

Café-Géo Toulouse du 25 février 2009

LES A.M.A.P. DANS L'ALIMENTATION

Une nouvelle forme de rapports consommateurs-producteurs ?

INTRODUCTION

Michaël POUZENC : membre du laboratoire "Dynamiques rurales" à l'Université de Toulouse II, travaille sur l'organisation des territoires ruraux et sur le commerce alimentaire.

Notre base de discussion pour ce café géo est une étude intitulée « Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs en Midi-Pyrénées : les Points de Vente Collectifs et les Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne ». Nous étions une petite dizaine de chercheurs, en économie, sociologie, géographie et audiovisuel, pendant un peu plus d'un an, pour essayer de comprendre la transformation du lien entre agriculteurs et consommateurs, dans une perspective de développement territorial. Il ne s'agit pas ici de vous présenter tous les détails de cette étude et nous irons d'autant plus vite que, si vous en avez besoin, elle est accessible sur Internet :

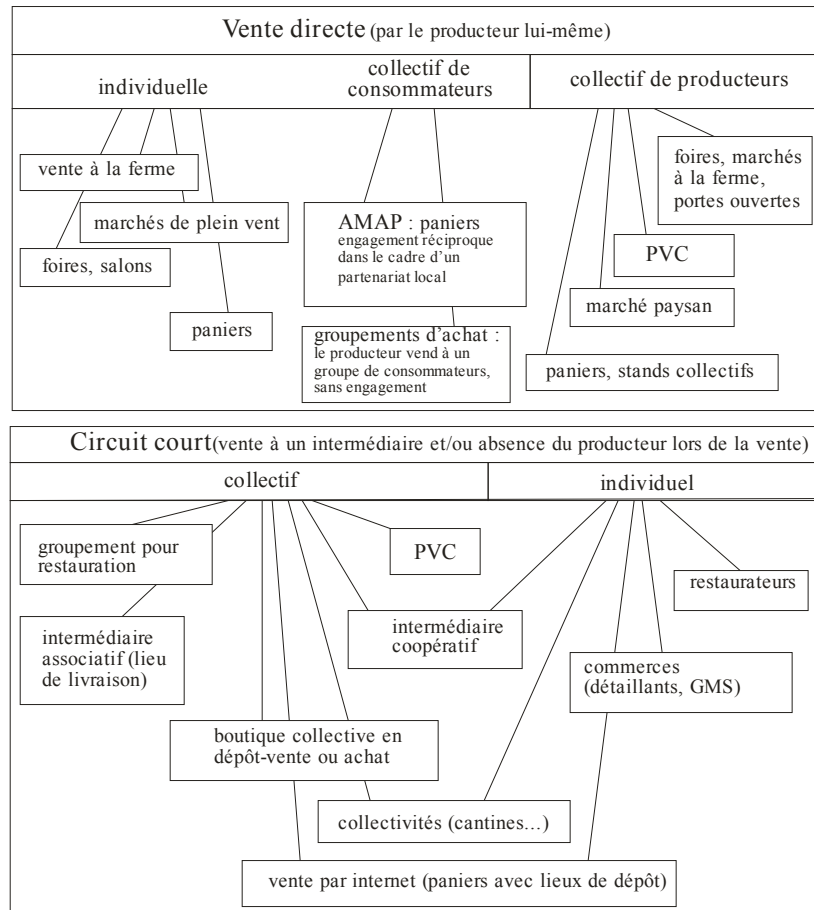
- la **synthèse de l'étude** (10 pages) peut être consultée et téléchargée sur le site de l'Université Toulouse2-Le Mirail : <http://geo.univ-tlse2.fr/> (« Recherche » puis « Dynamiques Rurales »),
- le **rapport complet de l'étude** (267 pages) peut être consulté et téléchargé sur le site de l'ENSAT : <http://www.ensat.fr/LaRecherche/Competences.htm> (« Dynamiques Rurales » puis « Rapport d'étude récent »).

Dans le vaste ensemble de ce qu'on appelle les circuits courts agroalimentaires, dont les collègues de Montpellier nous donnent ici un panorama (schéma ci-après), nous avons étudié en particulier le cas des AMAP, associations pour le maintien d'une agriculture paysanne.

Pour commencer, il nous faut définir ce que sont les AMAP, donc :

- *une association entre des consommateurs et un producteur* : l'un des caractères novateurs de l'AMAP est qu'il s'agit d'une initiative venant des consommateurs, ce qui est très différent de bien d'autres circuits courts développés par les agriculteurs ; partant de là, faut-il une association dûment structurée en association loi 1901 ? ou une association de fait est-elle suffisante ? faut-il un contrat avec un producteur et un seul ? ou peut-on fonctionner avec plusieurs producteurs dont les produits se complètent ? Il y a plusieurs écoles ;
- *pour un abonnement d'au moins 6 mois à des paniers de produits frais ou transformés* : une des motivations fortes des AMAPiens, accéder à des produits de saison, frais, de qualité ;
- *livrés régulièrement* ; généralement une livraison hebdomadaire, qui peut être l'occasion, pas toujours saisie, de développer des liens sociaux, des apprentissages et une réflexion commune sur l'alimentation et l'agriculture ;
- *impliquant une avance de trésorerie pour soutenir l'activité d'un producteur* ; il y a là un certain engagement militant en faveur de la petite agriculture paysanne, et point de un débat sur le caractère marchand de la relation entre consommateur et producteur : le consommateur achète-t-il des produits qu'il paie d'avance ? ou achète-t-il une part de la future récolte ?

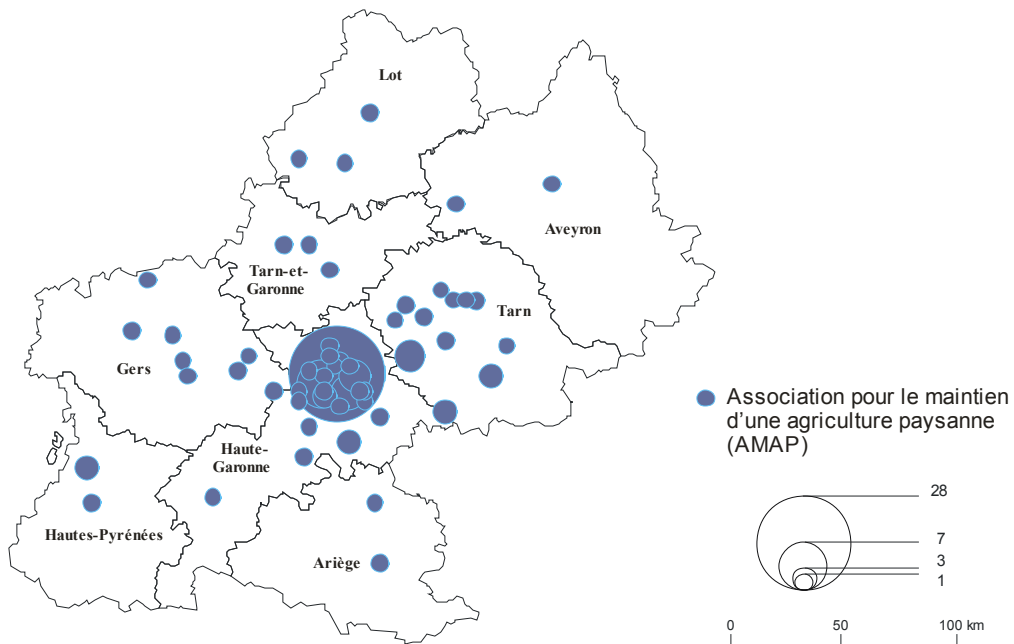
- *et respectant la charte d'Alliance-Provence* ; c'est en Provence que se situe le berceau des AMAP, où elles se sont fédérées en un réseau appelé Alliance, réseau qui a produit une charte en 2003, pour fixer les engagements des adhérents et des producteurs, en particulier quant à des modes de production respectueux de l'environnement ; là aussi, quelques sujets font débat ; par exemple, un producteur en AMAP doit-il obligatoirement être un producteur bio ?



D'après la typologie CROC, UMR Innovation, INRA Montpellier, 2007

Ainsi définies, quelles sont les caractéristiques des AMAP en Midi-Pyrénées ? A partir d'un travail d'inventaire assez laborieux, il ressort que la plupart de ces AMAP sont affiliées au réseau Alliance Midi-Pyrénées, que la plupart concernent des livraisons de légumes et, surtout, qu'elles connaissent un essor assez spectaculaire. La 1^{ère} AMAP de la région date de 2003 et on en compte une centaine en 2007. Midi-Pyrénées apparaît ainsi comme l'une des régions les plus dynamiques de France pour la création d'AMAP. A titre de comparaison, la région Rhône-Alpes en comptait 117 à la même date, mais pour un nombre d'habitants deux fois supérieur (6 millions contre 2,8 en Midi-Pyrénées).

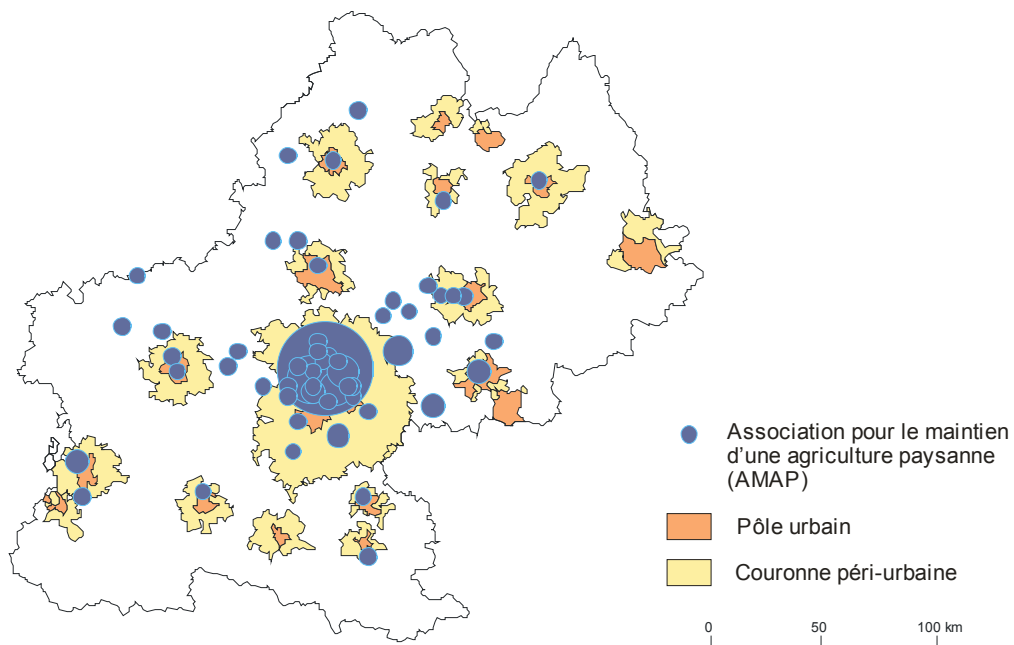
Tous les départements de la région sont concernés, même si le pôle toulousain est prédominant.



sources : inventaire en 2007 à partir du site internet d'Alliance Midi-Pyrénées (amapreseau-mp.org) + consultation de personnes-ressources, recherches sur internet et enquête téléphonique, dans le cadre de l'étude "AMAP-PVC".

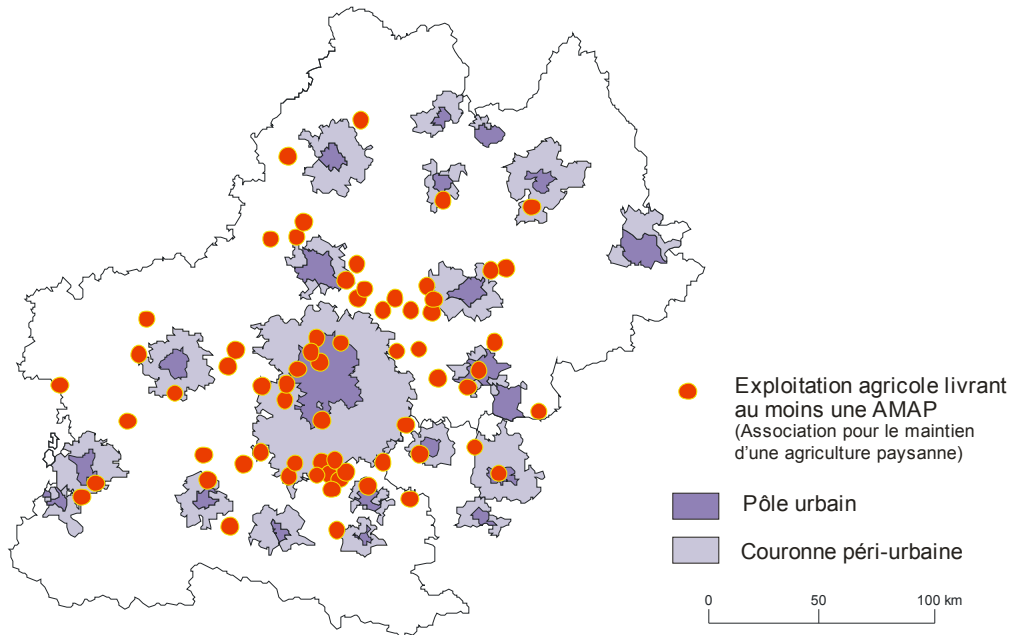
réalisation M. Pouzenc,
UMR Dynamiques Rurales
- Université de Toulouse

Les AMAP apparaissent comme un phénomène en très grande majorité urbain. La 1/2° des AMAP de la région se trouve dans le pôle urbain de Toulouse. Plus largement, les 2/3° des AMAP se trouvent dans un pôle urbain, plus de 1/10° en couronne périurbaine, plus de 1/4 en espace rural.



sources : inventaire en 2007 à partir du site internet d'Alliance Midi-Pyrénées (amapreseau-mp.org) + consultation de personnes-ressources, recherches sur internet et enquête téléphonique, dans le cadre de l'étude "AMAP-PVC".

réalisation M. Pouzenc,
UMR Dynamiques Rurales
- Université de Toulouse



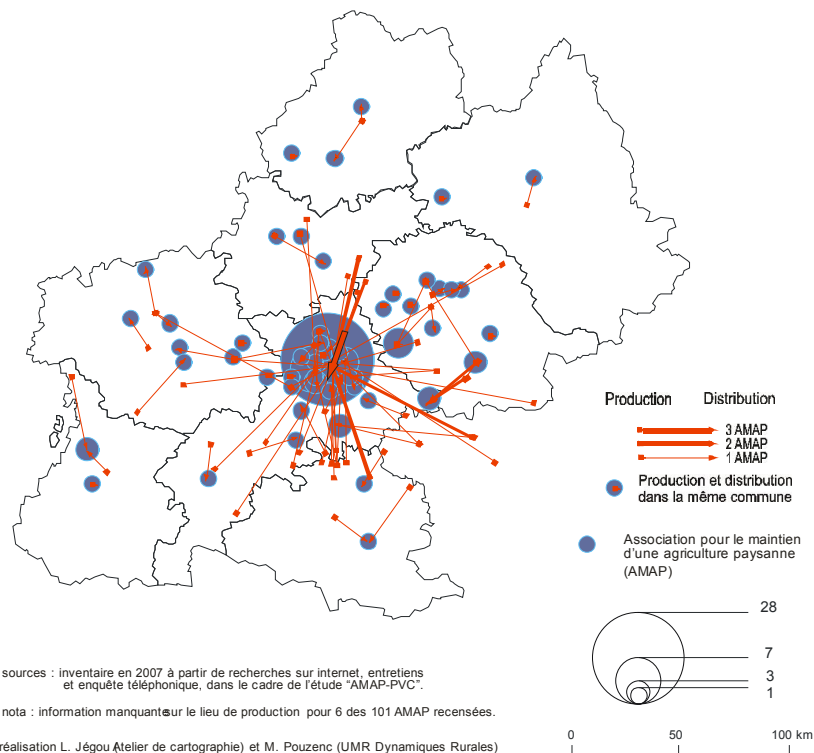
réalisation M. Pouzenc,
UMR Dynamiques Rurales
- Université de Toulouse

sources : inventaire en 2007 à partir de recherches sur internet, entretiens et enquête téléphonique, dans le cadre de l'étude "AMAP-PVC".

nota : information manquante pour 6 des 101 AMAP recensées

Les lieux de production, quant à eux, se trouvent pour un dixième dans les pôles urbains, pour un quart en couronne périurbaine et pour les deux tiers en espace rural.

On constate un certain éloignement des lieux de production vis-à-vis des lieux de distribution, notamment dans le cas des AMAP toulousaines. Pour 80% d'entre elles les lieux de production recensés sont à plus de 3/4 d'heure du domicile des adhérents. Ceci relativise l'un des principes fondateurs des AMAP, la proximité immédiate des consommateurs avec le producteur. Il est peu probable que les AMAPiens viennent régulièrement participer aux travaux sur l'exploitation, comme cela est généralement envisagé au départ, si le trajet à effectuer s'annonce long.



sources : inventaire en 2007 à partir de recherches sur internet, entretiens et enquête téléphonique, dans le cadre de l'étude "AMAP-PVC".

nota : information manquante sur le lieu de production pour 6 des 101 AMAP recensées.

réalisation L. Jégou (Atelier de cartographie) et M. Pouzenc (UMR Dynamiques Rurales)
- Université de Toulouse

Mais le point qui interroge le plus dans cette répartition des lieux de production et de distribution concerne le périurbain. La faible proportion de lieux de distribution et de lieux de production en couronne périurbaine remet en cause l'idée que les espaces périurbains présentent des conditions particulièrement favorables aux AMAP (c'est-à-dire la présence d'une population relativement jeune, supposée ouverte au mouvement AMAP, la présence de terrains encore voués à un usage agricole et d'agriculteurs à la recherche de solutions pour résister à la vague d'urbanisation). En fait, tout se passe comme si la majorité des AMAP « sautaient » l'espace périurbain, pour aller chercher leurs producteurs dans des zones plus nettement agricoles.

Jean PILLEBOUE : *a travaillé sur les rapports entre produits dits "de qualité" et territoire, à la fois comme chercheur et comme expert au Ministère de l'Agriculture, puis de l'I.N.A.O..*

A la différence de ce que Michaël POUZENC vient d'énoncer en utilisant les ressources de la modernité technique, ce qui va suivre n'est qu'un discours de forme traditionnelle et, quant à son contenu, n'est pas scientifique. Ce sont là des questions, des impressions, mais aussi des convictions, suscitées par le sujet et nourries par les entretiens que nous avons eus avec des « Amapiens » (terme par lequel les adhérents des AMAP se désignent eux-mêmes) et avec des producteurs fournisseurs d'AMAP. Seulement quelques questions de « citoyen » qui ne relèvent d'aucune prétention à développer et à analyser l'ensemble des aspects de la réalité « amapienne » !

Quelle signification trouver à ce mouvement, très récent et en apparence surgi brusquement dans notre paysage de la distribution agro-alimentaire en France ? Autrement dit : le développement des AMAP en temps de crise, qu'est-ce que ça veut dire ? Puisse cette façon non scientifique d'aborder ce sujet être comprise comme une autre façon de susciter le débat...

Commençons par dire quelques mots du contexte : comme chaque fois qu'une réalité me semble résister à l'interprétation, j'aime bien faire un détour, comparatif ou métaphorique, pour l'aborder. Aujourd'hui, le détour par la situation de l'agriculture biologique - à laquelle, on le verra bien sûr, ne sauraient être assimilées les AMAP - me paraît indispensable pour montrer la difficulté que présente l'interprétation du développement des AMAP.

La situation de l'agriculture biologique en France se manifeste par des signaux contradictoires, voire confus.

- D'un côté, les politiques, les responsables professionnels et les médias qui répercutent leurs discours nous rebattent les oreilles avec « la qualité des produits », « le développement du bio »¹, de « la vente directe » et « des circuits courts », l'approvisionnement local ou de proximité... Par exemple, comme chaque année, à l'approche du Salon de l'Agriculture, on doit endurer une multiplication des enquêtes d'opinion... Ainsi, dans le Journal du Dimanche du 22-02-2009, sous le titre *Le bio s'impose partout en France*, on a pu lire : *Difficile, en 2009, de faire l'impasse sur le bio, qui n'est plus l'apanage des bobos parisiens. "C'est une tendance de fond, ce n'est plus une mode", affirme Elisabeth Mercier, directrice de l'Agence Bio, groupement d'intérêt public (GIP) réunissant pouvoirs publics et professionnels. Selon ses dernières statistiques, près d'un quart des*

¹ Quelqu'un fait remarquer que les consommateurs disent volontiers « le bio » (= le produit bio) alors que les producteurs disent plus volontiers « la bio » (= la production bio) : ce n'est pas qu'une amusante fantaisie mais une différence de points de vue qui s'exprime dans le genre du substantif...

Français consomment bio au moins une fois par semaine, et 8% d'entre eux en mangent tous les jours. L'intérêt des Français pour cette agriculture "écologique" s'est accéléré avec le Grenelle. "D'un seul coup, elle s'est retrouvée au centre de préoccupations exprimées en matière d'emploi, de santé, d'économie...", constate un converti, Henri Thépaut, président de la Fédération nationale d'agriculture biologique (la FNAB). Ecoutons encore le dernier « baromètre d'opinion » sur le sujet qui nous dit que, Malgré la crise 44% des Français ont consommé bio au moins une fois par mois en 2008, 22% déclarent qu'ils augmenteront leur consommation de produits bio dans les six prochains mois et 76% des personnes interrogées déclarent que "l'agriculture bio est une solution d'avenir". Tout cela est avéré et, de son côté, le P.D.G. de « BIOCOOP » fait écho à ces déclarations en affirmant que, malgré la crise, la fréquentation de ses 315 magasins en France augmente. Mais tout cela contribue aussi à créer et accréditer une « belle » illusion d'optique dont on n'est pas assuré qu'elle ne serve les intérêts de personne...

- D'un autre côté, il est désormais bien difficile de cacher le retard spectaculaire, si ce n'est le décrochage durable, de la France par rapport aux autres pays européens. Et cela ne concerne pas que le bio mais tous les domaines relevant des qualificatifs « durable » (justement !), « écologique », « équitable », « renouvelable », etc. Envisageons un instant le cas de la production d'électricité d'origine éolienne : elle constitue 14,1% de la consommation d'électricité au Danemark, 11% en Espagne, 7% en Allemagne, mais seulement 1,1% en France en 2008... On peut me dire que je m'éloigne du sujet. Est-ce si sûr ? Qui ne comprend que le bio (et les AMAP) d'un côté, les énergies renouvelables de l'autre relèvent de la même mutation, et, prise de position non scientifique, de la même profonde nécessité ? Pourtant, là encore, tout est affaire de point de vue comme un simple rappel suffira à le montrer: à l'occasion du Café-Géo de Toulouse consacré aux éoliennes (le 26 novembre 2008), on n'a entendu, dans le public, que des expressions de refus ; s'agissant des AMAP, on peut supposer (et espérer !) qu'il y en aura beaucoup moins, voire que des expressions d'enchantement... Et pourtant !

Nous laissons à chacun le soin de faire les hypothèses qui lui conviendront sur l'identité réelle des « groupes de pression » qui ont entravé les développements respectifs de l'énergie éolienne et du « bio » dans notre pays mais le fait est là : le « bio », en France - qui fut, comme pour la mobilisation des énergies renouvelables, en avance dans les années soixante-dix du XX^{ème} siècle - n'est aujourd'hui qu'une réalité très ténue ! On y compte seulement 12 000 exploitations cultivant 2,7% de la S.A.U. (Superficie agricole utilisée) du pays, ce qui classe la France au 21^{ème} rang des 27 pays européens, loin derrière l'Autriche (13% de la S.A.U. en « bio »), l'Italie, la Lettonie et l'Estonie (9% pour chacun de ces trois pays), la Grèce (8%), ... Si l'on « descend » au niveau des régions urbanisées, autour des grandes agglomérations, la proportion des terres converties à l'agriculture biologique est encore bien moindre : elle n'est, par exemple, que de 0,8% pour la région Ile-de-France ! Voilà de quoi expliquer la difficulté particulière que rencontrent les AMAP urbaines pour « trouver » un ou des producteurs-fournisseurs dans leur proximité relative ou même plus éloignée : en Ile-de-France, il y aurait 5000 consommateurs candidats à l'entrée dans les 120 AMAP existantes et, dit-on, plus de 2000 candidats en attente d'adhésion en Midi-Pyrénées... D'autre part, le « bio » ne représente que 2% de la consommation alimentaire des Français et la France importe la moitié des produits « bio » qui y sont consommés. Bref, la France semble aussi fermement accrochée à son agriculture productiviste qu'elle l'est au pétrole et au nucléaire. D'autres indicateurs vont dans le même sens et conduisent à relativiser l'importance quantitative d'une supposée mutation du modèle français de la production alimentaire, de son conditionnement et de sa transformation, de sa distribution et de sa consommation. Par exemple, pourtant annoncée, la place de la grande distribution ne faiblit pas. Par exemple, le symbole et le porte-drapeau de « la malbouffe » continue à progresser : déjà largement implanté, Mac Donald's ouvre encore de nouveaux établissements et ses ventes ont progressé de 7,2 % en 2008. Enfin, cerise sur le gâteau, des sites de consommateurs satisfaits du

fast-food (eh oui !) sont apparus sur la toile et défendent vigoureusement leur approche de l'alimentation et du repas : c'est le cas de <http://www.myburger.fr/> qui se définit comme le *webzine de la malbouffe* ou <http://www.kebab-frites.com/>, le *site comparateur de kebabs...*

Comment interpréter le mouvement des AMAP dans un tel contexte, leur succès comme ses limites et les entraves à ce succès ? Là aussi, tout dépend du point de vue duquel on les observe...

D'un côté, sur le plan quantitatif, on peut lire qu'*aujourd'hui, en France, 1000 AMAP font vivre 1600 producteurs et nourrissent près de 250 000 personnes, pour un chiffre d'affaires estimé à 52 millions d'euros*. Ce sont là des données bien abstraites : pour leur apporter du crédit, il faudrait savoir ce que veut dire « nourrissent »... Quoi qu'il en soit, 1600 producteurs, cela ne constitue que 0,35% des exploitations agricoles qui nourriraient 0,39% des 64 000 000 de consommateurs du pays. Autant dire que, du strict point de vue économique, les AMAP, « c'est peanuts... » ...

Mais, d'un autre côté, n'est-ce pas plus que cela ? Ou plutôt autre chose que cela ? De toute façon, nous ne sommes pas économistes et l'économie n'est pas ici notre entrée principale dans l'analyse de ce phénomène². Comme pour le/la « bio », ne peut-on formuler l'hypothèse qu'il y a la même contradiction entre son importance matériellement limitée et son importance réelle comme indice du changement social ? Le fait est que les AMAP, on le voit ce soir, ça intrigue « les gens », ça intéresse, bien au-delà du cercle, somme toute très restreint, des adhérents et des candidats potentiels à l'adhésion. Cela a intéressé l'institution régionale de Midi-Pyrénées ... et les chercheurs qui, au risque d'agacer les animateurs des AMAP, se sont jetés goulûment sur ce phénomène, comme si, pour certains d'entre eux, ils y repéraient, l'amorce d'un mouvement social dont ils rêvent mais qu'ils sont bien incapables d'impulser...

Ce "discours" s'organisera d'abord autour de questions simples. Les A.M.A.P., peuvent-elles être considérées comme un épiphénomène « ringard » essayant de ressusciter, dans le regret et la nostalgie du passé, des formes de rapports directs entre producteurs et consommateurs ou comme un mouvement moderne ? Une manifestation banale ou un mouvement original ?

« Banal » il serait assurément si, comme l'envisagent –et le rêvent – certains de ses détracteurs, on ne considérerait les A.M.A.P. que comme une variante éphémère et peut-être inutilement sophistiquée, du développement de rapports directs entre consommateurs et producteurs, comme une des multiples tentatives essayant de réduire toutes les formes de distance (géographique, économique, sociale, idéologique, ...) séparant inéluctablement les producteurs des consommateurs dans le domaine de l'alimentation. Ainsi considérées comme un type de « circuit court », on peut les apparenter aux autres formes de « vente directe », de magasins de producteurs, de ventes par correspondance, de systèmes de « paniers » déposés à domicile, etc. Ce serait oublier que, comme dans le cas de « Slow Food », il s'agit d'un mouvement de consommateurs d'alimentation et non de producteurs ; d'ailleurs, ceux-ci ont visiblement beaucoup de mal à répondre à l'emballement de la demande qui s'exprime dans l'allongement des listes de consommateurs en attente.

Au-delà des rapports directs spécifiques qu'elles développent entre producteurs et consommateurs, il reste à les évaluer sous l'angle de **la nouveauté, de la modernité**. Nous entendons par là une modernité constructive et non pas une « modernité » destructrice comme celle qui nous est prônée quotidiennement : n'est-il pas grand temps de revaloriser ce mot, de lui redonner un sens fort et

² Le philosophe Jean-Pierre DUPUY assure que, « dominant, le discours des économistes a désenchanté le monde »... Les AMAP peuvent-elles participer à son ré-enchantement ?

positif? Par leur tentative d'instaurer non seulement de nouveaux rapports entre les consommateurs et les producteurs mais aussi d'autres façons d'envisager l'alimentation tout en développant de nouveaux liens, dans la proximité, entre les consommateurs eux-mêmes, ne constituent-elles pas des lieux sociaux de résistance au « paradis à code barre » ?

Pour comprendre ce qu'est ce mouvement plus complexe et plus riche que ne le laisse deviner son nom, de nombreuses questions devraient être soulevées. Sachant qu'on ne peut les aborder toutes, n'en évoquons que quelques-unes. Déjà, leur simple énoncé suffit pour montrer que les AMAP ne sont pas que des manifestations locales et particulières mais **un phénomène global, voire central, aux multiples implications, aux implications essentielles.**

- Le rapport des AMAP au territoire

On peut l'aborder sous différents angles et à différents niveaux. On a déjà souligné que le choix affirmé d'œuvrer dans un « territoire local », via le lien d'étroite **proximité** entre producteurs et consommateurs, un des principes essentiels parmi ceux que veulent promouvoir les AMAP, rencontre quelques difficultés de mise en œuvre. Remarquons toutefois que, même lorsque les Amapiens doivent aller chercher « leur » producteur à quelques dizaines de kilomètres du lieu de la distribution, on n'est plus dans la configuration imagée et largement diffusée du « yaourt dont les éléments constitutifs ont fait 1200 km avant d'arriver dans votre assiette »...

Toujours à grande échelle, qu'en est-il du **terroir** dans les AMAP ? Nous avons pu constater que cette notion est à peu près complètement absente de leur réalité: ni pour les animateurs, ni pour les Amapiens, elle ne constitue une référence. Notons dès maintenant que cette « absence » n'est peut-être pas fortuite, puisque le terroir, petite unité locale homogène censée transmettre ses caractéristiques –même les plus rébarbatives - aux produits, et les muter en traits positifs pour ces produits, constitue une des notions de base de toute la politique de la qualité en France et dans les pays dits « latins ». Or, le mouvement amapien ne s'inscrit nullement dans cette conception de la qualité. Si l'on veut absolument trouver, pour une AMAP, un équivalent au terroir, sans doute faudrait-il le chercher dans l'exploitation du producteur qui en tient lieu.

Toujours à propos de « territoire », d'un strict point de vue géographique, on pourrait se poser la question de savoir pourquoi, à petite échelle, le développement des AMAP présente de si grandes différences entre les régions : Midi-Pyrénées, PACA et Rhône-Alpes, s'imposent aujourd'hui comme des régions « très amapiennes » et devancent de loin le reste du territoire. C'est une vraie question pour Café-Géo, sans doute pertinente mais peut-être quelque peu prématurée : dans une réalité très mouvante, en développement rapide, il semble que la diffusion des AMAP tende à se faire maintenant sur tout le territoire national.

- La caractérisation sociale des producteurs et des consommateurs

Qui entre en AMAP et qui les alimente en produits ? Au vu des objectifs des AMAP, c'est une question qui paraît importante puisque, se situant dans le cadre d'une « économie solidaire », les AMAP veulent aider au « maintien d'une agriculture paysanne ». Or, largement diffusée par les sceptiques et les critiques, une image colle à la peau du système des AMAP: elles seraient constituées de consommateurs aisés (« des bobos ») qui, par paternalisme, par compassion (sentiment très à la mode en politique), essaieraient d'aider des petits exploitants à survivre ; ou, formulé de façon plus agressive : « des paysans pauvres et qui le restent sont bien heureux d'alimenter des consommateurs bobos et qui le restent... ». Il paraît que cette image correspond effectivement à ce qui se passe dans le cadre de certaines AMAP parisiennes (!). Pour les AMAP que nous avons observées dans la région Midi-Pyrénées, s'agissant des consommateurs et de leur qualification sociale ainsi supposée définie (caricaturée conviendrait mieux) par le mot « bobo », elle doit être parfois nuancée, le plus souvent contrebattue.

En fait, il faudrait commencer par interroger sèchement le contenu de cette notion de « bobo » mise à toutes les sauces sociales ou politiques ! Pour ce qui nous concerne, à la question de la

caractérisation sociale des Amapiens, on peut répondre en gros : « dites-nous dans quelle ville, dans quel quartier est située telle AMAP et nous vous dirons si elle est principalement constituée de consommateurs relativement aisés ». Par exemple, il serait inconvenant de considérer les adhérents de l'AMAP de Graulhet, petite ville tarnaise qui fut industrielle et qui compte aujourd'hui bien des ouvriers et des anciens ouvriers chômeurs ou retraités, comme constitutifs d'« une AMAP de bobos » ! Il en va de même de certaines AMAP rurales constituées d'adhérents qui n'ont pas les moyens d'habiter et vivre en ville et pour qui la campagne est un refuge. D'autre part, une AMAP est une organisation contraignante : il faut être présent à la distribution chaque semaine à la même heure (contrainte de périodicité courte), ne pas partir pendant de longues périodes en vacances ou vers une résidence secondaire éloignée (contrainte de périodicité longue), faire la cuisine (donc ne pas aller souvent au restaurant, sinon les légumes seront perdus...), ne pas choisir ce qu'on mange (la citrouille et les radis noirs l'hiver..), etc. Adhérer à une AMAP, c'est accepter une certaine assignation à résidence, réapprendre la régularité de pratiques quotidiennes dépréciées et exigeantes alors que, par exemple, la R.H.D. (« restauration hors domicile ») se développe en raison des « facilités » qu'elle offre aux consommateurs. Ce sont là des contraintes qui ne correspondent en général pas du tout au genre de vie qu'on prête aux « bobos »...

En revanche, s'il y a bien deux constantes dans la composition démographique et sociale des AMAP, c'est, d'une part, la quasi absence d'adhérents âgés qui, quoique attachés à leur territoire quotidien et à leurs habitudes, les satisfont en restant fidèles aux marchés ou aux contacts directs avec « leurs » producteurs et, d'autre part, la prééminence des jeunes couples pour qui compte plus que tout, à côté de leur sensibilité sociale, l'attachement aux préoccupations environnementalistes appliquées à leur nourriture et à celle de leurs très jeunes enfants.

Côté producteurs, l'équation de base du système amapien, à savoir une AMAP alimentée par un petit producteur qui consacre toute son activité à cette tâche, ne constitue pas la configuration la plus fréquente. Il est vrai qu'elle n'est pas toujours à même d'assurer des revenus décents au producteur, surtout si celui-ci n'est qu'un néo-paysan installé récemment et sur qui pèsent de lourdes charges. Aussi, soit les producteurs ont une unité de production qui permet d'approvisionner plusieurs AMAP, soit ils continuent à satisfaire une clientèle hors de l'AMAP, en particulier sur les marchés.

- Plus largement, il faut confronter les objectifs et les exigences des AMAP aux réalités matérielles du fonctionnement de la société de consommation telle qu'elle est. En d'autres termes, **comment s'articule, dans les AMAP, l'utopie** (on peut effectivement caractériser ainsi la vaste ambition de changement portée par les AMAP) **au principe de réalité** ? A l'extérieur des AMAP, comme chaque fois qu'éclot un nouveau mouvement, la tentation est grande d'essayer de « voir si ça marche » ou « combien de temps ça va marcher ? » ou bien encore, dans le registre du non-dit : « quand est-ce que ça va se casser la gueule ? ». Au vu de la très courte histoire de ce phénomène en France, ces questions semblent prématurées : avant de donner des réponses, il faut laisser aux AMAP le temps de se développer, de s'adapter aux difficultés rencontrées. Tout ce qu'on peut dire, c'est que, pour le moment, ce n'est pas un échec, que leur attrait est très fort sur de très nombreux consommateurs.

En découle notre point de vue : sans vouloir en rien les ignorer ni les sous-estimer, nous ne voulons pas nous borner à recenser « les petits problèmes » des AMAP qu'on observe ici où là. Nous savons bien, par exemple, que telle AMAP a cessé de fonctionner car le producteur a fait défaut, ... pour des raisons qui peuvent être très compréhensibles, ou bien que tous les consommateurs ne sont pas des anges et ne font pas toujours preuve de « conduites équitables » dans la constitution de leur panier lors de la distribution hebdomadaire. Plus intéressants et plus significatifs sont les aspects d'un fonctionnement très diversifié, voire bricolé, qui expriment la vitalité et la souplesse du mouvement : c'est le sens que nous accordons aux petits arrangements avec les principes, avec la société locale et les pratiques régionales, comme, par

exemple l'adjonction constatée, le jour de la distribution ou via la toile, de « petits marchés parallèles » de produits particuliers gérés par des micro-groupements d'achat créés par des Amapiens mais en marge de l'AMAP. Il n'y a pas lieu non plus de focaliser l'observation sur le *turn over* des adhérents au moment du renouvellement des contrats. Très inégal selon les AMAP, il n'est un signe inquiétant que s'il est important et récurrent, révélant alors un fonctionnement interne défectueux ou un divorce entre producteur et Amapiens. Dans les autres cas, le *turn over* annuel ou semestriel constitue la modalité la plus souple du renouvellement des Amapiens et il peut contribuer à renforcer la cohérence de leur groupe. En effet, tout autant qu'on considère comme « normal » l'attachement du paysan à *sa* glèbe, une relative instabilité des Amapiens vis-à-vis de *leur* AMAP est conforme à la logique de mobilité qui progresse dans la société. Cependant, il n'est pas interdit de comprendre la différence entre la position de celui-là et celle de ceux-ci, forcément plus libres, comme étant une contradiction interne au système amapien : le *sa* et le *leur* ne sont pas symétriques. Cette distinction est d'ailleurs renforcée par le fait que la pyramide des âges des Amapiens compte en général beaucoup moins de « seniors » - à la stabilité résidentielle à peu près assurée - que de jeunes couples fréquemment contraints à la mobilité géographique.

Poursuivant l'analyse de la modernité des AMAP, nous choisissons maintenant d'envisager plus précisément celle-ci sous l'angle de **la radicalité fondamentale qu'elles essaient de promouvoir** ainsi que des contradictions qui lui sont intrinsèquement liées. Nous isolerons ici quatre aspects principaux de cette radicalité amapienne

1. « **Maintien d'une agriculture paysanne** », c'est-à-dire des petits exploitants et de leurs moyens de production. Selon leurs animateurs, c'est l'objectif central des AMAP. Cela peut sembler n'être qu'un vœu banal ou naïf, en tout cas irréalisable tant il est de l'ordre de l'évidence pour le sens commun que « ces gens-là sont condamnés... ». Pourtant, prendre les petits paysans comme objet de sollicitude, c'est évidemment un objectif d'une radicalité totale puisqu'il va à l'encontre du sens prêté à « l'Histoire », et d'un altruisme, d'un désintéressement confondants. Qu'on prenne bien la mesure de cette radicalité : elle n'est formulée ni par un mouvement syndical, ni par un parti politique et n'est marquée par aucune dimension religieuse. Ce sont de simples consommateurs qui en sont les initiateurs : à première vue, ils ne défendent pas leurs intérêts mais ceux de leurs fournisseurs... ce qui logiquement devrait se répercuter sur les prix de leur alimentation, c'est-à-dire qu'ils vont à l'encontre leur intérêt de consommateurs si l'on n'apprécie celui-ci que selon le critère du « moindre coût ». Dans une économie et une société largement « financiarisées » et où les activités ne sont plus appréciées qu'à l'aune du profit que leurs auteurs peuvent en tirer, on peut comprendre que la logique amapienne ne soit pas accessible à tous... Et pourtant, quoique incapables de modifier seules l'évolution de l'agriculture, les AMAP mettent en œuvre une solidarité concrète envers les paysans qui va à contre-courant des pratiques économiques en vigueur : les AMAP seraient-elle en train de « moraliser le capitalisme » ?... En dehors de l'assurance que les producteurs acquièrent de pouvoir organiser leur système de production et d'en écouler les fruits chaque semaine, de bénéficier de rentrées régulières, ils peuvent bénéficier de cette solidarité à l'occasion de difficultés conjoncturelles. Tel exploitant ne cache pas que la garantie apportée à sa banque par un groupe de consommateurs de l'AMAP lui a permis, il y a quelques années, de renouveler des emprunts et de surmonter de graves difficultés financières cependant que, aussitôt après le 9 février 2009, d'autres sont venus l'aider à remonter ses serres dévastées par la tempête.

2. **Les consommateurs établissent de nouveaux rapports avec les producteurs : l’approvisionnement direct est régi par un contrat.**

L’AMAP permet d’abord au producteur d’échapper en partie et autant que faire se peut aux organisations économiques centralisées, concentrées, de grande ampleur : grandes coopératives, négoce, industries agro-alimentaires et, surtout, directement ou indirectement, grande distribution et ses diverses formes. S’y substituent des relations économiques décentralisées, de proximité (de localité) avec des petits acteurs locaux, les Amapiens, petits groupes de consommateurs. Le producteur perçoit ainsi ce qui lui échappe totalement dans les circuits classiques : il suit son produit jusque dans le panier des consommateurs ; il en reçoit en retour des gratifications verbales ... ou des critiques qui ne sont pas absentes, celles-ci s’adressant plus à la composition du panier, surtout l’hiver, qu’à la qualité de son contenu très rarement mise en cause.

Réellement négocié chaque année avec le collectif des Amapiens qui en prend l’initiative, le contrat établit une des spécificités des rapports entre les parties dans le cadre de l’AMAP. Les rapports économiques des agriculteurs avec les grands organismes de leur aval sont également réglés sous la forme contractuelle mais ces contrats leur sont imposés et uniformes alors que, pour les AMAP, l’existence d’un contrat-type n’empêche pas la fixation de prix différents pour les paniers... A l’inverse, dans les autres formes de circuit court qui sont les produits des initiatives des agriculteurs et non des consommateurs - vente à la ferme, sur les marchés, par correspondance ou par Internet – et qu’on rapproche « spontanément » des AMAP car elles ont le même objectif (augmenter ou défendre leurs revenus en court-circuitant tout ou partie de l’appareil commercial, en particulier le maillon à la fois le plus honni et le plus fréquenté de cet appareil, la grande distribution), il n’y a pas de contrat car les transactions se font au coup par coup. On peut certes rapprocher aussi les AMAP des divers systèmes de « paniers » livrés à domicile par des producteurs ou déposés en un point fixe à périodicité constante, systèmes en plein développement. Les objectifs et le nom s’y prêtent ainsi que l’existence d’un contrat signé par les consommateurs, à ces différences près –et qui ne sont pas minces !- que l’initiative est là aussi exclusivement celle de producteurs, qu’il n’existe pas de collectif des consommateurs pour négocier le contrat annuel en leur nom et que chacun d’entre eux reste seul « face » au producteur.

Les animateurs des AMAP insistent beaucoup sur l’importance du contact direct qui, chaque semaine, rapproche les consommateurs du producteur à l’occasion de la distribution – « mettre le visage du producteur au fond de l’assiette », disent-ils – mais ce type de contact n’est pas propre aux AMAP puisqu’on le retrouve dans toutes les pratiques de vente directe, à la ferme ou sur les marchés. Plus engagées et bien connues des observateurs qui les qualifient parfois de « paternalistes », les pratiques solidaires et conviviales des Amapiens envers leur producteur (coups de main pour quelques « gros travaux » ou tâches exigeantes en main d’œuvre comme le désherbage des semis de carottes, visites à la ferme et goûters,...) ne doivent pas masquer la contradiction qui est au cœur de la générosité des Amapiens. Certes, les consommateurs vont *vers* les producteurs paysans mais ceux-ci peuvent-ils se laisser *simplement* apprivoiser ? Ce n’est pas là qu’une question de bonne volonté réciproque des uns envers les autres : les statuts, les positions et les conditions matérielles des producteurs et des consommateurs ne sont pas symétriques. Ainsi, il y a une **contradiction forte entre « la liberté » du consommateur qui peut induire des conduites fugaces, « nomades », au jour le jour, et les contraintes rigides qui pèsent sur l’activité des producteurs et pour lesquelles l’unité de temps se compte en années.** D’un côté, les conduites des consommateurs relèvent du désir - plus

précisément de la renaissance positive du désir dans le domaine de l'alimentation - qui, par sa nature, peut être considéré comme immédiat, presque « hors du temps et de l'espace » (cf les analyses de Bernard STIEGLER). De l'autre côté, ce désir est, pour se réaliser, confronté aux rigidités propres à l'activité agricole, rigidités qui l'insèrent dans un espace non malléable par la force du désir immédiat et dans un temps moyen ou un temps long. Ces rigidités sont multiples : rigidité des structures foncières (y a-t-il des terres disponibles pour que des agriculteurs s'installent lorsqu'ils ont un projet lié à une AMAP? C'est là, malgré le début de prise de conscience de certaines municipalités et intercommunalités, d'ailleurs fort démunies pour intervenir, un problème qui bloque le développement des AMAP dans les périphéries des grandes agglomérations), rigidité des structures d'exploitation, rigidité des systèmes de production. Même certains Amapiens ne se rendent pas compte que, pour un paysan, se lancer dans un contrat avec une ou plusieurs AMAP, constitue une **double conversion radicale**. Conversion de l'agriculture conventionnelle vers « la bio » ou « l'agriculture durable » : elle demande trois ans au minimum et, par les temps qui courent, toute reconversion est, quant aux résultats économiques qu'on peut en espérer à moyen terme, particulièrement hasardeuse... Surtout, moins connue mais tout aussi contraignante en raison de l'extrême diversité des tâches et des exigences qu'elle impose, la conversion de l'agriculture spécialisée vers la polyculture et même la multiculture : un fournisseur d'AMAP produit au moins une trentaine, voire une quarantaine, de légumes différents, gamme démultipliée par le nombre de variétés proposées pour certains d'entre eux. C'est le cas pour la tomate, espèce qui offre un potentiel quasi infini de variété quant à la couleur, la précocité, les qualités organoleptiques du légume, etc. Sentant mis en cause un des principes de son succès, la variété de l'offre, et sans doute touchée par cette « révolution minuscule » qui affecte le monde de la tomate, la grande distribution se met à ne plus vendre uniquement, sauf en hiver, « de la tomate » anonyme mais plusieurs variétés dénommées (ah..., la « cœur de bœuf » !). De la même façon, un producteur de pommes peut aujourd'hui cultiver une bonne douzaine de variétés.

Ce ne sont pas les envies ou besoins alimentaires des consommateurs (la demande) qui guident complètement le fonctionnement des AMAP mais l'offre, c'est-à-dire ce que propose le producteur local ou peu éloigné, offre d'un seul producteur avec les limites à la diversité que cela implique (microclimat et sols de l'exploitation ne permettent pas de « tout offrir »), l'irrégularité - qu'elle soit saisonnière ou liée aux aléas climatiques - dans les approvisionnements, toutes contraintes fortes que les consommateurs doivent intégrer dans leur raisonnement... **Bref, il faut beaucoup d'intelligence mais aussi de générosité et d'émotion aux consommateurs pour qu'ils comprennent la force de ces contraintes et l'obligation de s'y adapter.**

3. **De nouvelles relations sociales de proximité.**

Ceci ne constitue pas un des objectifs prioritaires des AMAP mais le **petit collectif** constitué par les Amapiens -30 à 40 personnes adhérentes, voire davantage, chacune correspondant à une « famille »- se doit de tirer des bénéfices de ce « vivre ensemble partiel » dans un petit réseau de proximité. Ainsi, des rencontres se développent lors de la distribution hebdomadaire qui, à leur tour, peuvent engendrer des échanges de services de voisinage, des échanges de pratiques alternatives informelles comme la diffusion de recettes de cuisine. Cette convivialité atteint souvent son acmé à l'occasion de visites estivales ou automnales à la ferme, à la suite de travaux ou d'un goûter, en compagnie des enfants. C'est l'occasion de réaliser des images ensoleillées du bonheur à la campagne, bonheur bucolique partagé par les Amapiens et leurs

enfants, le producteur, les animaux, ... Censées mettre en scène un moment fort du fonctionnement de l'AMAP, ces images réincarnent pour chacun ses références culturelles champêtres et nostalgiques: *Déjeuner des canotiers* (Auguste RENOIR, 1880-1881), *Partie de campagne* (Jean RENOIR, 1936) ou bien quelques scènes tournées par des cinéastes russes (*Partition inachevée pour piano mécanique*, 1977, Nikita MIKHALKOV ; *Le Bannissement*, 2007, Andreï ZVIAGUINTSEV)...

Dans l'agriculture, le petit collectif prend la forme d'une CUMA, d'une banque de travail, d'une « mutuelle coups durs », etc. : le rôle et le fonctionnement de ces petits réseaux a été analysé de longue date. Dans les AMAP, c'est parmi les consommateurs que se créent ces nouveaux petits collectifs : il restera aux sociologues et surtout aux anthropologues à les analyser lorsque le recul dans le temps le permettra.

Curieusement, **l'AMAP rend un rôle à la famille** dans une société qui l'a bouleversée, voire niée : le panier est rempli pour un collectif de quatre personnes, soit deux adultes et deux enfants, structure de la famille idéale. On peut certes n'adhérer que pour un demi panier mais il faut alors s'entendre avec deux autres personnes pour partager le panier, unité de base que le producteur ne divise pas ; quant aux personnes seules, qu'il s'agisse de jeunes ou de vieux, elles n'ont, de ce fait, pas de place dans une AMAP. Sur un plan plus large, plus symbolique, ce petit collectif n'ambitionne-t-il pas de fonctionner comme une grande famille, d'être, en quelque sorte, pour ses adhérents, une « MAMAP nourricière »?

4. **Transformer le consommateur en redonnant toute sa force, toute sa signification, à l'acte de manger : bref, changer le rapport des consommateurs à leur alimentation.**

Les animateurs des AMAP préfèrent les termes de « mangeur » ou de « consom'acteur » à celui de « consommateur », honni parce que connoté de toute la passivité et de toute la négligence sous-entendues dans les pratiques quotidiennes des clients de la grande distribution. C'est peut-être bien en ceci - qui prend l'apparence d'une banalité - que réside l'essentiel de la radicalité de l'AMAP. L'adhésion à une AMAP propose autre chose qu'un repas hebdomadaire ou exceptionnel où l'on « mange bien » alors qu'on mange n'importe quoi, n'importe comment, dans n'importe quelles conditions, le reste de la semaine. C'est tout le rapport à l'alimentation quotidienne qui se trouve modifié, la façon dont elle est traitée, en opposition radicale non seulement avec la pratique du fast-food mais aussi avec l'achat des produits de la grande distribution déjà cuisinés, préparés, surgelés...

En fait, **c'est la notion de « qualité » appliquée aux produits alimentaires qui est complètement remise en cause.** Tout se passe comme si elle était purgée de tout ce qui la sustentait depuis des décennies. Or, dans les propos des Amapiens, « la qualité des produits » est mise en avant comme motivation de leur adhésion, bien avant le souci d'aider au « maintien d'une l'agriculture paysanne », préoccupation dominante chez les animateurs : c'est dire l'importance de ce thème pour la compréhension du phénomène. Tout se passe comme si, d'un seul coup, les AMAP rendaient caduc, dans leur mini champ d'action, un système de la qualité très progressivement construit ... en un siècle d'évolution. **Afin d'explicitier les caractéristiques de cette « révolution » amapienne, référons-les succinctement aux grands traits de la qualification conventionnelle des produits alimentaires en France et en Europe.**

- Classiquement, la qualité est distinguée et reconnue au terme de procédures longues et complexes, donc coûteuses, par un « signe officiel de qualité ou d'origine » (label rouge, label « AB » - agriculture biologique -, A.O.P. -appellation d'origine protégée -, I.G.P. -

indication géographique protégée -, ...) directement ou indirectement garanti par l'Etat, via ses niveaux national et européen. Dans les AMAP, à l'exception de la qualification « AB » pour une partie d'entre eux, les consommateurs et les producteurs s'accordent pour ne reconnaître aucune importance à de tels signes qui n'entrent pas dans le champ de leurs préoccupations.

- Dans l'économie classique de la qualité, tous les produits n'ont pas « vocation » à se voir distinguer par un signe officiel: seuls, les produits qui ont un statut particulier dans l'alimentation, les vins, les fromages et quelques autres peuvent postuler à ce qui doit rester une distinction exceptionnelle et considérée comme « prestigieuse ». Dans cette optique de « qualité du haut » a été constituée, au bout d'un siècle de procédures et par agrégation progressive de nouvelles distinctions, une véritable aristocratie de produits : au sein de l'ensemble de la sphère agro-alimentaire, elle constitue en quelque sorte le dessus du panier. Dans les AMAP, c'est tout le panier qui est qualifié ! On ne s'extasie pas en dégustant « Un Saint-Emilion, un Château Yquem ! » mais en découvrant dans le panier de la semaine : « Oh, des poireaux, des pommes de terre... ». La qualité gagne l'alimentation quotidienne : c'est « **la qualité d'en bas** ». Si cette façon de définir et d'appréhender « la qualité » n'est pas considérée comme une forme de radicalité, qu'est-ce qui le sera ? On peut bien sûr trouver des signes avant-coureurs à l'éclosion de cette « révolution tranquille » : nous n'évoquerons ici que le goût avéré de certains amateurs de vin pour « les petits vins » et « les petits vigneron » préférés à des grands crus officiellement « qualifiés » mais aux qualités jugées « surfaites » par ces amateurs.
- Lorsqu'ils bénéficient d'une A.O.P. ou d'une I.G.P., les produits de qualité sont identifiés par leur nom incluant une référence géographique et ne sont élaborés que dans une aire de production délimitée. Ici, dans l'AMAP, il ne s'agit que de « poireaux » sans autre référence territorialisée que leur production dans une « proximité » aux contours externes non délimités. **La proximité dans l'AMAP ne connaît que deux pôles : l'exploitation du producteur, le lieu de la distribution.**
- Les produits dits « de qualité » ou « d'origine » ne sont reconnus qu'au terme de leur caractérisation plus ou moins précise et, surtout, de la description des modalités de leur élaboration ainsi que de l'acquisition de leur notoriété à travers une histoire des processus d'élaboration, qualifiée ou non de « tradition ». Rien de tel pour les produits de l'AMAP : leurs caractères ne sont pas analysés. Pour le consommateur, **le produit reste un tout qui est « bon »**. Il n'a pas d'histoire, pas d'âge qui remonte au-delà de sa cueillette ou, au plus, de son semis, de sa plantation.
- A l'exception du vin qui peut se bonifier avec le temps, il est admis que la qualité d'un produit est définitivement établie lorsqu'il sort de chez le producteur (agriculteur, artisan ou industriel du secteur agro-alimentaire). Dans l'AMAP, **la qualité continue de s'élaborer dans la cuisine** des consommateurs : le produit n'est pas seulement « bon » en lui-même et une fois pour toutes, il ne le devient complètement que lorsqu'il est cuisiné. En se réappropriant en partie la construction de la qualité, le mangeur mérite bien le nom de « **consom'acteur** » dans la mesure où il participe à la révélation, à l'élaboration, à la mise en valeur de la qualité du produit. On mesure là l'importance des recettes que s'échangent les Amapiens, ou que divulguent les producteurs ; elles leur permettent de se réapproprier la nourriture comme quelque chose d'essentiel. Lorsqu'ils découvrent et apprennent à cuisiner des légumes anciens, cette découverte s'apparente à une création. Cette participation des Amapiens à la concrétisation d'un nouveau système de la qualité agro-alimentaire n'est pas un choix mais une obligation intrinsèque à l'AMAP : le panier

ne contient que des produits frais non élaborés, des produits d'une très grande variété qu'il faut bien préparer et cuisiner. Tout découle de cette caractéristique : l'AMAP procure des produits frais d'une variété maximale qui sont forcément des produits de saison. Evidemment, il y a là-dedans des implications qui, passée la période de la découverte et de « l'enthousiasme des débuts », ne sont pas forcément bien assimilées sur la durée par tous les Amapiens. Evoquons par exemple : la nécessité de cuisiner qui exige de passer du temps (l'AMAP est aussi forcément une école de la lenteur pour élaborer une autre « Slow Food »), la réorganisation ou la résurgence de la division des tâches dans la famille (qui cuisine, avant ... et après l'adhésion à une AMAP ?), l'obligation de manger d'abord ce qu'il y a dans le panier dont on ne choisit jamais le contenu (l'été, ça va, mais l'hiver, la citrouille, les radis noirs...). Un autre aspect qui n'est pas mineur souligne la radicalité de la modernité amapienne : les emballages y sont inutiles (le panier y pourvoit !), les déchets sont rares et des Amapiens découvrent aussi le compostage... Ce faisant, et peut-être sans s'en douter, ils rencontrent les pratiques d'une catégorie sociale dont ils se croient sans doute très éloignés. A un journaliste qui lui demandait pourquoi il avait appelé « La Vie moderne » (2008) le film consacré à quelques vieux paysans de Lozère, Raymond DEPARDON répliquait : « Traditionnels ces paysans ? Pas modernes ?... Mais j'ai beau les observer dans leur village : ces gens-là ne font pas de déchets ! ».

- **Les discours descriptifs de la qualité** sont radicalement différents. D'un côté, ont été construits des référentiels complexes, analytiques, afin de distinguer et apprécier les différentes sensations perceptibles par chacun des sens à l'occasion de la dégustation : élaborés pour le vin, ils ont ensuite été adaptés pour « servir » le café, le thé, etc. Ils constituent des corpus reconnus des professionnels et des « amateurs éclairés » mais, sophistiqués, ils demeurent incompréhensibles hors de ces milieux et leurs utilisateurs y sont souvent taxés de « pédantisme » par les consommateurs qui ne maîtrisent pas ces références. Du côté des AMAP, quelques mots simples font de la qualité un tout non disséquable. « Les produits de l'AMAP ? Ils sont bons, ils sont frais, ils sont sains, ils sont naturels, ils sont locaux, ils sont paysans ». C'est à peu près tout ce que nous avons entendu au cours de nos entretiens avec des Amapiens : on revient aux « fondamentaux » de la qualité vécue dans le quotidien mais la simplicité n'exclut pas la confusion³. En confrontant ces deux approches de la qualité agro-alimentaire lorsqu'elle se dit, on mesure la profondeur de l'incompréhension, quand ce n'est pas du mépris, qui scinde notre société en parties inconciliables...
- **Et la validation de la qualité ?** Les produits « servis » dans les AMAP ne sont pas gratifiés des signes officiels de qualité et d'origine qui garantiraient leurs caractéristiques positives et les inscriraient dans une catégorie qui constituerait une référence. Ni les producteurs, ni les animateurs des AMAP ne le souhaitent. Aussi, ces produits sont « seuls au monde »... : ils n'ont personne pour les « protéger ». C'est le consommateur qui valide leur qualité, dans son assiette. Tant qu'il s'agit de valider les qualités liées à l'apparence, à la fraîcheur, au goût des aliments, cela n'entraîne pas de difficultés particulières... mais pour le caractère « sain », c'est une autre affaire : il ne se voit pas et ne s'éprouve pas

³ En janvier 2009, des denrées indûment déclarées « bio » ont, via la prolifération de salmonelles, entraîné « la mort d'au moins neuf personnes aux Etats-Unis ». Comme le souligne le *New York Times* dans un article intitulé *It's Organic, but does not it means it's safer ?*, la certification des aliments bio et la sécurité des aliments sont deux processus distincts (information rapportée sur la toile par le site québécois <http://www.cyberpresse.ca/>).

d'emblée. C'est toute la question de la validation du « bio », du « naturel » dans les AMAP. Elle y suscite un important débat et les réponses données à la question du « comment valider ? » divergent, dans la région Midi-Pyrénées comme dans les autres régions françaises. Dans une partie des AMAP, on considère que, sur ce point du moins, il est impératif que les exploitations des paysans fournisseurs s'inscrivent dans la logique classique de la qualification, obtiennent le label « AB » et se soumettent aux contrôles d'un organisme certificateur habilité par les pouvoirs publics. C'est, semble-t-il, la position d'environ la moitié de celles de la région Midi-Pyrénées. Les opposants à ce point de vue refusent la rigidité des contrôles, leur coût élevé pour des paysans en difficulté et l'affaiblissement des exigences du label « AB » dans le cadre européen qui s'impose à tous depuis le 1^{er} janvier 2009 (tolérance de 0,9% d'O.G.M. et de certains résidus de pesticides dans les produits). Surtout, derrière le label et les contrôles, ils voient la dépendance envers l'Etat et la société centralisée, dépendance qu'ils jugent contraire aux objectifs des AMAP. Plutôt que sur un label discuté, ils proposent que la validation de la qualité « bio » des produits repose sur **la confiance des Amapiens envers les pratiques du ou des producteurs**. Celui-ci doit s'engager clairement à n'avoir que des pratiques de « type bio » ou, lorsque les circonstances exceptionnelles (par exemple, attaque parasitaire imprévisible et massive) l'obligent à déroger à ces principes, à en informer les Amapiens. Sur ce point encore, on peut apprécier la radicalité à contre-courant du mouvement amapien dans le fonctionnement de l'économie. Alors que les économistes libéraux analysent « la crise » actuelle comme une conséquence de la perte de confiance à tous niveaux (économique, social, politique, ...), voilà bien qu'une partie des AMAP prétendent fonder leur fonctionnement sur la confiance ... Et « ça marche ». Il est vrai que cette confiance-là n'est pas aveugle : c'est une confiance de proximité. Les Amapiens connaissent le producteur qu'ils peuvent rencontrer chaque semaine, ils peuvent aller participer à quelques travaux sur son exploitation. Elle se construit et se nourrit ainsi de rapports visuels et verbaux répétés. Enfin, elle n'est pas qu'une confiance d'individu à individu : elle est médiatisée, régulée et confortée par le petit collectif des Amapiens. En fait, cette confiance ne s'applique pas qu'à la validation de la dimension « bio » des produits de l'AMAP : elle est le vrai fondement du système amapien dans son ensemble. Bien entendu, cette confiance est fragile : si elle s'évanouit, c'est l'AMAP toute entière qui risque de s'effondrer...

Conclusion

Les AMAP constituent un mouvement paradoxal : organismes dont la place dans la distribution des produits alimentaires demeure négligeable, elles suscitent un intérêt sans commune mesure avec leur importance économique et l'attraction qu'elles exercent sur les jeunes consommateurs intrigués. Elles sont une référence concrète pour la réflexion anti-consumériste. Substituant la logique de l'achat d'une part de production agricole –laquelle est, à l'avance, imprévisible - à la logique toute puissante du prix d'achat d'une quantité déterminée de produits, elles sont également le seul système de la qualité qui n'est validé par aucun signe officiel pas davantage que par un logo ou une marque. Reposant sur la confiance sociale de proximité, elle est un véritable mouvement humaniste mais elle ne constitue pas une sorte d'OVNI dont l'apparition serait en décalage total avec « ce qui se passe dans son époque ». Ainsi, pour les observateurs, elle s'inscrit aisément dans la nébuleuse des mouvements dits « alternatifs » dont elle constitue sans doute une des manifestations les plus exigeantes et les plus radicales. C'est donc un mouvement d'apparence économique mais bien davantage de nature profondément politique, d'une politique qui se déplace vers la consommation selon le processus évoqué par l'actrice Juliette BINOCHE : « Je ne vais plus aux manif : faire mon marché « bio », c'est mon engagement, ma façon d'être résistante, par rapport aux O.G.M., par rapport à tout le bastringue qu'on est en train de nous mettre en place » (propos tenu sur France-Culture, le 8 avril 2008). Elles contribuent à réhabiliter et à ré-accorder

les notions de « modernité » et de « radicalité », outils indispensables pour penser l'avenir. En associant producteurs et consommateurs de telle façon qu'ils ne se considèrent plus comme des « ennemis » mais de telle façon que les uns et les autres en soient changés dans leurs pratiques, elles expérimentent un nouveau paradigme social, compréhensif et non contradictoire, qui pourrait être utile dans bien d'autres domaines. Mais on ne saurait faire abstraction d'une autre dimension des AMAP qu'un lecteur du blog du journal *Libération* (<http://philosophie.blogs.liberation.fr/>) évoque à propos du *Manifeste pour les produits de haute nécessité* publié le 16 février 2009 par neuf intellectuels antillais, guyanais et réunionnais⁴ et que nous prenons le risque d'appliquer aux AMAP : *un panier de poésie et d'utopie...*

DEBAT

1. William (étudiant) : *Je ne suis pas un Amapien, ça va vous surprendre sûrement : je suis un croqueur-gourmand, je fais partie d'une association qui est un peu similaire aux AMAP et est installée à Saverdun, en Ariège. Je reviens sur un point, vous avez dit « laissons les AMAP se développer ! ». On est tous plus ou moins convaincus, en tout cas moi je le suis, et on pourrait croire que les AMAP seront forcées de se développer dans les années à venir car il y aura toujours plus de consommateurs qui voudront acheter dans le cadre des AMAP et aller dans ces démarches. C'est ce que l'on pourrait croire mais je me permets de mettre un petit bémol. Il ne faut pas oublier que si les AMAP se sont développées en quelques années si rapidement en Midi-Pyrénées, 100 producteurs en 4 ans et dans les années à venir ils seront peut être 200 mais je ne pense absolument pas que ça se passera comme ça puisque, si aujourd'hui les producteurs ont su répondre à la demande de ces consommateurs qui se sont constitués en AMAP, c'est parce que ces producteurs, ils étaient là, ils se sont battus depuis 30 ans ils étaient déjà engagés depuis des années, depuis les années 1970 pour les premiers, engagés, sensibilisés dans une démarche très particulière issue d'une agriculture paysanne. Ils ont dû lutter pour être encore là aujourd'hui et, grâce à eux, les AMAP ont permis de répondre très rapidement à la demande qui a explosé ces dernières années.*

Le problème aujourd'hui n'est peut être plus de parler de l'intérêt des AMAP, il est réel et on le comprend, mais c'est de se poser des questions. Moi, la première question que je me pose c'est que le système aujourd'hui en est déjà à ses limites puisque quand on rencontre les producteurs et les consommateurs, on sait que les listes d'attentes sont longues et le premier problème du système AMAP aujourd'hui c'est le manque de producteurs et même si on est toujours plus à vouloir intégrer les AMAP, je ne pense pas qu'il y ait beaucoup de personnes qui veulent rentrer dans ce système du côté des producteurs. Ceux qui sont rentrés dans cette dynamique, ils y sont rentrés très rapidement, mais dans les années à venir... Oui, ça a permis à certains de redonner confiance, à certains de croire en une autre agriculture, certes, mais on ne devient pas un agriculteur, un maraîcher du jour au lendemain, ça prend du temps, de la formation, et la question de la formation aujourd'hui on ne forme pas à devenir producteur en AMAP mais on forme des grands agri-producteurs, très bons au niveau de la PAC. A ce niveau, on ne parle pas forcément de l'avenir, mais les filières courtes ont un grand avenir. Je voulais juste poser la question suivante : si aux AMAP on promet un bel avenir, il faut que des producteurs soient là aussi pour répondre à cette demande, mais aujourd'hui je pense que, même s'il y en a qui sont motivés, c'est très dur de devenir un producteur AMAP parce que c'est du temps, ce sont des

⁴ Dans ce manifeste, ils se proposent de tenter de jeter tout de suite les bases d'une société non économique, où l'idée de développement à croissance continue serait écartée au profit de celle d'épanouissement.

engagements et ceux qui sont là aujourd'hui, c'est parce qu'ils ont une logique, une démarche depuis 30 ans.

Michael Pouzenc : Tout a fait, ça rejoint exactement ce que nous a dit le réseau « Alliance Midi-Pyrénées », le problème pour développer des associations AMAP n'est pas du côté du consommateur mais du producteur. On en est tout à fait conscients, c'est ce qui explique que le réseau régional des AMAP en Midi-Pyrénées rémunère un exploitant agricole qui a une longue expérience en AMAP pour former de nouveaux producteurs qui s'installent en système AMAP. On avait détecté en 2007, 5-6 producteurs qui s'étaient installés dans ce système-là : il y a donc une petite dynamique d'implantation de nouveaux producteurs grâce à ce système. En effet, 5-6 producteurs sur une centaine dans le réseau AMAP, ça ne résout pas le problème que vous citez.

2. 75% des traditions sont des choses positives mais les 25% restants sont à côté de la plaque, il faudrait les valider mais la recherche ne fait absolument pas ce travail. Le nombre de paysans a été divisé par 10 depuis les années 1970. Il y a une chose qu'il faut souligner : l'ancêtre du P.S actuel avant qu'il se modernise avait une proposition absolument ringarde qui prévoyait de nationaliser les supermarchés, d'une manière ou d'une autre. S'il avait essayé de le faire, on serait beaucoup plus avancés en matière de production et de distribution.

3. Ancienne chercheuse en géographie rurale : Comment se font les prix du panier ?

Jean Pilleboue : Le prix du panier est constant au sein d'une AMAP pour une année, mais il varie selon les AMAP, selon ce qu'il y a dans le panier, suivant l'appartenance sociale dominante des Amapiens. Comment est-il fixé ? Sur proposition commune du producteur et de l'AMAP. Il faut que les Amapiens achètent une part de production pour 6 mois ou une année et donc quand il n'y a pas grand chose dans les champs, la part de production est maigre et certains Amapiens ne comprennent pas ce système, en particulier quand arrive l'hiver : choux, citrouille... Quand le contrat dure 12 mois, les consommateurs font 12 chèques signés et le producteur en encaisse un tous les mois. Comme il représente une part de la production de l'exploitation et non pas une quantité de produits, il est bien difficile de savoir si les produits sont moins chers ou plus chers que sur les marchés ou dans les magasins.

M.P. : Cela dépend si on est en haute ou basse saison ; cela peut être dans certains cas avantageux. Ce qu'on gagne et ce qu'on perd par rapport à d'autres circuits d'achat peut être variable. Cela appelle une autre question importante : est-ce qu'on continue de raisonner en part de récolte, principe de base des AMAP, ou raisonne-t-on sur un panier type avec un prix type, pour que le producteur puisse continuer à vivre décemment ? Lorsque le producteur écoule une partie de sa production en AMAP et l'autre sur les marchés de plein vent, ou à un grossiste, il ne met pas tous les œufs dans le même panier ; cela répond à la crainte de s'installer entièrement en AMAP ; bon nombre de producteurs préfèrent un système plus souple combinant diverses possibilités de commercialisation de leurs produits.

J.P : Les paysans en Amap restent dans l'ensemble des petits paysans pauvres, et il y a, pour eux, des hésitations à rentrer dans des Amap. La question du prix est fondamentale.

4. Le manque de producteurs pour répondre à la forte demande des consommateurs est lié à la démographie agricole sur laquelle il est difficile de peser mais on voit des initiatives se mettre en œuvre. Au niveau national, il est prévu d'agir sur la politique d'installation mais elle reste favorable à l'agriculture productiviste. Pour cibler des petits propriétaires avec peu d'endettement, il y a peu d'outils. Il faudrait une réduction du coût du foncier (par une intervention lors de la négociation du bail de location). Les politiques devraient se saisir de cette question. Au delà du consommateur, le rôle du foncier est important. Heureusement, des élus sont

conscients qu'il faut acquérir des terrains au nom de la collectivité, pour les distribuer ensuite aux petits agriculteurs afin de pérenniser l'activité agricole et lutter contre l'urbanisation.

Quel retour avez-vous en ce qui concerne la pratique du métier de vendeur pour laquelle les agriculteurs traditionnels ont une faible expérience ? La confrontation producteur/consommateur est une chose nouvelle.

M.P. : On a toute la palette de cas de figure. Certains ne se sentent pas à l'aise pour tisser des liens directs avec les consommateurs ; certains quittent le réseau Amap et vont vers d'autres circuits de commercialisation. D'autres redécouvrent le métier d'agriculteur, par la diversification des productions, la discussion au jour le jour pour connaître les attentes des adhérents et modifier la production en conséquence. Dans cette catégorie de producteurs qui apprécient le lien, une part importante n'est pas issue du milieu agricole : elle garde une capacité de communication acquise durant ses expériences professionnelles antérieures.

J.P. : Les producteurs qui fournissent des AMAP ont, c'est évident, un intérêt pour le contact direct, même s'il y a parfois des clashes avec les consommateurs et à tout moment la nécessité d'une adaptation qui n'est pas facile car elle doit se renouveler. Le producteur a plaisir à faire découvrir des légumes anciens, à les cultiver, à donner des recettes. Ce n'est pas pour rien que c'est en Midi-Pyrénées, Rhône-Alpes et PACA qu'on trouve la plus grande densité d'AMAP : c'est là qu'il y a encore une certaine proportion de petits producteurs à la différence des campagnes entourant Paris. Les SAFER, création des lois qui ont modernisé l'agriculture française (lois Pisani, 1960-1961) ont permis, dans une certaine mesure, que leurs terres de petits paysans retraités n'aillent pas qu'à l'agrandissement des exploitations déjà grandes mais aussi à l'installation ... mais, aujourd'hui, c'est l'inverse que l'on observe. Autour de toutes les villes importantes du Sud-Ouest, existaient des « banlieues maraîchères » ou des « ceintures maraîchères ». Elles ont toutes disparu, grignotées par la construction de grands lotissements de villas. Voilà pourquoi les périphéries urbaines ne sont pas propices à l'installation de producteurs travaillant pour les AMAP. Passé l'espace péri-urbain, on ne trouve plus que de grandes exploitations nullement intéressées par la production de légumes pour des AMAP. Comment recréer ce qui a disparu ?

5. Un Amapien : *Amapien, voire amapiste, je témoigne qu'on s'amuse beaucoup en AMAP. Dans mon AMAP, on a créé une feuille de chou, « Fane de carotte », qu'on édite tous les mois. Vous avez parlé du « turn over » des Amapiens et des départs chaque année au moment du renouvellement des adhésions : si le taux est inférieur à 10%, c'est que tout va bien, s'il est supérieur à 25%, c'est qu'il y a des problèmes. Vous n'avez pas beaucoup parlé de la couronne verte dont on entend beaucoup parler à Toulouse, ni des indicateurs de la qualité d'une Amap. Avez-vous interrogé des institutionnels comme la Mairie de Toulouse ? J'ai assisté à un débat sur la préservation des espaces périurbains : il y avait des gens de la SAFER et le débat était un peu stérile. Selon vous, que faut-il faire pour favoriser les Amap en Midi-Pyrénées ?*

J.P. : Nous nous sommes concentrés sur les Amapiens et sur les agriculteurs qui les fournissent en légumes. Nous nous sommes peu penchés sur les institutionnels. Par contre, l'étude était subventionnée par la Région. Ce qu'il en ressortira, ça c'est un problème politique.

6. En France, il y a eu une réduction drastique du maraîchage en petite structure ou en vente directe. D'une part, comme dans les autres productions, il y a eu une spécialisation dans certaines productions et, d'autre part, les terres en maraîchage étaient périurbaines et elles ont été mangées par l'urbanisation. Quand on pose la question de l'installation en maraîchage « bio », ou celle de la vente directe, on se rend compte qu'il y a peu d'exploitations réellement productives disponibles pour une reprise éventuelle. On est donc condamnés à compter sur de la création ex

nihilum d'un outil de production par des personnes qui ne sont pas issues de l'agriculture, ce qui ne fait qu'augmenter les problèmes de ces néo-paysans. La croissance des AMAP a permis de faire avancer des gens dans leur prise de conscience. Par exemple, je travaille dans un bureau d'étude organisé en coopérative et je suis en relation avec les collectivités territoriales qui posent maintenant la question de savoir comment on peut aider à développer le maraîchage « bio » parce qu'il y a des AMAP sur notre coin mais pas assez de producteurs.

D'autre part, il y a une chose en cours d'expérimentation dans toute la France, ce sont les couveuses d'installation agricoles. En effet, même les jeunes qui suivent des formations professionnelles spécifiques ne sont pas opérationnels du jour au lendemain et ils n'ont pas les moyens de s'installer. On met donc à leur disposition un terrain, du matériel et des savoir faire dont ils sont dépourvus pour qu'ils puissent commencer à travailler et produire du maraîchage sans gros investissements. Il y a trois couveuses en France et plusieurs projets, notamment dans le Sud-Ouest. La question de l'installation du point de vue foncier revient tout le temps, bien qu'existe l'Association pour le Développement Agricole et Rural (l'ADAR) et les Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural (les CIVAM).

J.P. : Au sujet du foncier, il y a une association qui vient de se créer, « Terre de liens » : pour 100€ de capital, on peut participer à l'achat de terres sur lesquelles peuvent s'installer des Amapiens. Mais cela reste ici ou là des tentatives isolées.

7. William : *Il faut rappeler la difficulté des jeunes agriculteurs à s'installer face au monde agricole « classique ». Quel regard les Chambres d'Agriculture portent-elles sur les AMAP ? Je pense qu'elles n'ont pas envie de se pencher sur cette question. Le Comité de Pilotage créé à Gratens (près de Carbonne) pour l'installation d'une paysanne (production de volailles pour le marché et approvisionnement d'une AMAP) réunit des élus locaux mais, dans ce comité, on constate qu'aucun membre ne représente la Chambre d'agriculture ou le Conseil général.*

M.P. : Une des pistes que l'on a repérées, c'est lorsque plusieurs agriculteurs travaillent ensemble pour fournir des paniers. Cela semble intéressant car ainsi la charge de travail est moins importante et je reste surpris que ce système ne se soit pas davantage développé.

Compte rendu du débat par

Amandine MAUBARET