

Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAP des Cosmonautes ?

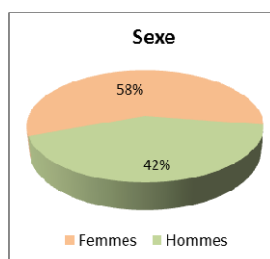
PIERRE BITOUN, INRA-SADAPT
CATHERINE LEFEBVRE, INRA-SADAPT

Créée en 2007, située à Toulouse dans le département de la Haute-Garonne (31), l'Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) « des Cosmonautes » rassemblait, en avril-mai 2012, au moment de la réalisation de cette enquête, 132 familles adhérentes. Au travers de 7 AMAP distinctes, celles-ci pouvaient se fournir en légumes, fruits, viandes (veau, bœuf, porc, agneau), volailles et œufs, fromages de chèvre et céréales. Les producteurs, également au nombre de 7, étaient tous bios labellisés. Le prix du panier de légumes était de 26 euros¹ et la distribution avait lieu tous les mardis, en fin de journée, au sein de l'entreprise Astrium, n°1 européen et n°3 mondial de l'industrie spatiale et filiale à 100% du groupe EADS.

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 132 questionnaires distribués, 67 ont été remplis. Ce remarquable taux de retour, de près de 51 %, est probablement lié à la conjonction de deux facteurs : d'une part, l'appartenance à une même entreprise des personnes interrogées, d'autre part la nature même du public touché, qui s'est senti fortement concerné par sa participation à l'AMAP et, plus généralement, à toute forme d'action citoyenne.

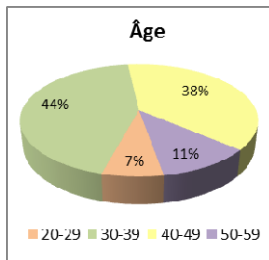


Sur les 67 questionnaires renseignés, 58% l'ont été par des femmes et 42% par des hommes. Cette féminisation des retours, récurrente dans nos enquêtes², renvoie sans aucun doute au rôle majeur joué par les femmes dans l'alimentation. On notera toutefois que la proportion de retours masculins fait partie des plus élevées que nous ayons enregistrées.

¹ Les prix des autres produits étaient les suivants : fruits (16€), porc-agneau (15€ le kg, colis de 6 kg), veau-bœuf (16€ le kg, colis de 6 kg), volaille-œufs (16,50€ le kg, 1,90€ les 6 œufs) fromages de chèvre (13€ le grand panier de 5 fromages, 8€ le petit panier de 3 fromages, céréales (selon type de produits).

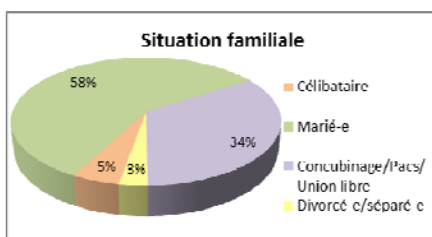
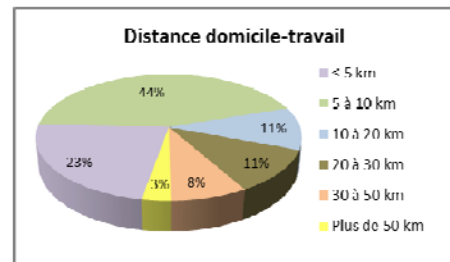
² Cf. nos autres rapports de synthèse par AMAP, disponibles sur <http://pierrebitoun.canalblog.com/>

II. Indications biographiques



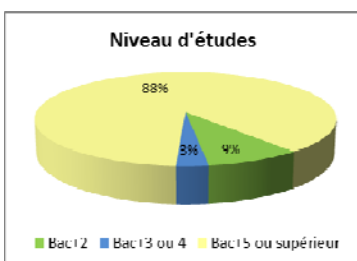
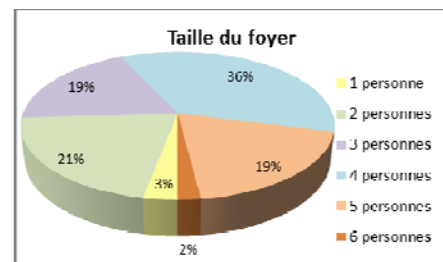
1. **Âge.** L'adhérent a en moyenne 39,8 ans, les femmes étant légèrement plus jeunes (38,9 ans) que les hommes (40,9 ans). Ce résultat masque néanmoins un certain brassage des générations dont témoignent, d'une part, l'écart maximal de l'âge au sein de l'association – la benjamine a 25 ans et la doyenne 58 ans – et, d'autre part, la répartition des adhérents par tranche d'âge : les 30-39 ans représentent 44% de l'effectif total, suivis par les 40-49 ans (38%), les 50-59 ans (11%) et les 20-29 ans (7%).

2. **Résidence.** Le lieu de distribution étant en même temps le lieu de travail, les adhérents n'effectuent pas de trajet dédié à la seule récupération des paniers et le principe de proximité à la base du système des AMAP est donc on ne peut mieux respecté ! La répartition des amapiens en fonction de la distance domicile-travail est donc donnée ici à titre purement informatif : 23% se situent à un maximum de 5 kilomètres, 44% de 5 à 10 kilomètres, 11% de 10 à 20 kilomètres, 11% de 20 à 30 kilomètres, 8% entre 30 et 50 kilomètres, 3% à plus de 50 kilomètres.



3. **Situation familiale.** Le couple marié constitue le modèle dominant. Il concerne 58% des membres, auxquels il convient d'ajouter, pour 34% des adhérents, d'autres situations de couple (concubinage, Pacs, union libre). Les divorcés ou séparés de fait et les célibataires complètent l'effectif total, pour respectivement 5% et 3%.

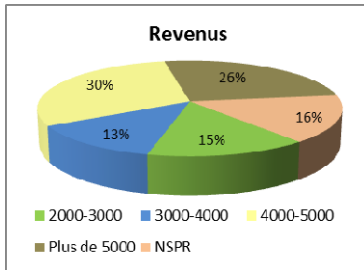
En ce qui concerne la taille du foyer, le couple avec 2 enfants arrive largement en tête (36%), suivi par les foyers de 2, 3 et 5 personnes (21% pour la première catégorie, 19% pour les deux suivantes), ceux de 1 et 6 personnes étant de très faible importance (3% et 2%).



4. **Études et professions.** Tandis qu'aucun des amapiens ne s'est arrêté au niveau 5 (BEP/CAP) ou 4 (Bac général ou professionnel), ils sont 9% à avoir atteint le niveau 3 (Bac+2), 3% le niveau 2 (Bac+3 ou 4) et 88% le niveau 1 (Bac+5 ou supérieur). C'est là le taux le plus élevé que nous ayons pu observer depuis le démarrage de notre recherche, l'explication tenant bien sûr à l'activité, à haute exigence scientifique, de l'entreprise d'appartenance. Quant aux professions, elles sont à l'avenant : on compte

une large majorité d'ingénieurs, auxquels s'ajoutent de nombreux postes à responsabilité dans différents domaines (contrôle financier ou de gestion, commercial, qualité, informatique, etc.).

5. *Revenus.* Une proportion non négligeable des adhérents, 16%, n'a pas souhaité répondre à la question. Tandis qu'aucun foyer ne se déclare dans les quatre tranches les plus basses proposées dans notre questionnaire (moins de 500 euros, de 500 à 1000 euros, de 1000 à 1500 euros et de 1500 à 2000 euros), ils sont 15% à disposer d'un revenu de 2000 à 3000 euros, 13% de 3000 à 4000 euros, 30% de 4000 à 5000 euros et, enfin, 26% à se ranger dans la tranche supérieure à 5000 euros. Au total, en raison des professions exercées aussi bien que de l'entreprise d'appartenance, l'AMAP des Cosmonautes se distingue donc nettement de toutes les autres AMAP que nous



avons étudiées. Avec près de 70% de foyers au-dessus de 3000 euros, 56% au-dessus de 4000 euros – et sans doute davantage si le taux de non-réponses n'avait pas été aussi élevé – elle est, de loin, l'AMAP la plus aisée de notre échantillon et ne remet donc pas en cause, bien au contraire, l'image répandue d'un consommateur locavore et bio bénéficiant d'un haut niveau de revenu.

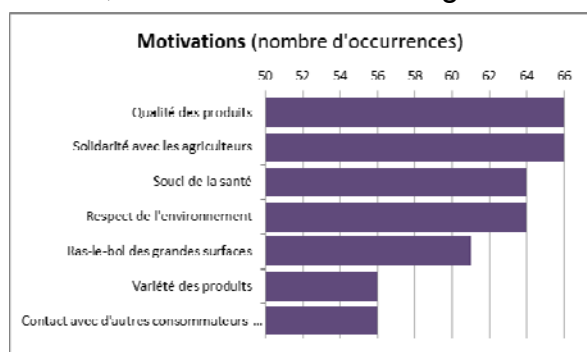
6. *Autres engagements.* S'agissant des autres adhésions associatives, syndicales ou politiques, ils sont 52% à en déclarer au moins une, certains en ayant même plusieurs. Dans le domaine associatif, de loin le plus fréquent, on constate que la participation concerne prioritairement des associations sportives, environnementales, de parents d'élèves ou bien encore de solidarité nationale ou internationale dans les domaines de l'éducation et de la santé. En matière syndicale, un peu plus de 10% des amapiens déclarent des appartenances sans toutefois préciser lesquelles à l'exception de l'un d'entre eux, membre de la CFDT. Dans le domaine politique, on ne compte qu'une seule adhésion sur 67 réponses (1,5%), sans mention de parti. En conclusion, on retrouve au sein de l'AMAP des Cosmonautes, 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 ; mais on observe aussi l'ampleur de la désaffection à l'égard des partis politiques et, dans une moindre mesure, des syndicats, caractéristiques de l'époque et de l'ensemble de la population française.

7. *Loisirs.* Sport, lecture, jardinage, cinéma, cuisine et voyages constituent les occupations les plus citées. Viennent ensuite la musique, la photographie, le bricolage, la danse, la peinture, l'informatique, la couture, puis le théâtre, les jeux de société, l'œnologie, l'aquariophilie, la cartographie participative, la moto ou bien encore la télévision. En d'autres termes, si l'on additionne les activités professionnelles, les engagements associatifs, syndicaux 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.

Arrivent en tête, créditées de 66 occurrences chacune, la qualité des produits et la solidarité avec les agriculteurs, que suivent de très près le souci de la santé et le respect de l'environnement, cités tous deux 64 fois ; en 5^{ème} position, avec 61 occurrences, vient le ras-le-bol des grandes surfaces, tandis que la variété des produits et le contact avec d'autres consommateurs-citoyens ferment la marche, ne recueillant chacun que 56 citations.



L'étude des réponses hiérarchisées ne modifie pas ou peu ce classement global : en rang 1, on retrouve la qualité des produits, devançant assez largement le souci de la santé et la solidarité avec les agriculteurs, et davantage encore le respect de l'environnement ; en rang 2, le souci de la

santé et la solidarité avec les agriculteurs font jeu égal, devant le respect de l'environnement et la qualité des produits ; enfin, en rang 3, se trouve à nouveau confirmée la présence de ces quatre principales motivations, le respect de l'environnement prenant cette fois la première place, avant la qualité des produits, la solidarité avec les agriculteurs et le souci de la santé. On est donc bien, ainsi que nous avons déjà pu souvent le constater dans nos précédentes enquêtes, face à un tissu complexe de raisons, où s'entremêlent individualisme et holisme, préoccupations alimentaires personnelles et sentiment d'appartenance à un tout, local et global en même temps.

Les autres motivations, formulées en réponse libre, viennent d'ailleurs souligner ce double visage de l'adhésion. D'un côté sont effet mentionnés la volonté de mieux s'alimenter, de disposer de produits de qualité, « emballés sous-vide pour la viande » par exemple, ainsi que « l'aspect pratique » que constitue la livraison sur le lieu de travail, évoqué par de nombreux amapiens. De l'autre, se manifestent quantité d'aspirations collectives, qu'il s'agisse d'« encourager l'agriculture bio », de promouvoir au travers du circuit court une « alternative au commerce conventionnel » ou d'agir encore « pour l'état de la planète ».

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 ? » – donnent encore plus de matière à la complexité qui a conduit vers l'association. Dans leurs commentaires, les adhérents font d'abord souvent référence à la notion d'engagement citoyen. L'expression peut être utilisée seule ou diversement – et quelquefois longuement – déclinée. L'intérêt pour « l'associatif grandissant », le désir de « ne pas subir mais d'être acteur de [sa] vie », l'idée qu'« en s'y mettant chacun un peu on arrivera à faire bouger le monde et à améliorer notre relation à l'environnement », l'entrée dans l'AMAP « en complémentarité avec d'autres engagements » quotidiens ou de portée internationale tels que « la pratique du vélo ou le commerce équitable » ou bien encore la lutte contre « le gaspillage » ou « le réchauffement climatique », la volonté, enfin, de donner « un sens à sa vie » et de se montrer « solidaire en réaction contre la société ultralibérale » composent ainsi, au fil des questionnaires, une polysémie de l'engagement qui traduit autant un questionnement sur soi, sur les formes de l'action individuelle ou collective que sur leurs fins écologiques, sociales, politiques ou éthiques. Les thèmes de la santé et de l'accès à des produits de qualité, où se manifeste en même temps un choix en faveur des producteurs locaux, sont

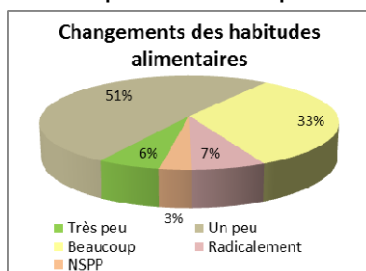
aussi fréquemment abordés, là encore dans un grand mélange de points de vue et de valeurs. Sont ainsi évoqués, pêle-mêle, « l'envie de faire attention à ce que l'on mange », « le souci de garder la ligne », « la recherche, avant tout, d'un mode de vie sain pour la famille », « le goût pour la simplicité et le terroir », « la conviction que les agriculteurs ne s'en sortent pas », « le ras-le-bol des distributeurs/intermédiaires qui [les] pénalisent » ou bien encore « l'absence de problème financier » qui permet la solidarité. « Je mange bio depuis dix ans, je fais attention à mon impact environnemental, je suis pour la relocalisation agricole ; c'est une démarche similaire au logiciel libre », résume pour sa part un jeune amapien. L'éducation reçue, l'histoire de la famille, celle d'où l'on vient ou que l'on a construite, constitue un troisième continent réflexif, plus fourni encore que les autres. Pour certains, la naissance d'un enfant, ou l'envie de mieux alimenter ceux qui sont déjà là, ont visiblement joué un rôle moteur dans l'adhésion. Ailleurs, il s'est agi moins des enfants en particulier que d'une cohérence globale des choix familiaux : « notre foyer, explique une jeune adhérente, est plutôt "écologique" : nous avons la volonté de respecter l'environnement. Nous vivons sans voiture, nous nous déplaçons en transports en commun ou en vélo. Nous fuyons les grandes surfaces et cherchons à avoir de bons produits. Nous cherchons à éviter la consommation abusive que ce soit consommables, produits hightech, électroménagers, etc. » Chez d'autres membres, c'est le souvenir d'une enfance passée à la campagne, auprès de parents ou grands-parents agriculteurs, ou cultivant simplement un potager ou un jardin, qui a conduit vers l'AMAP. « Dans la maison de mon enfance, on avait un potager et on élevait des volailles et des moutons », « petit-fils de grands-parents paysans, j'ai toujours connu dans mon enfance les légumes du jardin, le lien à la terre et aux animaux », « dans mon entourage proche on a toujours cultivé nos légumes, élevé des poules, cueilli des fruits au jardin ; maintenir une agriculture paysanne de proximité est pour moi, qui ai toujours un jardin, un geste citoyen vis-à-vis des générations actuelles mais aussi futures : si nous n'aidons pas les jeunes générations à vivre de l'agriculture autrement, il n'y aura plus de "vraie paysannerie" en France », écrivent plusieurs adhérents. Chez d'autres encore, on retrouve peu ou prou cette même influence, fondatrice, de la famille, mais avec des expériences plus douloureuses ou sur un ton qui dit bien l'esprit de révolte de certains amapiens. « Je suis issue d'un milieu agricole où il y a eu nombre de personnes malades, peut-être lié à la qualité de l'alimentation », « une partie de ma famille vient d'un village agricole où nous avons vu les pesticides et les engrais Monsanto polluer les nappes phréatiques et les abeilles mourir par milliers ! », « mon environnement familial est proche de l'agriculture : je suis profondément opposée aux techniques de l'agriculture intensive qui conduisent à la mort des petits agriculteurs et des consommateurs », témoignent ainsi quelques autres adhérents. Enfin, il faut aussi faire une place aux amapiens qui n'identifient pas, dans leur trajectoire personnelle, d'éléments particuliers, mais qui, par leur difficulté même à répondre, illustrent bien les chemins, multiples et enchevêtrés, menant à l'adhésion. « Je ne sais pas ; un tout peut-être », peut-on lire dans l'un des questionnaires retournés...

Concernant les conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d'adhérer, on observe que la présence de l'AMAP sur le lieu même du travail a constitué pour beaucoup, probablement la majorité, un facteur déterminant. Même si les convictions étaient acquises, voire forgées de longue date, le côté pratique, le fait de pouvoir tester la qualité des produits proposés, un bouche à oreille favorable au sein de l'entreprise ont généralement servi de déclencheurs. « Le déclic a été la création

de l'AMAP d'entreprise et donc la possibilité de la rejoindre facilement », « je connaissais le principe et était intéressée mais je n'avais pas fait les démarches pour rechercher une AMAP près de chez moi ; quand j'ai su qu'il y en avait une à Astrium où je travaille, je me suis inscrite », « le déclic est clairement lié au lieu et aux horaires de distribution, pratiques compte tenu de mes journées professionnelles très chargées et des problèmes de circulation dans l'agglomération toulousaine », « on a eu de bons retours de collègues », « on a expérimenté en rachetant des paniers de collègues en congés, le principe nous a séduit, et la qualité des produits nous a convaincus », écrivent par exemple quelques adhérents. D'autres facteurs ont également joué : le premier enfant, on l'a vu, mais aussi la forte incitation d'un des membres de la famille – la femme le plus souvent – d'amis déjà membres d'AMAP ou bien encore l'impact d'une foire bio, d'une émission de radio ou de télévision, ou d'un film tel que *Solutions locales pour un désordre global* de Coline Serreau. Sans oublier hélas, pour certains, l'apparition de problèmes de santé, d'allergies alimentaires notamment, et pour d'autres la bonne nouvelle, au contraire, de moyens financiers supplémentaires « pour pouvoir être solidaire ».

IV. Changements

Dans le domaine des habitudes alimentaires, la quasi-totalité des adhérents de l'AMAP des Cosmonautes déclarent avoir observé des changements. Ils sont 91% à juger que ces habitudes se sont modifiées un peu (51%), beaucoup (33%) voire radicalement (7%), tandis que 6% n'ont constaté que très peu de changement et que 3% ne se prononcent pas. Pour les non-réponses, l'explication tient essentiellement à

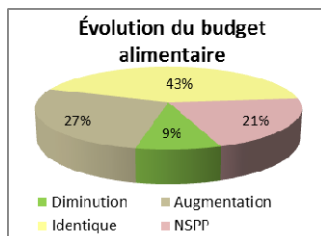


une entrée récente dans l'AMAP, qui empêche de s'être déjà fait une opinion. Chez tous les autres adhérents, on enregistre, à des degrés variables et avec quelques déclinaisons saisonnières ou personnelles, une constatation similaire : on cuisine davantage, surtout les légumes. « Beaucoup plus de cuisine : la célèbre soupe du mardi ou mercredi soir... », « on consacre un soir par semaine à nettoyer, peler et anticiper ce que nous allons cuisiner

avec les produits de l'AMAP », « forcément on cuisine un peu plus, des légumes ou des morceaux de viandes que l'on n'achèterait pas sans l'AMAP », « je vais surtout plus sur Internet pour trouver de nouvelles recettes de certains légumes anciens avec lesquels nous ne sommes pas forcément familiers », « plus de cuisine, plus de conserves », « plus de cuisine en été et congélation pour retrouver la saveur en hiver », notent différents amapiens. Le recours croissant voire exclusif au bio, l'augmentation des achats – hors AMAP – en direct chez un producteur, l'attrait pour les produits de saison « qu'on a appris à attendre », la diminution des repas aux restaurants ou bien encore « la culture de plantes aromatiques sur le balcon » font également partie des changements observés. En matière de jardin ou de potager, les modifications peuvent aller en sens opposé, certains s'étant lancés dans l'autoproduction pendant que d'autres l'ont abandonnée ou, à tout le moins, réduite, les produits de l'AMAP venant en abondance. Enfin, on observe que l'immense majorité paraît fort satisfaite de tous ces changements, la règle souffrant bien sûr quelques rares exceptions : « en fait, je cuisine plutôt moins : au final, avoir en permanence des ingrédients imposés et souvent les mêmes plusieurs semaines de suite donne moins envie de cuisiner ; pourtant, j'adore cuisiner avec les contraintes

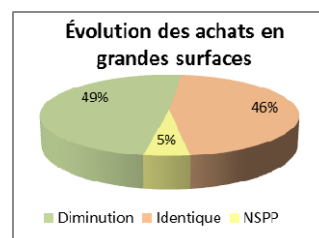
du « panier imposé », mais revoir le même panier plusieurs fois d'affilée émousse la créativité... », fait remarquer l'un des adhérents.

En ce qui concerne le budget consacré à l'alimentation, les résultats s'avèrent à la fois moins fiables et plus contrastés. Tandis que 21% des amapiens préfèrent ne pas se prononcer, 27% estiment que ce budget a augmenté, 43% qu'il est resté identique et 9% qu'il a diminué.



Pour les non-réponses, on retrouve plusieurs explications : une adhésion encore trop récente à l'AMAP, des modifications dans la composition du foyer ou dans les habitudes d'achats qui rendent difficile toute comparaison, ainsi qu'une aisance financière qui permet, « par chance », de ne pas prêter attention à ces questions. La croissance du budget alimentaire, très variable – « 10% », « 20% » « 25 » le plus souvent mais aussi « 100% » – est généralement imputée à une consommation plus importante de légumes et au recours au bio, les différents taux d'augmentation tenant à la situation de départ de l'adhérent. « Notre budget alimentation a dû doubler en passant au bio ; au-delà de l'AMAP, nous ne consommons à présent qu'en biocoop », note une amapienne ; d'autres membres, moins nombreux, mettent eux en avant le fait que l'AMAP ne couvre pas tous les besoins alimentaires du foyer ou relie l'augmentation au rapport prix-quantité : « depuis notre adhésion, vu la quantité actuelle de produits délivrés, notre budget alimentation a augmenté de façon significative. Disons que, pour le même panier, en biocoop, nous aurions le double. » Chez les adhérents qui ont constaté une diminution, celle-ci semble faible, de l'ordre de 10%, et imputable à différents facteurs : une moindre fréquentation des supermarchés ou, on l'a vu, des restaurants, une baisse de la consommation de viande au profit des légumes ou bien encore la stabilité des prix des produits de l'AMAP et le rapport prix-qualité offert. « Le prix du panier n'a pas augmenté depuis 5 ans », « je pense que notre budget a diminué, sans pouvoir vraiment le quantifier ; consommateurs de viande, c'est sûrement sur ce poste que la diminution est la plus notable car, pour trouver cette qualité, il faut aller en boucherie et la note est définitivement plus salée ! » soulignent deux adhérentes. Chez les amapiens, les plus nombreux (43%), qui n'ont pas noté de modification de leur budget, on retrouve peu ou prou les mêmes explications –« moins d'achats compulsifs », « moins de viande au bénéfice des légumes », « un bon rapport qualité-prix par rapport aux autres commerces », etc. –, et l'on mesure mieux aussi combien le mode de consommation antérieur à l'adhésion peut être déterminant. « Notre budget est identique, à partir d'une situation où nous achetions tous les produits alimentaires sur le marché ou en coop bio », fait remarquer une répondante, démentissant par là même le témoignage cité plus haut comme quoi à somme équivalente les achats en biocoop seraient plus fournis qu'à l'AMAP. Enfin il faut également retenir, au fil des questionnaires, l'esprit de compréhension dont font preuve maints amapiens à l'égard de ces questions : « les produits issus de l'AMAP sont très chers mais (...) c'est le coût normal de la plus faible productivité », écrit ainsi un jeune adhérent.

S'agissant de l'évolution des achats en grandes surfaces, les résultats sont également très partagés : 5% ne se prononcent pas, 49% déclarent avoir constaté une diminution et 46% n'ont noté aucun changement. Pour ces derniers, deux cas se présentent : soit ils n'allaient déjà plus ou très peu en supermarché et se fournissaient sur les marchés, auprès des



petits commerces de proximité, en biocoop ou via Internet – « je fais mes courses sur chronodrive.fr et suis peu sensible aux publicités », note une adhérente –, soit ils continuent tout de même de s’y rendre pour certaines courses non alimentaires (produits d’entretien par exemple) ou alimentaires lorsqu’ils n’achètent qu’une partie des produits de l’AMAP – « je fais quand même mes courses en grande surface ; je ne suis adhérente qu’à l’AMAP viande ma famille ayant des goûts trop restrictifs en fruits et légumes, que j’achète malgré tout bio si possible », explique une autre répondante. Pour la quasi-majorité qui a constaté une diminution, on observe toutes les variantes possibles, d’« un peu moins » à « plus jamais » de fréquentation, et la liste des produits abandonnés, quand on s’y rend toujours, s’avère on ne peut plus conséquente : légumes et fruits bien sûr, mais aussi plats tout préparés, surgelés, conserves, sauces, petits gâteaux, pâtisseries, biscuits apéritifs, boissons, de même que nombre d’« achats tentation ». « Oh que oui !!! On évite le soi-disant nouveau produit qui va bouleverser notre vie mais surtout vider notre porte-monnaie (...) ; et quel gain de temps ! », « oui, par exemple le DVD à 5 euros alors qu’on a un large choix à la médiathèque du CE ! », « je résiste aux sirènes des soldes vestimentaires pour éviter trop de gaspillage et je m’efforce aussi de ne pas acheter de produits fabriqués dans des conditions douteuses », témoignent ainsi plusieurs personnes. Enfin, il faut également faire écho à certains comportements plus singuliers ou démontrant les conséquences que peut avoir l’adhésion à l’AMAP sur le petit commerce. « Je n’anticipe pas une baisse des achats en grandes surface ; au contraire je risque de devoir y acheter de quoi agrémenter les produits fournis par l’AMAP », explique une nouvelle adhérente, « je n’achetais jamais – ou très rarement – ce genre de produits [ceux de l’AMAP] en grandes surfaces ; du coup, je vais moins souvent dans les commerces de proximité », fait observer une autre.

Dans le domaine des convictions – se sont-elles ou non renforcées depuis l’adhésion ? – une très large majorité répond par l’affirmative. Certains insistent sur la meilleure connaissance du monde agricole qu’ils ont acquise. « Je n’avais pas forcément conscience de la situation délicate des paysans dans notre région (...) ; la discussion avec nos producteurs nous a permis de nous rendre compte de leurs difficultés », « bien qu’adhérente depuis très peu de temps, l’AMAP a déjà suscité des réflexions sur les revenus des paysans et leur situation professionnelle parfois non garantie », résumant deux répondants. D’autres amapiens, beaucoup plus nombreux, soulignent, eux, combien l’adhésion les a confortés dans leur rôle de consomm’acteur, de « locavore » au service de l’agriculture bio de proximité. « Oui, nos convictions ont été confirmées, sur l’importance de l’agriculture bio, raisonnée et locale. Il s’agit aussi d’être solidaire d’un producteur qui a un travail fatigant et qui en vit très mal ; il ne s’agit en aucun cas de “rentabiliser” notre investissement », « oui, il ne faut surtout pas acheter bio pour acheter bio, non seulement parce qu’on ne peut avoir qu’une confiance limitée dans les organismes de labellisation, mais aussi parce que le bio qui vient du Chili ou d’Inde et qui a parcouru des milliers de kilomètres, non merci ! Oui, cela a sûrement renforcé mes convictions locavores », « en plus de notre conviction que la santé passe essentiellement par une alimentation de bonne qualité (...), un autre aspect nous est apparu important : la contribution des AMAP au soutien de l’activité des agriculteurs locaux, à l’entretien des campagnes alentour, à l’économie locale... », « oui certainement, nous avons beaucoup discuté avec les paysans de l’AMAP qui ont un mode de vie très différent du nôtre et certains sont devenus de très bons amis. Je pense que cela nous a rapproché de valeurs essentielles qui étaient en nous mais n’avaient pas refait complètement surface. Et puis

voir grossir les AMAP, leur nombre, on se sent vraiment un maillon essentiel dans la reconquête d'une agriculture nourricière pour tous les paysans et les consommateurs » expliquent, parmi bien d'autres, quatre adhérents. Dans ce contexte, le prosélytisme de l'amapien paraît important, voire crucial, et revient donc souvent sous la plume des répondants. « Je me fais maintenant le porte-parole de cette manière de consommer solidaire », « je réfléchis plus au rôle du consommateur et du citoyen, j'essaye de transmettre ces idées à mes enfants, à mes amis », « il y a un effet tâche d'huile : mes amis se sont aussi inscrits dans une AMAP ou bien ont commencé à introduire des produits bio dans leur alimentation alors qu'ils n'étaient pas particulièrement convaincus » font remarquer plusieurs adhérents. Ce renforcement général des convictions n'est pas, pour autant, exempt d'interrogations, ou même de doutes. Certains s'inquiètent de l'attitude des pouvoirs publics à l'égard du système des AMAP – contrôles répétés des DGCCRF³, des DSV⁴, « des AMAP ont vu des flics débarquer en pensant qu'ils faisaient des trafics illégaux !!!!!!! », rapporte une adhérente – ou craignent que les contraintes qui leur sont inhérentes (panier imposé, distribution à date fixe, besoin de bénévoles pour la gestion, etc.) ne freinent leur développement. D'autres se posent encore des questions quant à leur propre engagement. « Je réfléchis sur les limites de (...) ma solidarité avec le producteur en cas d'aléas climatiques, baisses de production... », note une amapienne, quand un autre membre ne cache pas sa déception quant aux prix pratiqués : « nous nous sommes mis dans cette AMAP, écrit-il, par conviction, pour aider un agriculteur et pour que l'on ait de bons produits. Cependant, nous nous apercevons que pour nous la note est assez salée. Un calcul rapide nous montre que par rapport à un petit centre commercial type biocoop, l'agriculteur prend encore plus de marge, puisque le panier coûte environ et actuellement 2 à 3 fois plus cher. Donc un certain étonnement et questionnement sur le réel avantage de passer en direct... » S'intéressant également au problème financier mais sur un mode moins plus distancié, une autre adhérente tente, elle, de généraliser le propos : « adhérer à l'AMAP permet de devenir consomm'acteur. C'est choisir à qui on donne son argent. Je préfère donner mon argent à un agriculteur qui se bat pour cultiver des bons produits dans le respect de l'environnement plutôt qu'à un maraîcher qui peut me cacher la provenance exacte de ses produits. En adhérant à l'AMAP, globalement, on se met à se poser des questions sur tous ses achats en général et cela a un impact sur la façon de vivre/acheter dans un cadre bien plus large que l'AMAP en elle-même. Je regrette seulement que cette façon de consommer soit plus onéreuse ; en effet, cela veut dire que consommer de façon citoyenne est réservé à des foyers ayant certains moyens financiers... Ce qui signifie qu'une bonne partie de la population va continuer à consommer sans réfléchir, sans respect de l'environnement et des humains. »

V. Bilan et perspectives

L'AMAP des Cosmonautes fait quasiment l'unanimité : ils sont respectivement 62% et 32% à avoir une très bonne ou bonne opinion d'ensemble de l'association, les 6% restants optant pour passable (3%) ou préférant ne pas se prononcer (3%).

Concernant la qualité des produits, les bons résultats sont également au rendez-vous : 75% sont satisfaits ou très satisfaits, 22% formulent des réserves qui corres-

³ Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

⁴ Direction des services vétérinaires.

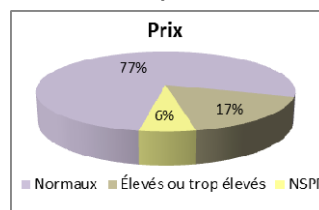
pondent plutôt à un « oui, mais » quand 3% ne se prononcent pas. Les principales critiques concernent les fruits, pas assez variés et dont la maturité et les qualités gustatives laissent souvent à désirer ; les légumes, dont les variations saisonnières de quantité sont difficiles à gérer – « en particulier les salades qui ni se cuisinent, ni se congèlent... » – et dont certains n’apportent pas, sur le plan de la qualité, entière satisfaction – les pommes de terre, par exemple, « petites et abîmées », « utilisables seulement en soupe ou purée » – ; et enfin les viandes qui enregistrent,



pour diverses raisons, quelques déçus – « la découpe en abattoir n’a pas la même qualité que celle d’un bon boucher (steack trop fins, morceaux mal découpés) », « manque de maturité et de tendreté de la viande de bœuf », « porc trop sec », « poulet très gras ». Hormis ces critiques, la teneur générale est clairement positive et les compliments à l’égard des producteurs et/ou des aliments proposés font

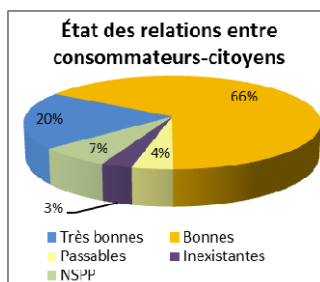
florès. « Totale satisfaction », « oui, la qualité est excellentissime, les produits sont beaux, bons et se conservent très bien », « ce que nous apprécions vraiment, c’est que l’agriculteur est dans une démarche d’amélioration continue où il apprend toujours quelque chose de ses difficultés pour mettre en place une autre approche et mieux réussir l’année suivante », « les paysans ont le souci de nous satisfaire au mieux dans le respect de la charte AMAP et des saisons », écrivent, parmi d’autres, quelques adhérents.

S’agissant du prix des produits, on enregistre à nouveau de très bons résultats : 77% des amapiens considèrent les prix comme normaux, tandis que 17% les jugent élevés ou trop élevés et que 6% ne se prononcent pas en raison d’un manque de recul lié à une adhésion récente. Les principales critiques portent à nouveau sur : les fruits, « un peu élevés » ou trop chers « vis-à-vis de la quantité » ; les viandes, bœuf et porc dont les prix paraissent « acceptables » sauf sur les morceaux de choix ; et enfin les légumes, pour « le coût élevé du panier » ou les variations saisonnières de quantité et de diversité,



l’été ne compensant pas toujours l’hiver aux yeux d’une petite minorité d’adhérents. À l’exception d’un amapien, les commentaires apportés sur les prix s’avèrent généralement très pondérés, certains soulignant la qualité bio offerte en échange, d’autres mettant en avant leur engagement de solidarité avec les producteurs. « J’aurais préféré une réponse “élevés”, sans le “trop” qui porte un jugement de valeur... », « j’aurais dit plutôt : un peu plus élevé qu’en achetant au marché ou chez un maraîcher mais cela ne me dérange pas, pour moi, cela fait partie du contrat », « il ne faut pas considérer uniquement le produit, il faut également tenir compte du travail qui a permis qu’il soit de bonne qualité », « habitués à une logique de marché, on s’attend à gagner en prix puisqu’il n’y a plus d’intermédiaires, ou au moins à ne pas perdre car cela peut être compensé par une meilleure qualité ou un label bio. Le problème c’est qu’on trouve maintenant du bio moins cher en supermarché ou en magasin spécialisé. C’est difficile d’admettre qu’il faut oublier la logique de marché pour une logique de solidarité : payer le juste prix du travail d’un agriculteur », font ainsi observer plusieurs amapiens.

Les avis portés sur l’état des relations entre les consommateurs-citoyens de l’association sont, eux aussi, très majoritairement positifs : 86% jugent ces relations très bonnes (20%) ou bonnes (66%), tandis que 4% les qualifient de passables, 3%

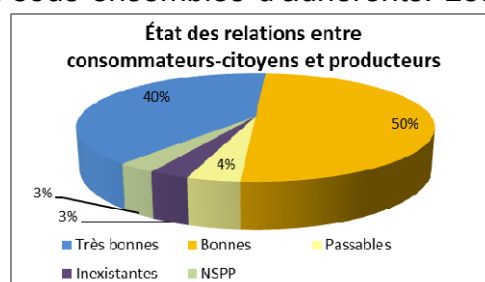


d'inexistantes et que 7% ne se prononcent pas. Les commentaires se partagent en deux groupes. Le premier fait état de rapports très cordiaux, où « se partage une certaine conception de la vie », où « c'est un peu comme il y a trente ans quand on croisait au marché tous les voisins, on connaît les gens (...), on se rend service ». Le deuxième est, lui, plus réservé et met l'accent sur de bonnes relations quoique plus distantes, soit parce qu'elles se déroulent dans le cadre de

l'entreprise, soit par manque de participation et/ou de temps pour échanger. « Du fait qu'il s'agit d'une AMAP sur le lieu de travail, "l'ambiance associative" est moins présente mais existe néanmoins lors de certains événements (apéritifs, visite de ferme) », « tous les consommateurs-citoyens travaillent tard, ont des enfants et ne restent pas forcément pour échanger lors des distributions », « les relations sont bonnes, mais au final, il n'y a pas tant de contacts que ça : chacun récupère son panier et s'en va, il n'y a pas forcément beaucoup de discussions entre consommateurs », « je modulerais mon propos car, avec les personnes des différents comités directeurs, c'est vraiment une très bonne relation que nous entretenons ; avec certains amapiens, cela peut être parfois un peu décevant du fait de leur manque d'implication », « on note que certains ne restent que consommateurs », témoignent ainsi quelques adhérents.

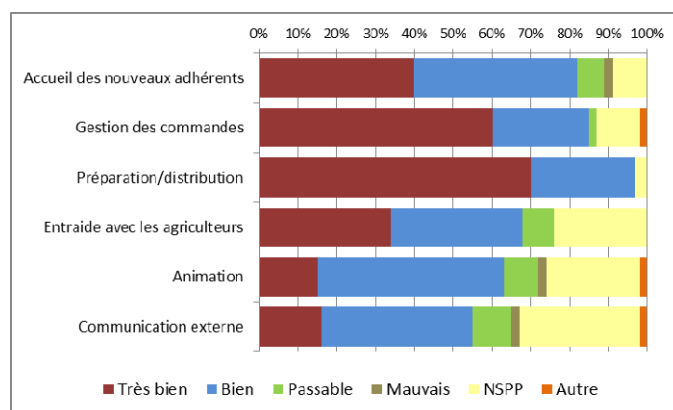
L'état des relations entre les consommateurs-citoyens et les producteurs est également plébiscité : 90% considèrent ces relations comme très bonnes (40%) ou bonnes (50%), tandis que 7% les jugent passables (4%) ou inexistantes (3%) et que 3% ne se prononcent pas. On distingue, là encore, deux sous-ensembles d'adhérents. Les

uns, de loin les plus nombreux, sont franchement enthousiastes et ne tarissent pas d'éloges sur les relations avec les producteurs. « Très conviviales et joyeuses », « l'AMAP offre la possibilité de discuter un peu plus longtemps avec les agriculteurs, qui, suivant la branche de l'AMAP, ne s'occupent pas directement des distributions et sont donc disponibles pour parler, plus que sur un marché, où il y a d'autres clients à servir », « très bonnes relations avec l'agriculteur qui partage avec ceux qui le souhaitent son "quotidien" : ses activités en cours, ses difficultés, ses réussites... », « certains sont devenus des amis, on va chez eux, ils viennent chez nous ; mais, avec tous, il y a un lien fort et de l'entraide qui se consolide au fil du temps », expliquent plusieurs amapiens. D'autres répondants sont, eux, plus circonspects, pour des raisons qui tiennent autant aux relations personnelles, au clivage urbain-rural qu'à l'organisation de l'AMAP des Cosmonautes. « Il faut apprendre à se connaître et à se comprendre ; cela prend du temps, deux à trois contrats à mon avis », « très dépendant de l'agriculteur, parfois on sent qu'on est dans deux mondes différents », « je considère que mes relations sont bonnes, même si l'augmentation du nombre d'AMAP dont je fais partie (5 maintenant) ne permet plus d'avoir la même qualité de relation (...). Le fait de faire partie du "Bureau" de l'AMAP permet également d'avoir une relation privilégiée avec le producteur que je regrette quand je suis simple membre », font ainsi observer quelques 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.* La satisfaction est de mise, avec 40% de « très bien », 42% de « bien », quand seulement 7% choisissent « passable », 2% « mauvais » et 9% ne se prononcent pas.
- *La gestion des commandes.* Les résultats sont encore meilleurs puisque l'on enregistre 60% de « très bien », 25% de « bien », tandis que 2% optent pour « passable », 11% préfèrent ne pas se prononcer et 2% sélectionnent la réponse « autre ».
- *La préparation/distribution des aliments.* C'est le secteur qui obtient le meilleur indice de satisfaction, une quasi unanimité avec 70% de « très bien », 27% de « bien » et 3% qui ne se prononcent pas.
- *L'entraide avec les agriculteurs.* La satisfaction concerne plus des deux-tiers des adhérents (34% de « très bien » et 34% aussi de « bien »), mais on note tout de même 8% de « passable » et surtout un petit quart (24%) qui ne se prononce pas.
- *L'animation (visites, repas collectifs, etc.).* Les résultats sont légèrement moins probants, avec 63% de satisfaits (15% de « très bien », 48% de « bien »), 9% de « passable », 2% de « mauvais », 24% qui ne se prononcent pas et 2% qui choisissent « autre ».
- *L'organisation de la communication externe.* C'est le secteur qui, en dépit d'une courte majorité de satisfaits, laisse le plus à désirer ; on y enregistre 16% de « très bien », 39% de « bien », 10% de « passable », 2% de « mauvais », 2% de « autre » et près d'un tiers des adhérents qui préfère ne pas se prononcer (31%).



Relativement fournis, les commentaires apportent certaines précisions sur la plupart de ces secteurs. Au sujet de l'accueil des nouveaux adhérents, le propos est généralement positif et met notamment en valeur une « information très bien faite », l'existence du blog de l'AMAP ou bien encore la tenue d'un stand lors de journées sur l'environnement ; certains paraissent toutefois regretter « la longueur de la liste d'attente » ou que l'on se sente « un peu perdu et catapulté » au début, même si « cela passe vite ». La gestion des commandes, forcément difficile compte tenu de la taille de l'AMAP et de la diversité de produits délivrés, paraît s'être améliorée – « je pense que les comités directeurs sont maintenant au top », estime une adhérente –,

même si en faire partie semble à certains « particulièrement lourd ! » En matière d'entraide, la satisfaction largement majoritaire n'empêche pas quelques critiques, adressées aux deux parties : « peu d'adhérents participent et ce sont toujours les mêmes qui s'impliquent », « les paysans sont réticents à solliciter les mangeurs », notent deux répondants. Pour l'animation, le bilan semble nettement plus mitigé : l'un des responsables de l'AMAP juge que l'on « peut mieux faire », tandis qu'une adhérente mentionne « un super pique-nique annuel organisé par l'un des producteurs mais avec de moins en moins de participants » et qu'une autre estime que « cela devrait être obligatoire car beaucoup consomment sans chercher à comprendre et à connaître le producteur ». Dans le domaine de la communication externe, on constate d'abord que la question n'a pas toujours été bien comprise, certains considérant que l'AMAP des Cosmonautes étant une AMAP d'entreprise, la communication vers l'extérieur existait peu ou pas du tout ; d'autres y ont quand même répondu en insistant sur le blog ou sur la promotion que fait autour de lui « chaque amapien à chaque occasion ». On notera enfin que le secteur le plus apprécié, la préparation/distribution des aliments, ne recueille aucun commentaire, ce qui prouve, s'il en était encore besoin, que l'on parle toujours plus des trains (ou des satellites...) qui arrivent en retard que de ceux qui sont à l'heure !

Les réponses à la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « Avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » – portent d'abord sur les efforts à faire en matière d'animation et de communication. Plusieurs adhérents évoquent ainsi l'idée de repas collectifs, d'Amap'éros plus fréquents ou soulignent la nécessité de communiquer davantage, en interne, sur les places éventuellement disponibles et, en externe, sur le système des AMAP. La diversification de l'alimentation fait aussi l'objet de propositions – « trouver d'autres secteurs (poisson, champignon, pain...) », suggère par exemple une répondante – et une plus grande souplesse de l'offre (facilité de partage ou création de demi-paniers et/ou possibilité d'ajout d'un produit à une commande déjà passée) est également souhaitée. Enfin, comme dans tant d'autres AMAP, les exhortations à une plus forte implication des adhérents ne manquent pas ! Il faut « trouver des bonnes volontés pour prendre le relais et ne pas faire s'éteindre la flamme du départ », résume l'un des responsables...

Conclusion

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

1. Assurant toujours un rôle prépondérant dans l'alimentation du foyer, les femmes, à l'origine de 58% des retours, se sont senties plus concernées par l'enquête que les hommes ;
2. Les résultats biographiques relatifs à l'âge, à la situation familiale et au niveau d'études des membres de l'AMAP des Cosmonautes établissent la moyenne d'âge à 39,8 ans, montrent que les couples mariés (58%) ou vivant en concubinage, Pacs ou union libre (34%) composent l'essentiel des adhérents (92%) et que le niveau d'études est extrêmement élevé puisque 88% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+5 ;

3. Les résultats biographiques relatifs à la vie professionnelle, aux autres engagements citoyens et aux loisirs des adhérents de l'AMAP des Cosmonautes font apparaître un profil de personnes très actives et impliquées dans la vie sociale ;
4. Le principe de proximité, à la base du système des AMAP, ne peut être mieux respecté puisque l'AMAP des Cosmonautes étant une AMAP d'entreprise, les distributions se déroulent sur le lieu de travail et n'exigent donc pas de déplacement spécifique de la part des adhérents ;
5. L'étude, en classement global et par rang, des raisons qui ont conduit à l'adhésion fait apparaître que la qualité des produits, la solidarité avec les agriculteurs, le souci de la santé et le respect de l'environnement ont constitué les principales motivations ;
6. L'idée répandue selon laquelle le consommateur bio disposerait forcément d'un revenu élevé est confirmée par les informations financières recueillies : plus des deux-tiers (70%) des foyers se situent au-dessus de 3000 euros mensuels, plus de la moitié (56%) au-dessus de 4000 euros, et l'on peut penser, de plus, que ces proportions sont probablement minorées par un taux de refus de réponses élevé (16%) ;
7. En revanche, l'idée reçue selon laquelle le passage à la nourriture bio entraînerait inévitablement une augmentation du budget alimentaire du foyer se trouve, elle, partiellement remise en cause. Tandis que 21% des adhérents préfèrent ne pas se prononcer, 27% jugent ce budget à la hausse, 43% estiment qu'il n'a pas varié et 9% qu'il a même eu tendance à baisser. Le fait de cuisiner plus, de manger moins de viande et davantage de légumes, une diminution des achats en grande surface et une moindre fréquentation, aussi, des restaurants expliquent, pour l'essentiel, ces deux derniers résultats. Néanmoins, certains commentaires libres apportés aux questions portant sur les prix et l'évolution du budget alimentaire font apparaître que les prix de l'AMAP seraient plus élevés (rapport quantité/prix) qu'en alimentation bio en magasins (biocoops ou grandes surfaces). On pourrait donc en déduire qu'un revenu mensuel plutôt élevé tend à minimiser l'impact d'une augmentation du budget alimentaire du foyer.
8. L'avis des adhérents de l'AMAP des Cosmonautes à l'égard de leur association s'avère extrêmement positif : ils sont 94% et à avoir une « très bonne » (62%) ou « bonne » (32%) opinion d'ensemble, les 6% restants optant pour « passable » ou ne se prononçant pas. On enregistre toutefois des réserves quant à la qualité ou la quantité de divers produits, les fruits en particulier et, dans une moindre mesure, certaines viandes ou certains légumes. Les prix font, eux aussi, l'objet de critiques – coût élevé du panier de légumes par exemple –, mais celles-ci n'émanent que d'une faible proportion d'adhérents, l'immense majorité insistant, au contraire, sur l'engagement de solidarité avec les producteurs et la qualité bio offerte en échange. L'étude des différents secteurs d'activité fait apparaître de bons ou très bons résultats dans l'accueil des nouveaux adhérents, la gestion des commandes, la préparation/distribution des aliments, mais la communication, l'entraide et, surtout, l'animation mériteraient d'être améliorées. Enfin, comme dans la plupart des autres AMAP étudiées, on retrouve au sein de l'AMAP des Cosmonautes le traditionnel clivage entre consomm'acteurs et consommateurs ; le défaut de participation de ces derniers fait reporter le poids de l'organisation sur un nombre insuffisant de bénévoles et il freine également, après six ans d'existence, la nécessaire relève des fondateurs. Toutefois, la bonne humeur et la cohésion du groupe n'en restent pas moins manifestes.

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.
