

L'association pour le maintien d'une agriculture paysanne passe la vitesse supérieure

54 Pousser la logique le plus loin possible avec un noyau de convaincus ou se rendre accessible au plus grand nombre en adoucissant la formule ? En région Rhône-Alpes, le mouvement pour des contrats directs entre un agriculteur et des consommateurs est à la croisée des chemins. Un questionnement qui émerge ailleurs en France.

Ils ont entre 25 et 50 ans, ont un niveau de formation supérieur à la moyenne, sont en majorité cadres supérieurs ou exercent des professions libérales. Leurs revenus sont plutôt bas au regard de leur statut socioprofessionnel. Leur point commun ? Avoir passé un contrat avec un paysan pour qu'il produise leurs fruits et légumes, parfois aussi leurs œufs, viande, lait, fromage et miel avec les méthodes de l'agriculture biologique. Entre eux, ils s'appellent « amapiens », néologisme dérivé du mot Amap, acronyme d'Association pour le maintien de l'agriculture paysanne.

L'Amap est la grande innovation de ces dernières années en France pour renouer le contact entre consommateurs et paysans. Dans cette forme de vente directe, les consommateurs s'engagent sur une saison complète avec un agriculteur en lui payant à l'avance sa récolte à un prix jugé rémunérateur. Leur engagement se prolonge dans l'animation de l'association sur les lieux de distribution, la diffusion de recettes de cuisine et jusqu'à une participation ponctuelle aux travaux de l'exploitation.

Comparées à la vente directe classique, les Amaps instaurent un rapport de solidarité plus fort entre un groupe de consommateurs et un producteur. Dans ce partenariat, les premiers assument une partie du risque agronomique du second, préfinancent son activité et se chargent de gérer ses ventes pour éviter d'ajouter cette lourde tâche au travail d'agriculteur. En échange, le paysan accepte que les consommateurs interviennent dans le choix des denrées qu'il cultive, aient leur mot à dire sur les méthodes agricoles qu'il applique et fixent les prix avec lui.

Depuis la création de la première Amap en France, à la ferme Le Jardin des Olivades, près de Toulon, en mai 2001, l'idée fait tache d'huile



sur le territoire de l'Hexagone. Mi-avril 2006, environ 272 Amaps sont identifiées dans vingt et une régions. La Provence-Alpes-Côte d'Azur tient la corde avec 79, suivi par Midi-Pyrénées avec 45 et 10 en formation. Quatrième du classement après l'Ile-de-France, la région Rhône-Alpes, 29 Amaps et 15 en cours, a voulu savoir jusqu'où ce système s'adresse à un public de convaincus et à quelles conditions il pourrait devenir un modèle agricole alternatif. Avec l'Alliance paysans-écologistes-consommateurs

(Pec) de Rhône-Alpes, qui promeut les Amaps, la Région a commandé une étude à l'École d'ingénieurs en agriculture, alimentation, développement rural et environnement de Lyon (Isara-Lyon). Mission : comprendre qui sont les adhérents des Amaps et comment les consommateurs « ordinaires » perçoivent ce système (Mundler et coll., 2006).

Des consommateurs engagés

Le premier constat du rapport de l'Isara est sans surprise : l'amapien type est un citoyen engagé. Le plus souvent, il milite à Attac, l'Association pour la taxation des transactions financières. Attac est la locomotive du mouvement, qui est également très lié au syndicat La Confédération paysanne. Les membres d'associations écologistes sont aussi nombreux. Autre signe du militantisme des amapiens, ils bouddent la grande distribution et sont adeptes des repas à la maison, y compris à midi.

Les raisons d'adhérer à une Amap relèvent d'une combinaison d'égoïsme et d'altruisme. Côté égoïsme, l'amapien satisfait son désir de convivialité lorsqu'il fait ses courses et son besoin de se rassurer sur son alimentation, sa provenance et son mode de production. Côté altruisme, il concrétise sa volonté de soutenir les petits producteurs. Il pratique ainsi une forme de commerce équitable avec les agriculteurs qu'il perçoit comme une population à aider. Cette sensibilité prolonge souvent son adhésion aux produits équitables d'outre-mer tels que café, thé et chocolat.

Alter-Conso ou six jeunes et leurs sept paniers

Ils n'ont pas fait d'étude de marché ni de « focus groupe ». Ils se sont jetés à l'eau convaincus qu'il y a une clientèle désireuse de produits de la ferme livrés de façon simple. Six jeunes Lyonnais – de 22 à 28 ans – viennent de lancer Alter-Conso, coopérative qui gère les abonnements, fait la tournée des producteurs pour remplir les paniers, organise les distributions et collecte les

paiements. Ils proposent sept types de paniers : légumes, fruits, viandes, produits laitiers, pain, goûter, vins et bières artisanales. Chacun peut s'abonner à un ou plusieurs paniers, tous disponibles en trois tailles : individuel, petite famille, grande famille. La méthode est hybride entre la vente directe et l'Amap. « La totalité du prix du panier est reversé au producteur », expli-

que Vincent Bleuzet, l'un des six intrépides. Alter-Conso se rémunère sur une cotisation fixe et spécifique que chaque adhérent verse par mensualités. L'abonné s'engage pour six mois, mais peut se désister à tout moment s'il trouve un remplaçant. Date de la première distribution : le 16 mai 2006. Bonne chance !

Trop contraignant pour les autres

Les auteurs du rapport ont animé trois « focus groupes » pour tester la perception des Amaps auprès d'un échantillon de la population en dehors des réseaux habituels. Un focus groupe est un groupe de discussion réuni pour comprendre les opinions et attitudes des gens face à une idée ou à un produit existant, nouveau ou en phase de développement. Les personnes interrogées au cours de ces réunions présentent un profil différent des adhérents types des Amaps, notamment leurs niveaux de formation et de revenus. En revanche, ils partagent un intérêt marqué pour la qualité de leur alimentation, se traduisant par la recherche de produits ayant du goût, frais et d'origine identifiable.



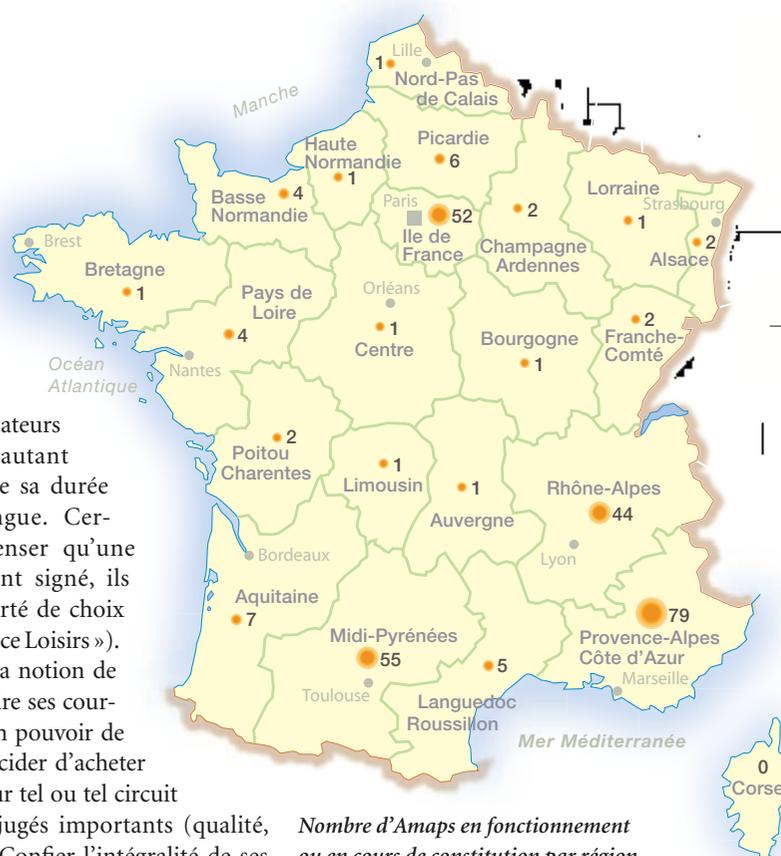
De façon générale, les participants à ces focus groupes voient dans ce système la possibilité de s'approvisionner en produits de qualité en étant sûrs qu'ils sont de saison et cultivés de façon traditionnelle. Certains soulignent les possibilités d'échange que ce système offre avec l'agriculteur et les autres adhérents. D'autres se montrent sensibles à sa dimension solidaire. Mais les blocages pratiques sont nombreux. Au premier chef, l'insurmontable habitude, si immuable, l'inévitable fait d'avoir un rendez-vous fixe hebdomadaire pour récupérer son panier apparaît trop contraignant. Beaucoup de gens, en particulier les retraités, aiment faire leurs courses tous les jours, aller au marché, choisir les aliments au gré de leurs envies, déterminer les quantités selon le nombre variable de convives.

Plus fondamentalement, la notion de contrat rebute les consommateurs qui se sentent d'autant plus contraints que sa durée leur apparaît longue. Certains semblent penser qu'une fois cet engagement signé, ils perdront toute liberté de choix (« c'est comme France Loisirs »). Ils sont attachés à la notion de liberté de choix. Faire ses courses, c'est exercer son pouvoir de « libre arbitre », décider d'acheter tel ou tel produit sur tel ou tel circuit selon des critères jugés importants (qualité, fraîcheur, prix...). Confier l'intégralité de ses achats de légumes à un producteur revient à lui transférer ce pouvoir d'arbitrage et de gestion du budget.

Les participants évoquent aussi spontanément de possibles aléas climatiques qui se traduiraient par de mauvaises récoltes et donc une diminution de la taille du panier ou une moindre qualité des légumes. La plupart des personnes interrogées ont une vision essentiellement marchande de la relation producteur-consommateurs et peinent à imaginer les notions de partage des risques (accepter d'avoir un plus petit panier) et de compensations ultérieures (un plus gros panier à venir).

Des entorses pour sortir du cercle des convaincus

Aux yeux de la plupart des consommateurs questionnés, l'Amap apparaît comme une idée séduisante à condition de la nettoyer de ces trois contraintes : l'engagement à long terme, les paniers types et le partage des risques. En somme, tout ce qui fonde la spécificité des Amaps par rapport aux autres formes de vente directe. Pourtant, en dépit de ces entorses majeures à l'idée originale, le système resterait intéressant, car il favorise une exploitation diversifiée (maraîchage, verger multi-espèces, petite production de volailles...) et une soixantaine de familles adhérentes suffirait pour qu'une ferme y trouve son équilibre. En outre, l'association production végétale-petite production animale serait très complémentaire sur le plan écologique.



Nombre d'Amaps en fonctionnement ou en cours de constitution par région selon le site : <http://alliancepec.free.fr>

De telles exploitations feraient vivre des familles sur de petites surfaces, notamment en zone périurbaine, et permettraient d'installer de jeunes agriculteurs dans des systèmes moins exigeants en capital de départ, notamment foncier. Les données du recensement agricole montrent que de nombreux agriculteurs installés sur de petites et moyennes exploitations partiront bientôt à la retraite. Or, leur détenteur voit souvent ces exploitations comme sans avenir. Même au rabais, des Amaps leur donneraient un deuxième souffle, les sauvant au passage de la rurbanisation.

Ainsi, la région Rhône-Alpes voudrait donner aux agriculteurs les moyens de prendre les devants sans attendre que de nouveaux groupes de consommateurs les sollicitent. Une deuxième étude démarrera sous peu pour évaluer les avantages des Amaps pour les agriculteurs qui la pratiquent déjà et aboutir à un guide à l'intention de ceux qui souhaitent s'y lancer. L'Alliance Pec Rhône-Alpes n'a en revanche pas encore décidé des orientations à prendre. « Il apparaît clair qu'en Rhône-Alpes, une forme moins engagée de marché de proximité est appelée à se développer », commente Ludovick Mamdy, animateur de l'Alliance. Reste à savoir si l'Alliance contribuera à activer cet élargissement.

Le mouvement des Amaps est à la croisée des chemins. L'un mène vers un plus grand nombre de consommateurs et donc un plus

Dans le Grand-Ouest, le Réseau Cohérence promeut le porc durable

Bernard Buet est un éleveur de porcs pas tout à fait comme les autres. Dans sa ferme Les Pifandais, à Quevert, dans les Côtes-d'Armor, il fait du « porc durable ». Ses truies, qui sont moins nombreuses que dans une exploitation intensive, profitent d'une litière de paille, mangent de moins en moins de soja, en tout cas jamais transgénique, et se passent le plus possible d'antibiotiques.



Paulandre Belle-Isle

La litière de paille absorbe leurs déjections et, en quelques mois, se transforme en fumier qui enrichit le sol. C'est un avantage majeur sur les exploitations conventionnelles, dans lesquelles les déjections tombent dans une fosse pour former ce fameux lisier qui pollue l'eau au point de la rendre impropre à la consommation humaine. A Quimper, dans le Finistère, Alain Jacob suit les mêmes principes, ceux du Réseau Cohérence. Dans tout le Grand-Ouest, ce réseau réunit plus d'une centaine d'associations de consommateurs, protecteurs de la nature, paysans, artisans et acteurs de la santé qui, tous ensemble, poussent

pour des pratiques agricoles écologiques et équitables.

« J'attendais une occasion pour faire mieux dans mon exploitation », témoigne Bernard Buet. Avec cent collègues, il adhère au projet d'améliorer l'exploitation porcine en Bretagne sans tout chambouler d'emblée. Des mois de discussions entre eux et avec les autres acteurs du réseau, un voyage en Allemagne pour voir d'autres pratiques leur permet d'arriver à un socle en quatre points : litière sur paille, pas d'organismes génétiquement modifiés, moins de porcs par hectare et moins d'antibiotiques. Des adaptations cosmétiques dans une agriculture très industrielle ? A ce jour, seuls six agriculteurs ont obtenu l'identifiant Cohérence. C'est dire si ce n'est pas si simple.

« Ce qui freine le plus les collègues est la litière en paille, car elle ajoute du travail », raconte Alain Jacob. « Nous ne voulons pas nous enfermer dans les questions techniques d'un cahier des charges. Notre but est éthique », continue Julien Pondaven, animateur de Cohérence à Lorient (Morbihan). « Nous disons aux producteurs : vous voulez faire des efforts ? Nous sommes d'accord de vous aider, à condition d'avoir notre mot à dire. » L'aide, c'est cet identifiant Cohérence, distinction qui valorise le produit de l'agriculteur.

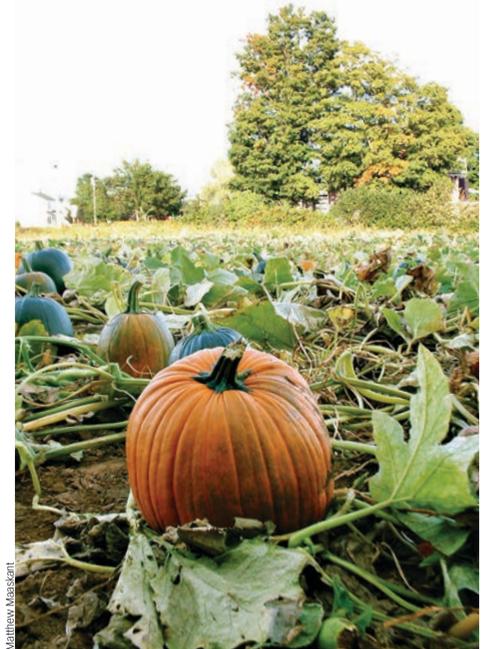
L'attribution de l'identifiant est donc participative, selon une méthode importée du Brésil.

« Lorsque l'agriculteur est prêt, on fixe le jour d'une visite. Des représentants d'associations membres du réseau, notamment de consommateurs, se joignent à l'animateur de Cohérence pour passer au crible les pratiques de l'agriculteur. Ils interrogent, vérifient, discutent avec l'éleveur et jugent, après débat, s'il a droit à l'identifiant. « Je l'ai eu, mais les visiteurs m'ont demandé de faire plus d'efforts pour diminuer les pesticides », commente Bernard Buet. Il y travaille : « J'ai acheté une herse à étrilles pour désherber mécaniquement et appliquer moins d'herbicides. Et pour les fongicides, j'utilise maintenant les mêmes produits que les agriculteurs biologiques », poursuit-il. Rendez-vous est pris pour dans deux ans. Et il aimerait montrer qu'il avance.

Bernard Buet est impatient d'écouler une partie de sa production dans la restauration collective, ce qui lui garantirait une meilleure rémunération. Mais il est déjà content. « Ce qui me plaît dans le porc durable, c'est que tout le monde y trouve son compte », déclare-t-il. Alain Jacob, lui, a déjà le label rouge, qui lui assure des débouchés rentables. « J'ai suivi la démarche de Cohérence par conviction personnelle », commente-t-il. Cette année, il plante des fèves, car il aimerait sortir au plus vite du soja. « Une culture qui détruit les petits paysans », lâche-t-il.

LRD

fort impact sur l'agriculture locale. L'autre conduit vers une économie alternative. « Ici comme en Ile-de-France [où 52 Amaps ont vu le jour], le mouvement prend le premier chemin. En Provence-Alpes-Côte d'Azur, il penche pour le second, tissant des rapports avec les autres secteurs de l'économie solidaire. Avec des débats à la clef, il se montre plus actif et plus festif, relève Ludovic Mamdy. Quoi qu'il en soit, les agriculteurs ne doivent pas perdre de vue que tout tourne autour de la qualité de leurs produits. Les Amaps qui marchent le mieux sont celles qui offrent les meilleurs produits », avertit-il. ■



Mathieu Massicot

BIBLIOGRAPHIE

MUNDLER P ET COLL. *Fonctionnement et reproductibilité des Amaps en Rhône-Alpes*, Isara, Lyon, 2006. Disponible sur : www.alliancepec-rhonealpes.org/site-all/

POUR ALLER PLUS LOIN

www.alter-conso.org/comment.htm

www.reseau-coherence.org

Pour trouver l'Amap la plus proche : <http://alliancepec.free.fr>