

Manger de bons produits frais et s'approvisionner en AMAP, est-ce à la portée de tout le monde ?

L'exemple d'une AMAP en région toulousaine

Article rédigé par Marion Hayet, mars 2014. Merci à Jean Suau de s'être prêté au jeu de l'interview.

Lien avec précédent article

Nous avons terminé l'article précédent sur l'idée que c'est le rapport humain entre le consommateur et le producteur qui fait au bout du compte la qualité du produit. Et avons également démontré que la vente directe en AMAP permet d'avoir une grande proximité. La question est maintenant de savoir si ce type de produit vendu via ce réseau est réservé à un cercle restreint de consommateurs [270 000 environ en 2011, cf Annexe 1] ou s'il peut être accessible au plus grand nombre.

Nous allons en discuter avec Jean Suau, arboriculteur en AMAP en Ariège.

Présentation de Jean

Jean est arboriculteur et fait partie d'une profession sinistrée [Annexe 2]. Il travaille en Ariège et vit des fruits de son labeur en livrant quasi exclusivement sa récolte en AMAPs. Ils sont plusieurs milliers de producteurs en France à livrer tout ou une partie de leur récolte via ce concept.

Une AMAP, c'est une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne. Le principe est simple : le producteur vend directement aux *amapiens* des parts de sa récolte sous forme de paniers. Le salaire de l'agriculteur est inclut dans les coûts de production. En début d'année un contrat d'un an est signé entre l'amapien et le producteur, dans lequel est indiqué le prix de vente du panier qui est distribué à une fréquence régulière (toutes les 2 semaines pour Jean). Ce contrat d'un an permet au producteur d'avoir une visibilité sur ses commandes et de pouvoir travailler relativement sereinement. La conséquence de ce contrat est la solidarité assumée des amapiens envers le producteur, comme par exemple payer un panier alors qu'il est peu rempli en raison d'intempéries exceptionnelles.

M : Jean, ton demi-panier de fruits est à 12 euros pour 4 à 6 kg de fruit, comprenant aussi du jus de pomme et de l'huile en alternance avec de la farine. Côté légumes, le prix est en général de l'ordre de 10 euros le panier, avec une livraison toutes les semaines. Sur un mois, cela fait un budget de 64 euros pour deux adultes. Un budget « fruits et légumes frais » qui pour certain peut être difficile à absorber.

Tout d'abord il est important d'expliquer que ce prix est le prix au plus vrai, le prix réel de production : il n'y a en AMAP aucun intermédiaire dans la vente, pas de spéculation sur les produits, une minimisation des emballages.

Quels sont les paramètres qui peuvent influencer sur ce prix :

- Le salaire du paysan (de l'ordre de 10 à 20% des coûts de production)
- La compétence / productivité de l'agriculteur, qui peut avoir un impact sur le poids / prix. Cela arrive au démarrage, mais beaucoup moins une fois que le paysan s'est « rodé » et est en mesure de bien remplir ses paniers
- Le système de concurrence entre agriculteurs, qui existe dans certains quartiers de Toulouse par exemple où les amapiens ont le choix entre plusieurs paysans
- Le mode de production : c'est en fait ce qui impacte significativement le prix des produits. Les choix de production, comme utiliser ou pas des produits phytosanitaires, utiliser ou pas des intrants, c'est ça qui fait la différence...

Il est donc important de comprendre que ce prix est fondamentalement lié au mode de production.

Les produits fabriqués en conventionnels sont moins chers, parce que le conventionnel, quoi qu'on en dise, présente des rendements supérieurs au Bio, et parce que ces producteurs n'intègrent pas le coût écologique de leur mode de production dans le prix des produits vendus.

Après, avec un panier complet de légumes par semaine (*nrlr* : à 20 euros), tous les repas de la semaine sont assurés. Je ne suis pas sûr que ce même montant consacré à des plats industriels vendus en grande surface permette d'assurer tous les repas d'une semaine pour 4 personnes.

C'est donc au consommateur de choisir ce qu'il veut mettre dans son assiette, ce qu'il veut privilégier.

Il serait intéressant d'étudier les comportements alimentaires des français, vis-à-vis de la consommation de viande par exemple (la viande n'est pas indispensable, et encore moins tous les jours). Modifier ses habitudes, ne plus acheter de viande de mauvaise qualité et de plats industriels préparés, privilégier les fruits et les légumes, des produits de bases qu'il faut cuisiner. Même si ces produits sont en conventionnels et achetés en supermarché, ce serait déjà un changement de taille.

M : imaginons un consommateur décidé à favoriser les produits frais, qu'il veut produits selon un mode durable, nous l'avons vu la proximité avec le producteur est le meilleur moyen de garantir la qualité du produit. Imaginons que cette personne soit donc motivée par le système des AMAPs, elle doit toutes les semaines aller chercher son panier de légumes, les cuisiner, tout ça après le boulot, avec parfois des contraintes familiales...

J : oui c'est vrai, ce sont des contraintes, bien sûr. Après c'est une question de choix et de priorités. Il faut pour cela que les consommateurs redonnent à la cuisine une place plus centrale, au détriment du temps passé, par exemple, devant les écrans – surtout qu'on peut très bien éplucher les patates devant la télé !

Sans parler de faire de la grande cuisine, juste réapprendre à manger et à cuisiner un repas, pour moi c'est un art noble, surtout quand on a des enfants.

M : un moyen de permettre à tous les consommateurs de manger des produits sains, produits par des paysans locaux, ne serait-il pas de tisser des liens entre restauration collective (cantines par exemple) et AMAPs ?

J : Oui, tout à fait. J'avais d'ailleurs essayé de mettre en place avec la cantine de l'école de mon village un approvisionnement en local (sans même parler de Bio), il y a une dizaine d'année, mais le projet n'a pas abouti. Malgré une cuisine équipée, la possibilité que la cantinière travaille une heure de plus, je me suis heurté à de multiples obstacles : peu de soutien des parents, problème de formation du personnel, problème financier face à la nécessité d'augmenter le temps de présence en cuisine pour travailler les produits...

Pourtant qu'elle le veuille ou non l'école a un rôle éducatif alimentaire : les enfants y passent une bonne partie de leurs repas de la semaine. Or pour moi l'essentiel de l'éducation se passe à table, et par exemple le Self-service dans les cantines va totalement à l'encontre d'une éducation à l'alimentation. C'est un renoncement au partage, un renoncement éducatif, et je dirai même un renoncement à ce qui a structuré la gastronomie française, c'est-à-dire la table. Or ce type de projet est souvent soutenu par les parents.

Donc des AMAPs dans des cantines, on en est loin aujourd'hui je pense. Qu'il y ait déjà un cuisinier qui soit en capacité de cuisiner des produits bruts, ce serait un bon début.

M : on en revient au rôle des consommateurs, en l'occurrence ici des parents.

J : aujourd'hui la plupart des parents n'ont pas la moindre idée de ce qu'ils donnent à manger à leurs enfants. Ils s'appuient sur des normes, sur la traçabilité pour se donner bonne conscience. Mais toute cette légalité est fictive et illusoire. Il n'y a que les consommateurs et les autorités qui croient aux contrôles ! La seule manière de savoir ce que l'on mange, c'est de connaître le producteur et de lui faire confiance.

Ce qu'il faut c'est responsabiliser les parents et plus généralement les consommateurs en leur faisant prendre conscience de ce que sont réellement les produits. Qu'ils sachent. Une fois qu'ils sauront, ils feront leurs choix en toute conscience. Ça ne me gêne pas que quelqu'un choisisse du conventionnel, mais au moins en toute connaissance de cause et sans s'abriter derrière des normes illusoires.

M : si on parle de responsabilité, quelle est celle de l'agriculteur ?

Même en conventionnel, un paysan n'est pas un salaud. Il fait son boulot de répondre à une demande et il a l'impression de bien faire. C'est juste qu'il se trompe. Les paysans français sont vraiment compétents, ils ont une excellente capacité à s'adapter, à répondre à une demande. Après la guerre on leur a demandé de nourrir le plus grand nombre, alors ils se sont mis à l'agriculture intensive. Ensuite on leur a demandé de passer à l'Agriculture Biologique, alors beaucoup se sont adaptés. Maintenant nous sommes un certain nombre à être en AMAPs, c'est encore un changement radical de mode de production.

La responsabilité éthique sur la production, pour moi, elle est en amont. Je trouve plus grave un parent qui donne à un enfant un truc à manger sans avoir aucune idée de ce qu'il y a dans le produit qu'un paysan qui répond à une demande.

On en revient toujours à cette notion de *consom'acteurs* qui est fondamental.

Lien vers article suivant :

Et si nous partions à la rencontre des amapiens côté « mangeur » cette fois ? Qui sont ces fameux consommateurs ? Comment gèrent-ils les contraintes liées au fonctionnement des AMAPs ? Quelles sont leurs motivations ?

Annexe 1 : nombre d'amapiens

Chiffres 2011 du réseau MIRAMAP

66 000 familles et près de 270 000 consommateurs s'approvisionnent tout en en partie via le circuit des AMAPs

sur http://miramap.org/IMG/pdf/MIRAMAP_evolution_des_AMAP_maj_22_11_11.pdf

Annexe 2 : arboriculteur, une profession sinistrée

Statistiques issue de Agreste – Inventaire des vergers du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt.

	1992	2007	2013	Diminution en 20 ans
Nombre d'exploitations vergers	29780	18350	14335	52%
Superficie (ha)	172700	160000	122027	29%

Le détail de la méthodologie sur <http://agreste.agriculture.gouv.fr/enquetes/productions-vegetales-528/vergers-et-fruits/>

Annexe 3 : extraits d'études portant sur les habitudes alimentaires des français

Cette annexe est constituée d'extraits d'étude, jugées intéressantes comme points de départ pour que le lecteur puisse approfondir, s'il le souhaite, ce sujet.

Dans les grandes lignes :

Dans le budget des ménages français, le poids du poste alimentation diminue d'année en année sous l'effet de l'amélioration continue du pouvoir d'achat des ménages ; mais depuis 2007 cette tendance s'est interrompue en raison du recul du niveau de vie de la moitié la moins aisée de la population (§ 3.1). Le poste « viande » est le poste le plus important dans les dépenses alimentaires des français. Le budget alloué est deux fois plus important que le budget alloué pour les légumes frais (§ 3.2). Ce comportement se vérifie quelquesoit le niveau de revenu des ménages (§ 3.3). Par ailleurs, les français consomment aujourd'hui plus de viande que leurs aînés il y a 40 ans (§ 3.4).

3.1 Evolution de la part du budget consacré à l'alimentaire en fonction des revenus

Extrait du paragraphe « Le poids de l'alimentation ne se réduit plus » du document INSEE « Les comportements de consommation en 2011 » dont l'intégralité peut être consultée depuis <http://www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1458/ip1458.pdf>

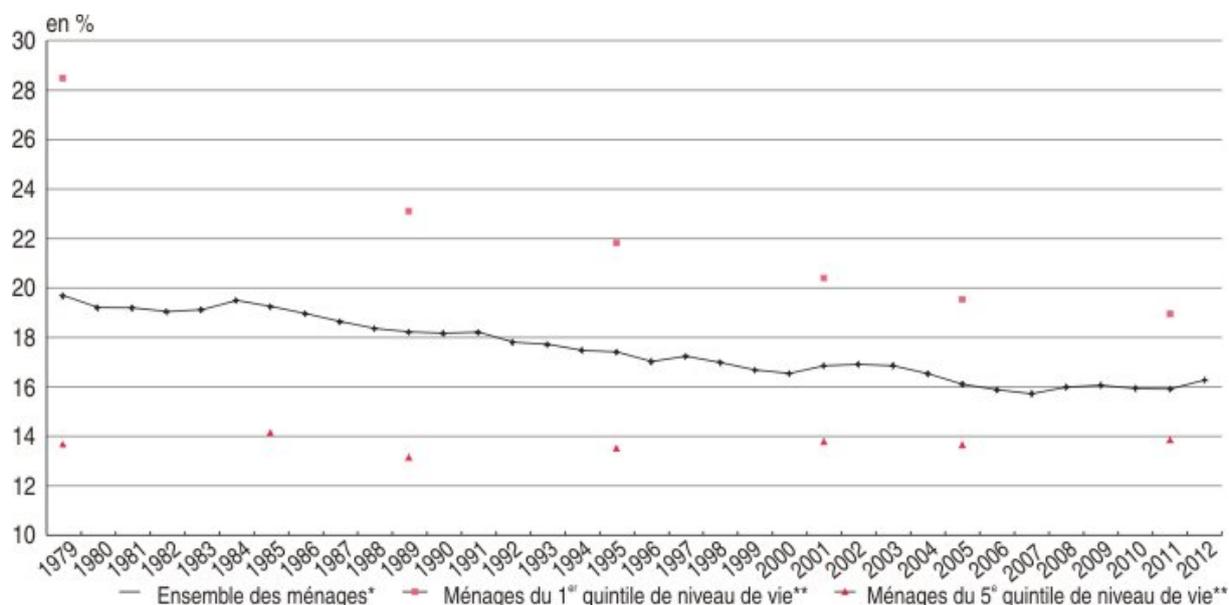
« L'alimentation est une consommation nécessaire, dont le poids budgétaire décroît au fur et à mesure que l'on monte dans l'échelle des niveaux de vie : quand celui-ci augmente, les ménages choisissent habituellement de consacrer ce supplément de ressources aux autres postes de consommation. Sous l'effet de l'amélioration continue du pouvoir d'achat des ménages, au-delà des fluctuations conjoncturelles, le poids de l'alimentation a ainsi reculé au cours des dernières décennies. Mais depuis 2007, ce mouvement s'est interrompu (*graphique 1*).

Cette rupture est particulièrement nette pour les ménages les plus modestes. Auparavant, le poids de l'alimentation dans leur budget tendait tout à la fois à décliner et à se rapprocher de celui des plus aisés. Entre 1979 et 2005, le poids de l'alimentation a baissé de 9 points chez les 20 % de ménages les plus modestes, alors qu'il n'a pas changé chez les 20 % de ménages au niveau de vie le plus élevé. Depuis 2005, ce rattrapage s'est atténué.

Le phénomène doit être rapproché du recul, depuis 2008, du niveau de vie de la moitié la moins aisée de la population. Ce recul est d'autant plus marqué que l'on se situe plus bas sur l'échelle des niveaux de vie. Les plus modestes n'ont non seulement plus de gains de pouvoir d'achat à dépenser sur les postes qu'ils jugent les moins nécessaires, mais une partie d'entre eux semble également se contraindre sur les dépenses d'alimentation : en 2011, 16 % des ménages du premier quintile de niveau de vie ont déclaré qu'ils consacraient un éventuel surcroît de revenu en priorité à ces dépenses, contre 11 % six ans auparavant. En 2005, ce poste, par ailleurs peu cité par les autres ménages, venait en cinquième position chez les plus modestes, derrière le loisir, l'épargne, ou l'équipement du logement, plus souvent cités. En 2011, il reste pour la moyenne des ménages le moins cité, mais il devient prioritaire pour 16 % des ménages du premier quintile de niveau de vie, au second rang derrière l'épargne.

L'arrêt de la baisse du poids de l'alimentation dans la consommation des ménages peut sans doute refléter d'autres phénomènes, comme un changement de comportement des consommateurs, plus sensible à la qualité de l'alimentation. Pour les plus modestes, toutefois, elle semble traduire surtout le renforcement de la contrainte budgétaire dans un contexte de crise économique. »

Graphique 1 - Coefficient budgétaire de l'alimentation et niveau de vie du ménage



Source : (*) Insee, Comptes nationaux hors loyers imputés et hors SIFIM. (**) Insee, Enquêtes Budget de famille. Données recalées sur les comptes nationaux ; données provisoires pour 2011.

3-2 Part de la consommation de viande dans les dépenses alimentaires

Chiffres de l'INSEE de 2006 pour un individu vivant seul en France métropolitaine

Détails et méthodologie sur

http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1194®_id=0#inter2

Type de produit	Part dans les dépenses alimentaires (%)	
	Femmes	Hommes
Viande	20,1	19,9
Pain et céréales, produits à base de céréales (y c. pâtisserie, riz, pâtes)	18,3	21,3
Lait, fromages et œufs	13,6	11,8
Légumes y compris pommes de terre et autres tubercules	9,9	7,1
Fruits	7,9	5,3
Poisson et fruits de mer	5,6	4,4
Sucre, confitures, miel, chocolat et confiserie	5,5	4,9
Eaux minérales, boissons gazeuses, sirops et jus	4,2	4,7
Vin, cidre, champagne et vin doux naturel	3,7	6,2
Café, thé, cacao	2,6	2,6
Autres produits alimentaires : condiments, produits pour dessert et pâtisserie, soupes, aliments pour bébés, produits diététiques	2,5	2,4
Huiles et graisses	2,3	2,1
Autres dépenses d'alimentation	2	2,2
Spiritueux	1,2	3,3
Bière	0,6	1,9

3-3 Part de la viande dans le budget en fonction de divers critères

Ci-dessous des extraits de l'article « La consommation alimentaire : des inégalités persistantes mais qui se réduisent » de France Caillavet, Cédric Lecogne et Véronique Nichèle, dont l'intégralité peut être consultée sur www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/ref/conso09e.pdf

Page 5. « [...] Les viandes occupent la première place dans le budget alimentaire des ménages (21% de la dépense alimentaire totale), les produits céréaliers la deuxième (14.8%) et les produits laitiers la troisième (13.1%) [...] Comme en 2001, la structure de la consommation alimentaire en 2006 varie assez peu selon le niveau de vie. Les postes traditionnellement sous-représentés chez les ménages les plus pauvres sont les poissons et produits de la mer, les boissons alcoolisées, les fruits frais et transformés. Chez les ménages modestes, les produits surreprésentés sont les produits céréaliers, les corps gras et les viandes. »

Commentaire graphique bas de page 5 : en 2006, les ménages les plus modestes consacraient 21.4% de leur budget alimentaire aux achats de viandes de boucheries, de charcuterie et de plats préparés, soit un peu plus que le pourcentage qu'y consacrent les ménages les plus riches. A titre de comparaison, les ménages les plus modestes comme les ménages les plus riches consacraient environ 8% de leur alimentation en légumes frais et transformés.

Page 6 : « Entre catégories socioprofessionnelles, les écarts sont en général plus accentués. Les cadres consacrent une part de leur budget alimentaire aux produits de la mer, aux fruits et aux boissons alcoolisées très supérieure à celle qu'y consacrent les ouvriers [...]. De façon analogue, ce sont les plus diplômés qui consacrent une part élevée de leur budget alimentaire aux produits de la mer et aux fruits. En revanche, le poids des viandes, mais aussi des graisses, est plus élevé pour les moins diplômés. [...] La structure familiale joue également. Ainsi, dans leur budget, les familles monoparentales accordent un poids accru aux produits céréaliers, aux produits sucrés et aux boissons non alcoolisées. Les couples sans enfant privilégient les viandes, les produits de la mer et les légumes, els couples avec enfants les produits laitiers. Parmi les personnes seules, les femmes accordent une importante particulière dans leur budget aux fruits, les hommes aux boissons alcoolisées. »

Page 13 : « Bien que ces données de consommation d'aliments ne soient pas converties en équivalents nutritifs, les conséquences des écarts qui demeurent ne sont vraisemblablement pas neutres sur le plan nutritionnel. En effet, les catégories de produits les plus discriminantes entre niveaux de revenu comprennent, en termes de quantités consommées, les fruits et légumes et les produits de la mer. Ces catégories de produits sont précisément celles dont la consommation est recommandée par les nutritionnistes et figurent d'ailleurs en bonne place dans les objectifs du Plan national nutrition santé. Ce sont des marqueurs sociaux de la consommation puisque les ménages à faibles revenus n'en consomment pas suffisamment par rapport aux recommandations nutritionnelles.

Les différences de sensibilité des ménages selon leur niveau de vie aux variations de prix des aliments peuvent encore aggraver les écarts. Les ménages pauvres sont d'autant plus exposés à des hausses de prix alimentaires que l'alimentation occupe un poids accru dans leur budget. La recherche d'une alimentation moins chère peut aggraver le risque d'une baisse de la qualité nutritionnelle. »

3-4 Evolution de la consommation de viande depuis 1970

Ci-dessous des extraits du document Les synthèses de FranceAgriMer / La consommation françaises de viandes / édition 2010, dont l'intégralité peut être consultée depuis <http://alimentation.gouv.fr/IMG/pdf/ConsoViandedepuis40ans.pdf>

Page 2 : « De 1970 jusqu'à la fin des années 90, la consommation a enregistré une hausse régulière passant de 3.93 millions de tec (*) en 1970 à 5.66 millions de tec en 1998, ce qui correspond à une progression annuelle de 1.6%. Cette augmentation, supérieure à la croissance démographique durant cette période (+ 0.7 % / an), révèle un accroissement de la consommation individuelle de viande. En 1970, un Français en consommait 77.6 kg.ec et 94.5 kg.ec en 1998. Depuis, la consommation totale française s'est stabilisée au niveau de 1998 ; ainsi, compte-tenu de la croissance démographique, la consommation individuelle a perdu 6.7 kg.ec sur 12 ans pour atteindre 87.8 kg.ec en 2009. »

	1970	1998	2009	% augmentation entre 2009 et 1970
Consommation moyenne d'un français, en kg.ec	77,6	94,5	87,9	13%
<i>Equivalent en nombre de poulet consommé par an par français (avec hypothèse poids de la carcasse = 1,5 kg)</i>	52	63	59	13%

(*) t.ec : l'estimation pondérale de la production et de la consommation est établie en milliers de tonnes équivalent - carcasse. Chaque produit partiellement transformé est converti en équivalent carcasse par application d'un coefficient de conversion qui permet d'évaluer le poids de carcasse originel dont elle provient.

Page 3 : « En 1970, la part du budget d'un ménage consacrée aux achats alimentaires (hors boisson alcoolisée) était proche de 21% ; elle n'est plus que de 13.6% en 2009, en légère hausse depuis 2007 en raison de la hausse du prix des matières premières et de la crise économique. »

Page 5 : « La viande, qui constitue la part la plus importante du budget des familles consacrée à l'alimentation a logiquement fait l'objet d'arbitrage par les foyers [...] :

- diminution des volumes achetés,
- changement qualitatif des produits achetés (vers moins onéreux),
- accroissement du fait-maison. Les consommateurs, à la fois soucieux de dépenser moins d'argent et pris par l'engouement général du fait-maison, ont globalement moins acheté de produits élaborés chers et les ont cuisinés eux-mêmes à partir des ingrédients de bases. »

Page 6 : « Le panel Kantar Worldpanel enregistre une diminution globale des quantités achetées de produits carnés par les ménages de -2.5% entre 2007 et 2008 ; et la légère amélioration de 2009 (+0.6%) ne permet pas de retrouver les volumes équivalents à ceux de 2007 [...] Les quantités

achetées ont diminué sous l'effet conjoncturel d'une baisse du nombre d'actes d'achat moyen par ménage, des quantités achetées par acte et du nombre de ménages acheteurs (pénétration). Ces comportements d'achat visant à limiter la consommation de viande sont bien évidemment variables d'une espèce à l'autre : par exemple, les ménages ont acheté moins souvent du veau en 2009 mais sont toujours aussi nombreux ; pour le bœuf, les quantités achetées unitairement sont plutôt stables mais le nombre de ménages acheteur a diminué. Les produits carnés les moins onéreux sont, en revanche, achetés plus souvent (jambon, poulet) et par plus de ménage. Enfin, les achats de produits ingrédients, tels que les lardons ou la chair à saucisse, sont en hausse régulière depuis 2007. »