

Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAP de Wimmenau ?

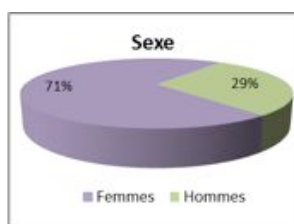
PIERRE BITOUN, INRA-SADAPT
CATHERINE LEFEBVRE, INRA-SADAPT

Créée en janvier 2012, située à Wimmenau dans le département du Bas-Rhin (67), l'Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) « Collectif potager de Wimmenau » rassemblait en septembre-octobre 2012, au moment de la réalisation de cette enquête, 15 familles adhérentes et un producteur, un maraîcher bio également enseignant en agro-écologie. Le prix du panier était de 15 euros et la distribution avait lieu tous les vendredis, en fin d'après-midi, sous le préau de l'école primaire de Wimmenau.

Afin de mieux cerner qui sont ces « 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

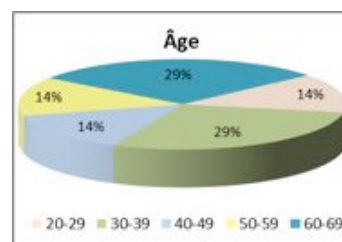
Sur les 15 questionnaires distribués, 7 ont été remplis. Ce taux de retour élevé, de près de 47%, est l'un des meilleurs que nous ayons enregistré depuis le démarrage de la recherche. Il est certainement lié à la conjonction de deux facteurs favorables, d'une part la petite taille de l'association et, d'autre part, la nature du public touché, qui s'est senti particulièrement concerné par sa participation à l'AMAP et, plus généralement, à toute forme d'action citoyenne.



Sur les 7 questionnaires renseignés, 71% l'ont été par des femmes et 29% par des hommes. Cette forte féminisation des retours, récurrente dans nos enquêtes¹, 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 ans, les femmes étant sensiblement plus jeunes (37,2 ans) que les hommes (45 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 29 ans et la doyenne 64 ans – et, d'autre part, la répartition des adhérents par tranche d'âge : les tranches 30-39 ans et 60-69 ans représentent chacune 29% de l'effectif total, tandis que les 20-29 ans, 40-49 ans et 50-59 ans sont de proportion égale (14%).

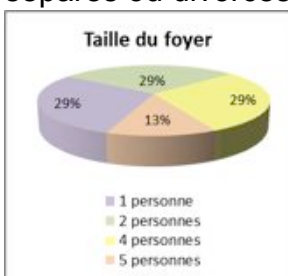


¹ Cf. nos autres rapports de synthèse par AMAP, disponibles sur <http://pierrebitoun.canalblog.com/>



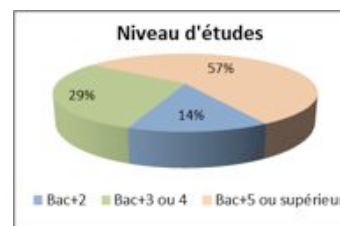
2. *Résidence.* Au vu des communes de résidence, le principe de proximité à la base du système des AMAP est bien respecté : 57% des adhérents parcourent une distance inférieure ou égale à 10 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, les 43% restants se situant entre 10 et 20 kilomètres du point de distribution.

3. *Situation familiale.* Les couples mariés (43%) ou vivant en concubinage, Pacs ou union libre (14%) représentent plus de la moitié (57%) des adhérents, les 43% restants étant séparés ou divorcés.

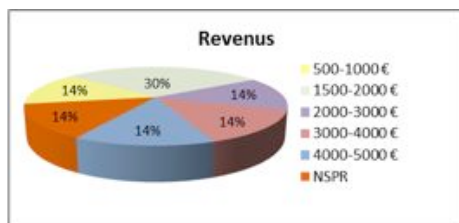


En ce qui concerne la taille du foyer, les foyers de 1, 2 et 4 personnes s'établissent à un niveau égal (29%), devançant largement ceux de 5 personnes (13%), tandis que l'on ne rencontre aucun foyer de 3 ou de plus de 5 personnes.

4. *Études et professions.* Tandis qu'aucun amapien n'a arrêté ses études après un diplôme de niveau 5 (BEP/CAP) ou 4 (Bac général ou professionnel), ils sont 14% à avoir atteint le niveau 3 (Bac+2), 29% le niveau 2 (Bac+3 ou 4) et 57% le niveau 1 (Bac+5 ou supérieur). On constate donc que le niveau d'études des adhérents est élevé puisque 86% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3. Quant aux professions, elles recouvrent plusieurs secteurs d'activité : enseignement, informatique, environnement ou spectacle. Enfin, on observe une proportion importante de retraités (29%).



5. *Revenus.* 86% des adhérents ont accepté de répondre à la question concernant leur niveau de revenu. Si aucun foyer ne se déclare dans la tranche la plus basse (moins de 500 euros), ils sont 14% à disposer d'un revenu de 500 à 1000 euros. De 1000 à 1500 euros on n'enregistre à nouveau aucun foyer, tandis que la tranche immédiatement supérieure, de 1500 à 2000 euros, est la plus fournie, avec 30% de l'effectif total. Au-dessus, de 2000 à 3000 euros, de 3000 à 4000 euros et de 4000 à 5000 euros, se rassemble à niveau égal (14%) le reste des foyers, la tranche la plus élevée (plus de 5000 euros) ne comptant aucune famille adhérente. Au total, la situation financière des amapiens de Wimmenau est donc assez contrastée, avec 28% des foyers au-dessus de 3000 euros et 58% en dessous, et l'idée répandue selon laquelle le consommateur bio serait forcément aisé ne se trouve pas confirmée par les chiffres recueillis : près d'un sixième des foyers dispose en effet de moins de 1000 euros pour vivre et 44% de moins de 2000 euros.



6. *Autres engagements.* S'agissant des autres adhésions associatives, syndicales ou politiques, ils sont 86% à en déclarer au moins une, certains en ayant même plu-

sieurs. Dans le domaine associatif, le plus fréquent, on constate que la participation concerne prioritairement des associations environnementales, d'éducation populaire et de mobilisation citoyenne comme ATTAC ou bien encore des organisations sportives ou d'ordre professionnel. Dans le domaine syndical, une personne est adhérente à la CFDT et, en matière politique, une autre est membre de l'un des partis du Front de Gauche. En conclusion, on retrouve au sein de l'AMAP de Wimmenau, comme dans toutes les autres AMAP déjà étudiées, une majorité de citoyens plutôt actifs, pour lesquels la citoyenneté ne saurait se limiter au seul suffrage universel.

7. *Loisirs*. Lecture, randonnée, cinéma, spectacles et jardinage constituent les occupations les plus citées. Viennent en second lieu le sport, le bricolage, la musique, la peinture, la cuisine ou bien encore le « temps consacré aux petits-enfants ». En d'autres termes, 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 demandions aussi, si cela leur paraissait possible, de bien vouloir hiérarchiser leurs réponses.

Les amapiens de Wimmenau répartissent de façon très homogène les motifs de leur adhésion à l'association. La qualité des produits et le respect de l'environnement arrivent en effet en tête, avec 7 occurrences chacun, suivis de très près par le souci de



la santé, la solidarité avec les agriculteurs et le contact avec d'autres consommateurs-citoyens, cités tous trois 6 fois ; viennent enfin en 6^{ème} et dernière position ex-aequo la variété des produits et le ras-le-bol des grandes surfaces, avec 5 occurrences chacun. L'étude des réponses hiérarchisées ne modifie pas ou peu ce classement global :

en rang 1, le respect de l'environnement, puis la solidarité avec les agriculteurs et la qualité des produits sont majoritairement choisies, tandis qu'en rang 2 c'est la solidarité avec les agriculteurs qui est prioritairement sélectionnée et en rang 3 le respect de l'environnement.

En ce qui concerne les autres motivations, formulées en réponse libre, elles viennent principalement confirmer les choix précédents par l'insistance donnée au respect de l'environnement et à la solidarité locale avec le producteur. Je suis à l'AMAP « pour une autre organisation des circuits de production, pour la relocalisation de la production agricole (...), pour la valorisation des métiers agricoles, le développement d'un autre type d'agriculture, respectueux des hommes et de l'environnement », note une adhérente. « L'AMAP est pour moi l'un des meilleurs exemples pratiques de développement durable : consommation locale, de saison, en lien direct avec le producteur dans un rapport gagnant-gagnant », fait valoir un autre membre de l'association.

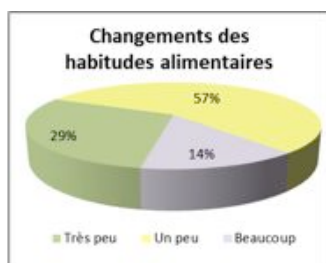
Enfin, le gain financier lié à l'adhésion est aussi mentionné : « c'est économique pour un panier familial (15 euros/semaine + contribution de 3 jours d'entraide dans l'année), c'est économique aussi car moins de temps passé dans les magasins et donc moins de tentation », explique une amapienne.

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 ? » – s'avèrent généralement succinctes, voire laconiques. Toutefois on enregistre, ici comme dans bien d'autres AMAP, la mise en avant de certains thèmes-clés tels que l'engagement citoyen, l'influence de la famille ou des choix professionnels. Il s'est agi pour moi, résume par exemple un adhérent, d'un « engagement citoyen en lien avec mes convictions personnelles profondes et en adéquation avec mon activité professionnelle ». Plus rarement évoquée dans nos autres enquêtes, les croyances religieuses paraissent avoir aussi joué dans le cheminement vers l'adhésion : « responsabilité citoyenne et chrétienne et volonté éducative envers nos enfants », note ainsi une amapienne.

Concernant les conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d'adhérer, les réponses sont plus fournies. Pour certains, il n'y a pas eu de véritable déclic mais plutôt la concrétisation d'un désir d'agir plus ou moins ancien. « Je cherchais une AMAP depuis un certain temps, le hasard de la lecture d'un article dans un journal régional a fait le reste », je souhaitais « être acteur et décider d'un mode consommation plus juste et responsable », « j'ai suivi le développement du projet à sa source et cela coïncidait pour moi avec l'envie de créer une AMAP, et plus généralement une dynamique de transition avec d'autres citoyens. Je m'y suis donc immédiatement engagé en tant qu'acteur », expliquent ainsi trois adhérents. Pour d'autres, ce sont des proches – « mon ex-conjoint, mes parents » – ou bien encore la proximité géographique qui ont servi de déclencheurs : « J'ai appris par un des réseaux auquel j'appartiens qu'il y avait ce projet de création d'AMAP assez près de chez moi ; j'y ai donc, tout naturellement, adhéré ».

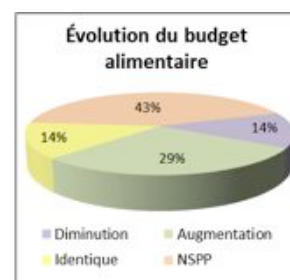
IV. Changements

Dans le domaine des habitudes alimentaires, tous les membres de l'AMAP de Wimmenau déclarent avoir observé des changements. Ils sont 71% à juger que ces habitudes se sont un peu (57%) ou beaucoup (14%) modifiées, les 29% restants ne constatant que très peu de changement. Assez logiquement, les commentaires apportés se divisent en deux groupes distincts. Les uns mettent en avant le fait qu'ils n'ont pas noté de « modification significative », « très peu voire pas » de changement, ou ils font encore référence à leur ancienneté dans le bio : mes habitudes ont « un peu changé, oui, pas dans le fond puisque j'achetais déjà bio, mais plutôt dans la forme de consommation puisque j'achetais plutôt en supermarché qui était la seule offre vraiment disponible sur mon territoire »,



écrit ainsi l'un des adhérents. Les autres insistent, eux, sur le fait de cuisiner plus, de manger davantage de légumes, quelquefois avec un enthousiasme non dissimulé ! « Je cuisine beaucoup plus avec un immense plaisir, je découvre de nouveaux produits, de nouvelles recettes. Nous mangeons moins de viande, moins de féculents. Je suis en meilleure forme ! », explique une amapienne.

En ce qui concerne le budget consacré à l'alimentation, les résultats sont à la fois moins fiables – 43% des amapiens préfèrent ne pas se prononcer – et plus contrastés : pour 29% des adhérents ce budget a augmenté, tandis que 14% jugent qu'il est resté identique et 14% également qu'il a eu tendance à diminuer. Pour les non-réponses, l'explication réside essentiellement dans la création récente de l'AMAP qui n'a pas encore permis de se livrer à des calculs : « la durée de l'abonnement est encore trop courte, mes dépenses ont augmenté mais de combien ? », s'interroge par exemple une adhérente, un autre faisant simplement valoir qu'« il ne s'est pas encore posé la question de cette manière ». Dans les autres groupes, les commentaires sont, à nouveau, assez réduits et se bornent généralement à fournir une estimation sans véritable explication – « 30% de moins », « en légère augmentation, de quelques % » – ou soulignent encore des situations particulières. « Mon budget n'a pas vraiment changé puisque je donne la plupart du temps une partie de mon panier à d'autres membres ; mon panier est en effet un peu surdimensionné pour moi qui suis pas mal en déplacement », observe ainsi un adhérent.



S'agissant de l'évolution des achats en grandes surfaces, les résultats sont plus nets : ils sont 71% à avoir constaté une diminution et 29% à n'avoir noté aucun changement. Dans leurs remarques additionnelles, ces derniers mettent en avant le fait qu'ils continuent d'aller au supermarché pour les autres besoins alimentaires et non alimentaires, « au moins pour l'instant », et ils insistent aussi sur la consommation déjà raisonnée, évitant au maximum les « achats inutiles » qu'ils faisaient antérieurement à leur adhésion à l'AMAP. Tous les autres adhérents ont, eux, non seulement abandonné les achats de légumes en grande surface, les « produits d'appel et de tête de gondole » qu'il leur arrivait d'acquérir, mais ils ont aussi constaté que leur fréquentation des supermarchés est en nette diminution. « J'ai recours le plus souvent possible aux achats dans des commerces de proximité ou directement chez les producteurs », note par exemple une amapienne.

Dans le domaine des convictions – se sont-elles ou non renforcées depuis l'adhésion ? – la plupart des amapiens de Wimmenau répond de façon positive. « La confirmation, note une adhérente, est totale et nous avons désormais la volonté de veiller sur tous nos postes de consommation ». Avec plus de ferveur encore, une autre fait remarquer que « quand on veut quelque chose pour le bien de tous on y arrive ! Se mobiliser à plusieurs dans un même but permet de faire avancer les choses plus rapidement ; il suffit de la volonté d'une personne convaincue pour faire se déplacer les montagnes ». Cet enthousiasme n'est cependant pas partagé par tous et l'on perçoit bien, dans certaines réponses, la trace d'interrogations, voire de tensions internes. « Je me pose la question de ce qui dans l'adhésion à l'AMAP va au-delà du simple souci de manger plus sainement ou/et de céder à un effet de "mode" », écrit une adhérente. Un autre amapien se montre, lui, beaucoup plus véhément, stigmatisant les éventuelles dérives de l'agriculture biologique. Son commentaire, un peu long mais bien troussé et emblématique de débats qui traversent la mouvance bio, mérite d'être cité dans son intégralité : « je n'ai aucune compétence pour juger si l'agriculture biologique est un bienfait pour l'humanité ou si ce n'est qu'un argument de vente ; par

contre étant athée, matérialiste et rationaliste je n'adhère pas du tout aux thèses ésotériques que semblent professer certains défenseurs de l'agriculture bio – dans cette AMAP ou peut-être chez tous les producteurs bio ? –. Le bio n'est-il qu'une secte "New Age" à l'instar de l'agriculture biodynamique ? Faut-il, si l'on veut éviter l'utilisation intensive de pesticides, adhérer à tous les délires irrationalistes ? Consommer plus de produits locaux, diminuer l'épandage de pesticides, respecter l'agriculteur me semblent de bonnes choses, mais pour moi il n'est pas question de me laisser embrigader dans une pseudo-secte, fût-elle animée par les meilleures intentions du monde. Les chemins de l'enfer sont pavés de bonnes intentions ! »

V. Bilan et perspectives

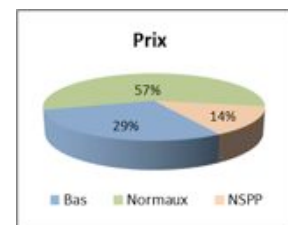
L'AMAP de Wimmenau, en dépit de ces quelques questionnements ou divergences, recueille le satisfecit d'une large majorité de ses adhérents. Ils sont ainsi 72% à avoir une très bonne (43%) ou bonne (29%) opinion d'ensemble de l'association, tandis que les 28% restants choisissent « passable » (14%) ou préfèrent ne pas se prononcer (14%).

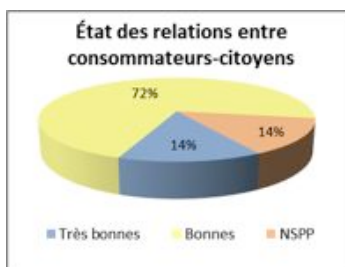
En ce qui concerne la qualité des produits, on retrouve des proportions similaires : 71% sont satisfaits ou très satisfaits, 29% émettent des réserves, le plus souvent mineures, qui correspondent plutôt à un « oui, mais ». Les critiques concernent tout ou partie des légumes, trop petits ou en quantité insuffisante, mais sont toujours assorties de remarques compréhensives – « je suis conscient, écrit par exemple un adhérent, des difficultés liées au démarrage d'une production » – et les témoignages d'une amélioration progressive sont également fréquents : « Les légumes étaient petits et plus difficiles à préparer entre avril et début juin. Tout l'été était fantastique ! », lit-on ainsi sous la plume d'une amapienne. Enfin, d'autres adhérents n'hésitent pas à complimenter sans réserve aucune le producteur – « très satisfait », « oui, complètement ! » – ou reviennent encore sur le sens de leur engagement. « La question, explique une autre amapienne, n'est pas, fondamentalement, de savoir si les produits donnent satisfaction. Il se trouve (...) que dans cette AMAP les produits sont bons et, comme le



souci n'est pas, prioritairement, de manger plutôt ceci que cela, je m'accommode des produits du panier et je les déguste avec plaisir et je fais partager ce plaisir. L'engagement dans une AMAP signifie aussi d'être solidaire du producteur et il se peut donc que l'on ne trouve pas dans son panier exactement les produits que l'on souhaiterait, ou que l'on a l'habitude de cuisiner et/ou de manger. »

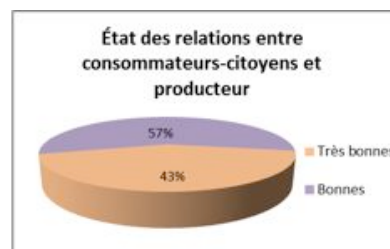
S'agissant du prix des produits, la satisfaction est encore plus nette : 86% des amapiens considèrent les prix comme bas (29%) ou normaux (57%), tandis que seulement 14% ne désirent pas se prononcer. Les commentaires sont rares et soit redoublent le résultat statistique – « bon rapport qualité-prix », note brièvement un adhérent –, réitèrent le choix de la solidarité – « l'adhésion à l'AMAP suppose que l'on est disposé à prendre le « panier » tel qu'il est ; je ne vais pas, après, chercher à savoir si j'aurais pu acheter des carottes ou du chou moins cher ailleurs (...) ou alors je n'ai rien compris au système des AMAP(s) ! » – ou proposent encore des améliorations (cf. *infra*, p. 6.).





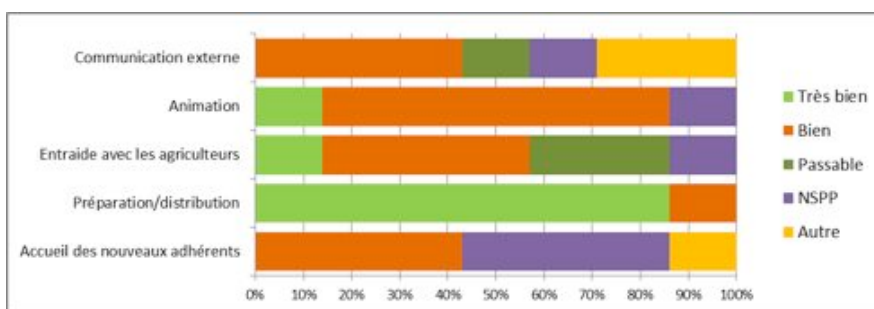
Les avis portés sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association et entre ces derniers et le producteur s'avèrent, eux aussi, très majoritairement positifs : dans le premier cas, 86% jugent ces relations très bonnes (14%) ou bonnes (72%), tandis que 14% ne se prononcent pas ; dans le second les résultats sont encore meilleurs, avec 43% de très bonnes relations et 57% de

bonnes. Une seule adhérente émet un commentaire, qui vient légèrement modérer le satisfecit général : « je dirais, écrit-elle, de très bonnes avec un réel souci de partage des compétences de la part du producteur et une réelle solidarité de la part des "consomm'acteurs" à quasi inexistantes pour les amapiens qui restent justement très "consommateurs" ».



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.* C'est le secteur, avec la communication externe (cf. infra), qui obtient les moins bons résultats, avec 43% de « bien » et 57% d'adhérents qui ne se prononcent pas (43%) ou choisissent la réponse « autre » (14%).
- *La gestion des commandes.* Ce type d'activité n'existe pas au sein de l'AMAP de Wimmenau.
- *La préparation/distribution des aliments.* C'est le secteur qui obtient le meilleur indice de satisfaction, avec 86% de « très bien » et 14% de « bien ».
- *L'entraide avec les agriculteurs.* La satisfaction est majoritaire (14% de « très bien » et 43% de « bien »), mais on note tout de même 29% de « passable » et 14% qui ne se prononcent pas.
- *L'animation (visites, repas collectifs, etc.).* Les résultats sont très positifs, puisqu'on enregistre 14% de « très bien », 72% de « bien » et 14% qui ne se prononcent pas.
- *L'organisation de la communication externe.* C'est, avec l'accueil des nouveaux adhérents, le secteur qui dispose du moins bon taux de satisfaction, avec 43% de « bien », 14% de « passable » tandis que 14% ne se prononcent pas et 29% sélectionnent la réponse « autre ».



Au travers de leurs remarques additionnelles, les adhérents font surtout valoir que l'AMAP étant de création très récente, il leur faut le temps de « se rôder » et d'améliorer les secteurs où l'expérience manque encore ou qui sont les moins satisfaisants : accueil, communication externe ou, à un moindre degré, animation.

À la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « Avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » –, les réponses portent principalement sur la nécessité d'augmenter et de diversifier les produits disponibles en contractant avec d'autres producteurs et en mettant en place des achats groupés, ainsi que sur les efforts à entreprendre pour mieux faire connaître l'AMAP et faciliter l'entrée de nouveaux membres. « Plusieurs paniers, dont un petit pour une personne, serait un plus », « pourquoi ne pas faire ponctuellement des ateliers cuisine ouverts au public pour faire découvrir l'AMAP et ses produits autrement ? », proposent ainsi deux adhérentes. Plus prudente ou avisée quant au fonctionnement des associations, une troisième amapienne déclare, elle, avoir des idées tout en préférant ne pas en faire part dans le cadre de l'enquête car « cela doit se penser et se faire collectivement ».

Conclusion

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

1. Assurant toujours un rôle majeur dans l'alimentation du foyer, les femmes, responsables de 71% 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 de Wimmenau établissent la moyenne d'âge à 45 ans, montrent que le couple marié (43%) ou vivant en concubinage, Pacs ou union libre (14%) représentent plus de la moitié (57%) des adhérents et que le niveau d'études est relativement élevé puisque 86% 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 Wimmenau 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 bien respecté : plus de la moitié (57%) des adhérents parcourent une distance inférieure ou égale à 10 kilomètres entre leur domicile et le lieu de distribution, les 43% restants effectuant, eux, entre 10 et 20 kilomètres ;
5. L'étude, en classement global et par rang, des raisons qui ont conduit à l'adhésion fait apparaître une grande homogénéité des choix, le respect de l'environnement, la qualité des produits et la solidarité avec les agriculteurs constituant les trois principales motivations ;
6. L'idée répandue selon laquelle le consommateur bio disposerait forcément d'un revenu élevé est infirmée par les informations financières recueillies : seulement 28% des foyers dépassent 3000 euros de revenus mensuels, tandis que 14% se situent à moins de 1000 euros et 44% à moins de 2000 euros ;
7. L'idée reçue selon laquelle le passage à la nourriture bio entraînerait inévitablement une augmentation du budget alimentaire du foyer se trouve, elle, partielle-

ment remise en cause. Si pour 29% ce budget est perçu à la hausse, 28% estiment qu'il n'a pas varié (14%), ou qu'il a eu même tendance à diminuer (14%). Ce résultat doit toutefois être regardé avec circonspection, en raison du fort taux de non-réponses (43%) lié à la création récente de l'AMAP et, donc, au manque de recul des adhérents ;

8. L'opinion d'ensemble des amapiens à l'égard de leur association est positive : près des trois-quarts des adhérents (72%) ont une « très bonne » (43%) ou « bonne » (29%) opinion, les 28% restants se partageant à niveau égal entre non-réponse et « passable ». Des réserves sont émises à propos de la taille et de la quantité des légumes, mais ces critiques restent mineures et empreintes d'un fort esprit de solidarité et de compréhension à l'égard du maraîcher, tout nouvellement installé. L'étude des différents secteurs d'activité fait, elle, apparaître des succès – préparation et distribution des aliments par exemple –, mais aussi des fragilités – accueil des nouveaux adhérents, communication externe ou, à un moindre degré, animation – liées à la jeunesse de l'association et à son nécessaire rodage. Enfin, comme bien d'autres AMAP ou associations, l'AMAP de Wimmenau se trouve confrontée à quelques tensions internes (clivage consomm'acteurs-consommateurs, divergences autour des conceptions « rationnelle » ou « mystique » de l'agriculture biologique, etc.), mais celles-ci ne paraissent pas affecter, outre mesure, ni la cohésion ni la volonté collective du groupe.

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.
