

## Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAP d'Assat ?

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

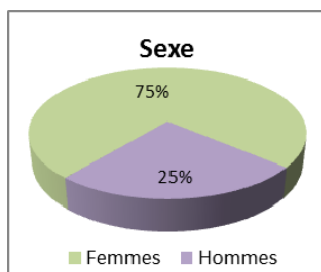
Créée en 2004, située dans les Pyrénées-Atlantiques (64), l'Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) d'Assat rassemblait, en avril-mai 2013, au moment de la réalisation de cette enquête, 46 familles adhérentes. Grâce à 15 producteurs, bios ou non, celles-ci pouvaient se fournir en légumes, volailles (poulet, pintades, caille, canette, lapin), viandes (veau, bœuf, agneau, chevreau), fruits (fraise, myrtille, pêche, pomme, kiwi), fromages de chèvre et brebis, lait, œufs, yaourt, fromage blanc, miel et pain. Le prix du panier était de 14, 11 ou 9 euros selon le type de contrat et de légumes et la livraison avait lieu tous les jeudis de 18h00 à 19h00 dans une grange, à côté de l'église.

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 46 questionnaires distribués, 13 ont été remplis. Même s'il ne figure pas parmi les meilleurs résultats enregistrés lors de nos précédentes enquêtes, ce taux de retour, d'un peu plus de 28%, peut être qualifié de satisfaisant. Il tient probablement lié à la nature même du public touché, qui s'est senti concerné par sa participation à l'AMAP et, plus généralement, à toute forme d'action citoyenne.



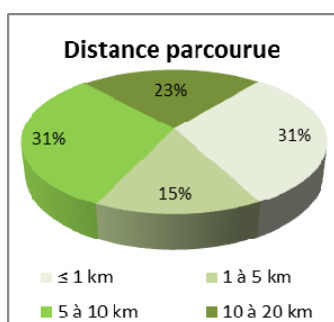
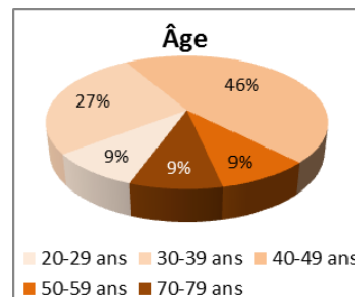
Sur les 13 questionnaires renseignés, 75% l'ont été par des femmes et 25% par des hommes. Cette féminisation des retours, récurrente dans nos enquêtes<sup>1</sup>, renvoie sans aucun doute au rôle majeur joué par les femmes dans l'alimentation.

---

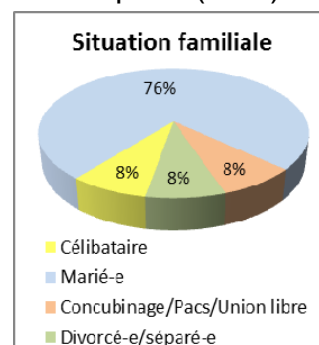
<sup>1</sup> Cf. nos autres rapports de synthèse par AMAP, disponibles sur <http://www6.versailles-grignon.inra.fr/sadapt/Equipe-Proximites/Membres//Bitoun-publications> et <http://pierrebitoun.canalblog.com/>

## II. Indications biographiques

1. **Âge.** L'adhérent a en moyenne 44,1 ans, les femmes étant légèrement plus âgées (44,8 ans) que les hommes (42,3 ans). Ce résultat masque néanmoins un important brassage de générations dont témoignent, d'une part, l'écart maximal de l'âge au sein de l'association – la benjamine a 25 ans et la doyenne 73 ans<sup>2</sup> – et, d'autre part, la répartition des adhérents par tranche d'âge : les 40-49 ans viennent en tête avec 46%, suivis des 30-39 ans (27%), les 20-29 ans, 50-59 ans et 70-79 ans étant de proportion égale (9%).

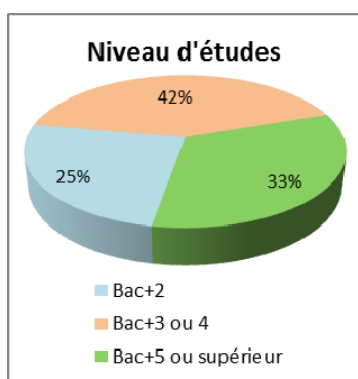
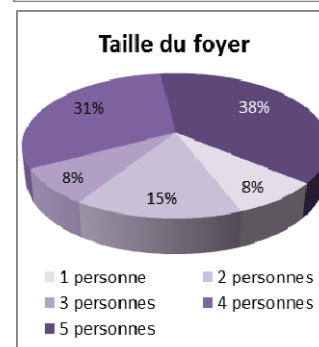


2. **Résidence.** Le principe de proximité à la base du système des AMAP est bien respecté : 31% des adhérents parcourent une distance inférieure à 1 km, 15% entre 1 et 5 kilomètres, 31% de 5 à 10 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, quand un peu moins d'un quart (23%) se situent entre 10 et 20 kilomètres.



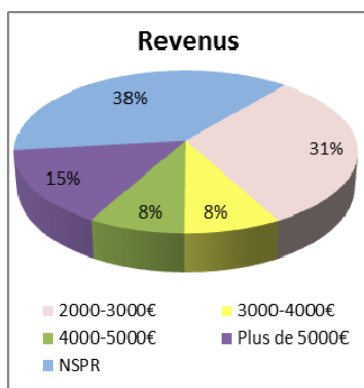
3. **Situation familiale.** Le couple marié constitue le modèle dominant. Il concerne 76% des membres, auxquels il convient d'ajouter, pour 8% des adhérents, d'autres situations de couple (concubinage, Pacs, union libre) ; les célibataires et les divorcés ou séparés de fait complètent l'effectif total, s'établissant chacun au même niveau (8%).

S'agissant de la taille du foyer, le couple avec 3 enfants arrive en tête (38%), suivi par les couples avec 2 enfants (31%), puis les foyers de 2, 1 et 3 personnes qui représentent respectivement 15%, 8% et 8%.



4. **Études et professions.** Tandis qu'aucun amapien ne s'est arrêté au niveau 5 (BEP/CAP) ou 4, (Bac général ou professionnel), ils sont 25% à détenir un diplôme de niveau 3 (Bac+2), 42% de niveau 2 (Bac+3 ou 4) et 33% de niveau 1 (Bac+5 ou supérieur). On constate donc que le niveau d'études est très élevé puisque 75% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3. Représentatives de la classe moyenne, les professions recouvrent plusieurs secteurs d'activité : éducation, santé, informatique, environnement, commerce, etc.

<sup>2</sup> Ou plus car l'une des amapiennes a préféré ne pas divulguer son âge exact et porter en réponse « canonique ! »



5. *Revenus.* Une proportion considérable d'adhérents, 38%, n'a pas souhaité répondre à la question. Tandis qu'aucun foyer ne se déclare dans les quatre tranches les plus basses proposées dans le questionnaire (moins de 500 euros, de 500 à 1000 euros, de 1000 à 1500 euros et de 1500 à 2000 euros), ils sont 31% à disposer d'un revenu de 2000 à 3000 euros, 8% de 3000 à 4000 euros, 8% de 4000 à 5000 euros et, enfin, 15% à se ranger dans la tranche supérieure à 5000 euros. Malgré le manque de fiabilité de ces résultats lié au fort taux de non répondants, on peut donc penser que l'idée

répandue selon laquelle le consommateur bio dispose d'un revenu élevé se trouve donc plutôt confirmée par les informations financières recueillies puisque près des deux-tiers des foyers se situent au-dessus de 2000 euros mensuels, près d'un tiers au-dessus de 3000 euros mensuels, et que cette dernière proportion aurait certainement été bien plus importante encore si plus d'adhérents avaient accepté de répondre à la question.

6. *Autres engagements.* S'agissant des autres adhésions associatives, syndicales ou politiques, ils sont 69% 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 à vocation médicale, culturelle, environnementale, d'éducation populaire ou bien encore liées au commerce équitable. En matière syndicale, aucun amapien ne déclare d'appartenance et, dans le domaine politique, on compte deux adhésions à des organisations membres du Front de Gauche et un conseiller municipal sans précision d'étiquette. Au total, on retrouve au sein de l'AMAP d'Assat, comme dans bien d'autres AMAP déjà étudiées, une majorité de citoyens plutôt actifs, pour lesquels la citoyenneté ne saurait se limiter au seul suffrage universel ; mais on observe aussi l'ampleur de la désaffection à l'égard des syndicats, caractéristiques de l'époque et de l'ensemble de la population française.

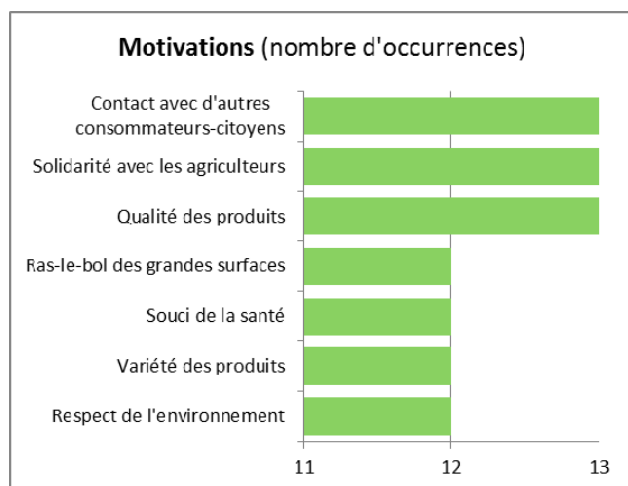
7. *Loisirs.* Lecture, sport, jardinage, cinéma, cuisine et bricolage constituent les occupations les plus citées. D'autres activités telles que le tourisme, la musique, le dressage canin, les voitures anciennes, la voyance ou bien encore l'étude géotellurique des lieux sacrés sont également mentionnées. En conclusion, si l'on additionne les activités professionnelles, les engagements associatifs et les loisirs, les amapiens s'avèrent, à l'image de bon nombre de leurs contemporains, des personnes bien occupées.

### III. Motivations

---

Nous proposons 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.

Les résultats font d'abord apparaître une très forte homogénéité des motifs d'adhésion. Arrivent ainsi 1<sup>ers</sup> ex-aequo, crédités chacun de 13 occurrences, le



contact avec d'autres consommateurs-citoyens, la solidarité avec les agriculteurs et la qualité des produits, tandis que les quatre autres raisons proposées, soit le ras-le-bol des grandes surfaces, le souci de la santé, la variété des produits et le respect de l'environnement recueillent chacune 12 citations. L'étude des réponses hiérarchisées modifie quelque peu ce classement global : en rang 1, on retrouve la solidarité avec les agriculteurs, devant de peu la qualité des produits, puis le respect de

l'environnement, le ras-le-bol des grandes surfaces et, enfin, le contact avec d'autres consommateurs-citoyens et la variété des produits ; en rang 2, le souci de la santé, la qualité des produits et le respect de l'environnement font jeu égal, devant la solidarité avec les agriculteurs et le ras-le-bol des grandes surfaces, le contact avec d'autres consommateurs-citoyens et la variété des produits se plaçant toujours en fin de liste ; enfin, en rang 3, souci de la santé, qualité des produits, respect de l'environnement, ainsi que ras-le-bol des grandes surfaces, se classent 1<sup>ers</sup> ex-aequo, suivis à niveau égal par la solidarité avec les agriculteurs et le contact avec d'autres consommateurs-citoyens, tandis que la variété arrive en dernière position.

Au total, on constate donc que le contact avec d'autres consommateurs-citoyens et la variété des produits n'ont pas constitué des éléments aussi déterminants de l'adhésion qu'il y paraissait au premier abord et que, comme souvent, critères personnels et alimentaires (souci de la santé, qualité des produits) et critères collectifs et globaux (solidarité avec les agriculteurs, respect de l'environnement, ras-le-bol des grandes surfaces) se sont mêlés pour concourir, ensemble, à l'engagement dans l'AMAP. C'est ce que confirment d'ailleurs les rares autres motivations, formulées en réponse libre : « mieux se nourrir », « renforcer la demande de produits bio, non OGM, pour contrebalancer la puissance du lobbying des grandes firmes (Bayer, Monsanto and Co.) et faire entendre la voix de tous ceux qui refusent un type de production et de consommation otage d'intérêts purement mercantiles », « 14 ans d'expérience de la grande distribution ! », notent ainsi trois adhérents.

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 ? » – livrent encore plus de détails sur la complexité qui a mené vers l'association. Dans leurs commentaires, les adhérents font d'abord souvent référence à la notion d'engagement citoyen. L'expression peut être simplement citée ou, au contraire, abondamment développée. Pour certains il s'agit d'une « volonté de soutenir l'agriculture locale » et de faire, au passage, l'éloge du système des AMAP : « il permet de se nourrir du fruit produit à côté de chez soi : pas d'intermédiaires, peu de transport, produits frais, bios ; pourquoi acheter des produits qui viennent de loin quand je peux savoir exactement d'où ils viennent, parler avec leur producteur, être en confiance et ne pas payer plus cher ; et, en plus, le producteur est assuré de

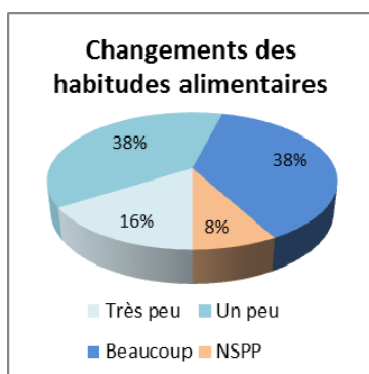
« vendre à un prix décent », résume une répondante. Pour d'autres, cet engagement citoyen est le résultat de multiples expériences associatives antérieures (« bénévolat dans le commerce équitable, collaboration avec la Confédération paysanne, participation à un collectif de vigilance sur les OGM », etc.) qui les ont de plus en plus convaincus de « l'intérêt des circuits courts, de l'agriculture paysanne, bio si possible ». Pour d'autres encore, ce sont les méfaits de l'agriculture chimique qui ont servi d'accélérateur à l'adhésion : « l'accumulation des scandales sanitaires (vache folle, augmentation des cancers et maladies neurologiques chez les agriculteurs, mort des abeilles, viande de cheval, etc.) n'ont fait que renforcer ma détermination à soutenir les actions émanant de consommateurs-citoyens ! », lance ainsi une amapienne. L'importance de l'environnement familial, qu'il s'agisse de l'influence de la famille d'origine ou de celle que l'on a soi-même créée, est aussi bien souvent mentionnée. « J'ai toujours été sensibilisée à l'écologie depuis l'enfance », « petit-fils d'agriculteur, j'ai une affection pour le monde rural dans toutes ces composantes et suis partisan des circuits courts et du développement d'une agriculture bio », « nous avons la volonté de proposer aux enfants des produits variés, de qualité, ainsi que de les éveiller au goût », témoignent trois adhérents. Enfin l'affirmation d'un humanisme écologique se trouve fréquemment mis en avant. « C'est une sensibilité à l'environnement, un désir de prendre soin des autres et de soi, une réflexion sur les buts dans la vie », « c'est une démarche globale de rapprochement avec la nature face à une société devenue artificielle, trop technologique ; en plus d'un accident de santé, il y a le besoin de "fonctionner" plus humainement, en réintégrant l'Homme dans son environnement de vie, de travail et de consommation », « c'est une conviction très ancienne que tout ce qui contribue à un plus grand respect de la nature et de l'Homme est une priorité, et une urgence de survie », peut-on lire dans plusieurs des questionnaires retournés.

S'agissant des conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d'adhérer, on retiendra surtout, à côté d'autres facteurs déjà cités ou non (présence d'enfants, rôle de la femme, d'amis ou de collègues, influence des médias, etc.), le caractère crucial de la proximité, de l'AMAP près de chez soi. « Dès que j'ai su qu'une AMAP existait dans mon village, je me suis inscrite en liste d'attente », « nous sommes arrivés à Assat, nous avons vu qu'il y avait une AMAP et cela a été une évidence au regard du mode de consommation responsable que nous avons choisi », « j'ai découvert l'existence des AMAP lors d'un reportage à la télé puis j'ai pris des renseignements sur une AMAP proche de chez nous, et l'adhésion a été immédiate », « le principe de l'AMAP m'était connu par mes lectures ; lorsque j'ai eu connaissance qu'une AMAP existait près de chez nous, j'ai voulu y adhérer », « proximité des producteurs », font ainsi observer plusieurs adhérents.

#### *IV. Changements*

---

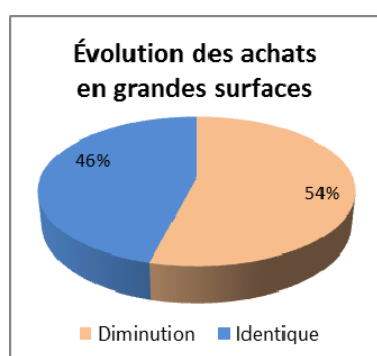
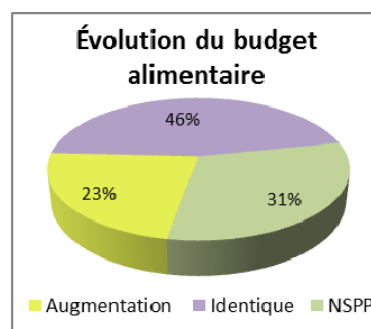
Dans le domaine des habitudes alimentaires, plus des trois-quarts des adhérents de l'AMAP d'Assat déclarent avoir observé des changements. Ils sont 76% à juger que ces habitudes se sont modifiées un peu (38%) ou beaucoup (38%), quand 16% n'ont constaté que très peu de transformations et 8% préfèrent ne pas se prononcer. Comme dans toutes les autres AMAP auprès desquelles nous avons enquêté, le changement majeur concerne la cuisine : avec l'arrivée hebdomadaire du panier de légumes, on est bien plus souvent aux fourneaux qu'auparavant. Pour certains, la



satisfaction est manifestement au rendez-vous, tandis que pour d'autres, cela paraît moins évident ! « Je cuisine davantage et recherche plus de recettes pour varier les propositions », « oui, je cuisine plus, en particulier pour régaler mes petits enfants qui ne jurent que par le bio ! », « je cuisine plus car je suis obligée de m'adapter à la distribution AMAP », « on doit faire avec les légumes du panier, donc on apprend à accommoder panais et côtes de blettes même si parfois on fait de la résistance ! », notent plusieurs adhérentes. Par ailleurs, dans quelques familles, une moindre consommation de viande, ainsi

qu'un recours accru aux « conserves et au confit de canard en raison de sources d'approvisionnement de qualité », sont constatées. Enfin, en matière d'auto-production, on observe des réactions opposées : certains continuent de jardiner autant sinon plus qu'avant alors que chez d'autres, avec l'arrivée du panier et « des légumes de qualité et de saison, le potager de la maison s'est transformé en un jardin d'agrément ».

En ce qui concerne le budget consacré à l'alimentation, les résultats s'avèrent à la fois moins fiables et plus contrastés. Tandis que 31% des amapiens préfèrent ne pas se prononcer, souvent en raison d'une évaluation difficile ou/et d'une modification dans la composition de la famille, 46% estiment que ce budget est resté identique et 23% qu'il a crû. Les commentaires sont rares et proviennent principalement de ces derniers qui font valoir une augmentation « dans des proportions raisonnables » ou de « 15% environ » et l'imputent au fait de « manger plus sain » grâce à l'AMAP, ainsi qu'à des achats croissants de produits bio dans les commerces de proximité. « Notre budget a augmenté car le complément de courses est fait majoritairement en épicerie bios, fréquentées plus assidûment depuis l'adhésion ; d'autre part nous nous permettons de commander au panier des produits chers car nous connaissons leur qualité et leur provenance », résume un adhérent.



S'agissant de l'évolution des achats en grandes surfaces, une courte majorité (54%) déclare avoir constaté une diminution, quand tous les autres (46%) n'ont observé aucun changement. Les premiers ont vu leur fréquentation des supermarchés décroître de manière plus ou moins sensible et, quand ils s'y rendent, ils n'y achètent plus quantité de produits tels que plats tout préparés, charcuterie, gâteaux secs, chips, sodas, boissons et autres « éléments de la malbouffe », « produits de gourmandise », « promotions commerciales » ou « tentations inutiles ». « La baisse de fréquentation des grandes surfaces a fait baisser la consommation des produits issus des IAA<sup>3</sup> », « on est quand même obligés d'aller en grandes surfaces, mais on limite au maximum ; et les scandales récents dans l'agroalimentaire nous confortent dans l'idée qu'on est sur le bon

<sup>3</sup> Industries agro-alimentaires.

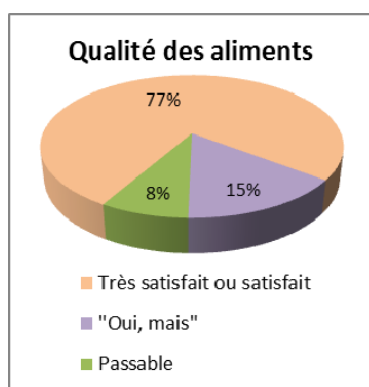
chemin », expliquent deux répondants. Dans leurs commentaires, les autres amapiens se montrent plus réservés. « Non, je ne prends simplement plus en grandes surfaces ce que je prends à l'AMAP », « l'AMAP ne m'a pas évité certains achats inutiles », témoignent deux adhérentes.

À la question qui portait sur les convictions – « se sont-elles ou non renforcées depuis l'adhésion ? » –, les réponses sont très majoritairement positives. Pour certains, la vérification a surtout porté sur la qualité de l'alimentation fournie par l'AMAP. D'autres, beaucoup plus nombreux, insistent, eux, sur le rôle du consommateur-citoyen au service de l'environnement et des circuits courts. « Nous œuvrons dans le bon sens : écologie, solidarité, local », « l'AMAP a confirmé mes convictions sur la nécessité de consommer local et d'aider la petite agriculture », « mon adhésion à l'AMAP a découlé naturellement de mes convictions ; elle est l'expression de ma volonté, en tant que citoyenne et consommatrice, d'encourager une initiative qui est pour moi porteuse d'espoir et de vie » « je pense que, dans l'ensemble, les amapiens se comportent plus comme des citoyens responsables de leur consommation », « notre adhésion à l'AMAP est un véritable engagement de la part de notre famille car nos contraintes professionnelles sont très fortes et cela constitue pour nous un très gros effort de venir, par exemple, récupérer nos paniers, tenir une table ou participer aux AG ; mais nous le faisons volontiers car, d'une part, nous sommes persuadés du bien-fondé des AMAP et que, d'autre part, nous rejetons l'idée de profiter du système AMAP sans y apporter notre contribution, si petite et erratique soit-elle », soulignent ainsi plusieurs adhérentes. Enfin, on trouve trace, dans quelques-uns des questionnaires retournés, de remarques concernant l'agriculture bio : « l'AMAP confirme le bien-fondé des circuits courts mais relativise l'agriculture bio qui n'est pas une réponse à tous les besoins », écrit par exemple, l'un des répondants.

## V. Bilan et perspectives

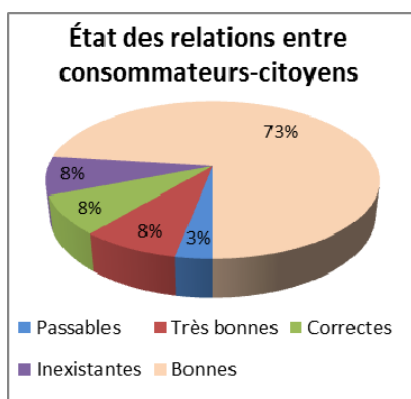
---

L'AMAP d'Assat fait pratiquement l'unanimité : 54% déclarent avoir une très bonne opinion d'ensemble de l'association, 38% une bonne, quand seulement 8% optent pour passable.



Concernant la qualité des produits, les résultats sont encore meilleurs : 77% sont satisfaits ou très satisfaits, 15% formulent des réserves qui correspondent plutôt à un « oui, mais » et, de nouveau, 8% choisissent passable. Les critiques portent principalement sur les légumes dont il est regretté le manque de variété, surtout en hiver, la petite taille, « parfois » de certains d'entre eux, ou bien encore le fait qu'ils soient quelquefois « voire assez souvent abîmés, durs ou ayant mal poussé ». « Même si je souhaite aider les agriculteurs et que le calibre ou la forme m'importent peu, je pense qu'il y a parfois exagération », proteste la répondante ayant opté pour passable. Une autre remarque concerne la viande dont le conditionnement en colis de 5 ou 10 kg est jugé trop volumineux et onéreux par l'une des adhérentes. « C'est une grosse somme à sortir d'un coup dans le cas de commande groupée ; dommage car la qualité est là : viande bio », explique-t-elle.

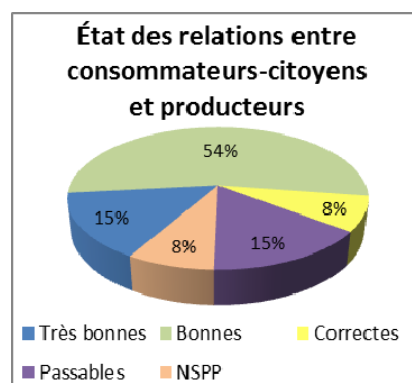
S'agissant du prix des produits, c'est un véritable plébiscite : 92% des amapiens les jugent normaux et 8% préfèrent ne pas se prononcer, déclarant « ne pas s'en soucier ». Les autres commentaires sont tous positifs. « Globalement, je pense que le rapport qualité-prix est satisfaisant, vu que la majorité des produits sont bios et s'ils n'ont pas le label, c'est quand même du bon "fermier" ; pour les volailles, les critères du bio ayant été revus à la baisse (merci l'Europe !), notre volailler, non bio, nourrit certainement ses poulets plus "proprement" que certains volaillers bio », « ce mode de distribution donne une impression d'une meilleure compréhension et prise sur les prix, qui sont ailleurs (grandes surfaces ou marchés) imposés et pas transparents », notent par exemple deux adhérents.



Sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association, une très large satisfaction est également au rendez-vous : 81% jugent ces relations très bonnes (8%) ou bonnes (73%), mais on note tout de même que 11% les qualifient de passables (3%) ou d'inexistantes (8%) et que 8% choisissent une réponse qui n'était pas proposée dans notre questionnaire et les qualifient de correctes. Des précisions fournies, ressortent deux principaux éléments. D'une part, le sentiment partagé par le plus grand nombre de relations cordiales et humaines : « je trouve très agréable de venir le jeudi soir et d'avoir l'air

d'exister au lieu de faire mes courses au supermarché sans qu'il n'y ait aucun échange, à peine un bonjour » ; d'autre part, le manque de temps ou d'intérêt pour l'association qui paraît affecter certains adhérents et fait apparaître, comme dans tant d'autres AMAP, un clivage entre consomm'acteurs et simples consommateurs : « bonnes, mais cela manque un peu de convivialité parfois et de fréquentation aux repas ou aux assemblées générales, ce qui est un peu décourageant pour le groupe de coordination ; tout le monde a beaucoup de sollicitations : famille, enfants, boulot, sport ! », « bonnes, mais il est difficile de créer une dynamique de groupe et de lutter contre les habitudes de consommateur individualiste », « correctes mais l'investissement est très variable et certains amapiens sont agrippés à la charte des AMAP jusqu'à la psychorigidité sans prendre en compte le contexte et rendant donc toute discussion compliquée ».

Sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens et les producteurs, on enregistre aussi une majorité de satisfaits, mais celle-ci est un peu moins nette que la précédente : 69% considèrent ces relations comme très bonnes (15%) ou bonnes (54%), tandis que 23% les jugent correctes (8%) ou passables (15%) et que 8% préfèrent ne pas se prononcer. Les commentaires sont à l'avenant. « Bonnes dans l'ensemble mais avec des hauts et des bas ; on essaie d'aider les producteurs dans les coups durs (aléas climatiques, aides financières ponctuelles), mais on peut sans doute mieux faire », « pas beaucoup d'échanges ; en ce moment, quelques tensions chez des producteurs qui voient leur nombre de paniers diminuer d'année en année », « la gestion des relations n'est pas toujours simple

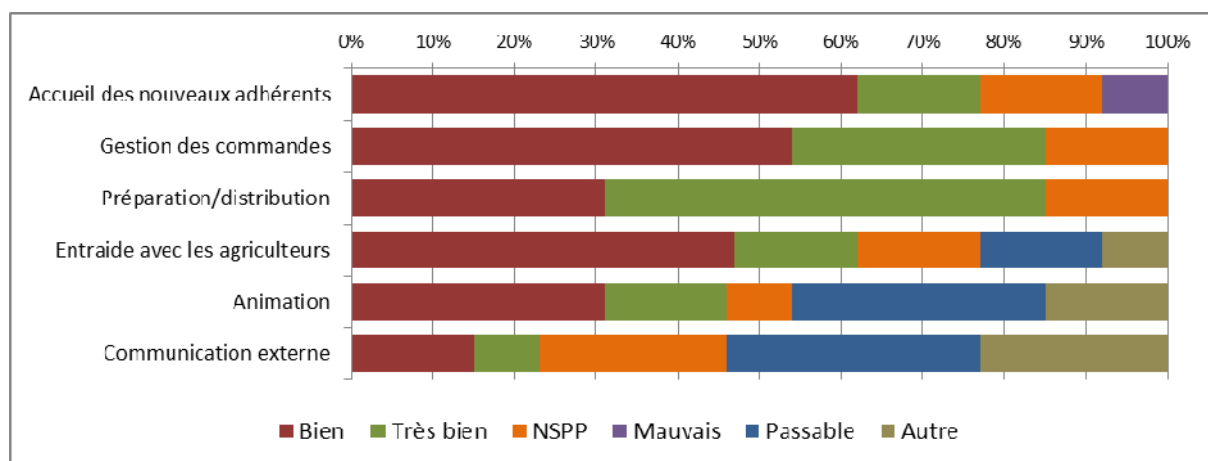




pour le groupe de coordination qui doit faire preuve de pédagogie et de diplomatie car deux mondes (...) parfois s'entrechoquent, celui des campagnes et celui des néoruraux », font observer trois adhérents.

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.** Une très large satisfaction est de mise, avec 15% de « très bien », 62% de « bien », mais on enregistre tout de même 8% qui optent pour « mauvais » et 15% qui ne se prononcent pas.
- **La gestion des commandes.** C'est le secteur, après la préparation/distribution des aliments, qui obtient le meilleur indice de satisfaction : 31% de « très bien », 54% de « bien », tandis que 15% préfèrent ne pas se prononcer.
- **La préparation/distribution des aliments.** Les résultats sont en effet encore plus probants, avec cette fois 54% de « très bien » et 31% de « bien », et de nouveau 15% qui ne se prononcent pas.
- **L'entraide avec les agriculteurs.** La satisfaction concerne 62% des adhérents (15% de « très bien » et 47% de « bien »), mais 15% jugent ce poste « passable », 15% ne se prononcent pas et 8% de « autre ».
- **L'animation (visites, repas collectifs, etc.).** Les résultats sont moins bons, avec seulement 46% de satisfaits (15% de « très bien », 31% de « bien »), 31% de « passable », 8% qui ne se prononcent pas et 15% de « autre ».
- **L'organisation de la communication externe.** C'est le secteur qui laisse le plus à désirer avec moins d'un quart de satisfaits (8% de « très bien » et 15% de « bien »), 31% de « passable », 23% qui préfèrent ne pas se prononcer et 23% également de « autre ».



Au travers de leurs commentaires, les amapiens viennent confirmer ces résultats statistiques tout en apportant différentes précisions. Pour l'accueil des adhérents, certains déclarent manquer d'information, tandis que d'autres estiment que sa qualité dépend surtout de « la disponibilité des personnes-relais présentes » ou émettent des propositions d'amélioration (cf. *infra*). En matière de gestion des commandes, on ne note qu'une seule réserve : « bien, mais léger flottement dans la récupération des contrats ». De même, la préparation/distribution des aliments est peu commentée

sinon par une amapienne qui, tout en optant, elle aussi, pour la réponse « bien », déplore « le problème récurrent des poches en plastique qu'on voudrait éviter mais qui reviennent » car elles sont « une solution de facilité pour le maraîcher ». L'entraide est, elle, jugée, « très ponctuelle », limitée à « un effort de temps en temps ». Pour l'animation, on retrouve des remarques similaires : « ponctuelle et peu suivie », « des tentatives sympathiques (...) mais les efforts pour organiser des choses en commun se heurtent à beaucoup d'individualisme ». Enfin, dans le domaine de la communication externe, les répondants déclarent soit « ne pas avoir d'information pour estimer ce point » ou jugent que cette communication est « peu existante ».

Les réponses à la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « Avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » – tournent autour de trois grands thèmes. Le premier concerne l'alimentation où l'on retrouve une forte demande de plus de variété dans les légumes, notamment pour le panier à 9 euros, ainsi que de plus de souplesse (possibilité de poser des congés de panier pour éviter les pertes, de mettre en place des paniers d'échanges pour personnaliser le choix des légumes, etc.). Par ailleurs, plusieurs propositions sont émises pour améliorer certains secteurs de l'association. Pour l'accueil, la distribution du règlement intérieur n'étant ni « suffisante », ni « très conviviale », une amapienne estime qu'il serait nécessaire de « recevoir tous les nouveaux adhérents pendant une petite ½ heure pour insister sur notre fonctionnement (tenue de table, contrat hebdomadaire obligatoire, solidarité etc.) et répondre aux questions ; cette réunion pourrait se tenir le jour de la remise des contrats ». Pour la gestion des commandes, un répondant juge qu'il serait bon, à chaque changement de semestre, « d'envoyer aux adhérents le récapitulatif (à renseigner) avant ou en même temps que les contrats car ils ne se souviennent pas toujours précisément de ce qu'ils ont commandé tant qu'ils n'ont pas leur reçu ». En matière d'animation, il est souhaité que soient « organisés davantage d'autres moments que la distribution afin de favoriser les échanges entre consommateurs et entre consommateurs et agriculteurs ». Dans le domaine de la communication, une adhérente désire plus de contacts avec les autres AMAP et une seconde regrette que les échanges d'informations entre membres se faisant par mail, aucune information ne circule sur les activités d'associations locales qui, AMAP ou autres, œuvrent dans le même sens ; « à trop nous limiter, écrit-elle, aux seuls problèmes de distribution et de nouveaux produits à intégrer ou non, je crains que nous n'encourageons les comportements de consommateurs et non de consomm'acteurs ». Enfin, comme dans toutes les AMAP déjà enquêtées, mais de façon sans doute plus sensible en raison d'une diminution du nombre d'adhérents dans les deux ou trois dernières années, plusieurs répondants reviennent sur la nécessité d'une plus large participation des amapiens à l'ensemble des activités de l'association. « Il faudrait un renouvellement des forces vives du groupe de coordination pour éviter l'usure et avoir des gens disponibles pour éviter les ruptures d'information ou la lenteur décisionnel », « l'effectif de notre Amap a beaucoup baissé ces derniers temps : normal ? (création de beaucoup d'AMAP dans le secteur) ou symptôme inquiétant ? C'est peut-être un vœu pieux, mais il faut que plus de personnes s'investissent pour apporter du dynamisme ! », « la pérennité de l'AMAP repose sur le bénévolat de personnes qui sont amenées à s'essouffler, donc il faut

du sang neuf car le nombre de familles baisse depuis quelques années », peut-on lire dans quelques-uns des questionnaires retournés<sup>4</sup>.

### *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 vivement concernées par l'enquête puisqu'elles ont été à l'origine de 75% des retours ;
2. Les résultats biographiques relatifs à l'âge, à la situation familiale et au niveau d'études des membres de l'AMAP d'Assat établissent la moyenne d'âge à 44,1 ans, montrent que le couple marié représente les trois-quarts des adhérents et que le niveau d'études est élevé puisque 75% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3 ;
3. Les résultats biographiques relatifs à la vie professionnelle, aux autres engagements citoyens et aux loisirs des adhérents de l'AMAP d'Assat font apparaître un profil de personnes généralement actives et impliquées dans la vie sociale ;
4. Le principe de proximité à la base du système des AMAP est bien respecté puisque 77% des adhérents parcourent une distance inférieure ou égale à 10 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, le reste se situant entre 10 et 20 kilomètres ;
5. L'étude, en classement global et par rang, des raisons qui ont conduit à l'adhésion fait apparaître que la solidarité avec les agriculteurs, la qualité des produits, le souci de la santé, le respect de l'environnement et le ras-le bol des grandes surfaces ont constitué les principales motivations ;
6. Malgré le manque de fiabilité des résultats lié au fort taux de non répondants (38%), l'idée répandue selon laquelle le consommateur bio ou assimilé dispose d'un revenu élevé paraît plutôt confirmée par les informations financières recueillies puisque près des deux-tiers des foyers se situent au-dessus de 2000 euros mensuels, près d'un tiers au-dessus de 3000 euros mensuels, et que cette dernière proportion aurait certainement été bien plus importante encore si plus d'adhérents avaient accepté de répondre à la question.
7. Malgré, là encore, un certain manque de fiabilité des résultats lié au fort taux de non répondants (31%), l'idée reçue selon laquelle le passage à la nourriture bio ou assimilée entraînerait inévitablement une augmentation du budget alimentaire du foyer se trouve, elle, partiellement remise en cause : 23% estiment que ce budget a augmenté, 46% jugent qu'il est resté identique ;
8. L'AMAP d'Assat fait presque l'unanimité : 54% et 38% des adhérents ont respectivement une très bonne ou bonne opinion d'ensemble de l'association, quand seulement 8% optent pour passable. On enregistre cependant quelques critiques quant à la qualité de certains légumes, et surtout le manque de variété du panier, d'hiver tout particulièrement. Le niveau des prix donne, lui, entière satisfaction à l'ensemble des adhérents. L'étude des différents secteurs d'activité

---

<sup>4</sup> Aux dires de l'un des responsables, cette baisse, principalement due à la création de plusieurs autres AMAP dans le secteur, serait enrayée et le nombre d'adhérents désormais stabilisé.

fait apparaître de très bons ou bons ou résultats dans la préparation/distribution des aliments, la gestion des commandes, l'accueil des nouveaux adhérents et l'entraide avec les agriculteurs, mais l'animation et, surtout, la communication externe mériteraient d'être améliorées. Enfin on notera que, pour faire repartir à la hausse le nombre d'adhérents, un renouvellement du groupe de coordination, un meilleur engagement des consommateurs aux côtés des consomm'acteurs, ainsi que les efforts rappelés ci-dessus en matière de communication externe, seraient sans doute les bienvenus.

## 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.

---

---