

Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAPP de la Salle ?

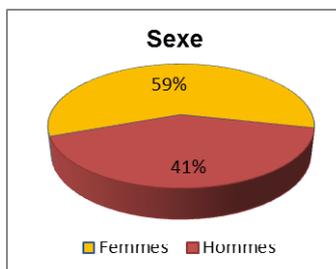
PIERRE BITOUN, INRA-SADAPT
CLÉA CARMILLET, ADDEAR DU LOIR-ET-CHER
CATHERINE LEFEBVRE, INRA-SADAPT

Créée en 2006, située à Rivarennas dans l'Indre-et-Loire, l'Association pour le maintien d'une agriculture paysanne de proximité (AMAPP) de la Salle rassemblait à l'été 2010, au moment de la réalisation de cette enquête, 85 familles adhérentes et 7 producteurs : 1 maraîcher, fournisseur régulier, non labellisé en bio mais produisant dans le plus grand respect de l'environnement, et 6 autres agriculteurs ou éleveurs, fournisseurs plus occasionnels. Les adhérents pouvaient ainsi se procurer un large éventail de produits alimentaires : légumes, fruits (pommes, poires) et jus de fruits, œufs et volaille, fromages de chèvre, bœuf, veau, pain. Pour les légumes, le prix des paniers variait selon la taille et la saison : 10 ou 15 euros en hiver selon qu'ils soient de petite ou de grande taille, 16 ou 22 euros en été.

Afin de mieux cerner qui sont les « amapiens », leurs motivations, leurs opinions, leurs attentes, un questionnaire, sur support papier, a été distribué à l'ensemble des adhérents à la mi-juin 2010 et la récupération des questionnaires renseignés s'est faite un mois et demi plus tard, début août. On trouvera ci-dessous les principaux résultats de cette enquête, leur exposé suivant pour l'essentiel l'ordre du questionnaire, repris pour mémoire en annexe au présent document.

I. Deux conclusions liminaires sur les retours

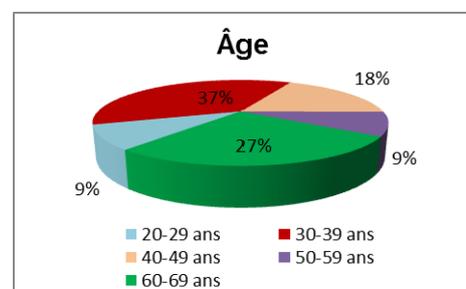
Sur les 85 questionnaires distribués, 22 ont été remplis. Ce bon taux de retour, de près de 26%, est probablement lié à la nature du public touché, qui se sent concerné par sa participation à l'AMAP et, plus généralement, à toute forme d'action citoyenne.



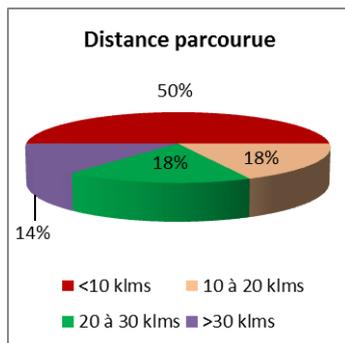
Sur les 22 questionnaires renseignés, 59% l'ont été par des femmes et 41% par des hommes. Même si la proportion de répondants masculins est ici plus importante que dans d'autres AMAP déjà étudiées¹, cette féminisation des retours renvoie sans aucun doute au rôle majeur joué par les femmes dans l'alimentation.

II. Indications biographiques

1. **Âge.** L'adhérent a en moyenne 45,6 ans, les hommes étant légèrement plus âgés (46,5 ans) que les femmes (45 ans). Ce résultat masque néanmoins un important brassage des générations dont témoignent, d'une part, l'écart maximal de l'âge au sein de l'association – la benjamine a 28 ans et les trois doyens (2 femmes et 1 homme) 69 ans – et, d'autre part, la répartition des adhérents par tranche d'âge : les 30-39 ans représentent 37% de l'effectif total, suivis par les 60-69 ans (27%), les 40-49 ans (18%), les tranches 20-29 ans et 50-59 ans s'élevant chacune à 9%.

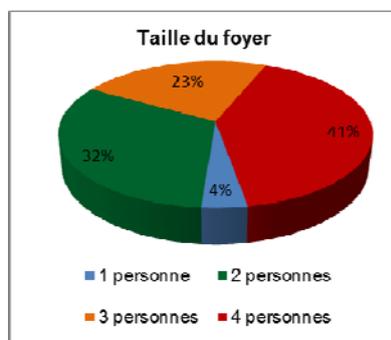
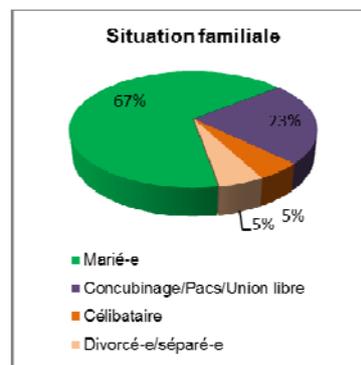


¹ Cf. nos autres enquêtes disponibles sur <http://www6.versailles-grignon.inra.fr/sadapt/Equipe-Proximites/Membres-Proximites/Fiches/Bitoun-publi> ou <http://pierrebitoun.canalblog.com/>



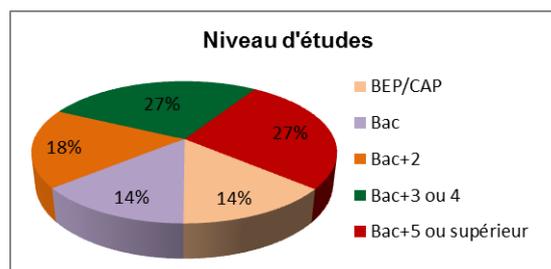
2. *Résidence.* Au vu des communes de résidence, le principe de proximité à la base du système des AMAP se trouve partiellement respecté : 50% des adhérents parcourent moins de 10 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, la grande majorité d'entre eux se trouvant à moins de 5 kilomètres. L'autre moitié des amapiens est plus éloignée : 18% entre 10 et 20 kilomètres, 18% aussi entre 20 et 30 kilomètres, tandis que 14% se situent à plus de 30 kilomètres.

3. *Situation familiale.* Le couple marié constitue le modèle dominant. Il concerne 67% des membres de l'association, auxquels il convient d'ajouter, pour 23% des adhérents, d'autres situations de couple (concubinage, Pacs, union libre). Les divorcés ou séparés de fait et les célibataires sont d'importance identique, 5% pour chaque catégorie.

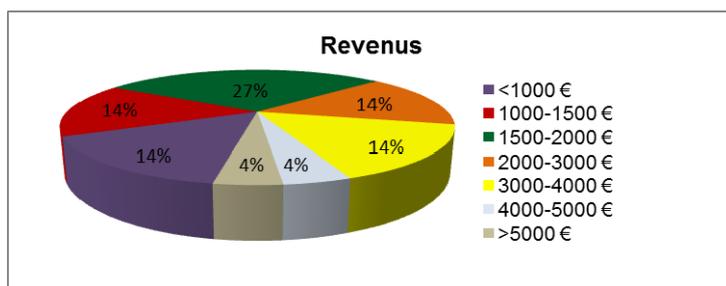


En ce qui concerne la taille du foyer, les foyers de 4 personnes arrivent en tête (41%), suivis par ceux de 2 et 3 personnes (respectivement 32 et 23%), ceux de 1 personne ne représentant que 4%. Enfin, contrairement à la situation qui prévaut dans d'autres Amap, il n'existe aucun foyer de 5 ou 6 personnes.

4. *Études et professions.* 14% des amapiens ont un diplôme de niveau 5 (BEP / CAP), 14% également de niveau 4 (Bac général ou professionnel) tandis que les niveaux 3 (Bac+2), 2 (Bac+3 ou 4) et 1 (Bac+5 ou supérieur) rassemblent respectivement 18%, 27% et 27%. On constate donc que le niveau d'études des adhérents est élevé puisque 54% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3 et 72% égal ou supérieur à Bac+2. Comme souvent, les professions sont très représentatives de la classe moyenne et ressortissent principalement des secteurs de l'éducation, de la santé, du social et du commerce. Enfin, on compte 18% de retraités et 9% de personnes sans emploi.



5. *Revenus.* La quasi totalité (91%) des adhérents a accepté de répondre à la question concernant leur niveau de revenu. 14% des foyers se situent dans la tranche de moins de 1000 euros et 14% aussi dans celle de 1000 à 1500 euros. De 1500 à 2000 euros, de 2000 à 3000 euros et de 3000 à 4000 euros, ils sont respectivement 27%, 14% et 14%, les deux dernières tranches (de 4000 à 5000 euros et plus de 5000 euros) s'établissant l'une et l'autre à 4%. Au total, ces résultats infirment donc l'idée répandue selon laquelle le consommateur bio ou assimilé bio serait forcément aisé puisque 28% des foyers disposent de moins de 1500 euros mensuels, 55% de



moins de 2000 euros et 69% moins de 3000 euros. On peut y voir la traduction de plusieurs phénomènes cumulés : la baisse des revenus, enregistrée depuis une vingtaine d'années, pour l'immense majorité de la population française, 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 respectueuse de l'environnement.

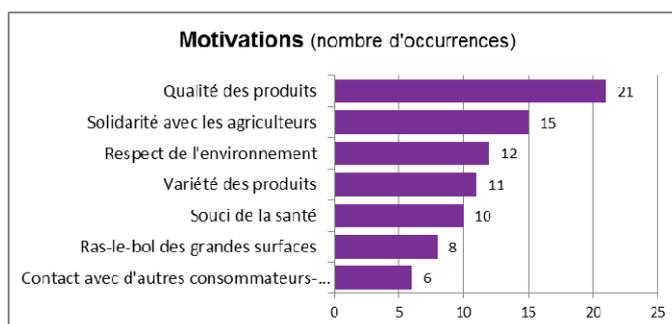
6. Autres engagements. L'importance de l'engagement se trouve confirmée par les résultats de la question suivante, concernant les autres adhésions associatives, syndicales ou politiques. Ils sont en effet 55% à en déclarer au moins une, certains en ayant même plusieurs. Dans le domaine associatif, de loin le plus fréquent, on constate que la participation concerne prioritairement des associations sportives, culturelles, environnementales et caritatives. Dans le domaine syndical, 2 adhérents déclarent des appartenances, sans vouloir toutefois préciser leurs organisations de rattachement. Enfin, en matière politique, 2 adhérents également sont élus, au niveau local, mais ne fournissent pas non plus de détails sur leurs familles politiques. En définitive, et en dépit de ces quelques lacunes d'information, 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. Cinéma, cuisine, lecture, activités sportives et randonnées constituent les occupations les plus citées. D'autres amapiens, moins nombreux, déclarent s'adonner au jardinage, au bricolage, à la musique ou évoquent encore la danse, les voyages, la photographie, la décoration, « être avec les enfants » ou bien encore « ne rien faire ». En d'autres termes et en dépit de ce dernier choix, si l'on additionne les activités professionnelles, les engagements associatifs, syndicaux ou politiques et les loisirs, les amapiens s'avèrent, à l'image de bon nombre de leurs contemporains, des personnes très occupées.

III. Motivations

Nous avons proposé aux adhérents sept raisons susceptibles de les avoir conduits à s'inscrire à l'AMAP, tout en les laissant libres d'en ajouter d'autres. Nous leur demandons aussi, si cela leur semblait possible, de bien vouloir hiérarchiser leurs réponses.

La qualité des produits arrive largement en tête avec 21 occurrences, suivie par la solidarité avec les agriculteurs et le respect de l'environnement, respectivement cités 15 et 12 fois. Viennent juste après la variété des produits (11 occurrences) et le souci de la santé (10 occurrences), tandis que le ras-le-bol des grandes surfaces et le



contact avec d'autres consommateurs-citoyens ferment la marche, avec respectivement 8 et 6 citations. L'étude des réponses hiérarchisées confirme pour l'essentiel ce classement global : en rang 1, la qualité des produits arrive toujours en tête, suivie cette fois du souci de la santé, la solidarité avec les agriculteurs et le respect de l'environnement venant en troisième position ex æquo ; en rang 2, on retrouve le même ordre, la variété des produits remplaçant simplement en deuxième place le souci de la santé. Enfin, pour plusieurs adhérents, il s'avère impossible, voire inutile, d'effectuer un quelconque classement. « Toutes ces raisons sont au même niveau pour moi », « à mon avis, tout se tient », font-ils observer.

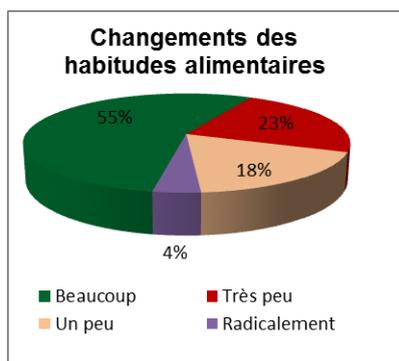
En ce qui concerne les autres motivations, formulées en réponse libre, on retiendra la notion d'engagement citoyen, citée à plusieurs reprises, et l'invocation, plus récurrente encore, de la proximité. Celle-ci est entendue de différentes façons : proximité de l'agriculteur dont on se veut solidaire, proximité géographique qui permet l'adhésion au collectif et rend aisée la récupération des paniers, tout particulièrement lorsque l'on travaille et que cela empêche « de se rendre sur un marché local ».

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 ? » – font d'abord souvent référence aux origines rurales et à l'éducation reçue ou acquise au cours de la vie. « L'éducation parentale a joué un rôle fondamental en m'inculquant les bases du raisonnement éco-citoyen », écrit une adhérente, tandis qu'une autre insiste sur « l'éducation à l'environnement déjà pratiquée dans d'autres associations » ; mes « études en lien avec l'agriculture » ont beaucoup compté, note pour sa part un jeune amapien. La présence d'enfants et, corrélativement, l'importance de la transmission de nouvelles valeurs, de nouveaux comportements, sont aussi fréquemment citées. « C'est surtout le fait d'être maman depuis huit ans qui m'a conduite à m'interroger sur l'alimentation », « la première raison [de mon adhésion] est certainement mon envie de donner à mes enfants la meilleure qualité de vie possible », font par exemple remarquer deux adhérentes trentenaires, un amapien plus âgé évoquant, lui, le « souci de ce que nous laissons aux petits-enfants ». Enfin, nombre d'amapiens reviennent sur l'incontournable « engagement citoyen », partie intégrante, structurante de leurs choix de vie. Certains notent simplement l'expression, sans fournir plus de précisions, d'autres l'associent à une démarche locale, du « bien vivre ensemble en milieu rural », d'autres encore relient cet engagement à la critique de la mondialisation, de la malbouffe et à l'indispensable sortie du modèle de société de consommation.

S'agissant des conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d'adhérer, on retiendra tout d'abord que, pour la très grande majorité des adhérents de l'AMAPP de la Salle, il y a bien eu par delà les éléments de trajectoire personnelle un véritable déclic, un passage à l'acte². Parmi les facteurs déclencheurs, l'existence de l'AMAP à proximité de chez soi, la rencontre avec l'agriculteur, « l'envie de l'aider » et de devenir « locavore », l'incitation d'un membre de la famille, d'un ami ou du voisinage, sont le plus souvent évoqués. Résumant bien l'opinion majoritaire, une adhérente écrit : « le déclic a été l'ouverture de cette Amap près de chez moi ; c'était la solution de proximité, de qualité, de solidarité ».

² Ce n'est pas toujours le cas, d'autres de nos enquêtes ayant au contraire fait ressortir l'absence d'un déclencheur particulier et, plutôt, une continuité de valeurs, d'habitudes prises qui conduit naturellement à l'adhésion.

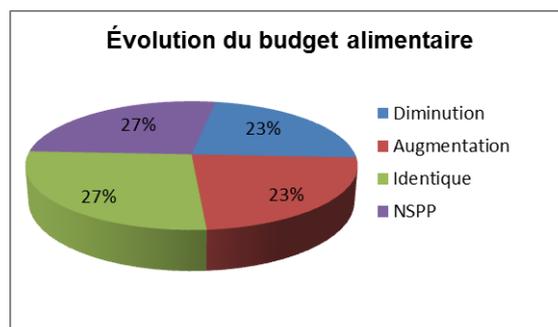
IV. Changements



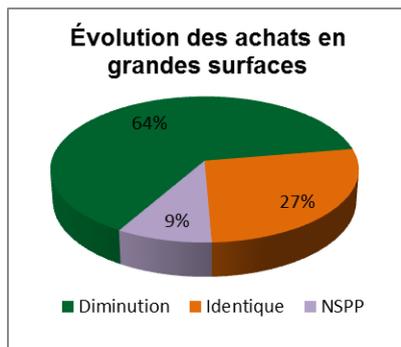
Dans le domaine des habitudes alimentaires, tous les adhérents déclarent avoir constaté des changements. Ils sont 77% à juger que ces habitudes se sont un peu (18%), beaucoup (55%) ou radicalement (4%) modifiées, les 23% restants ne constatant que très peu de changement. Les précisions apportées par les trois premiers groupes d'adhérents concernent principalement le fait de cuisiner plus, de manger davantage de légumes, de chercher de nouvelles recettes pour accommoder ces derniers. « Nous passons beaucoup

plus de temps en cuisine et il s'est opéré un passage progressif à une alimentation à 95% bio », constate par exemple l'un des amapiens. Pour le dernier quart, la faiblesse des changements est généralement liée au fait que la transformation du mode alimentaire est ancienne. « Nous avons commencé à cuisiner plus bien avant », « nous sommes végétariens depuis vingt-cinq ans », notent ainsi certains adhérents, ce qui n'empêche pas d'ailleurs d'autres modifications, fort sympathiques, de survenir : « je ne jardine plus du tout, Matthieu et Mathilde le font super bien ! », ajoute ainsi le végétarien de longue date. Enfin, on ne saurait oublier de citer ce dernier commentaire, déjà relevé dans bien d'autres de nos enquêtes : « je ne me demande plus ce que l'on va manger mais ce que je vais faire avec ce que j'ai dans mon panier ; c'est super ! », écrit une adhérente.

En ce qui concerne le budget consacré à l'alimentation, les résultats sont à la fois moins fiables – 27% des personnes enquêtées ne se prononcent pas – et surtout plus contrastés. Tandis qu'une même proportion (27%) déclare que le budget alimentaire est resté identique, 23% jugent qu'il a augmenté et 23% également qu'il a au contraire diminué. Pour ceux dont le budget a eu tendance à croître, les estimations sont rares – un adhérent évalue l'augmentation à environ 10% – et les commentaires se bornent le plus souvent à attester du rapport qualité-prix de l'alimentation fournie. Pour ceux dont le budget a eu tendance à baisser, les calculs sont plus fréquents, les proportions loin d'être négligeables – 15, voire 20% de diminution – ces bons résultats étant conjointement imputés au fait de cuisiner plus, de payer « moins cher que sur les marchés locaux » ou de moins fréquenter les supermarchés et les lieux de consommation. Enfin, pour les deux derniers quarts qui n'ont pas pu ou pas voulu se prononcer ou n'ont constaté aucune évolution significative de leur budget, les précisions données renvoient généralement à la difficulté d'évaluer les changements ou au refus de le faire puisqu'il s'agit, de toute façon, « d'un choix ».



S'agissant de l'évolution des achats en grandes surfaces, les résultats s'avèrent aussi contrastés, quoique de façon moins nette. Si 9% des adhérents ne se prononcent pas, ils sont presque deux tiers, 64% exactement, à avoir constaté une diminution. Déjà réticents, ils ont depuis leur adhésion encore réduit voire supprimé leurs achats



des aliments acquis par le biais de l'association, mais également ceux d'autres produits (plats préparés, conserves, etc.) ; ils « limitent ainsi au maximum leurs visites en grande surface » ou, quand ils doivent s'y rendre, évitent tous ces « achats hors liste que l'on fait en circulant entre les rayons (pizzas surgelées, produits ménagers en surnombre, brocherie industrielle) ». Pour les autres, soit 27%, ces achats n'ont pas décré, soit qu'ils n'y allaient déjà plus et fréquentaient exclusivement le petit commerce de proximité, les marchés

locaux ou les magasins bios spécialisés, soit qu'ils continuent de s'y rendre, en faisant toutefois « plus attention ». « Les légumes de la Salle nous suffisent mais les grandes surfaces, nous y allons aussi. Les achats inutiles ne sont évités que par la volonté », fait remarquer un jeune couple d'amapiens.

Dans le domaine des convictions – se sont-elles ou non renforcées depuis l'adhésion ? – les amapiens répondent, dans leur immense majorité, de façon positive. Pour une majorité, c'est la mise en accord des idées et des actions qui constitue un important sujet de satisfaction. « Notre mode de vie tourne désormais autour de nos convictions », « nous avons été confortés dans l'idée que chacun peut agir à son niveau et que parfois le plus petit changement peut en induire de plus grands », les rencontres au sein de l'AMAP ont « renforcé le souci d'être actif, partie prenante dans un monde à changer », constatent nombre d'adhérents. Pour d'autres, le renforcement des convictions a surtout porté sur la qualité de l'alimentation, le principe de solidarité avec l'agriculteur, l'intérêt économique et la dimension humaine du circuit court. « J'ai le sentiment de valoriser un travail à sa juste valeur, sans intermédiaire et mes enfants connaissent maintenant l'origine des légumes, le travail qu'il y a derrière », « l'adhésion a confirmé que ce mode d'approvisionnement me convient, tant dans les contenus que sur les coûts et, avec le temps, du point de vue des relations sociales qui se nouent avec les gens du coin », expliquent deux adhérentes. Des interrogations nouvelles sont toutefois apparues, corollaires inévitables de ce plus grand engagement de soi. « On est content de participer, à notre manière, à une autre façon de consommer. Mais, a contrario, cela soulève beaucoup de questions et parfois même de la culpabilité : quand on achète un produit, on ne peut s'empêcher de penser à son impact sur l'environnement et au fait que les grandes surfaces peuvent dénaturer un but au départ louable (exemple : le bio qui vient du bout du monde est-il encore du bio ?) ».

V. Bilan et perspectives

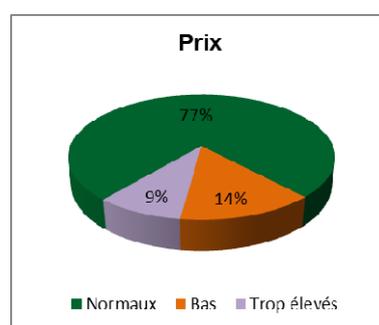
L'AMAPP de la Salle fait l'objet d'un véritable plébiscite : 95% des adhérents ont une très bonne (68%) ou bonne (27%) opinion d'ensemble de l'association, 5% seulement préférant ne pas se prononcer.



En ce qui concerne la qualité des produits, les avis donnés par l'immense majorité des adhérents – seuls 5% ne se prononcent pas – s'avèrent également positifs : ils sont 59% à se déclarer très satisfaits ou satisfaits, tandis qu'un peu plus d'un tiers (36%) avancent un « oui, mais » et émettent quelques réserves. Celles-ci portent principalement sur certains légumes jugés trop petits à certaines périodes (« chou-fleur par exemple ») ou difficiles à cuisiner différemment

quand ils reviennent plusieurs semaines de suite dans le panier (« fenouil par exemple »). Un autre bémol concerne le petit panier dont « les portions ne permettent pas de faire un plat unique pour deux ou trois (ex. les petits pois) ».

S'agissant du prix des produits, la quasi unanimité est de mise : 91% des amapiens considèrent les prix comme bas (14%) ou normaux (77%), quand seulement 9% les estiment trop élevés. Les commentaires des personnes satisfaites ont trait, le plus souvent, au rapport qualité-prix, jugé « en faveur du consommateur, sans conteste », à la composition du panier, « souvent très complet » ou bien encore « au plaisir de voir s'étendre la gamme des produits (volailles) ». Quant aux adhérents plus critiques, ils font généralement preuve de beaucoup de pondération. « Je trouve les prix un peu trop élevés », écrit l'un d'entre eux, « mais lorsqu'il y a pléthore de légumes, on n'est pas oublié. Il faut peut-être le mettre dans la balance... »

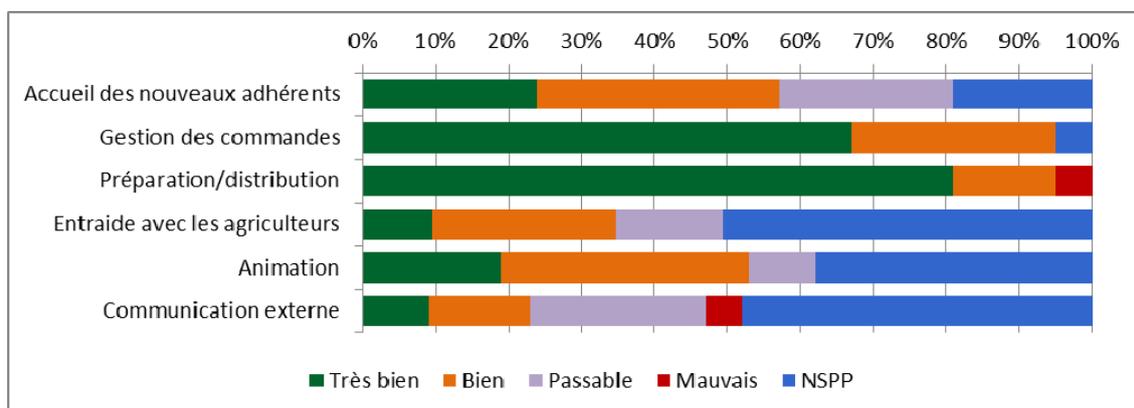


L'avis porté sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association est, lui aussi, majoritairement positif. Certains déclarent n'avoir que peu de contacts avec les autres membres de l'association, soit qu'ils viennent d'y entrer, soit qu'ils manquent de temps pour s'impliquer et nouer des relations. « Compte tenu de nos horaires, nous n'avons que peu de contacts, seulement à l'occasion des distributions », note par exemple un couple d'adhérents. D'autres, plus nombreux, apprécient visiblement l'atmosphère et la qualité des rapports. Les relations sont « bonnes », « agréables », « conviviales », une proportion importante souhaitant « faire encore plus de choses ensemble, même si ce n'est pas toujours évident » ou bien encore s'engager davantage au sein du réseau car ils y ont déjà perçu des « perspectives amicales encourageantes ». Un petit nombre, enfin, s'avère nettement critique, dénonçant le fait que certains ne sont là que « pour leur santé » et, donc, ni n'agissent pour l'association ni n'entretiennent de véritables contacts avec les autres ou se plaignant encore du noyau des anciens qui « donnent l'impression de rester entre soi, à peine polis quand on les côtoie... »

L'avis porté sur les relations entre consommateurs-citoyens et producteurs est, lui, unanimement positif. « Sympathiques », « sincères », « amicales », « chaleureuses » sont quelques-uns des qualificatifs employés, un satisfecit tout particulier étant adressé au jeune couple de maraîchers à la base de l'association. « Je suis très admiratrice de leur projet », peut-on lire notamment.

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.* L'opinion est majoritairement positive, avec 24% de « très bien » et 33% « de bien ». 24% jugent néanmoins ce secteur « passable » tandis que 19% ne se prononcent pas.
- *La gestion des commandes.* Les résultats sont sans ambiguïté, avec 67% de « très bien » et 28% « de bien », 5% seulement ne se prononçant pas.
- *La préparation/distribution des aliments.* C'est le secteur qui obtient le meilleur indice de satisfaction, avec 81% de « très bien » et 14% de « bien », les 5% restants le jugeant néanmoins « mauvais ».
- *L'entraide avec les agriculteurs.* L'ensemble est mitigé. Seul un tiers des adhérents ont un avis positif (9% de « très bien », 24% « de bien »), tandis que 14% choisissent « passable », et que surtout 48% ne se prononcent pas.
- *L'animation (visites, repas collectifs, etc.).* Les résultats sont meilleurs, puisqu'une courte majorité positive est atteinte (19% de « très bien » et 34% de « bien »), mais on enregistre tout de même 9% de « passable » et 38% d'adhérents qui ne se prononcent pas.
- *L'organisation de la communication externe.* C'est le secteur qui enregistre les moins bons résultats, avec 9% de « très bien », 14% de « bien », tandis que 24% sélectionnent « passable », 5% « mauvais » et que près de la moitié, 48%, ne se prononce pas.



Pour préciser leurs opinions – ou leur absence d'opinion –, les adhérents n'ont fait que très peu de commentaires. Quelques-uns concernent le secteur de l'entraide et mettent en valeur soit un manque d'information ou de connaissance, soit un défaut d'implication : « j'aimerais avoir plus de temps pour participer aux récoltes », « je réponds passable pour mon propre temps mis à disposition », expliquent deux amapiennes. Un autre commentaire porte, lui, sur l'accueil des nouveaux adhérents, jugé « passable » car « il n'y a pas assez de membres du CA présents aux distributions ».

Parmi les réponses à la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « Avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » –, un bon nombre concerne d'abord le blog de l'AMAP. Celui-ci mériterait d'être développé dans plusieurs directions : informations sur les arrivages des produits, les paniers,

les recettes, création d'un dispositif pour passer les commandes, etc. Et, plus largement, il serait souhaitable de « communiquer plus par mail ». Pour un autre adhérent, c'est la gestion des distributions qui peut être améliorée, en mettant en place « une organisation des arrivées et départs de véhicules ». Enfin on retiendra ce commentaire d'ordre général, valable pour toute proposition et déjà maintes fois rencontré, sous une forme ou sur une autre, dans nos enquêtes : « Je considère que nous pouvons effectuer beaucoup de progrès, mais cela reste très lié à ce que les amapiens sont prêts à consentir comme efforts. J'ai souvent le sentiment que Matthieu et Mathilde font beaucoup, beaucoup, et nous, les consommateurs, le minimum ! »

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, auteurs de 59% des retours, se sont senties plus concernées par l'enquête que les hommes ;
2. Les résultats biographiques relatifs à l'âge, à la situation familiale et au niveau d'études des amapiens de la Salle établissent la moyenne d'âge à 45,6 ans, montrent que le couple (marié, pacsé, concubinage, union libre) constitue le modèle ultra majoritaire (90%) et que le niveau d'études est plutôt élevé (54% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3) ;
3. Les résultats biographiques relatifs à la vie professionnelle, aux engagements citoyens et aux loisirs des amapiens de la Salle font apparaître un profil de personnes plutôt très actives et impliquées dans la vie citoyenne ;
4. Le principe de proximité, à la base du système des AMAP, n'est que partiellement respecté : 50% des adhérents parcourent moins de 10 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, 18% entre 10 et 20 kilomètres, 18% entre 20 et 30 kilomètres et 14% plus de 30 kilomètres ;
5. L'étude en classement global des raisons qui ont conduit à l'adhésion fait apparaître que la qualité des produits, la solidarité avec les agriculteurs et le respect de l'environnement ont constitué les trois principales motivations, l'analyse par rang met également en lumière l'importance du souci de la santé et de la variété des produits ;
6. L'idée reçue selon laquelle le consommateur bio ou assimilé bio disposerait d'un revenu élevé est contredite par les informations financières recueillies : 55% des foyers disposent de moins de 2000 euros mensuels et 69% de moins de 3000 euros. 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 ;
7. Une autre idée reçue – l'augmentation obligée, avec le passage à la nourriture bio ou assimilée bio, du budget alimentaire du foyer – se trouve partiellement remise en cause. Si pour 23% ce budget est perçu à la hausse, 27% estiment qu'il n'a pas varié, 23% qu'il a baissé, tandis que 27% ne se prononcent pas. L'abandon ou la diminution des achats en grandes surfaces, une consommation résolument tournée vers les productions locales et les produits de saison, le fait de cuisiner et jardiner plus, expliquent, pour l'essentiel, ces résultats ;
8. L'opinion d'ensemble des amapiens à l'égard de leur association est clairement positive : 68% ont une « très bonne » opinion, 27% une « bonne ». Des réserves

mineures sont toutefois émises à propos de légumes jugés trop petits à certaines périodes (chou-fleur par exemple), sur les quantités insuffisantes prévues dans le petit panier et sur les prix considérés comme trop élevés par 9% des adhérents. De plus, d'après l'étude des différents secteurs d'activité, l'entraide avec les agriculteurs, l'animation générale (visites, repas collectifs, etc.), l'organisation de la communication externe et, dans une moindre mesure, l'accueil des nouveaux adhérents, devraient être améliorées, le blog de l'association faisant également l'objet de nombreuses propositions de la part des adhérents. Enfin, comme tant d'autres AMAP ou associations, l'AMAPP de la Salle se trouve confrontée à une trop grande concentration des tâches sur un nombre insuffisant d'adhérents, ce qui tend quelquefois les relations internes et freine la réalisation des projets d'amélioration et de développement.

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 ? (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 ? (*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

- 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.

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