscité des interrogations : pourquoi devrais-je faire une avance de trésorerie à un agriculteur qui est en phase de croisière – ok pour un jeune en phase d'installation –, en lui payant la totalité des légumes en début de saison ? Pourquoi devrais-je faire

moi-même la distribution ? Et ça m'ennuie un peu d'être obligée toutes les semaines de prendre un panier. »

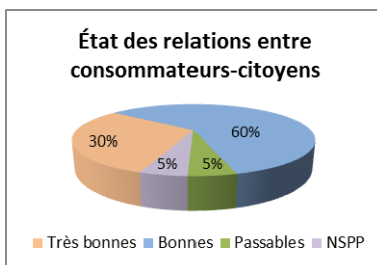
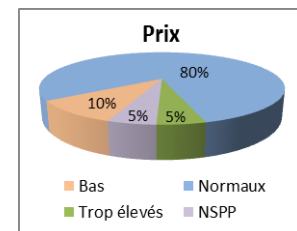
V. Bilan et perspectives

L'AMAP du Queyras fait presque l'unanimité : ils sont respectivement 70% et 25% à avoir une « très bonne » ou « bonne » opinion d'ensemble de l'association, quand seulement 5% choisissent la réponse « passable ».



En ce qui concerne la qualité des produits, les avis rendus par une large majorité d'adhérents s'avèrent également positifs : ils sont 65% à se déclarer très satisfaits ou satisfaits, tandis que 30% avancent un « oui, mais » et que 5% préfèrent ne pas se prononcer. Les premiers ne sont avares ni en compliments ni en remarques instructives sur leur état d'esprit. « Oui, oui, oui ! », « je suis très satisfaite de tous les aliments », « je suis satisfaite et j'aime l'idée de n'avoir que ce que nous propose la région dans laquelle nous vivons », notent par exemple trois amapiennes. Chez les plus hésitants, les critiques portent sur la mauvaise conservation de certains fruits et légumes, l'absence de tri de ces derniers, le défaut de nettoyage des œufs, le regret que les fromages et les poulets ne soient pas bios ou bien encore les variations de quantité. Le ton est généralement compréhensif : « il est intéressant de faire l'expérience du trop ceci ou pas assez de cela et d'en échanger avec le producteur les raisons ; comprendre les aléas d'une météo, d'un plant... pour moi, c'est positif et si je n'aime pas les bettes, c'est mon problème ! », écrit une adhérente.

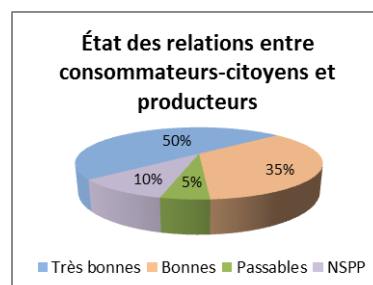
S'agissant du prix des produits, la satisfaction est quasi unanime : 90% des amapiens considèrent les prix comme bas (10%) ou normaux (80%), tandis que seulement 10% les estiment trop élevés (5%) ou ne se prononcent pas (5%). Les rares précisions apportées concernent principalement le prix des légumes, qualifié de bas, et sont là encore formulées dans un esprit d'ouverture et de solidarité avec les producteurs. « Je trouve les prix normaux globalement, chers pour le panier d'hiver, et de toute façon trop bas pour rémunérer le travail de l'agriculteur », explique l'une des répondantes.



L'avis porté sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association est aussi très positif : 90% considèrent ces relations comme très bonnes (30%) ou bonnes (60%), quand 10% les jugent passables (5%) ou préfèrent ne pas se prononcer (5%). Des commentaires des personnes satisfaites, on retiendra d'abord l'explication suivante, avancée par l'une des fondatrices : « les relations sont bonnes », écrit-elle, « car le Queyras est un petit pays et la plupart des gens se connaissaient avant l'AMAP. » D'autres adhérents, tout en appréciant l'atmosphère, font, eux, état de quelques regrets et souhaitent visiblement plus de lien et d'implication de la part des membres de l'association. « Les relations qui se font sont bonnes », mais trop souvent, « on se croise cinq minutes le temps de la distribution ; peut-être faudrait-il réfléchir à plus d'interactions », « les rencontres hebdomadaires, ainsi que les journées

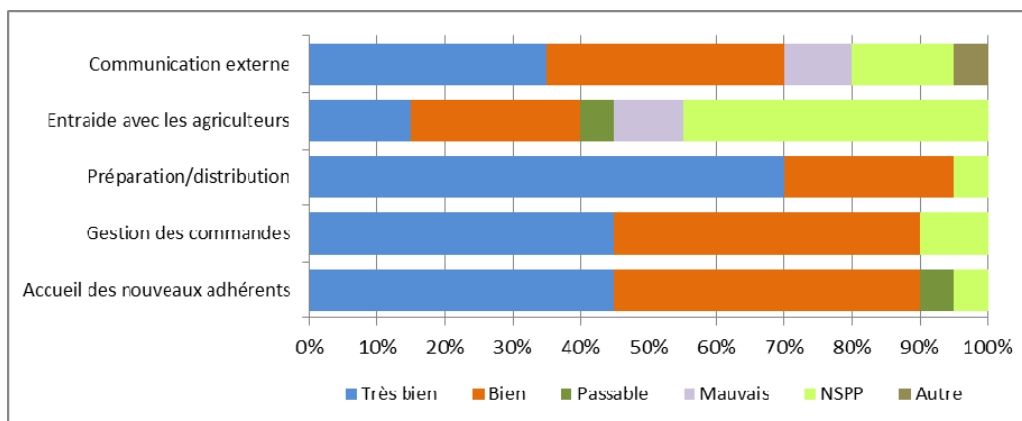
d'organisation (inscriptions, assemblées générales), favorisent une meilleure connaissance entre les amapiens ; mais il est clair que tous ne s'investissent pas de la même manière dans la vie de l'association », observent deux répondants. Le ton, cependant, n'est pas toujours aussi amène : « il y a des gens », assène un autre adhérent, « qui n'ont rien compris et qui ne comprendront jamais. »

À propos des relations entre consommateurs-citoyens et producteurs, la satisfaction est également la règle. 85% considèrent ces relations comme très bonnes (50%) ou bonnes (35%), tandis que 15% les jugent passables (5%) ou ne se prononcent pas (10%). Les principales remarques concernent le maraîcher, semble-t-il très apprécié. « Très bonnes relations pour les légumes », « il me semble qu'un bon nombre d'amapiens sont désireux de mieux connaître les conditions du travail du producteur, et même de l'aider pour telle ou telle occasion ; ils découvrent un peu mieux (...) les "risques du métier", liés principalement aux caprices de la météo et à la difficulté de maîtriser les différents nuisibles des cultures », font valoir deux adhérents. L'une des créatrices de l'association se montre, elle, plus circonspecte : « les relations sont bonnes, estime-t-elle, mais à développer par des journées de visites, d'aide où les adhérents se déplaceraient en nombre ».



En ce qui concerne le fonctionnement des différents secteurs de l'association, 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 clairement positive, avec 45% de « très bien », 45% de « bien », 5% de « passable » et 5% qui ne se prononcent pas.
- *La gestion des commandes.* Le contentement est également général, avec des résultats presque identiques aux précédents : 45% de « très bien », 45% de « bien » et 10% qui préfèrent ne pas se prononcer.
- *La préparation/distribution des aliments.* C'est le secteur qui obtient le meilleur indice de satisfaction, avec 70% de « très bien », 25% de « bien », tandis que 5% ne se prononcent pas.
- *L'entraide avec les agriculteurs.* C'est, à l'inverse, le secteur qui enregistre les moins bons résultats : 15% de « très bien », 25% de « bien », 5% de « passable », 10% de « mauvais » et un très fort taux de non-réponse de 45% très certainement lié au défaut de participation aux journées d'aide.
- *L'animation (visites, repas collectifs, etc.).* Les données quantitatives recueillies ne sont pas fiables car ce secteur est insuffisamment développé au sein de l'AMAP du Queyras (seulement 2 rencontres par an, l'AG et la journée de signature des contrats au printemps).
- *L'organisation de la communication externe.* Les résultats sont globalement positifs (35% de « très bien », 35% de « bien »), mais on note tout de même 10% de « mauvais », 15% qui ne se prononcent pas et 5% qui choisissent la réponse « autre » en mentionnant « peut mieux faire ».



À la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « Avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » –, les réponses données concernent d'abord l'organisation interne de l'AMAP. Il faut « envisager d'autres temps de rencontres conviviaux pour favoriser les relations entre consommateurs-citoyens », il faut « toujours plus de bénévoles et que les rôles soient mieux définis en s'organisant peut-être en association loi 1901 », « le citoyen ordinaire ne se doute pas de tout ce qui est à faire pour qu'une association comme celle-là puisse fonctionner ; peut-être les AG devraient-elles être l'occasion, pour le bureau, de présenter tout ce qui a été fait concrètement pour son fonctionnement », proposent ainsi plusieurs adhérents. Les questions de communication externe sont également abordées, une amapienne suggérant « un référencement sur le site d'Alliance Provence », ainsi que « plus de lien avec tout ce qui gravite autour de l'AMAP » qu'il s'agisse d'autres groupes ou de rencontres de réflexion. Enfin, pour là encore mieux faire connaître l'AMAP, une dernière proposition porte sur la « possibilité extraordinaire » qui serait donnée « par exemple à un touriste » d'acheter un panier si la production et la gestion des stocks le permettent.

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, responsables de 70% 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 amapiens du Queyras établissent la moyenne d'âge à 45,9 ans, montrent que le couple (marié, pacsé, en concubinage ou union libre) constitue le modèle dominant (74%) et que le niveau d'études est assez élevé puisque 58% des adhérents 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 du Queyras font apparaître un profil de personnes plutôt très actives et impliquées dans la vie citoyenne ;
4. Le principe de proximité, à la base du système des AMAP, est pleinement respecté : 65% des adhérents parcourent une distance inférieure ou égale à 10 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, pendant que les 35% restants se situent entre 10 et 15 kilomètres du lieu de distribution ;

5. L'étude en classement global, puis par rang, des raisons qui ont conduit à l'adhésion montre que la solidarité avec les agriculteurs a constitué la première motivation, devançant de peu la qualité des produits, le respect de l'environnement et le ras-le-bol des grandes surfaces ;
6. L'idée reçue selon laquelle le consommateur bio ou assimilé bio disposerait d'un revenu élevé est clairement contredite ici par les informations financières recueillies : 60% des foyers disposent de moins de 2000 euros de revenus mensuels et 85% de moins de 3000 euros, sachant, de plus, que parmi les foyers composant la tranche 2000-3000 euros on trouve un foyer de deux personnes, deux foyers de quatre personnes, un foyer de cinq personnes et seulement un de une personne ;
7. Une autre idée reçue – l'augmentation obligée, avec le passage à la nourriture bio ou assimilée bio, du budget alimentaire du foyer – se trouve, au moins partiellement, remise en cause. Si pour 33% ce budget est perçu à la hausse, 29% estiment en effet qu'il n'a pas varié et 24% qu'il a baissé, tandis que 14% 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 nettement positive : 70% ont une « très bonne » opinion, 25% une « bonne » et seulement 5% optent pour la réponse « passable ». Des critiques sont toutefois émises à propos de la mauvaise conservation de certains fruits et légumes, l'absence de tri de ces derniers, le défaut de nettoyage des œufs, certains adhérents regrettant, par ailleurs, que les fromages et les poulets ne soient pas bio. De plus, d'après l'étude des différents secteurs d'activité et les suggestions des adhérents, l'entraide avec les agriculteurs, l'animation et, dans une moindre mesure, la communication externe mériteraient d'être développées, ce qui nécessiterait une plus grande participation de tous à la vie de l'association. Enfin, comme tant d'autres AMAP, l'AMAP du Queyras se voit confrontée à des tensions internes entre simples consommateurs et véritables consom'acteurs.

Annexe

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.
