

Qui sont les consommateurs-citoyens de l'AMAP Don'Alp ?

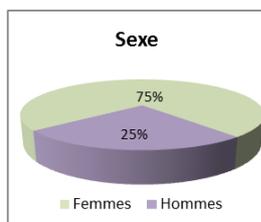
PIERRE BITOUN, INRA-SADAPT
CATHERINE LEFEBVRE, INRA-SADAPT

Créée en 2008, située à Gap dans le département des Hautes-Alpes (05), l'Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP) « Don'Alp » rassemble, durant l'hiver 2011-2012, au moment de la réalisation de cette enquête, 45 familles adhérentes. Six producteurs, bios, fournissent un large éventail de biens alimentaires : légumes, volailles et œufs, fromage de chèvre, viandes, fruits et pain. Le prix du panier de légumes était de 14,50 euros pour un panier complet, 8 euros pour un demi-panier et la distribution avait lieu tous les mercredis, en fin de journée, à Gap.

Afin de mieux cerner qui sont ces « amapiens », leurs motivations, leurs opinions, leurs attentes, un questionnaire a été transmis à l'ensemble des adhérents par voie informatique. On en trouvera ci-dessous les principaux résultats, l'exposé suivant pour l'essentiel l'ordre du questionnaire, repris pour mémoire en annexe au présent document.

I. Deux conclusions liminaires sur les retours

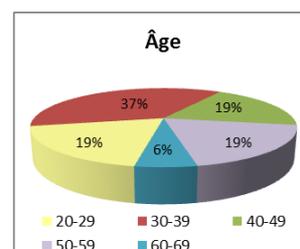
Sur les 45 questionnaires distribués, 16 ont été remplis. Ce bon taux de retour, de plus de 35%, est probablement lié à la nature du public touché, qui s'est senti concerné par sa participation à l'AMAP et, plus généralement, à toute forme d'action citoyenne.



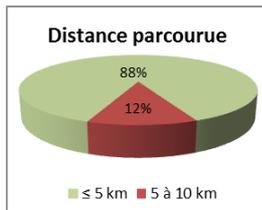
Sur les 16 questionnaires renseignés, 75% l'ont été par des femmes et 25% par des hommes. Cette forte féminisation des retours, récurrente dans nos enquêtes¹, renvoie sans aucun doute au rôle majeur joué par les femmes dans l'alimentation.

II. Indications biographiques

1. **Âge.** L'adhérent a en moyenne 39,1 ans, les femmes étant sensiblement plus âgées (40,6 ans) que les hommes (34,5 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 – de 24 à 65 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 20-29 ans, 40-49 ans et 50-59 ans d'importance égale (19%), et les 60-69 ans (6%).

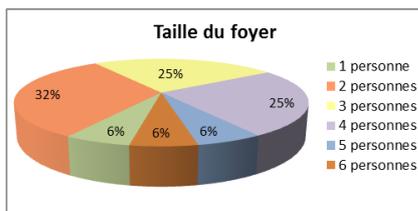
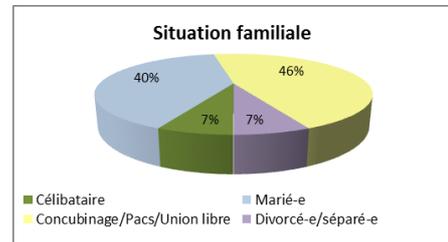


¹ Cf. nos autres rapports de synthèse par AMAP, disponibles sur <http://pierrebitoun.canalblog.com/>



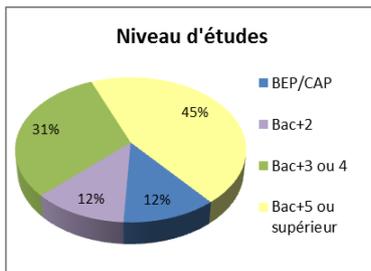
2. *Résidence.* Au vu des communes de résidence, le principe de proximité à la base du système des AMAP est très bien respecté : 88% des adhérents parcourent une distance inférieure ou égale à 5 kilomètres pour venir chercher leurs paniers, les 12% restants se situant entre 5 et 10 kilomètres du lieu de distribution.

3. *Situation familiale.* Les couples mariés (40%) ou vivant en concubinage, Pacs ou union libre (46%) forment l'essentiel de l'effectif (86%), tandis que les célibataires et les séparés ou divorcés sont de niveau égal (7%).

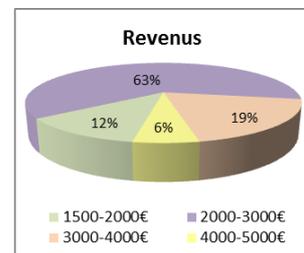


En ce qui concerne la taille du foyer, le couple sans enfant, de 2 personnes, représente près du tiers des adhérents (32%), et viennent ensuite les foyers de 3 et 4 personnes (25% pour chaque catégorie), puis les foyers de 1, 5 et 6 personnes d'importance identique (6%).

4. *Études et professions.* Tandis que 12% des amapiens ont un diplôme de niveau 5 (BEP/CAP) et qu'aucun des autres adhérents ne s'est arrêté au niveau 4 (Bac général ou professionnel), ils sont 12% à avoir atteint le niveau 3 (Bac+2), 31% le niveau 2 (Bac+3 ou 4) et 45% le niveau 1 (Bac+5 ou supérieur). On constate donc que le niveau d'études des membres de l'association est élevé puisque 76% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3. Très représentatives de la classe moyenne, les professions recouvrent des secteurs variés tels que l'enseignement, la santé, le social ou l'environnement. On compte une personne sans emploi, une étudiante et une retraitée.



5. *Revenus.* Tous les adhérents ont accepté de répondre à la question concernant leur niveau de revenus. Tandis qu'aucun foyer ne se déclare ni dans les trois tranches les plus basses (moins de 500 euros, de 500 à 1000 euros et de 1000 à 1500 euros) ni dans la tranche la plus élevée (plus de 5000 euros), ils sont 12% à disposer d'un revenu de 1500 à 2000 euros, 63% de 2000 à 3000 euros, 19% de 3000 à 4000 euros et 6% de 4000 à 5000 euros. Au total, la situation financière des adhérents paraît donc décente voire relativement favorable, avec 88% des foyers au-dessus de 2000 euros et 25% au-dessus de 3000 euros. Pour autant, dès lors que l'on examine le rapport niveau de revenus/taille du foyer, l'idée répandue selon laquelle le consommateur bio serait forcément aisé ne se trouve pas confirmée par certaines des données recueillies : nombre de familles se trouvent en effet dans des situations plus ou moins délicates, à l'image de 2 foyers de 2 personnes percevant un revenu de 1500 à 2000 euros ou de 2 foyers de 4 personnes et 2 foyers de 5 et 6 personnes se situant dans la tranche de 2000 à 3000 euros.



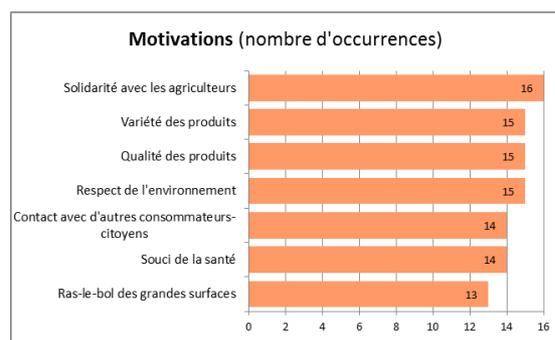
6. *Autres engagements.* S'agissant des autres adhésions associatives, syndicales ou politiques, les amapiens sont 69% à en déclarer au moins une, certains en ayant même plusieurs. Dans le domaine associatif, de loin le plus fréquent, on constate

que la participation concerne prioritairement des associations sportives, culturelles, environnementales ou bien encore de solidarité nationale ou internationale ou de parents d'élèves. En matière syndicale, deux personnes déclarent des appartenances sans toutefois préciser lesquelles et, dans le domaine politique, on ne compte aucune adhésion. En conclusion, on retrouve au sein de l'AMAP Don'Alp, comme dans toutes les autres AMAP déjà étudiées, une majorité de citoyens plutôt actifs, pour lesquels la citoyenneté ne saurait se limiter au seul suffrage universel.

7. *Loisirs*. Sport, de montagne tout particulièrement, cinéma, lecture et voyages constituent les occupations les plus citées. Viennent ensuite le jardinage, le bricolage, la cuisine, la musique, le théâtre, la danse ou bien encore les « expos ». En d'autres termes, si l'on additionne les activités professionnelles, les engagements associatifs, syndicaux et les loisirs, les amapiens s'avèrent, à l'image de bon nombre de leurs contemporains, des personnes très occupées.

III. Motivations

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



Les amapiens de Don'Alp répartissent de façon assez homogène les motifs de leur adhésion à l'association. Arrive en tête, bénéficiant de 16 occurrences, la solidarité avec les agriculteurs, que suivent de très près le respect de l'environnement, la qualité des produits et leur variété, cités tous trois 15 fois ; viennent ensuite, avec 14 occurrences chacun, le souci de la santé et le contact avec d'autres consommateurs-citoyens, puis en

7^{ème} et dernière position et 13 occurrences le ras-le-bol des grandes surfaces. L'étude des réponses hiérarchisées ne modifie pas ou peu ce classement global : en rang 1, on retrouve la solidarité avec les agriculteurs, suivis à niveau égal par le respect de l'environnement, la qualité des produits et le souci de la santé ; en rang 2 c'est la qualité des produits, puis le respect de l'environnement qui sont prioritairement sélectionnés et, en rang 3, le respect de l'environnement, puis la solidarité avec les agriculteurs. Enfin, la seule « autre motivation », formulée en réponse libre, vient confirmer l'importance donnée, en même temps, à la solidarité et à la qualité : « développement et soutien des produits locaux et/ou bio », ajoute ainsi une adhérente.

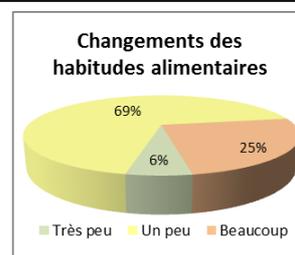
Les réponses données à la question suivante – « D'après vous, qu'est-ce qui dans votre trajectoire personnelle vous a conduit à rejoindre l'AMAP ? » – font d'abord fréquemment référence à la notion d'engagement citoyen. L'expression peut être employée seule, complétée par des remarques sur la solidarité directe – s'engager comme citoyen c'est, en l'espèce, devenir « locavore » – ou bien encore prendre une tonalité plus politique et universelle. « Envie d'actes citoyens du monde et de rompre le pouvoir des supermarchés », écrit par exemple une adhérente. Souvent aussi, cette volonté d'engagement est associée à d'autres facteurs favorisant tels que les études, l'environnement professionnel ou l'histoire familiale. Les témoignages sont, sur ce dernier point, particulièrement nombreux et riches de sens. Pour certains, la naissance

d'un enfant a joué un rôle moteur dans l'adhésion : il est entré, note une amapienne, l'idée d'« engagements citoyens pour le respect de l'environnement et le fait d'avoir eu notre fille ; j'ai eu envie de lui donner le mieux pour elle ». D'autres adhérents font, eux, état d'une éducation, d'expériences premières qui les ont influencés pour la vie et ont conditionné leur vision du monde, leur système de valeurs : « dans mon enfance, écrit un jeune amapien, mon grand-père avait ses propres produits du jardin – assez grand – et je l'ai aidé à les cultiver. J'ai découvert le goût des aliments. Je suis pour un monde "équitable", je travaille en chambre de métiers et de l'artisanat, et je trouve que les supermarchés ne constituent pas une économie à taille humaine respectueuse du travail de chacun ; ils exploitent les agriculteurs ». Chez d'autres encore, on retrouve ces mêmes influences premières et primordiales, auxquelles se sont ajoutées des expériences douloureuses qui n'ont fait que renforcer leur détermination à s'engager. « Mes parents, relate une adhérente, étaient agriculteurs, maraîchage en conventionnel, mon père est mort d'une leucémie contractée à 45 ans – il est mort 10 ans après – peut-être que cela n'a rien à voir avec les produits de traitement, mais j'en doute... Tous les agriculteurs que je connais ont des maladies et vivent très mal de leur métier qui n'est pas épanouissant... Sans parler de la concurrence des autres pays... En bref, je pense qu'il faut revenir à une agriculture locale et la plus respectueuse possible pour les hommes et l'environnement. La France était un très grand pays agricole, on s'est fourvoyé, on a perdu nos industries et depuis des décennies on massacre notre agriculture, bientôt il n'y aura plus que du tertiaire. Si on peut sauver l'agriculture en faisant renaître une agriculture bio et locale, alors sauvons-la ! » Enfin, il faut aussi faire une place aux adhérents qui, laissant sans réponse la question, n'identifient aucun élément de trajectoire personnelle ou ne souhaitent pas en parler, ainsi qu'à ceux pour lesquels l'adhésion est le fruit de multiples facteurs d'importance équivalente : « éducation à l'environnement, sensibilisation familiale, ras-le-bol général des modes de consommation actuels, amour de la terre », répond une autre jeune amapienne.

En ce qui concerne les conditions concrètes dans lesquelles a été prise la décision d'adhérer, on ne retrouve, contrairement à la situation qui prévaut dans bien d'autres AMAP étudiées, que peu d'adhérents pour lesquels il n'y a pas eu à proprement parler de déclic. Se situant dans le sillage de la question précédente, certains évoquent bien la « continuité d'une culture familiale » ou « le ras-le-bol de la malbouffe et des maladies » qui lui sont liés, mais on observe aussi que, pour la très grande majorité des amapiens, il y a bien eu un « moment de l'adhésion », des personnes ou des facteurs particuliers qui l'ont grandement favorisée. Naissance d'un enfant, parents ou collègues de travail déjà en AMAP, amis ou colocataires avec lesquels on pourra partager un panier, reportages télévisés, lectures et recherches sur Internet, bouche à oreille local ou bien encore « stabilité de la vie sentimentale et professionnelle » sont ainsi fréquemment cités comme des éléments ayant joué dans la décision de s'engager. Sans oublier, pour les membres fondateurs de cette AMAP, cet autre facteur pour le moins déterminant : « il n'y avait plus de place libre ailleurs, alors on a décidé à quelques-uns d'en créer une ! »

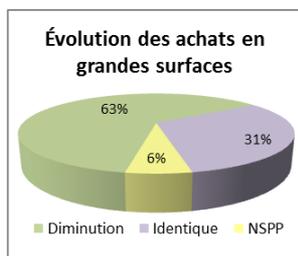
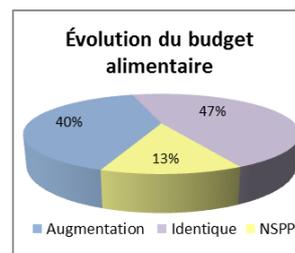
IV. Changements

Dans le domaine des habitudes alimentaires, tous les adhérents de l'AMAP Don'Alp déclarent avoir observé des changements. Ils sont 94% à juger que ces habitudes se sont un peu (69%) ou beaucoup (25%) modifiées, les 6% restants ne constatant que très peu de changement. L'essentiel des pré-



cisions apportées concerne le fait de cuisiner plus, de manger davantage de légumes, de chercher de nouvelles recettes pour accommoder ces derniers. Avec plaisir, très souvent, mais parfois aussi quelques réticences semble-t-il : « bien obligée de cuisiner le panier ! », lance ainsi une adhérente. Enfin, on remarque, comme dans beaucoup d'autres AMAP, que certains se sont mis à jardiner.

En ce qui concerne le budget consacré à l'alimentation, les résultats s'avèrent contrastés. Tandis que 13% des amapiens préfèrent ne pas se prononcer, 40% estiment que ce budget a augmenté, 47% qu'il est resté identique et aucun adhérent ne déclare avoir constaté de diminution. La croissance du budget paraît limitée – « légère », « environ 5% », « un peu », notent plusieurs adhérents – ou bien encore liée à une consommation nouvelle ou plus importante de légumes. « Avant l'AMAP, nous n'achetions pratiquement pas de légumes de supermarché car ils sont traités et sans goût ; ce qui a donc changé, c'est le prix du demi-panier que nous prenons chaque semaine », fait observer l'un des membres. La stabilité du budget est, elle, imputée à la diminution des achats en supermarché (cf. ci-dessous) qui est venue compenser le coût des aliments acquis par l'intermédiaire de l'AMAP. Enfin, pour certains adhérents, la question budgétaire ne semble pas primordiale : « en matière d'alimentation, je ne compte pas », « je ne sais pas vraiment car je suis très loin d'être assidu dans mes comptes, mais ce que je sais c'est que l'AMAP ne me fait pas faire d'économies », lit-on dans deux des questionnaires retournés.



S'agissant de l'évolution des achats en grandes surfaces, les résultats sont plus tranchés : ils sont 63% à avoir constaté une diminution, 31% à n'avoir noté aucun changement quand 6% préfèrent ne pas se prononcer. Les premiers font état, non seulement d'une moindre fréquentation des supermarchés, mais aussi de très nombreux produits qui ont maintenant disparu de leurs caddies : légumes frais, surgelés ou cuisinés, plats préparés, fromages industriels, pâtisseries, biscuits apéritifs, sodas, etc.

Quant aux seconds, ils mettent, eux, l'accent sur les difficultés qu'ils rencontrent pour éviter les grandes surfaces, soit parce qu'il « faut bien y aller pour les produits non alimentaires », soit parce qu'il est « dur de changer les habitudes ». Celles « du mari et des enfants » tout particulièrement, note une amapienne...

Dans le domaine des convictions – se sont-elles ou non renforcées depuis l'adhésion ? – une large majorité d'adhérents (63%) répond de façon positive tandis que 25% ne se prononcent pas et que 12% n'ont pas noté, en la matière, de modification. Dans leurs commentaires, certains amapiens se contentent de souligner la meilleure connaissance qu'ils ont acquise de l'agriculture, en particulier biologique. D'autres insistent plus volontiers sur l'expérience qu'ils ont désormais du pouvoir du consommateur et sur l'importance que revêt l'achat local, bio et/ou de qualité, en circuit court et en solidarité directe avec l'agriculteur. « Les légumes issus des petits producteurs locaux sont meilleurs au goût que les produits vendus en supermarché et finalement moins chers au kilo qu'un plat cuisiné tout prêt ; les acheter, c'est favoriser les emplois locaux et éviter les camions sur les routes... », « l'économie doit permettre à la population d'un territoire d'y vivre en répondant aux critères « équilibrés » (social, environnement) du développement durable », « l'AMAP donne la possibilité de manger bio sans pour autant exploser son budget. Le consommateur de-

vient plus citoyen grâce à la solidarité avec l'agriculteur. L'aspect écologique n'est plus à démontrer, bio et local, c'est la perfection pour le consommateur... », font observer plusieurs adhérents. Ce renforcement des convictions n'est pas, pour autant, exempt d'interrogations, voire de doutes. « Je crois, remarque une amapienne, que ce sont les gens éduqués et qui ont de l'argent qui se posent des questions ; j'ai l'impression que nous sommes une toute petite frange de la population à être concernée ».

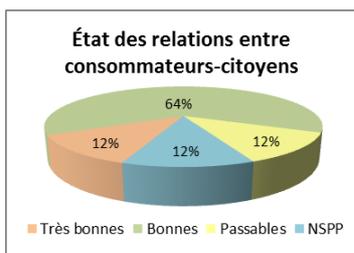
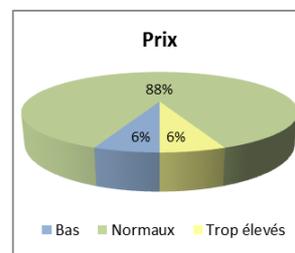
V. Bilan et perspectives

L'AMAP Don'Alp fait l'unanimité : ils sont respectivement 56% et 44% à avoir une très bonne ou bonne opinion d'ensemble de l'association.

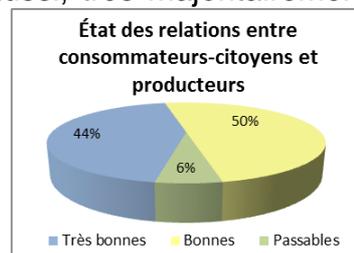


En ce qui concerne la qualité des produits, le plébiscite est également de mise : 94% sont satisfaits ou très satisfaits, quand 6% formulent des réserves et correspondent plutôt à un « oui, mais ». Aucune autre AMAP étudiée n'avait jusqu'à présent enregistré un tel niveau de satisfaction. Les seules critiques concernent certains produits qui, « parfois, ne sont pas tout à fait à maturité comme les tomates, mais cela reste à la marge », précise un adhérent. Pour le reste, ce n'est que superlatifs, compliments, louanges à l'égard des producteurs. « Très », « entièrement », « pleinement » satisfaits, notent inlassablement les amapiens de Don'Alp, certains allant même jusqu'à faire écho au nom de l'association et à oublier qu'ils règlent leur panier. « Très satisfaite de la qualité des aliments donnés », écrit ainsi l'une des adhérentes ! Et, en plus, « nous sommes proches des producteurs dès qu'il y a question », ajoute une autre à peine moins enthousiaste...

S'agissant du prix des produits, on enregistre à nouveau des taux exceptionnels, proches de l'unanimité : 94% des amapiens considèrent les prix comme bas (6%) ou normaux (88%), tandis que seulement 6% les jugent trop élevés. Quelques rares adhérents émettent des réserves sur le prix des légumes, des œufs bio, jugés « excessifs », ou estiment encore que « en comparaison avec des régions moins maraîchères, les prix de l'AMAP de Gap sont chers ». D'autres membres critiquent, eux, un défaut de transparence. « Dommage qu'il n'y ait pas d'affichage des prix détaillés », « les prix ne sont pas trop transparents pour les légumes (...) car c'est un panier avec des quantités et des produits différents d'une semaine à l'autre, donc on ne peut pas avoir de repère et comparer avec d'autres produits bio ou non », font observer deux amapiens.



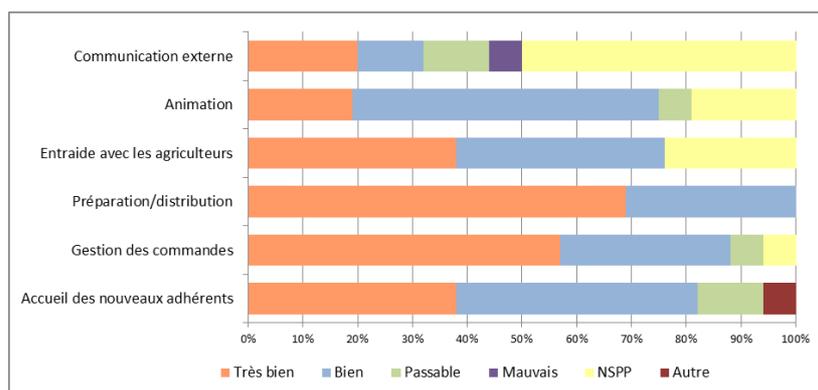
Les avis portés sur l'état des relations entre les consommateurs-citoyens de l'association et entre ces derniers et les producteurs s'avèrent, eux aussi, très majoritairement positifs : dans le premier cas, 76% jugent ces relations très bonnes (12%) ou bonnes (64%), tandis que 24% les qualifient de passables (12%) ou ne se prononcent pas (12%) ; dans le second les résultats sont encore meilleurs, avec 44% de très bonnes relations, 50% de bonnes



et seulement 6% de passables. De fait, on enregistre plus de commentaires critiques à l'égard des consommateurs-citoyens que des agriculteurs. « Les producteurs sont disponibles pour échanger. Les consommateurs ne le sont pas toujours dans la course du quotidien (boulot, courses...) », résume une adhérente.

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

- *L'accueil des nouveaux adhérents.* La satisfaction est au rendez-vous, avec 38% de « très bien », 44% de « bien », quand seulement 12% choisissent « passable » et 6% la réponse « autre ».
- *La gestion des commandes.* Les résultats sont encore plus probants puisque l'on enregistre 57% de « très bien », 31% de « bien » tandis que 6% optent pour « passable » et également 6% préfèrent ne pas se prononcer.
- *La préparation/distribution des aliments.* C'est le secteur qui obtient le meilleur indice de satisfaction, avec 69% de « très bien » et 31% de « bien ».
- *L'entraide avec les agriculteurs.* La satisfaction concerne plus des trois-quarts des adhérents (38% de « très bien » et 38% aussi de « bien »), mais on note tout de même un petit quart (24%) qui ne se prononce pas.
- *L'animation (visites, repas collectifs, etc.).* On retrouve une proportion quasi identique, 75%, de satisfaits (19% de « très bien », 56% de « bien »), les 25% restants se partageant entre « passable » (6%) et un taux relativement important de personnes qui ne se prononcent pas (19%).
- *L'organisation de la communication externe.* C'est le secteur qui laisse le plus à désirer, avec 20% de « très bien », 12% de « bien », 12% de « passable », 6% de « mauvais » et un taux très élevé d'adhérents qui ne se prononcent pas (50%).



Bien que rares, les commentaires livrent quelques explications sur ces résultats statistiques. Pour certains, l'accueil mériterait d'être amélioré : « je n'ai pas vraiment été prise en compte quand j'ai adhéré », témoigne un membre de l'association. Dans les secteurs de l'animation et de l'entraide, les taux relativement importants de non-réponses paraissent surtout correspondre à un défaut de présence des adhérents, soit que l'on n'ait pas pu ou voulu (?) participer. En matière de communication, c'est moins l'externe que l'interne qui semble poser problème, en raison de l'utilisation d'Internet. « Passable », a par exemple sélectionné une adhérente, car la communication se faisant par mail, « des infos sont parfois zappées puisque tout le monde ne

consulte pas sa boîte tous les jours ». Ce que corrobore, à propos de la gestion des commandes et non sans sagesse et humour, un autre amapien : « il y a eu, écrit-il, quelques bugs qui montrent que nous ne sommes pas des machines... »

Enfin, contrairement à ce que nous avons pu observer dans nos enquêtes précédentes, la dernière question sur le fonctionnement de l'association – « Avez-vous des suggestions particulières à faire pour l'améliorer ? » – n'a suscité que très peu d'écho. Une seule proposition en tout et pour tout, qui consisterait à « s'associer, l'été, avec un producteur de fruits rouges ».

Conclusion

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

1. Assurant toujours un rôle prépondérant dans l'alimentation du foyer, les femmes, à l'origine de 75% 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 Don'Alp établissent la moyenne d'âge à 39,1 ans, montrent que les couples mariés (40%) ou vivant en concubinage, Pacs ou union libre (46%) composent l'essentiel des adhérents (86%) et que le niveau d'études est relativement élevé puisque 76% ont un diplôme égal ou supérieur à Bac+3 ;
3. Les résultats biographiques relatifs à la vie professionnelle, aux autres engagements citoyens et aux loisirs des amapiens de Don'Alp font apparaître un profil de personnes actives et impliquées dans la vie sociale ;
4. Le principe de proximité, à la base du système des AMAP, est très bien respecté : 88% des adhérents parcourent une distance inférieure ou égale à 5 kilomètres entre leur domicile et le lieu de distribution, les 12% restants effectuant, eux, entre 5 et 10 kilomètres ;
5. L'étude, en classement global et par rang, des raisons qui ont conduit à l'adhésion fait apparaître une forte homogénéité des choix, la solidarité avec les agriculteurs constituant la première motivation, suivie de très près par le respect de l'environnement et la qualité des produits ;
6. L'idée répandue selon laquelle le consommateur bio disposerait forcément d'un revenu élevé n'est pas confirmée par les informations financières recueillies : même si 88% des foyers dépassent 2000 euros de revenus mensuels et 25% 3000 euros, une part non négligeable des familles, nombreuses notamment, connaît des situations financières difficiles ;
7. L'idée reçue selon laquelle le passage à la nourriture bio entraînerait inévitablement une augmentation du budget alimentaire du foyer se trouve, elle, partiellement remise en cause. Tandis que 13% des adhérents ne se prononcent pas, 40% jugent ce budget à la hausse, dans de faibles proportions toutefois, et 47% estiment qu'il n'a pas varié, la diminution des achats en supermarchés venant compenser l'éventuel surcoût des aliments acquis par l'intermédiaire de l'AMAP ;
8. L'avis des amapiens de Don'Alp à l'égard de leur association s'avère très positif : ils sont respectivement 56% et 44% à avoir une « très bonne » ou « bonne » opinion d'ensemble. La qualité des aliments reçoit un assentiment quasi général, le plus fort que nous ayons observé depuis le démarrage de notre recherche, et le niveau des prix est également très apprécié, 6% seulement des adhérents les jugeant trop élevés. L'étude des différents secteurs d'activité fait, elle aussi, apparaître de bons ou très bons résultats, avec néanmoins quelques réserves mi-

neures concernant l'accueil des nouveaux adhérents ou des difficultés, plus sensibles, liées à l'usage de l'informatique (courriels) dans les domaines de la gestion des commandes et de la communication interne. Enfin, à la différence de toutes les autres AMAP déjà étudiées, l'AMAP Don'Alp ne paraît pas souffrir des traditionnelles dissensions entre consomm'acteurs et consommateurs. Ou alors, si tel est le cas, celles-ci demeurent marginales et n'affectent pas réellement la cohésion de l'association.

QUESTIONNAIRE

1. Indications biographiques

- ▶ Nom, prénom : _____
- ▶ Sexe (F ou M) : _____
- ▶ Âge : _____
- ▶ Commune de résidence : _____
- ▶ A quelle distance habitez-vous de l'AMAP ? _____
- ▶ Situation familiale (*mettre en **gras** la bonne réponse ou souligner, dans le cas d'envoi par courrier postal*) :
 - Célibataire
 - Marié-e
 - Séparé-e ou divorcé-e
 - Veuf, veuve
 - Autres (Pacs, concubinage, union libre – *merci de préciser*) :

- ▶ Nombre de personnes vivant au foyer : _____
- ▶ Quelles études avez-vous faites ? Quel est votre diplôme le plus élevé ?

- ▶ Quelle profession exercez-vous ?

- ▶ Ou êtes-vous (*mettre en **gras** la bonne réponse ou souligner, dans le cas d'envoi par courrier postal*) :
 - Collégien-ne, lycéen-ne
 - Étudiant-e
 - Sans emploi
 - Retraité-e
 - Autre situation (*préciser*) _____
- ▶ Quel est le revenu mensuel net du foyer ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*)
 - Moins de 500 euros
 - De 500 à 1000 euros
 - De 1000 à 1500 euros
 - De 1500 à 2000 euros
 - De 2000 à 3000 euros
 - De 3000 à 4000 euros
 - De 4000 à 5000 euros
 - Plus de 5000 euros

Ne souhaite pas répondre

- Avez-vous d'autres engagements associatifs, syndicaux ou politiques ? (*merci de préciser lesquels*)

- Quelles sont, en dehors du cadre professionnel, vos activités préférées ? *Exemples : lecture, cinéma, cuisine, jardinage, sport, etc.*

2. Motivations

- Classez les motifs ci-dessous en fonction de l'importance qu'ils ont eue dans votre décision d'adhérer à l'AMAP. Numérotez dans l'ordre décroissant, 1 pour la raison la plus importante, 2 pour celle qui l'est un peu moins, et ainsi de suite.

Le souci de votre santé _____

La qualité des produits distribués _____

La variété des produits distribués _____

Le respect de l'environnement _____

La solidarité avec les agriculteurs _____

Le contact avec d'autres consommateurs-citoyens _____

Le ras-le-bol des grandes surfaces _____

Autres raisons (*merci de préciser lesquelles*) : _____

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

- Pouvez-vous expliquer, brièvement, comment vous avez pris concrètement votre décision ? Y a-t-il eu un déclic particulier ? Un membre de la famille (homme, femme ou enfant) a-t-il joué un rôle moteur ?

3. Changements

- Votre adhésion à l'AMAP a-t-elle changé vos habitudes alimentaires ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*)

Très peu

Un peu

Beaucoup

Radicalement

Ne se prononce pas

- ▶ Depuis votre adhésion, pensez-vous que votre budget alimentation a augmenté, diminué ou est resté identique ? Vous paraît-il possible d'évaluer approximativement (en pourcentage) l'augmentation ou la diminution ?

- ▶ Avez-vous le sentiment d'éviter certains achats inutiles liés aux courses en grandes surfaces ? Merci, si possible, de donner un ou des exemples.

- ▶ Avez-vous constaté d'autres modifications dans votre mode de vie ? *Exemples : cuisinez-vous plus, vous êtes-vous mis-e à jardiner ?...*

- ▶ Pensez-vous que l'adhésion à l'AMAP ait confirmé certaines de vos convictions ? Ou, à l'inverse, suscité chez vous des réflexions, des interrogations nouvelles ? *Exemples : sur l'agriculture bio, sur le rôle du consommateur, du citoyen, sur l'importance de telle ou telle valeur dans votre vie, etc.*

4. Bilan et perspectives

- ▶ Quelle opinion d'ensemble avez-vous de l'AMAP ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*)

Très bonne

Bonne

Passable

Mauvaise

Très mauvaise

Ne se prononce pas

- ▶ Êtes-vous satisfait-e de la qualité des aliments distribués ? Dans le cas où un ou des produits ne vous donneraient pas satisfaction, merci de mentionner lesquels et d'expliquer pourquoi.

► Que pensez-vous des prix ? Ils sont (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*) :

Bas

Normaux

Trop élevés

Si vous souhaitez préciser votre opinion en fonction des différents aliments :

► Que pensez-vous des relations entre les différents consommateurs-citoyens de l'association ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*) :

Très bonnes

Bonnes

Passables

Mauvaises

Très mauvaises

Inexistantes

Ne se prononce pas

Si vous souhaitez préciser : _____

► Que pensez-vous des relations entre les consommateurs-citoyens et les agriculteurs ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*) :

Très bonnes

Bonnes

Passables

Mauvaises

Très mauvaises

Inexistantes

Ne se prononce pas

Si vous souhaitez préciser : _____

► Quel jugement portez-vous sur le fonctionnement des différents secteurs d'activité de l'association ? (*mettre en **gras** ou souligner la bonne réponse*)

- *Accueil des nouveaux adhérents*

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

- *Gestion des commandes*

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

● *Préparation et distribution des aliments*

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

● *Entraide avec les agriculteurs*

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

● *Animation générale (visites, repas collectifs, etc.)*

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

● *Organisation de la communication externe de l'association*

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

► Avez-vous des suggestions particulières à faire pour améliorer le fonctionnement de l'association ?

5. Pour approfondir l'enquête

► Pensez-vous que des questions importantes soient absentes de ce questionnaire ? Avez-vous d'autres commentaires, avis à transmettre ?

► Accepteriez-vous de participer à un entretien complémentaire ? Si oui, merci de bien vouloir indiquer vos coordonnées téléphoniques pour que nous puissions prendre contact.
