

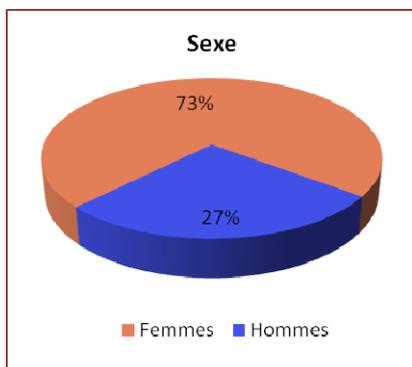
# Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAP Terres de Cisse ?

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

Créée le 25 mars 2010, située à Saint-Lubin-en-Vergonnois dans le Loir-et-Cher, l'Association pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) Terres de Cisse rassemblait durant l'été 2010, au moment de la réalisation de cette enquête, 101 familles adhérentes et 9 producteurs, majoritairement certifiés en agriculture biologique et commercialisant un large éventail de biens alimentaires : légumes, viandes (agneau, veau, porc), volailles, fromages de chèvre, œufs, pain, vin. Afin de mieux cerner qui sont les « amapiens », leurs motivations, leurs opinions, leurs attentes, un questionnaire a été transmis à l'ensemble des adhérents dans le courant du mois de juillet 2010<sup>1</sup>. On en trouvera ci-dessous les principaux résultats dont l'exposé suit pour l'essentiel l'ordre du questionnaire, repris pour mémoire en annexe au présent document.

## I. Deux conclusions liminaires sur les retours

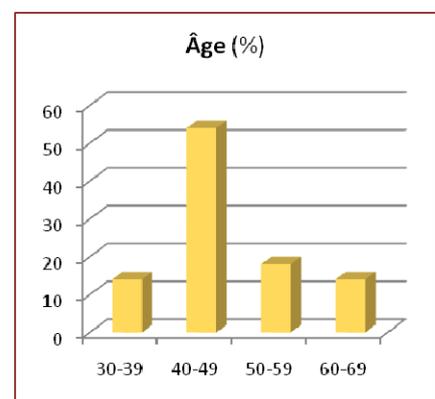
Sur les 101 questionnaires distribués, 22 ont été remplis et retournés, 19 par voie électronique, 3 par courrier postal. Ce taux de retour, de 21,8%, peut être considéré comme satisfaisant, eu égard au fait que l'on se situait en période estivale et que le contexte administratif national incitait plutôt à la méfiance à l'égard des organismes publics, les AMAP faisant l'objet depuis début 2010 de nombreux contrôles de la part des DSV (Directions des services vétérinaires) et des DGCCRF (Directions générales de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes). On peut penser que ce bon résultat s'explique principalement par la nature du public touché, qui se sent très concerné par sa participation à l'AMAP et, plus généralement, à toute forme d'action citoyenne.



Sur les 22 questionnaires retournés, 16, soit 72,7%, l'ont été par des femmes et 6, soit 27,3%, par des hommes. Cette forte féminisation des retours renvoie sans aucun doute au rôle majeur joué par les femmes dans l'alimentation.

## II. Indications biographiques

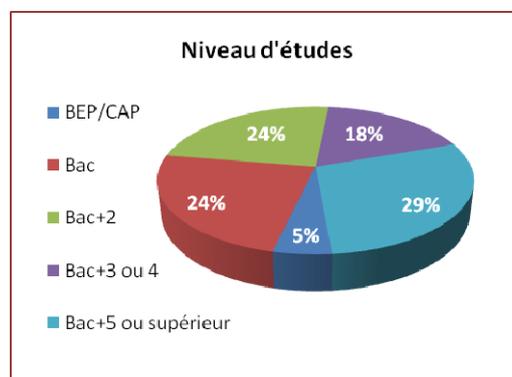
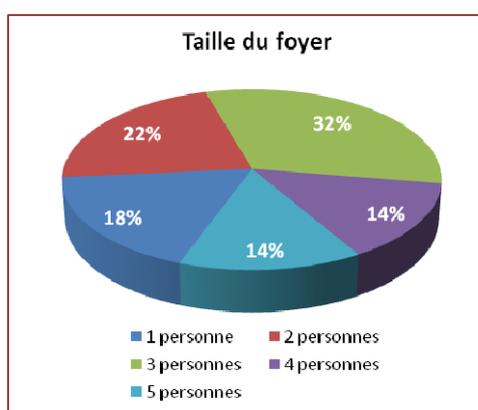
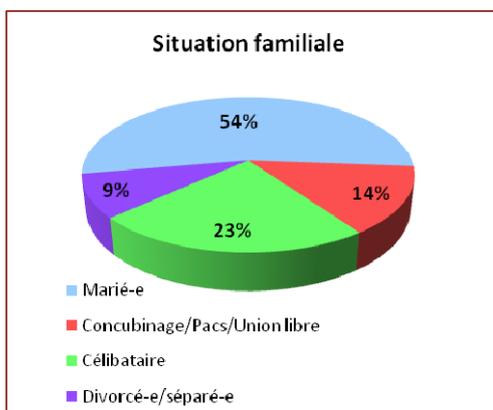
**I. Âge.** L'adhérent a en moyenne 47 ans, les hommes étant très légèrement plus âgés (47,8 ans) que les femmes (47,2 ans). Ce résultat masque néanmoins un important brassage des générations dont témoigne, d'une part, l'écart maximal de l'âge au sein de l'association – le benjamin a 30 ans et le doyen 64 ans – et, d'autre part, la répartition des adhérents par tranche d'âge : les 40-49 ans représentent 54% de l'effectif total, suivis par les 50-59 ans (18%), les tranches 60-69 ans et les 30-39 ans s'élevant chacune à 14%. On notera cependant l'absence d'adhérents de moins de 30 ans.



<sup>1</sup> Nous tenons à remercier chaleureusement Cléa Carmillet, de l'ESA-Angers, qui a pris en charge la passation du questionnaire et le recueil des documents retournés.

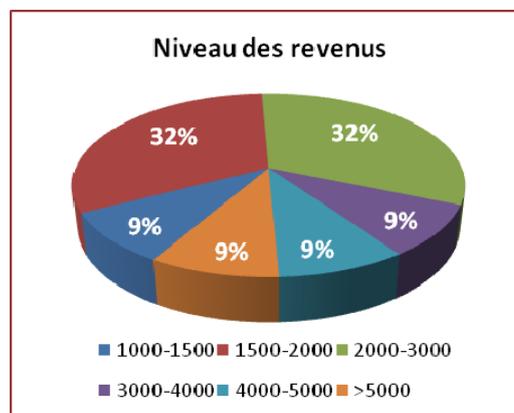
2. *Résidence.* Au vu des communes de résidence, le principe de proximité à la base du système des AMAP se trouve pleinement respecté : 27% des adhérents habitent à Saint-Lubin-en-Vergonnois, où s'effectue chaque vendredi la distribution des paniers ; 27%, résidant à Orchaise et Saint-Sulpice-de-Pommeray, parcourent moins de 5 kilomètres pour venir les chercher ; et les 46% restants sont, eux, situés dans des communes (Blois, Chambon-sur-Cisse, Landes-le-Gaulois, Molineuf, Saint-Bohaire, Villebarou) dont la distance d'avec le lieu de distribution n'excède pas 10 kilomètres.

3. *Situation familiale.* Le couple marié constitue le modèle dominant. Il concerne 54% des membres de l'association, auxquels il convient d'ajouter, pour 14% des adhérents, d'autres situations de couple (concubinage, Pacs, union libre). Les célibataires représentent, pour leur part, 23% et les divorcés ou séparés de fait 9%. En ce qui concerne la taille du foyer, les foyers de 3 personnes – le plus souvent un couple marié avec un enfant – arrivent en tête (32%), suivis par ceux de 2 (22%), de 1 (18%) et, à niveau égal, de 4 et 5 personnes (14%).



4. *Études et professions.* 5% des amapiens ont un diplôme de niveau 5 (BEP/CAP), 24% de niveau 4 (Bac général ou professionnel), 24% de niveau 3 (Bac+2), 18% de niveau 2 (Bac+3 ou 4), 29% de niveau 1 (Bac+5 ou supérieur). On constate donc que le niveau d'études des adhérents est élevé puisque 71% d'entre eux ont un diplôme supérieur à Bac+2. 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 commerce et l'on dénombre une majorité (55%) de fonctionnaires ou assimilés, qu'ils soient en activité ou à la retraite.

5. *Revenus.* Tous les amapiens ont accepté de répondre à la question concernant leur niveau de revenu. Tandis qu'aucun foyer ne déclare moins de 1000 euros, 9% se situent dans les tranches de 1000 à 1500 euros et 32% de 1500 à 2000 euros. Entre 2000 et 3000 euros, ils sont également 32%. Les trois tranches supérieures suivantes, de 3000 à 4000, de 4000 à 5000 et plus de 5000 euros, représentent, elles, chacune 9% des adhérents. Au total, ces résultats infirment donc l'idée répandue selon laquelle le consommateur bio serait forcément aisé puisque 41% des foyers disposent de moins de 2000 euros mensuels et 73% de moins de 3000 euros. On peut y voir la traduction de



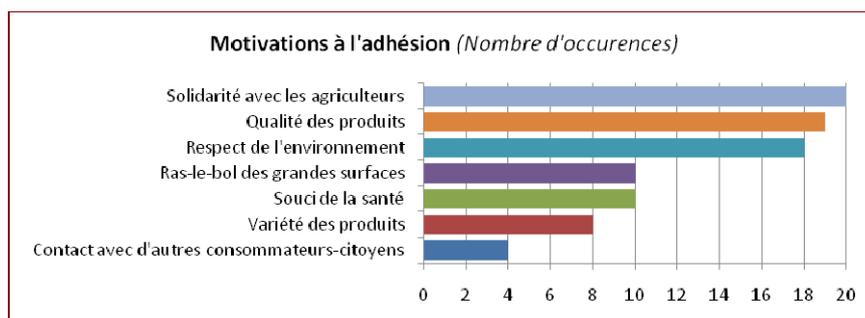
plusieurs phénomènes cumulés : la baisse des revenus, enregistrée depuis une vingtaine d'années, pour l'immense majorité de la population française, le choix d'une alimentation de qualité et l'importance de l'engagement citoyen, quelle que soit la situation financière, dans le soutien à l'agriculture bio.

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 64% à en déclarer au moins une, certains (13%) en ayant même plusieurs. Dans le domaine associatif, de loin le plus fréquent, on constate que la participation concerne prioritairement des associations de parents d'élèves (18%), suivies par des associations sportives, humanitaires, environnementales ou culturelles. Dans le domaine syndical, les adhésions se portent surtout vers les organisations de l'Éducation nationale (SNUIPP, SNES). Enfin, en matière politique, une adhérente est également élue municipale. 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, bricolage, sport, jardinage, promenade et cinéma constituent les occupations les plus citées. D'autres amapiens, moins nombreux, déclarent s'adonner à des activités artistiques (musique, danse, peinture), ludiques (compétition d'échecs) ou évoquent encore, au titre des loisirs, « la vie de famille », « la voiture », « l'histoire locale » ou « l'apiculture ». Sans oublier le très amusant et rural « papotage » mentionnée par une des adhérentes !

### III. Motivations

Dans la liste – qui leur était proposée – des sept principales raisons qui ont motivé leur adhésion à l'association, les amapiens ont donné la priorité à la solidarité avec les agriculteurs (1), la qualité des produits (2), le respect de l'environnement (3), respectivement cités 20, 19 et 18 fois. Suivent, mais moins souvent retenus, le souci de la santé et le ras-le-bol des grandes surfaces, qui occupent tous deux la 4<sup>e</sup> position avec 10 occurrences chacun, puis la variété des produits proposés (6) et, enfin, le contact avec d'autres consommateurs-citoyens (7), respectivement cités 8 et 4 fois. Pour l'essentiel, les autres motivations, formulées en « réponse libre », confirment cette hiérarchisation. Des réponses telles que « acheter local », privilégier « les circuits courts » et « la proximité », « rémunérer le travail agricole à sa juste valeur », lutter contre « les grandes surfaces qui mettent les agriculteurs sur la paille » ou bien encore « aider un jeune maraîcher qui s'installe » reviennent de façon récurrente dans les réponses, attestant du fait que la solidarité avec les agriculteurs a bien constitué à Terres de Cisse une raison primordiale pour adhérer. D'autres remarques viennent, elles, corroborer les thématiques de la qualité des produits et du respect de l'environnement classées en deuxième et troisième position. « J'en avais marre de manger des aliments sans goût », « je souhaitais retrouver des produits sains, bio et de saison », « j'ai des abeilles et j'ai pu constater de très près les dégâts faits par les industriels de la culture », « je suis depuis longtemps sensibilisé à l'environnement et aux dangers des pesticides et autres produits chimiques », « j'ai trouvé cela [l'AMAP] en adéquation avec mon besoin de diminuer l'impact carbone », notent ainsi quelques adhérents.

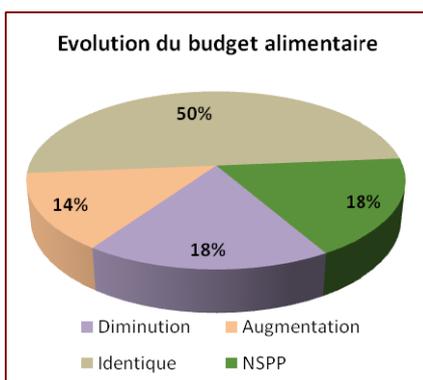
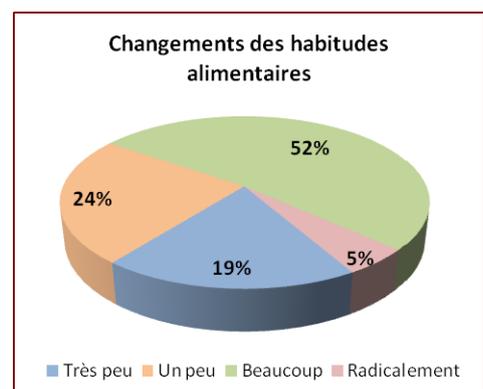


Les réponses données à la question suivante – « D’après vous, qu’est-ce qui dans votre trajectoire personnelle vous a conduit à rejoindre l’AMAP ? » – font d’abord fréquemment référence à l’idée de l’engagement citoyen. Adhérer à l’association, c’est réagir « par rapport au système actuel trop orienté consommateur et pas assez citoyen » ou bien encore « prendre de la distance par rapport à la société de consommation en favorisant le travail de ceux qui ne cherchent pas le profit par n’importe quel moyen ». D’autres facteurs tenant à l’histoire familiale semblent avoir aussi souvent joué, plusieurs membres évoquant leurs origines paysannes : « je suis petite-fille de petits paysans corréziens », « je suis fille d’agriculteurs respectueux de l’environnement et des animaux », font par exemple remarquer deux adhérentes. Enfin, la profession, le fait d’être parent ou l’apparition de graves problèmes de santé sont également mentionnés, tandis que pour quelques autres, il s’est agi d’un processus plus lent et global : « il a fallu que je mûrisse cette nouvelle façon de vivre », note une jeune amapienne, « c’est le résultat de toute une vie, trop longue à expliquer ici ! », conclut non sans humour un adhérent plus âgé.

S’agissant des conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d’adhérer, on retiendra qu’elles sont fortement liées au fait que l’association était, au moment de l’enquête, de création récente, mais qu’elles manifestent bien en même temps deux principes fondamentaux du système des AMAP, à savoir la proximité et la solidarité avec les agriculteurs. Pour expliquer le déclic qui a déclenché l’adhésion, la plupart des amapiens de Terres de Cisse font en effet référence au soutien qu’ils ont voulu apporter à l’installation, sur la commune de Saint-Lubin-en-Vergonnois, du jeune maraîcher à l’origine de l’association. « Le projet d’AMAP s’est élaboré autour de la personne d’un jeune maraîcher que je connaissais et que j’ai eu envie de soutenir. Après toutes les réunions de préparation, les rencontres avec d’autres producteurs et de futurs amapiens, il a été facile de s’engager dans ce projet. La proximité a aussi été déterminante », résume ainsi l’une des premières adhérentes. Pour les autres, venus un peu plus tard, c’est le plus souvent le bouche-à-oreille, familial ou amical, ou bien encore une information municipale, qui a servi de déclic.

#### IV. Changements

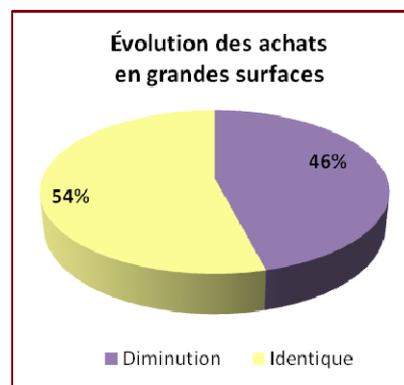
Dans le domaine des habitudes alimentaires, tous les adhérents, à l’exception d’une seule personne qui ne se prononce pas, déclarent avoir constaté des changements. Une large majorité, 57%, juge que ces habitudes se sont beaucoup (52%) ou radicalement (5%) modifiées, tandis que 24% constatent un peu de changement et 19% très peu. Pour l’essentiel, les précisions apportées concernent les légumes et le temps consacré à la préparation des repas. « Je cuisine davantage, utilise de nouvelles recettes, mange plus de légumes, en fais découvrir de nouveaux à mes enfants », revient souvent dans les réponses, le sentiment de satisfaction à l’égard de ces changements étant général. Une très large majorité affirme manger mieux depuis l’adhésion.



En ce qui concerne le budget consacré à l’alimentation, les résultats sont à la fois un peu moins fiables – 18% des personnes enquêtées ne se prononcent pas – et surtout plus contrastés. Tandis que 50% des adhérents déclarent que leur budget alimentaire est resté identique, 14% jugent qu’il a augmenté et 18% qu’il a diminué. Pour l’un ou l’autre de ces deux derniers groupes, aucun amapien n’est à même d’apporter une estimation, même approximative, la création trop récente de l’association empêchant

des comparaisons chiffrées. « Pas assez de recul », « il est encore trop tôt pour faire un calcul comparatif », expliquent plusieurs adhérents. Pour ceux dont le budget a eu plutôt tendance à croître, les seuls commentaires sont d'ordre général – la vie chère, malgré l'adhésion à l'AMAP – ou renvoient à des choix familiaux : « on s'offre plus de bonnes choses ». Pour ceux dont le budget a, au contraire, baissé, les remarques portent sur des achats moins importants de viande ou, plus souvent, sur la meilleure qualité des aliments : « ils s'abîment moins vite et donc on jette moins ».

S'agissant de l'évolution des achats en grandes surfaces, les résultats s'avèrent également contrastés. Depuis leur entrée dans l'AMAP, 46% des adhérents ont constaté une diminution de ces achats, soit parce qu'ils fréquentent moins souvent ces réseaux de distribution, soit parce qu'ils n'y achètent plus, ou bien alors très peu, de produits alimentaires. Pour tous les autres, soit 54%, ces achats n'ont pas décliné, le plus souvent parce qu'ils « s'astreignaient déjà à n'y acheter que le strict nécessaire » ou, bien plus rarement, parce que les consommations « inutiles sont toujours présentes dès qu'on y va ».

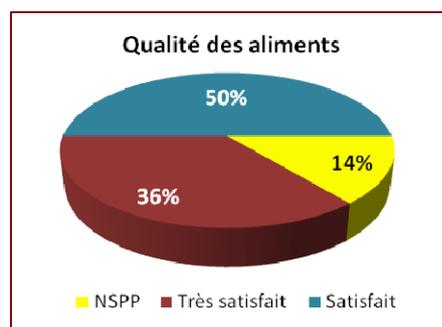


Dans le domaine des convictions – se sont-elles ou non renforcées depuis l'adhésion ? – les amapiens répondent, dans leur immense majorité, de façon positive. Certains insistent sur la meilleure connaissance qu'ils ont désormais de l'agriculture, de ses problèmes, et reviennent souvent sur la nécessité de développer les circuits courts à même « de mieux satisfaire les consommateurs, mieux rémunérer les producteurs » et, en même temps, de « créer de l'emploi et revitaliser les campagnes ». D'autres mettent en avant le fait que l'adhésion à l'AMAP les a convaincus de la qualité du bio et de l'importance que revêt, dès maintenant et pour l'avenir, l'organisation d'un système local alternatif à la production de masse : « il faut continuer ce type de démarche, nourrir correctement nos enfants et arrêter de manger n'importe quoi », écrit par exemple l'une des adhérentes. D'autres encore sont simplement heureux de mettre en pratique leurs convictions, de s'investir dans l'association, d'y tisser des liens tant entre « consom'acteurs » qu'avec les producteurs. Pour autant, ce renforcement des convictions initiales n'exclut pas des questionnements. « Comment continuer à améliorer notre mode de consommation alimentaire ? », « comment amener l'ensemble des producteurs vers le bio, et avec quels contrôles ? », « comment remédier au fait que le règlement d'avance des paniers – pourtant bon marché – constitue un frein à la venue à l'AMAP de gens modestes ? », s'interrogent ainsi quelques adhérents. Enfin, on ne saurait omettre de citer cette question décisive, qui met à la fois le doigt sur l'importance du système des AMAP et ses limites : « à l'approche d'un nouveau choc pétrolier, qu'aurons-nous dans nos assiettes ? La France est une somme de petits jardins et non pas une terre de trusts agricoles... »

## V. Bilan et perspectives

L'AMAP Terres de Cisse est plébiscitée : tous les adhérents ont une très bonne (72%) ou bonne (28%) opinion d'ensemble de l'association.

En ce qui concerne la qualité des produits, les avis donnés par la grande majorité des adhérents – seuls 14% ne se prononcent pas – s'avèrent également très positifs : ils sont 86% à se déclarer très satisfaits (36%) ou satisfaits (50%). Les rares critiques concernent des « tomates parfois éclatées à l'intérieur du panier », des haricots verts quelquefois « trop gros, mais sans fil » ou bien encore des salades dont « certaines feuilles sont recro-



quevillées (problème d'eau ?) ou quelquefois avec beaucoup de pucerons ». Pour le reste, la satisfaction est générale, avec assez souvent des compliments sur les légumes, la « grande qualité gustative et de conservation (sans conservateur !) » des produits, sans oublier ce commentaire : « et il y a en plus le plaisir de découvrir ce qui sera dans le panier quand on va le chercher ! »

S'agissant du prix des produits, l'unanimité est de mise : 100% des amapiens considèrent les prix comme normaux. Les précisions apportées portent le plus souvent sur le rapport entre prix et qualité/quantité, jugé « correct », voire « très correct » dans le cas du petit panier de 2-3 kilos à 8 euros<sup>2</sup>. D'autres adhérents assortissent leur opinion générale de remarques sur les produits : pour certains, les prix sont normaux « mais plutôt bas pour les petits pois, les choux raves, les haricots verts et les pommes de terre très chers dans le commerce, surtout lorsqu'ils sont tout frais cueillis ou ramassés » ; pour d'autres, les prix sont « un peu élevés pour le fromage quoique la qualité soit là ». On retiendra enfin le problème que pose à l'une des adhérentes disposant de ressources limitées, non pas tant les prix pratiqués, que « l'avance de sommes importantes » requise par le système même des AMAP.

Le jugement porté sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association se partage, pour l'essentiel, en deux sous-ensembles tout à la fois bien distincts et d'égale importance. Pour une partie des adhérents, l'AMAP Terres de Cisse n'ayant que quelques mois d'existence [au moment de l'enquête], il est encore trop tôt pour juger, même si le sentiment est globalement positif : « relations convenables quoique peu développées », « les relations ne sont pas encore très fortes mais on n'en est qu'au début », « pas suffisamment de recul mais facile de discuter », peut-on lire par exemple dans quelques réponses. Le second groupe est, lui, nettement plus affirmatif et satisfait. Les relations sont « agréables », « bonnes » « très bonnes », « très amicales », « le sentiment d'appartenance est très développé », sur la commune de Villebarou on pratique « l'échange de paniers, le covoiturage », font observer ces adhérents. On citera enfin, pour son originalité et son sens de l'humour, ce dernier commentaire : « on a parfois le sentiment de faire partie d'un club, c'est dire si on est marginal ! »

L'avis porté sur les relations entre consommateurs-citoyens et producteurs est, sauf exception, très positif. « Faciles », « intéressantes », « chaleureuses », sont les qualificatifs les plus employés ; plusieurs membres ajoutent dans leur réponses des remarques sur « le sens du respect et de la compréhension mutuelle », l'importance « des coups de main donnés aux producteurs » ou adressent encore moult compliments au maraîcher, « un passionné qui répond aisément aux questions et explique comment cela fonctionne ». Émises par une seule adhérente, les réserves concernent, paradoxalement, le même producteur, « allant peu vers les gens », ainsi que « l'absence fréquente des agriculteurs pour porc et fromage ».

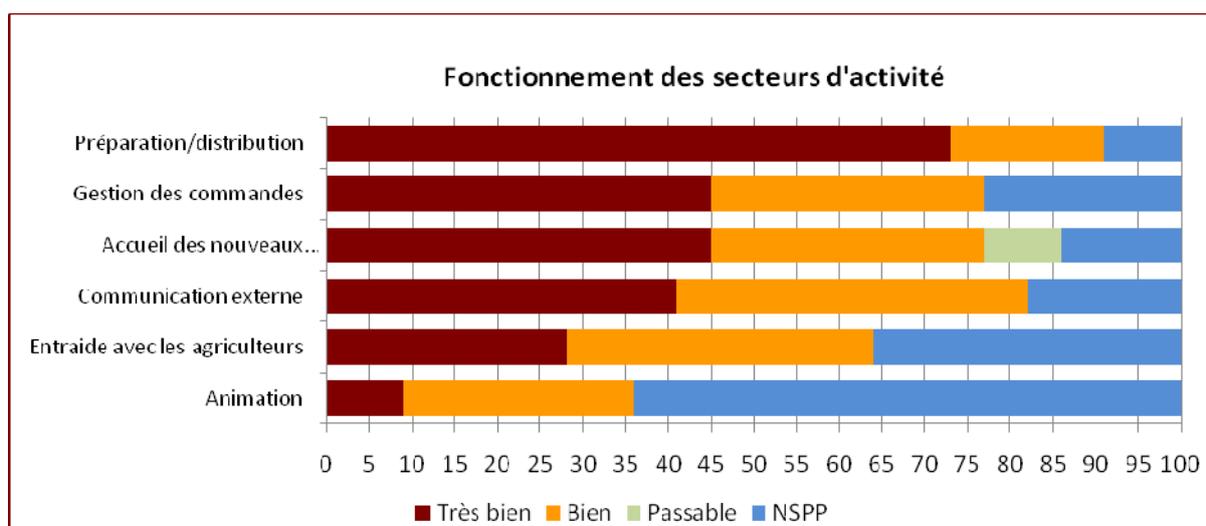
En ce qui concerne le fonctionnement des différents secteurs de l'association, où nous proposons aux adhérents six appréciations (très bien, bien, passable, mauvais, très mauvais), plus une réponse « autre » avec demande de précisions, les avis recueillis sont les suivants :

- *L'accueil des nouveaux adhérents.* L'opinion est majoritairement très positive, avec 45% de « très bien » et 32% « de bien ». 9% jugent ce secteur « passable » tandis que 14% ne se prononcent pas.
- *La gestion des commandes.* La proportion de réponses favorables est identique au secteur précédent (45% de « très bien » et 32% « de bien »), mais plus de personnes (23%) n'émettent aucun avis.

---

<sup>2</sup> Le grand panier, de 4-6 kilos, est à 15 euros.

- *La préparation/distribution des aliments.* C'est le secteur qui enregistre le plus haut indice de satisfaction, avec 73% de « très bien » et 18% « de bien », le reste des adhérents (9%) ne se prononçant pas.
- *L'entraide avec les agriculteurs.* Elle bénéficie également d'un bon résultat, mais plus mitigé : 28% de « très bien », 36% « de bien », accompagnés d'un taux élevé (36%) de non réponse.
- *L'animation (visites, repas collectifs, etc.).* C'est le secteur le moins apprécié ou, à tout le moins, celui où l'indécision s'avère la plus forte. 64% des personnes n'émettent aucune opinion, tandis que les réponses « très bien » et « bien » recueillent respectivement 9% et 27%.
- *L'organisation de la communication externe.* La satisfaction est de mise, avec 41% de « très bien », 41% « de bien », 18% ne se prononçant pas.



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 du local de distribution, jugé le plus souvent trop frais et/ou trop exigü pour « venir avec les enfants » ou « faciliter les échanges », et reviennent également sur la question, « délicate », de « la transformation des membres consommateurs en consomm'acteurs ». Quant aux suggestions émises, elles concernent l'organisation de pique-niques réguliers, de portes ouvertes chez les producteurs, d'ateliers du goût destinés aux enfants.

## Conclusion

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

- Assurant toujours un rôle prépondérant dans l'alimentation du foyer, les femmes se sont senties vivement concernées par l'enquête puisqu'elles représentent près de 73% des retours ;
- Les résultats biographiques relatifs à l'âge, la situation familiale et au niveau d'études des amapiens de Terres de Cisse établissent la moyenne d'âge à 47 ans, montrent que le couple (marié, pacsé, concubinage, union libre) constitue le modèle majoritaire (68%) et que le niveau d'études est plutôt élevé (71% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+2) ;

- Les résultats biographiques relatifs à la vie professionnelle, aux engagements citoyens et aux loisirs des amapiens de Terres de Cisse font apparaître un profil de personnes actives et impliquées dans la vie citoyenne ;
- Le principe de proximité, à la base du système des AMAP, est pleinement respecté : 27% des adhérents habitent la commune même de Saint-Lubin-en-Vergonnois et les autres ne parcourent pas plus de 10 kilomètres pour récupérer leurs paniers ;
- L'étude des raisons qui ont conduit à l'adhésion fait apparaître que la solidarité avec les agriculteurs, la qualité des produits et le respect de l'environnement ont constitué les trois principales motivations ;
- L'idée reçue selon laquelle le consommateur bio disposerait d'un revenu élevé est contredite par les informations financières recueillies : 41% des foyers disposent de moins de 2000 euros mensuels et 73 % 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 ;
- Une autre idée reçue – l'augmentation obligée, avec le passage à la nourriture bio, du budget alimentaire du foyer – se trouve partiellement remise en cause. Si pour 14% ce budget est perçu à la hausse, pour 50% il n'a pas varié et 18% jugent même qu'il a baissé. L'abandon ou la diminution des achats en grandes surfaces, la réduction des gaspillages de nourriture, une consommation résolument tournée vers les productions locales et les produits de saison, le fait de cuisiner plus, expliquent, pour l'essentiel, ce résultat ;
- L'opinion d'ensemble des amapiens à l'égard de leur association est clairement positive : 72% ont une « très bonne » opinion, 28% une « bonne ». Des réserves mineures apparaissent toutefois quant à la qualité de certains produits (tomates parfois éclatées, haricots verts quelquefois trop gros) et sur le prix un peu élevé des fromages. De plus, d'après l'étude des différents secteurs d'activité, l'animation générale (visites, repas collectifs, etc.) devrait être améliorée et le local de distribution n'est pas sans défauts (trop frais, trop exigü). Enfin l'AMAP Terres de Cisse est confrontée, comme bien d'autres AMAP, à la question, délicate, de l'évolution d'une partie de ses adhérents consommateurs en consomm'acteurs.

## 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.

.....

.....

.....