

Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAP Bio en Brenne ?

PIERRE BITOUN, INRA-MONA

Créée en mai 2006, située en Indre-et-Loire, l'Association pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) Bio en Brenne rassemblait, en 2009, une centaine de familles adhérentes et une dizaine de producteurs, certifiés en agriculture biologique. Afin de mieux cerner qui sont les « amapiens », leurs motivations, leurs opinions, leurs attentes, un questionnaire a été mis au point et transmis à l'ensemble des adhérents dans le courant du mois de mai 2009. On en trouvera ci-dessous les principaux résultats, déjà succinctement présentés lors de l'assemblée générale de l'association, le 14 juin 2009. Pour faciliter la lecture, l'exposé de ces résultats suit pour l'essentiel l'ordre du questionnaire, repris pour mémoire en annexe au présent document.

I. Deux conclusions liminaires sur les retours

Sur la centaine de questionnaires envoyés, 50 ont été remplis et retournés, presque exclusivement par voie électronique. Ce taux de retour, remarquable, est probablement dû à la nature du public touché, fortement concerné par sa participation à l'AMAP et plus généralement à toute forme d'action citoyenne.

Sur les 50 questionnaires retournés, 36, soit 72%, l'ont été par des femmes et 14, soit 28%, par des hommes. Ne correspondant pas à la proportion des adhérentes au sein de l'association, cette forte féminisation des retours renvoie sans aucun doute au rôle majeur joué par les femmes dans l'alimentation.

II. Indications biographiques

1. Âge. L'adhérent a en moyenne 40 ans, les hommes étant un peu plus âgés (45 ans en moyenne) et les femmes plus jeunes (38 ans). Ces résultats n'empêchent pas, bien sûr, une forte amplitude d'âge au sein de l'association, la benjamine ayant 23 ans et le doyen 71.

2. Résidence. Au vu des communes de résidence, deux groupes de localisation se dessinent clairement : la communauté de communes du Vouvrillon et Tours et son agglomération, qui rassemblent, à eux deux, 55% des amapiens. Le reste des adhérents se distribue sur diverses communes telles que Amboise, Montlouis, Nazelles-Négron, Sainte-Maure-de-Touraine, Véretz, etc. Par rapport aux lieux de distribution des paniers (Chançay et Monnaie), un nombre important d'adhérents consent donc à des déplacements non négligeables.

3. Situation familiale. Un couple marié, avec deux enfants, constitue le modèle dominant. Il concerne plus de 50% des membres de l'association, auxquels il convient d'ajouter, pour environ 40% des adhérents, d'autres situations de couple (concubinage, Pacs, union libre, famille recomposée), avec ou sans enfants. Les personnes vivant seules, qu'elles soient célibataires, divorcées ou séparées de fait, sont donc peu nombreuses, représentant à peine 10% de l'ensemble.

4. Études et professions. Tout en exerçant des métiers variés, l'amapien a généralement un niveau d'études élevé, de l'ordre de 4 à 5 années après le baccalauréat. Très représentatives de

la classe moyenne, les professions principales appartiennent au secteur de l'éducation, de la santé, de l'informatique, de l'environnement, du bâtiment et du commerce. On compte peu de retraités et de personnes à la recherche d'un emploi.

5. *Revenu.* Acceptant à près de 90% de répondre à la question concernant leur niveau de revenu, les amapiens se situent, pour près des deux tiers (62%), dans les tranches de moins de 1000 euros mensuels (6%), 1000 à 1500 (26%) et 1500 à 2000 (30%). Si l'on ajoute les personnes de la tranche immédiatement supérieure (de 2 à 3000 euros), ils sont 84%. En d'autres termes, l'idée reçue d'un consommateur bio forcément aisé, privilégié, se trouve largement contredite par les résultats de l'enquête, témoignant sans doute de plusieurs phénomènes cumulatifs : la baisse des revenus, pour l'immense majorité de la population française, enregistrée depuis une vingtaine d'années, le choix d'une alimentation de qualité, et l'importance de l'engagement citoyen, quelle que soit la situation financière, dans le soutien à l'agriculture bio.

6. *Autres adhésions.* Cette importance de l'engagement se trouve confirmée par les résultats de la question suivante, concernant les autres adhésions associatives, syndicales ou politiques. Ils sont en effet 62% à en déclarer au moins une, un petit nombre (10%) en ayant même plusieurs. Dans le domaine associatif, on constate que la participation concerne surtout des associations locales, souvent dans le secteur culturel, des associations de parents d'élèves et, dans une moindre mesure, des associations d'envergure internationale telles que Greenpeace ou Peuples solidaires. Dans le domaine syndical, les adhésions sont majoritairement à la CGT et à FO. Enfin, en matière politique, les Verts viennent logiquement au premier rang, suivis par le PS, et il faut également noter que plusieurs membres détiennent des mandats de conseiller municipal. Au total, on est donc bien face à un public de citoyens actifs, pour lesquels la citoyenneté ne saurait se réduire au seul suffrage universel.

7. *Loisirs.* Lecture, cinéma, cuisine, jardinage et sport constituent les activités les plus citées. D'autres amapiens, moins nombreux, déclarent également s'adonner à la marche, au bricolage ou à des activités artistiques diverses (théâtre, musique, danse, peinture).

III. Motivations

Dans la liste – qui leur était proposée – des sept principales raisons qui ont motivé leur adhésion à l'association, les amapiens ont classé, dans l'ordre : le respect de l'environnement (1), la solidarité avec les agriculteurs (2), la qualité des produits (3) et le souci de leur santé (4). Suivent, mais moins souvent cités, le ras-le-bol des grandes surfaces (5), le contact avec d'autres consommateurs-citoyens (6) et enfin, en dernière position, la variété des produits proposés (7). Parmi les raisons qui ne figurent pas dans cette liste mais sont régulièrement évoquées, certaines confirment simplement ces choix : une « consommation respectueuse de la nature, de l'animal, de l'homme », la préférence « pour un circuit court, des échanges directs entre consommateurs et agriculteurs », « le refus de la publicité et des industries agroalimentaires qui formatent les goûts » reviennent ainsi souvent sous la plume des amapiens, en réponse à l'item « autres raisons ». D'autres réflexions contribuent, elles, à élargir le champ des motivations. Certains amapiens évoquent ainsi le souhait de « redevenir acteur de ce que l'on mange », « l'exemple positif donné, grâce au bio, à leurs enfants » ou bien encore le « gain de temps », voire « la fainéantise », qu'autorise l'achat d'un panier de victuailles tout préparé. Au total, c'est donc un ensemble multiforme, une nébuleuse de préoccupations, tout à fois très personnelles et éminemment collectives, où se mêlent aussi

bien l'éthique, la politique, l'exigence de solidarités concrètes qu'un pragmatisme de la vie quotidienne, qui paraît avoir conduit à l'adhésion à l'AMAP.

Les réponses données à la question suivante – « D'après vous, qu'est-ce qui dans votre trajectoire personnelle (études, professions, engagements citoyens, etc.) vous a conduit à rejoindre l'AMAP ? – viennent confirmer cette intrication du collectif et de l'individuel. D'une part, la conscience d'habiter une planète en danger, la critique du productivisme agricole, de la société de consommation et de la malbouffe, la volonté de revitaliser l'économie locale, sont souvent cités comme autant d'éléments ayant déterminé l'intérêt pour l'association. D'autre part, les facteurs tenant à l'histoire familiale (origines paysannes ou rurales, naissance d'enfant, etc.), aux réseaux amicaux ou professionnels, quand il ne s'agit pas d'une maladie qui oblige à repenser sa vie et son alimentation, entrent également en ligne de compte dans l'adhésion. Condensant, synthétisant ces deux dimensions personnelle et collective, le souci de « faire avancer concrètement les choses » tant pour la planète, le local que pour soi-même et ses proches, est évoqué par de très nombreux membres.

D'autres éléments, plus précis ou ponctuels, ont également joué dans la décision. Pour beaucoup, c'est un membre de la famille, un ami, un collègue qui, déjà membre ou non, a « poussé à la roue » et entraîné l'adhésion. Pour d'autres, c'est la rencontre d'un producteur bio sur un marché qui a servi de déclic. Enfin, la tenue par les responsables de l'association de stands lors de foires ou d'événements locaux, les programmes de télévision ou de radio consacrés à l'agriculture biologique et aux AMAP constituent aussi des facteurs d'entraînement non négligeables.

IV. Changements

En ce qui concerne les habitudes alimentaires, 85% des amapiens déclarent avoir constaté des changements. Non seulement ils mangent désormais, à titre principal ou exclusif du bio, mais ils cuisinent également davantage, notamment les légumes. Pour 15%, le changement a été radical, tandis que 38% jugent que ces habitudes ont beaucoup changé et 32% un peu. Seule une minorité, atteignant à peine 15% des membres, estime que leurs habitudes ont très peu changé depuis leur adhésion, probablement parce qu'ils étaient déjà depuis longtemps acquis au bio.

En ce qui concerne le budget consacré à l'alimentation, les résultats sont à la fois un peu moins fiables – 12% des personnes enquêtées ne se prononcent pas – et surtout plus contrastés. Pour 50% des adhérents, le budget n'a pas varié, certains constatant que le prix plus élevé de l'alimentation bio est compensé par une diminution des achats de produits en grande surface et une réduction des gaspillages. « On ne jette plus ou beaucoup moins », expliquent de nombreux amapiens. Pour 28%, il a baissé, certains se déclarant dans l'incapacité d'évaluer cette baisse, d'autres l'estimant entre 10 et 40% pour des raisons de même nature (abandon plus ou moins radical des achats de produits transformés, limitation des gaspillages). Enfin, pour 10% des adhérents, le budget alimentaire a eu au contraire tendance à croître, mais légèrement, au maximum de 10%. Cette augmentation est le plus souvent imputée, non pas aux prix pratiqués par les producteurs de l'association, mais à des achats bio complémentaires en coopérative ou en grande surface, ainsi qu'à deux autres facteurs : la hausse générale des prix de l'alimentation depuis le passage à l'euro et/ou la diminution des ressources du foyer.

En ce qui concerne la manière dont ont évolué les convictions des personnes, le sentiment est au contraire unanime. Celles-ci ont été largement confirmées, renforcées par l'expérience concrète, et ce à différents niveaux : sur la sensibilité aux problèmes d'environnement ; sur la fait de consommer moins et mieux grâce à la simplicité de l'alimentation bio ; sur le soutien indispensable aux producteurs locaux et, enfin, la nécessité d'agir « à son niveau » pour changer la société et la vie. Il faut que « les gens deviennent des consom'acteurs », déclarent ainsi de nombreux adhérents, l'un d'entre eux expliquant que le consommateur « ne doit plus cautionner un système où l'agriculteur n'est qu'un vulgaire sous-traitant exploité alors que c'est lui qui nourrit son prochain. » Pour autant, ce renforcement des convictions initiales n'exclut pas des questionnements. Attention à ne pas être des « bio extrémistes », notent ainsi certains adhérents, tandis que d'autres s'interrogent sur la manière dont pourra s'élargir, s'étendre le réseau des AMAP sans nuire à la qualité de la démarche et des produits.

V. Bilan et perspectives

L'AMAP Bio en Brenne bénéficie d'un véritable plébiscite : ils sont 99,5% à avoir une très bonne (51%) ou bonne (48,5%) opinion d'ensemble de l'association, un seul adhérent nuancant sa réponse positive en précisant que l'on peut évidemment « toujours faire mieux, s'investir plus. »

En ce qui concerne les prix des produits, ils sont 80% à les considérer comme normaux, même si cette réponse est quelquefois assortie de critiques concernant quelques aliments un peu chers (légumes, poulets, jus de fruits, charcuteries) ou de commentaires d'ordre général : « Les prix sont normaux pour du bio mais encore trop chers pour être accessible à tous, fait ainsi remarquer un adhérent. Pour 15%, les prix sont même jugés bas, au regard de la qualité bio et grâce, notamment, au lait, au fromage et à la viande. Seuls 5% des amapiens considèrent donc les prix comme trop élevés, le plus souvent parce qu'ils s'attendaient à moins cher dans le cadre « d'une relation directe entre le producteur et le consommateur. » Pour autant, ce jugement négatif n'empêche pas la fidélité à l'association : « C'est plus cher qu'en grande surface, mais les producteurs ne s'en mettent pas plein les poches. Et je préfère leurs poches à celles de ceux qui s'enrichissent sur le dos des autres », lance un adhérent.

Le jugement porté sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association s'avère majoritairement positif. « Très enrichissantes », « solidaires » sont les qualificatifs le plus souvent employés. Toutefois, de nombreux amapiens n'hésitent pas à critiquer, quelquefois avec véhémence, le manque d'implication, l'absence de prise de responsabilité dans l'association d'une partie des adhérents. « Ils sont de simples consommateurs qui se contentent de venir chercher leurs paniers », « il y a un monde entre le consommateur et le militant », font observer deux adhérents, ajoutant que cette différence de comportement constitue l'une des sources principales des tensions qui peuvent exister au sein de l'AMAP. D'autres membres ont, sur la même question, un avis plus nuancé. L'AMAP a ses difficultés internes, comme n'importe quelle association, et il faut savoir faire preuve de respect mutuel, d'autant plus que les emplois du temps sont chargés, expliquent-ils en substance. De toute façon, plus l'AMAP grandira, plus ces rapports risquent d'être difficiles et exigeront de la part de tous de la vigilance, de la tolérance, remarquent-ils encore. Parmi les autres problèmes évoqués, on retrouve enfin l'excès de messages sur Internet qui semble lasser, voire démobiliser quelques adhérents.

Les relations entre consommateurs-citoyens et producteurs donnent aussi, en général, satisfaction. Si certains adhérents préfèrent ne pas se prononcer, du fait de leur arrivée récente

dans l'association, si d'autres déplorent leur propre manque de disponibilité qui les a empêchés de se rendre, par exemple, aux visites de fermes, tous ceux qui ont noué des contacts avec les agriculteurs les ont bien appréciés, jugés enrichissants. « Cela nous permet de mieux comprendre les problèmes que rencontrent les producteurs », expliquent de nombreux adhérents. Quelquefois même, ces rencontres ont été l'occasion de tisser des liens amicaux ou de prendre d'autres initiatives de soutien aux agriculteurs. Une aide financière et juridique à l'installation de l'un d'entre eux a ainsi été organisée par l'association. Dans l'ensemble, les amapiens jugent donc favorablement ces relations, certains regrettant seulement qu'elles ne soient pas plus fréquentes.

En ce qui concerne le fonctionnement des différents secteurs de l'association et l'investissement en temps que pourraient éventuellement y consacrer les adhérents, il apparaît que :

- la gestion des commandes, la préparation et la distribution des aliments recueillent des avis très positifs ou positifs de la part d'une majorité d'adhérents et disposent d'un important potentiel de « forces vives » prêt à se mobiliser, surtout dans le second secteur ;
- l'animation générale (visites, repas collectifs, etc.) et l'organisation de la communication externe donnent également satisfaction, mais avec un peu plus de réserve, sans doute liée au fait que ces secteurs tentent un faible nombre de membres ;
- l'accueil des nouveaux adhérents et, à un moindre degré, l'entraide avec les agriculteurs sont les deux secteurs qui recueillent le plus d'avis « passable » et où, aux dires d'une majorité, des améliorations doivent être faites ; ce qui ne paraît pas impossible, si l'on en juge par le potentiel d'adhérents susceptibles de s'y investir.

Dans leurs réponses à la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « Avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » –, les amapiens mettent surtout en avant le problème de l'engagement, de la participation concrète de chacun à l'ensemble des activités. « Il faut plus d'investissement solidaire », résume ainsi un adhérent, un autre allant même jusqu'à proposer l'exclusion de ceux qui se comportent comme de simples consommateurs. Parmi les autres suggestions émises, on relèvera d'abord une forte demande autour de contacts accrus avec les agriculteurs, dont la présence, lors des « permanences du vendredi », consacrées à la préparation et à la distribution des aliments, est vivement souhaitée par plusieurs membres. Enfin, sans pour autant donner lieu à des propositions concrètes, des améliorations sont demandées dans la gestion de la communication informatique de l'association, de manière à réduire le nombre de courriels reçus. Au sein de l'AMAP Bio en Brenne, comme partout, est-on tenté de souligner...

Conclusion

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

1. Assumant toujours un rôle prépondérant dans l'alimentation du foyer, les femmes semblent vivement concernées par des initiatives telles que les AMAP et jouent un rôle important, voire moteur, au sein de l'AMAP Bio en Brenne ;
2. L'idée reçue selon laquelle le consommateur bio disposerait d'un revenu élevé est largement contredite par les informations financières recueillies : près des deux tiers des amapiens ont moins de 2000 euros mensuels (6% moins de 1000, 26% de 1000 à 1500, 30% de 1500 à 2000). Quoique fondé sur un échantillon très limité, ce résultat mérite d'être remarqué et pourrait indiquer, sous réserve de confirmation, une tendance générale à la popularisation du bio ;

3. Une autre idée reçue – l’augmentation obligée, avec le passage à la nourriture bio, du budget alimentaire du foyer – se trouve également battue en brèche. Pour près des trois quarts des amapiens, ce budget n’a pas varié ou a même diminué, de 10 à 40% selon les cas. L’abandon des achats en grandes surfaces et la réduction des gaspillages expliquent, pour l’essentiel, ce résultat ;

4. La question de l’engagement citoyen occupe, tant sur le plan pratique que réflexif, une place centrale. D’une part, le recrutement des amapiens s’effectue parmi un public déjà souvent fortement impliqué dans la vie de la Cité, au travers d’autres adhésions associatives, syndicales ou politiques. D’autre part, l’aspiration à devenir un « consom’acteur », la volonté de « faire avancer concrètement les choses » aussi bien pour la planète, le local que pour soi-même et ses proches, constituent pour nombre d’amapiens le cœur de la démarche qui les a conduits à l’adhésion. Mais, en même temps, vivre ici et maintenant autrement, construire dès à présent et dans la solidarité avec d’autres couches sociales le monde de demain, n’est évidemment pas chose facile, surtout dans un contexte de précarité grandissante, de fragmentation sociale et idéologique accrue, de comportements individualistes exacerbés. Aussi l’AMAP Bio en Brenne est-elle soumise, comme tant d’autres collectifs, à des tensions qui ont principalement trait à la qualité de l’engagement citoyen, prenant ici la forme du clivage entre « consom’acteur » et consommateur.

QUESTIONNAIRE

1. Indications biographiques

- Nom, prénom :

.....

- Âge :

.....

- Commune de résidence :

.....

- 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

Autres situations (*merci de préciser laquelle*)

.....

- Quel est votre revenu mensuel ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*)

Moins de 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

- Pour quelles raisons avez-vous rejoint l'AMAP Bio en Brenne ? (*mettre en gras ou souligner la ou les bonnes réponses*)

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*) :

.....
.....

- Si vous avez indiqué plusieurs raisons, vous paraît-il possible de les classer par ordre d'importance ? (*mettre en gras ou souligner la bonne réponse*)

Oui
Non

- Si oui, merci de numéroter 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.....

- D'après vous, qu'est-ce qui dans votre trajectoire personnelle (études, professions, engagements citoyens, etc.) vous a conduit-e à rejoindre l'AMAP ?

.....
.....

.....
.....
.....

- Pouvez-vous expliquer, en quelques lignes, 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 Bio en Brenne ? (*mettre en gras ou souligner la bonne réponse*)

Très bonne

Bonne

Passable

Mauvaise

Très mauvaise

Autre (*merci de préciser*) :

.....
.....

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 ?

.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

- Que pensez-vous des relations entre les consommateurs-citoyens et les agriculteurs ?

.....
.....
.....
.....
.....

- 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, autre (*à préciser*), ne se prononce pas

Gestion des commandes

Très bien, bien, passable, mauvais, très mauvais, autre (*à préciser*), ne se prononce pas

Préparation et distribution des aliments

Très bien, bien, passable, mauvais, très mauvais, autre (*à préciser*), ne se prononce pas

Entraide avec les agriculteurs

Très bien, bien, passable, mauvais, très mauvais, autre (*à préciser*), ne se prononce pas

Animation générale (visites, repas collectifs, etc.)

Très bien, bien, passable, mauvais, très mauvais, autre (*à préciser*), ne se prononce pas

Organisation de la communication externe de l'association

Très bien, bien, passable, mauvais, très mauvais, autre (*à préciser*), ne se prononce pas

- Parmi ces différents secteurs d'activités, quels sont ceux auxquels vous participeriez le plus volontiers ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*)

Accueil des nouveaux adhérents

Gestion des commandes

Préparation et distribution des aliments

Entraide avec les agriculteurs

Animation générale (visites, repas collectifs, etc.)

Organisation de la communication externe de l'association (réponses aux médias, tenue de stands, etc.)

- 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 je puisse prendre contact.

.....
.....
.....