



HAL
open science

histoires d'AMAP franciliennes. Quand manger met le local en tous ses états.

Monique Poulot

► **To cite this version:**

Monique Poulot. histoires d'AMAP franciliennes. Quand manger met le local en tous ses états.. Territoire en mouvement. Revue de Géographie et d'Aménagement, 2014, 22, pp.40-53. 10.4000/tem.2388 . hal-01009951

HAL Id: hal-01009951

<https://hal.science/hal-01009951>

Submitted on 18 Jun 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Histoires d'AMAP franciliennes : Quand manger met le local dans tous ses états¹

Monique POULOT

Professeure des Universités
Université Paris Ouest Nanterre La Défense
Laboratoire MOSAÏQUES- UMR LAVUE
200 Avenue de la République
92001 NANTERRE CEDEX
mpoulotmoreau@u-paris10.fr

Résumé

Les Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne, apparues en France au tournant du XXI^{ème} siècle, s'imposent comme une formule à succès. Ces AMAP, fruit de la rencontre d'un groupe de consommateurs et d'un ou plusieurs producteurs, sont analysées comme un modèle alternatif de consommation qui brise avec les circuits traditionnels de la distribution et un modèle agricole quasi militant autour de nouvelles manières de produire (le bio ou à tout le moins le raisonné) et autour de circuits courts dans un rapport direct avec le consommateur. Le maître-mot est celui de relocalisation, tant de la production que de la consommation, avec tous les effets de développement attendus dans une nouvelle synergie ville-campagne. Notre propos est celui d'un voyage en AMAP franciliennes dont le nombre avoisine aujourd'hui les trois cents avec un foisonnement d'initiatives « panier » dont certaines fort éloignées des logiques solidaires premières. Outre l'écart au modèle décliné dans la charte régionale et nationale, l'analyse portera sur le profil des consommateurs et des agriculteurs et le choix d'entrer en AMAP avec comme prisme principal le rapport au local. Souvent présenté comme évidence, ce local, au fondement même de la démarche amapienne, montre des acceptions variées selon les acteurs. Il renvoie à une acception idéale quand il s'identifie au seul lieu de livraison ; il se teinte de matérialité quand il se focalise sur les particularités pédologiques et climatiques de production ; il privilégie l'immatériel quand il exprime la mise en relations d'un faisceau de lieux et d'organisations plus ou moins bien localisées. Ce local oscille à petite échelle entre le Bassin parisien tout entier et à grande échelle tantôt au lieu de livraison pour le consommateur tantôt à la parcelle pour le producteur. Loin de révéler un local déjà là, la démarche amapienne participe d'une création des nouveaux rapports villes-campagnes, voire de nouveaux rapports sociaux.

Mots-clés : circuits courts, local, AMAP, agriculture de proximité, consommation engagée

Abstract

The Community Supported Agriculture, born in France in the beginning of the XXIst century, have established themselves as a successful formula. These CSA, product of the meeting between a consumer group and one or several producers, are analyzed as an alternative model of consumption which breaks with traditional distribution supply chains as an agricultural model around new means of production (organic or at least sustainable farming), short food supply chains in a direct contact with the consumer. The key word is relocalisation, of both the production and the consumption, with all the effects of development expected in a new city-country synergy. Our intention here is a journey to Île-de-France CSA, which the number borders upon three hundred with a profusion of "basket" initiatives, some of them very distant from the first inclusive logics. The analysis will focus on the consumer and farmer profile, and the choice for coming into CSA with the relationship to local as the predominant angle. Often presented as an obvious fact, the "local", the very essence of the CSA approach, shows various significations according to the different actors. It refers to a non-material definition when it identifies itself as the sole delivering place; it can be tinged with materiality when it focuses on soil and climatic particularities of production; it favours immaterial when it expresses the relationship between a range of places and organizations more or less well located. The "local" becomes sometimes the whole Paris basin, sometimes the sole delivery place, sometimes the plot of land for the producer. Far from revealing a "already here local", the CSA approach partakes of a creation of new relations between city and country, or even new social relations.

Keywords: short food supply chains, local, Community Supported Agriculture (CSA), local agriculture, responsible consumption

¹ De nombreux travaux ont été menés sur ce thème à l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense. Cf. Perrier M., 2011, *Locavores ou consom'acteurs ? Les consommateurs des AMAP parisiennes en question*, mémoire de M2 recherche sous la direction de M. Poulot et S. Lehman-Frisch, 152 p.

INTRODUCTION

Les quinze dernières années ont vu le renouveau des circuits courts alimentaires dans tous les pays du nord quand l'internationalisation croissante des marchés et le développement d'instruments efficaces de distribution alimentaire les avaient partout fait reculer au point de les rendre « désuets » et, de toute façon, « anti-économiques » dans la dernière moitié du XX^{ème} siècle (Aubry et Chiffolleau, 2009 ; Amemiya, 2011). Inquiétudes écologiques et crises alimentaires répétées ont en effet conduit à des revendications fortes d'un « bien manger » qui tient tant du « manger sain » (Zimmer, 2011) que du « manger juste » dont une des déclinaisons est le « manger local » (Fumey, 2010). Les *short food supply chains* sont ainsi plébiscitées en lieu et place du *globalized agrifood system* (Morgan *et al.*, 2006) : elles placent l'agriculture sous le regard vigilant du consommateur et permettent la traçabilité du champ à l'assiette ; elles requièrent une main d'œuvre importante, réduisent les *food miles* et contribuent à la création de liens sociaux entre producteurs et consommateurs, tous éléments constitutifs d'un développement durable devenu nouveau paradigme depuis le rapport Bruntland. Loin des modalités anciennes, à l'image des marchés de plein air, la plupart de ces initiatives récentes « comportent des allégations de nouveaux liens entre production et consommation, ou entre producteurs et consommateurs, en rupture avec le système dominant » (Deverre et Lamine, 2010) si bien qu'elles ont été qualifiées, dans la littérature anglo-saxonne d'abord (Venn *et al.*, 2006 ; Goodman et Goodman, 2009) puis française, de « systèmes agroalimentaires alternatifs » (Maréchal, 2008).

Les Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne ou AMAP, nées en France en 2001, participent de ces processus nouveaux dans le cadre d'une Économie Sociale et Solidaire (Dubuisson-Quellier et Lamine, 2004 ; Lamine, 2008). Fruits de la rencontre entre un groupe de consommateurs et un ou plusieurs agriculteurs, elles veulent promouvoir un modèle alternatif tant de consommation que de production. D'un côté une consommation « engagée » (Dubuisson-Quellier, 2009) ou « critique » (Pleyers, 2011), qui brise avec les circuits

conventionnels de la distribution, de l'autre un modèle agricole quasi militant autour de nouvelles manières de produire (le bio à tout le moins le raisonné) et autour de circuits courts dans un rapport direct avec le consommateur (Amemiya, 2007 ; Le Caro, 2011). Dans ce nouveau pacte solidaire entre les deux parties qui partagent désormais les aléas de la production, le consommateur deviendrait un « *consom'acteur* » (Verhaegen, 2011) et l'agriculteur un paysan soucieux de son bien-fonds – la terre considérée comme un bien commun – engagé dans une agriculture de proximité et désireux de s'inscrire dans une logique de durabilité. Le maître-mot est celui d'un retour au local tant de la production que de la consommation, avec tous les effets de développement attendus dans une nouvelle synergie entre la ville qui abrite les consommateurs et la campagne les agriculteurs – campagne désormais périurbaine pour près de 75% du potentiel de production agricole (Agreste Primeur, 2013 – De Lindt et Bingen, 2007 ; Rieutort, 2009).

Cette question de la relocalisation ou du « local » dans les systèmes agroalimentaires alternatifs, dont les AMAP figurent un modèle emblématique, n'a guère été abordée en dépit d'une véritable inflation bibliographique sur le sujet. Ainsi la « revue des travaux anglophones », dressée par Chistian Deverre et Claire Lamine en 2010, retient trois débats principaux engendrés par ces nouvelles coordinations d'acteurs et manières de faire tant du commerce que de l'agriculture : celui de leur pouvoir de contestation du système dominant ; celui des transformations en germe des rapports de pouvoir ; celui enfin des redéfinitions des relations sociales. S'il s'agit là d'interrogations centrales en termes de sociologie des organisations, de la consommation ou encore de science politique avec la gouvernance, celles sur le « local », terme omniprésent dans les proclamations tant des « amapiens » que des « fermiers de famille », ne peuvent être évacuées sous peine d'ignorer les spatialisations en cours et au-delà les articulations qui se nouent entre ville et campagne, notamment dans la ville élargie (Poulot, 2011).

Notre propos est celui d'un voyage en AMAP franciliennes². Outre l'écart au modèle décliné dans la charte régionale et nationale (Ripoll, 2011),

² Une vingtaine ont été enquêtées dans le cadre de travaux de la promotion 2010-2011 de master pro de l'Université de Paris Ouest Nanterre la Défense. Le mémoire de master 2 recherche de M. Perrier a été consacré notamment à deux AMAP : *Les paniers* dans le 6^e arrondissement et *L'haricot bio magique* dans le 18^e arrondissement.

l'analyse portera sur le profil des consommateurs et des agriculteurs et le choix d'entrer en AMAP avec comme prisme principal le rapport au local. Mais de quel local parle-t-on ? Peut-on le rabattre sur la définition classique, celle de « la plus petite échelle d'existence d'une société multidimensionnelle complète, (...) mettant en interaction les dimensions historique, sociale, individuelle, économique, politique et spatiale » (Lussault, 2003) ? *A priori*, le local des AMAP tend à se dilater de manière extraordinaire et à revêtir des formes multiples, parfois contradictoires mais toujours dans une logique d'interterritorialité (Vanier, 2008) : ce local dans tous ses états peut-il constituer un levier de développement pour un nouvel art de vivre réunissant ville et campagne ? À quelle échelle doit-on lire le faire territoire ensemble des pratiques « amapiennes » ?

1. LA DÉCLINAISON FRANCILIENNE DES AMAP : DU MODÈLE A L'OFFRE-PANIER MULTIFORME

1.1. Vous avez dit AMAP : filiations et normes.

L'histoire des AMAP est désormais bien connue et les enquêtes en généalogie ont montré certaines filiations avec les *Teikei* apparus au Japon dès les années 1960 en réaction aux accidents écologiques et sanitaires liés à l'industrialisation de l'agriculture (Amemiya, 2011). Le modèle direct vient toutefois de l'Amérique du Nord avec les *Communities Supported Agriculture* aux États-Unis (CSAs) et les *Communities Shared Agriculture* au Canada (Lamine, 2008 ; Dubuisson-Quellier, 2009). La première CSA date de 1984, née en Californie d'un accord conclu entre un groupe de consommateurs solidaires et deux agriculteurs, le premier adepte du bio et le second formé aux principes de l'agriculture

biodynamique en Suisse (Allen *et al.*, 2003). Ce système de vente directe se développe rapidement, soutenu par les réseaux militants d'agriculteurs favorables à un retour à la terre (*Back to the land*) dans un contexte de précarisation des petites exploitations familiales et de développement de « communautés » de consommateurs urbains, aisés et éduqués, influencés par les valeurs de l'écologie politique (Guthman, 2008). Ces CSA fonctionnent sur la base d'un contrat hebdomadaire par lequel le producteur s'engage à livrer des produits de qualité le plus souvent issus de l'agriculture biologique à un groupe de consommateurs qui le soutient financièrement.

Découvert lors d'un voyage en Californie, ce système est importé en France par des maraîchers provençaux, Daniel et Denise Vuillon qui fondent la première AMAP à Aubagne en 2001 avec l'appui d'un groupe local de l'association altermondialiste ATTAC (Lamine, 2008). Les principes d'organisation rappellent ceux des CSAs : producteurs et consommateurs sont liés par un contrat aux termes duquel les agriculteurs sont tenus de fournir des produits de saison de qualité contre un apport financier préalable des consommateurs. La multiplication rapide de ces structures baptisées Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne en région Provence Alpes-Côte d'Azur conduit les promoteurs du mouvement et leurs émules à se constituer en réseau, Alliance Provence, lequel dépose la marque AMAP auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) en 2003 (Ripoll, 2010-a et 2011). Propriété du groupe Alliance Provence, la marque AMAP est régie par des normes consignées dans une charte qui décline notamment dix-huit principes à respecter pour obtenir l'affiliation et la référence AMAP (cf. document 1).

Document 1 : La charte des AMAP d'Alliance Provence (extraits)

La charte est un document de référence définissant les valeurs, les principes et les engagements auxquels doivent souscrire les associations désirant être reconnues comme AMAP. L'association Alliance Provence a pour objectif principal de développer et animer les réseaux des AMAP. Elle souhaite contribuer au développement d'une agriculture durable et à la mise en place d'une économie solidaire entre villes et campagnes. Elle souhaite permettre aux consommateurs de manger sainement à un prix juste et accessible pour qu'ils puissent définir et contrôler ce qu'ils ont dans leur assiette. Elle souhaite que ces acteurs deviennent des « consom'acteurs ».

Cette charte n'a pas pour objet de servir de modèle de règlement intérieur ; il incombe à chaque AMAP de définir de façon autonome son mode de fonctionnement dans le respect de la présente charte.

Les AMAP doivent respecter 18 principes fondateurs :

- 1 - La référence à la charte de l'agriculture paysanne pour chaque producteur ;
- 2 - Une production de dimension humaine adaptée aux types de cultures et d'élevage ;
- 3 - Une production respectueuse de la nature, de l'environnement et de l'animal : développement d'une biodiversité, fertilité des sols, production sans engrais ni pesticides chimiques de synthèse, gestion économique de l'eau... ;
- 4 - Une bonne qualité des produits : gustative, sanitaire et environnementale ;
- 5 - L'appui à l'agriculture paysanne locale ;
- 6 - La solidarité et les liens actifs avec tous les acteurs locaux œuvrant pour le maintien de l'agriculture durable et d'un commerce solidaire ;
- 7 - Le respect des normes sociales par rapport aux employés de l'exploitation y compris le personnel temporaire ;
- 8 - La recherche de la transparence dans les actes d'achat, de production, de transformation et de vente des produits agricoles ;
- 9 - L'accompagnement des producteurs à l'autonomie, c'est-à-dire la capacité à être maître de ses choix ;
- 10 - La proximité du producteur et des consommateurs : elle est indispensable pour assurer le lien direct entre eux et pour favoriser le circuit le plus court entre producteur et consommateurs ;
- 11 - Une AMAP par producteur et par groupe local de consommateurs ;
- 12 - La formalisation et le respect des contrats à chaque saison entre consommateurs et producteurs ;
- 13 - Aucun intermédiaire entre producteur et consommateurs, pas de produits achetés et revendus par le producteur sans accord des consommateurs ;
- 14 - La définition à chaque saison d'un prix équitable entre producteur et consommateurs ;
- 15 - Une information fréquente du consommateur sur les produits ;
- 16 - La solidarité des consommateurs avec le producteur dans les aléas de la production ;
- 17 - Une participation active des consommateurs à l'AMAP favorisée notamment par la responsabilisation du maximum d'adhérents ;
- 18 - Une sensibilisation des adhérents de l'AMAP aux particularités de l'agriculture paysanne.

Si le mouvement essaime rapidement dans les autres régions méridionales, notamment en Rhône-Alpes (Dumain et alii, 2010) et en Midi-Pyrénées (Pouzenc, 2008)³, il s'installe plus lentement en Île-de-France où la vente directe continue de régresser jusqu'en 2007 (Agreste, 2007- Enquête structures). Officiellement, la première AMAP y démarre en octobre 2003 à Pantin (93) avec un maraîcher en conversion bio-

logique installé à Chaussy (95). Un an plus tard, se crée le « Réseau des AMAP d'Île-de-France⁴ » qui conventionne avec Alliance Provence pour l'utilisation de la marque. Les normes retenues sont les mêmes que celles déposées par Alliance Provence avec une précision de taille quant au point 3 « tous les paysans en AMAP pratiquent une agriculture biologique mais ne sont pas obligatoirement labellisés AB ».

³ Au point que chacun affirme la prédominance régionale en matière d'AMAP créées : 123 créées en Midi-Pyrénées en 2009, 175 en Rhône-Alpes en 2010... avec de toute façon de grandes incertitudes sur les chiffres.

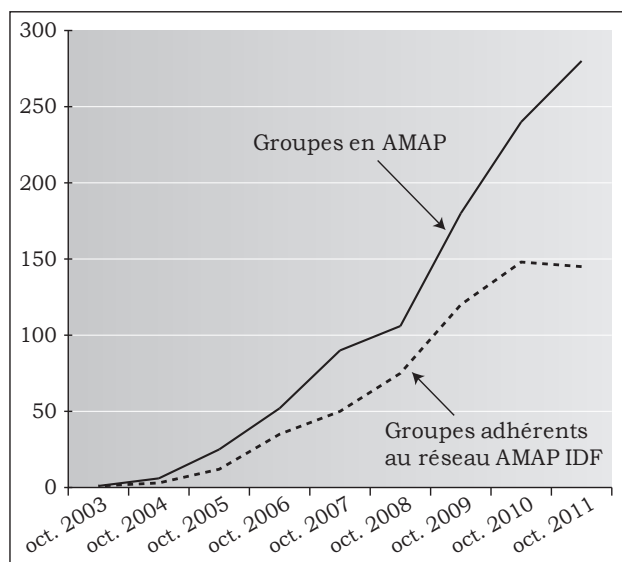
⁴ Site <http://www.amap-idf.org>. Le site a été réorganisé au cours de l'année 2012 : il affiche la quasi-totalité des AMAP au lieu de prise en charge des paniers et renvoie –quand il y en a un– au site web de l'AMAP pour les informations concernant le ou les agriculteurs sous contrat.

1.2. AMAP versus offre-panier : l'économie sociale et solidaire concurrencée ?

Après un démarrage plus lent que dans le reste de la France, l'Île-de-France est entrée en AMAP avec une vigueur toute particulière (cf. figure 1). Au temps des précurseurs (2003-2005) succède celui d'une première diffusion si bien que le nombre d'AMAP dépasse la cinquantaine en mars 2007

(57 contre 21 en 2005). Après une crise de croissance durant la fin de l'année 2007 et l'année 2008 (106 AMAP en octobre 2008) où le Réseau peine à trouver des fermiers de famille, le mouvement s'accélère encore pour compter quelque 280 associations à la fin de l'année 2011 regroupant environ 15 000 ménages de consommateurs pour 180 agriculteurs (Aubry *et al.*, 2012).

Figure 1 : Les AMAP en Île-de-France - une expérience à succès



Sources : [www.amap-idf.org].

Réalisation : J. Robert, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, juillet 2013.

La géographie des AMAP-lieux de livraison souligne le poids de Paris intra-muros et l'aire urbaine (les 3/5 environ) mais les départements périurbains ne sont pas en reste, touchés plus tardivement avec une forte dissymétrie sud-nord (très nombreuses démarches en Essonne à l'inverse du Val d'Oise) et un est qui fait désormais jeu égal avec l'ouest (cf. figure 2). Le rythme de création avoisine aujourd'hui la cinquantaine par an et le Réseau éprouve moult difficultés à accompagner et fédérer cette croissance véritablement exponentielle.

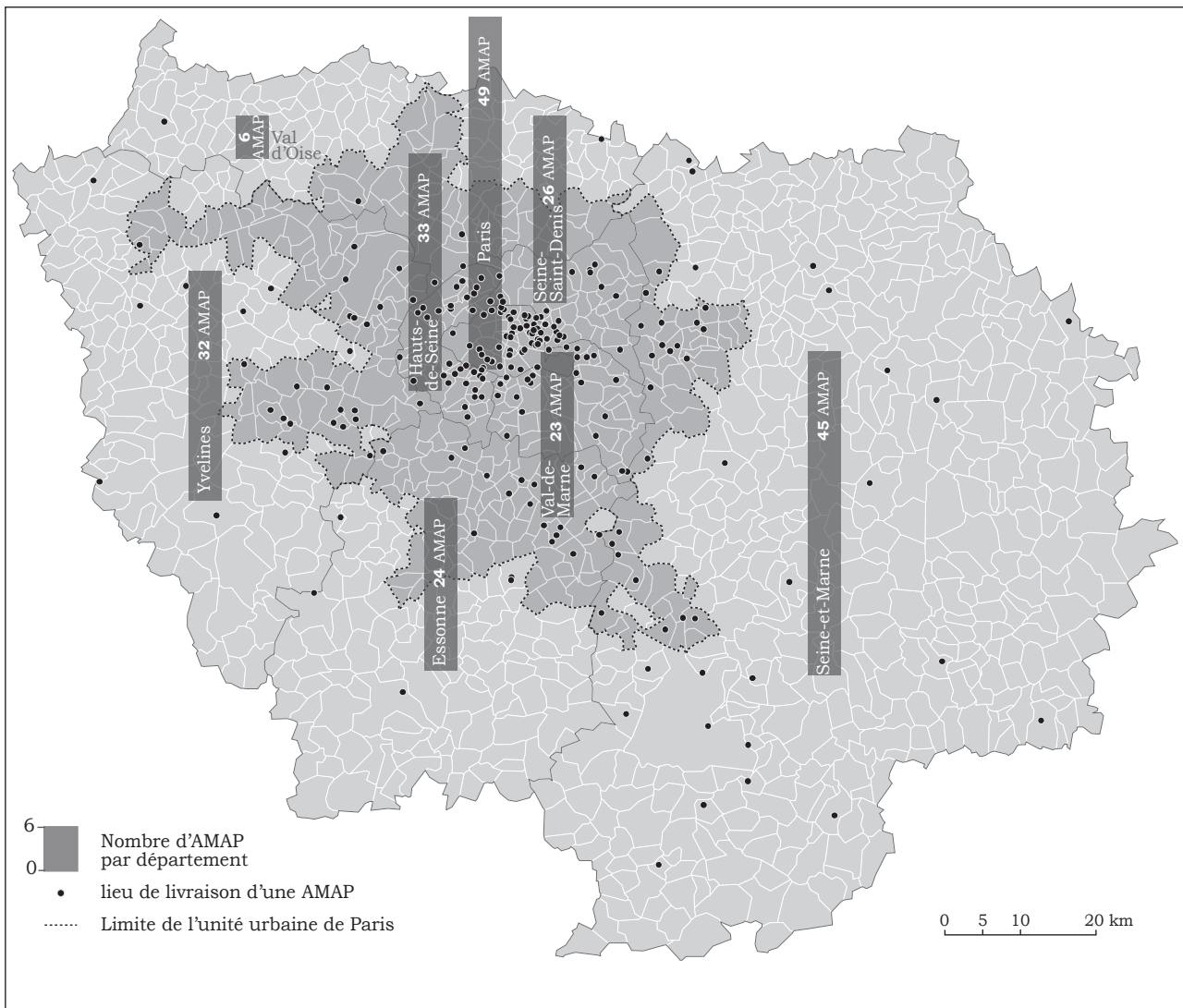
Certaines Associations ne sont pas affiliées au Réseau ou sont en attente, recensées comme des « groupes en activité sur la région » ou des pré-AMAP⁵. De fait l'assemblée générale du Réseau constatait en 2007 « qu'actuellement aucune AMAP ne respecte l'intégralité de la charte » et instituait des délais d'application de un à deux

ans, notamment pour le point 3 fixant les modalités de cultures ou encore pour les points 6, 8, 10 et 17 sur la mise en place de liens solidaires entre tous les acteurs. Les délais, loin de se raccourcir, se sont accrus ces dernières années vu la demande côté consommateurs : en 2012 le Réseau compte 143 Associations adhérentes et cotisant en 2009 mais annonce plus de 80 groupes supplémentaires. La certification de ces groupes appelle des réunions de concertation entre le groupe de consommateurs et le paysan en présence d'un « référent charte du Réseau »⁶ pour conduire à une prise de position sur la charte nationale : le résultat peut être soit l'intégration dans le Réseau en cas d'adoption de la charte, soit l'éviction en cas de refus, mais aussi la simple reconnaissance comme « sympathisants » du Réseau. Dans ce dernier cas, l'utilisation de l'appellation AMAP est interdite mais les sites des

⁵ Le terme a été abandonné « par souci de clarté auprès du public » (compte-rendu, AG AMAP-IDF 2010). Il n'apparaît plus sur le site réorganisé en 2012.

⁶ Cette discussion est menée lors du lancement de l'AMAP et à chaque renouvellement du contrat entre consommateurs et agriculteur.

Figure 2 : Les AMAP franciliennes en leur lieu de livraison (situation fin 2012)



Sources : www.amap-idf.org, zonage en unités urbaines, INSEE 2010, GEOFLA®, IGN 2007.

Cartographie : J. Robert, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, juillet 2013.

associations en question continuent de se référer à la marque tout en s'intitulant différemment si bien que la pesée statistique reste toujours délicate. Le terme d'AMAP tend ainsi à devenir un terme générique associé à tout mode de commercialisation en paniers sans référence à la charte initiale. De multiples « systèmes paniers » coexistent en effet en Île-de-France : une enquête menée en 2009 en a recensé « quatre principaux -AMAP comprises- qui se distinguent par le type de destinataires (individuels ou collectifs) et de fournisseurs (producteurs-agriculteurs ou intermédiaires commerciaux » (Traversac et Kebir, 2010). Le « panier » sous toutes ses formes (osier, papier...) en est le point commun, véritable objet relationnel entre le producteur et le consommateur, devenu le symbole d'une manière de faire son marché autrement (Dubuisson-Quellier et Lamine, 2004). Moyen logistique en AMAP qui brise avec les schémas

traditionnels d'acheminement et de distribution de la production, il est aujourd'hui récupéré dans des systèmes commerciaux à la recherche d'une image positive, de terroir et de proximité. Si la ligne entre destinataires individuels et collectifs est assez facile à tracer, certains collectifs appartiennent à des structures fondées sur des engagements semestriels ou annuels assez proches des AMAP : les comités d'entreprises peuvent émarquer à plusieurs systèmes et le Réseau IDF précise chaque année dans son rapport d'activité les entrées en AMAP via les comités d'entreprises. L'offre commerciale de paniers se distingue également assez aisément de l'offre paysanne qui soutient aussi, hors AMAP, d'autres formes de commercialisation directe par paniers au risque de brouiller les pistes. La FNSEA francilienne a lancé en 2009, contre les AMAP et leur affichage d'agriculture paysanne qui renvoie par trop à la

Confédération paysanne, l'opération « Paniers d'Île-de-France » vendus deux fois par semaine dans les gares RER et SNCF par des maraîchers locaux ; le succès a été immédiat et les agriculteurs ont fidélisé une clientèle sur des critères de qualité et de proximité, voire de services qui empruntent au concept AMAP⁷.

Le modèle AMAP en Île-de-France s'impose donc clairement comme une formule à succès qui fédère des consommateurs et des agriculteurs ; il (re)place le produit frais et local et la relation directe avec le producteur au cœur de l'acte alimentaire (La Trobe, 2001 ; Jarosz, 2008). Certaines de ses normes tendent à migrer dans le régime marchand classique, touchant désormais des consommateurs moins critiques : formule innovante il y a dix ans à peine, le modèle s'est peu à peu institutionnalisé en butte à la montée de systèmes concurrents dans un contexte régional de plus en plus soucieux de son « autonomie alimentaire quantitative et qualitative »⁸. Le Réseau AMAP Île-de-France, à l'image des organismes des autres régions françaises⁹ (Minvielle, 2011), n'a ainsi cessé de rappeler les normes de la charte au risque d'être débordé par des dispositifs commerciaux moins contraignants (Ripoll, 2010-a). L'importance de la demande dans la région métropolitaine parisienne, l'opposition marquée des représentants professionnels agricoles régionaux à des filières courtes peu ou mal soutenues par la Politique Agricole Commune¹⁰, la concurrence enfin entre les syndicats agricoles sont telles que certains envisagent déjà le triomphe d'« une offre-panier en réaménagement et réappropriée par des entreprises commerciales¹¹ dont le cœur du métier est la logistique (...) avec la reproduction d'un schéma de filière entre des systèmes productifs extra-locaux et minoritairement locaux et des unités spécialisés dans la logistique » (Traversac et Kebir, op. cit., p. 52). De telles évolutions se lisent dans

les villes californiennes pour certaines CSAs devenues des entreprises totalement recentrées sur la distribution¹² ou encore en Suède avec un approvisionnement en bio en grande partie déconnecté des producteurs locaux (Hochedez, 2008). *A contrario*, les réaménagements permanents du modèle AMAP, tant par les « amapiens » que les producteurs agricoles, depuis son origine peuvent aussi augurer de nouvelles réinventions (Ripoll, 2010-b). La multiplication des producteurs fournisseurs d'une AMAP visant à remplir le panier d'une variété toujours plus grande de produits alimentaires en témoigne : certaines AMAP affichent ainsi quatre ou cinq « fermiers de famille » afin de limiter les achats hors AMAP. Dans tous les cas, c'est bien la question du local et de son périmètre qui fait question dans ce nouveau système alimentaire : la proximité revendiquée ne peut-elle être que sociale sans référence à un espace support ? (Born et Purcell, 2003 ; Pecqueur et Zimmerman, 2004).

2. LE LOCAL À L'ÉPREUVE DES AMAP EN ÎLE-DE-FRANCE

Les nombreux travaux déjà menés sur les AMAP ont tenté de cerner les profils sociologiques et les représentations des deux partenaires (Lamine, 2008 ; Mundler, 2008 ; Ripoll, 2010-a ; Chometon, 2011). Loin d'une figure unique, les acteurs en AMAP montrent une grande variété tant d'implications dans le dispositif que de foi dans le système. Surtout, en dépit d'une surreprésentation du « bobo » ou du « créatif culturel » plutôt féminin (Jaffe et Gertler, 2006 ; Lamine, 2008) parmi les consommateurs et du néorural chez les producteurs, les conclusions soulignent une réelle diversité des profils socio-culturels des entrées en AMAP. Nous ne reprendrons pas ces analyses, sinon à interroger la représentation du local chez les acteurs des AMAP, le sens qu'ils

⁷ Nombre de consommateurs enquêtés utilisent les deux circuits.

⁸ L'adoption en 2011 d'un programme régional pour l'alimentation, déclinaison du Programme national, indique précisément cette visée.

⁹ Les fondateurs de la première AMAP, les Veillon, ne reconnaissent plus dans les évolutions actuelles leur projet initial et ont choisi de quitter le mouvement Alliance Provence.

¹⁰ L'Île-de-France est majoritairement une région de grande culture et les cultures spéciales n'ont cessé d'y régresser (*Atlas Rural et Agricole de l'Île-de-France*, 2004).

¹¹ Les deux plus importantes entreprises livrent aujourd'hui plus de 50 000 paniers par semaine.

¹² PERRIER M., 2010, *Le mouvement locavore dans la Baie de San Francisco : vers une reterritorialisation de l'agriculture ? Étude de 2 CSAs san franciscaines*, Mémoire de M1 recherche, dir : S. Lehman-Frisch et M. Poulot, 125 p.

donnent à cette construction d'ordre spatial qui fonde bel et bien le modèle AMAP décliné le plus souvent en un « *manger local, solidaire et écologique* »¹³ (David-Leroy et Girou, 2009).

2.1. Le « local » de la charte : entre résistance au global et inscription dans les courants de l'économie des territoires

Le terme « local » est employé à trois reprises dans la charte d'Alliance Provence qualifiant tant l'agriculture (art. 5) que les acteurs de l'AMAP (art. 6 et 11). Il est redoublé par celui de « proximité » entre les partenaires laquelle permet des « liens directs » et le « circuit le plus court » (art. 10). En première analyse, le « local » en AMAP renvoie donc à un espace réunissant les gestes du produire et ceux du consommer de manière à ce que le contact direct puisse se faire entre les deux bouts de la chaîne sans intermédiaire. Nulle précision de distance n'y figure, à l'égal des 100 miles plus ou moins institutionnalisées par les CSAs américaines qui s'alignent sur les propositions de réduction des distances parcourues par la nourriture par le mouvement Foodmiles (Hinrichs, 2003) ou celles de Jessica Prentice sur le locavorisme¹⁴ ; le choix de la bonne focale semble laissée aux acteurs.

L'entrée agricole du terme « local » apporte un éclairage complémentaire, qui emprunte aux idéologies ruralisantes des années 80 entre « *retour au local* » et « *vivre et travailler au pays* » (Kayser, 1990). De fait, le « local » est un des fondements de la Confédération paysanne qui fait volontiers rimer local et agriculture paysanne, soit des exploitations de petite taille en partie à l'écart de la révolution productiviste agricole, refusant le « global » en tant que perte d'autonomie (art. 9) et de transparence des processus de production et de commercialisation (art. 8). Le « local » serait ainsi moins une référence à l'espace qu'une modalité de résistance à l'économie-monde, volontiers explorée aujourd'hui par les tenants du post-modernisme (Simard, 2000). Il désigne ici une agriculture attentive au développement rural, aux aménités environnementales,

contribuant à l'emploi et à la cohésion sociale, attachée à révéler un patrimoine paysager et architectural, des cultures alimentaires, des savoirs et des savoir-faire locaux, bref la fameuse « agriculture de territoire *versus* agriculture de filière » (Rieutort, 2009).

Ce local ainsi défini se subsume d'une certaine manière dans la notion de proximité, devenue un concept-clé des théories qui traitent du développement local et des systèmes de productions localisés (SPL) déclinés en systèmes agro-alimentaires localisés (SYAL) pour le secteur agricole. Les apports de l'économie de la proximité tiennent notamment à l'élargissement de la notion de proximité à d'autres formes que le rapprochement entre acteurs sous l'angle des distances géographiques. Ce sont les proximités dites *organisées* (Gilly et Torre, 2000) ou *organisationnelles* (Pecqueur et Zimmermann, 2004) qui puisent dans les représentations des acteurs et les réseaux si bien que la proximité peut aussi refléter la similitude soit l'adhésion à des mêmes valeurs sans interconnaissance ou l'appartenance à un même réseau. L'intérêt d'une telle approche est de pointer ce qui permet le passage entre proximité, ressource latente, et proximité, ressource valorisée dans une démarche de développement local : les AMAP en figurent une bonne application qui autorise la mise en valeur de proximités multiples par des rapprochements et des coordinations entre les différents acteurs. Ces acceptions différenciées se retrouvent chez les partenaires avec des formulations plus ou moins élaborées selon leur degré d'engagement dans l'économie solidaire et les réseaux militants. On constate toutefois une entrée plus forte par les solidarités sociales côté consommateurs quand les producteurs privilégient un local de résistance par rapport au global.

2.2. Le « local » des amapiens : entre échelle dilatée et « local en boîte »

Les enquêtes réalisées en Île-de-France dans une vingtaine d'AMAP soulignent la difficulté des consommateurs à délimiter spatialement la notion

¹³ Une étude de ce type a été menée en Midi-Pyrénées sur les seuls acteurs agricoles. Nous ne pouvons que souligner la convergence de l'essentiel de nos conclusions (De Sartre *et al.*, 2009).

¹⁴ Le mot est inventé en 2005-2006 à San Francisco par Jessica Prentice, directrice de l'éducation au *Ferry Plaza Farmer's market* et par Sage Van Wing très impliquée dans le mouvement californien *Local Food* à l'occasion d'un article pour le *San Francisco Chronicle* : « Consommateurs locaux ou trois femmes qui mangent local ». Le choix s'est porté sur *locavore* plutôt que *localvore*, site <http://www.locavores.com>

de local présente dans la charte. « *Le local, je ne sais pas si cela peut se mesurer en termes de kilomètres. Quand on a un producteur dans l'Aisne, on peut se poser la question. Mais c'est quand même relativement local par rapport à autre chose parce que d'une part ça ne fait pas venir des produits d'autres pays et cela minimise les transports puisqu'on reste approximativement dans la même zone géographique* » (AMAP, VI^{ème} arrondissement). Plus des 2/3 des enquêtés considèrent ainsi que le produit est local quand il provient de la région IDF mais aussi des régions voisines (Picardie, Champagne-Ardenne, Bourgogne, Centre et Normandie), ce qui correspond à un rayon de 300-350 km autour de la capitale. Certains n'hésitent pas à élargir le périmètre du local : « *le local c'est une notion à laquelle je fais attention. On va dire que j'estime que quand j'achète français, j'achète local, c'est mieux à l'échelle régionale mais bon France ça va...* » (AMAP, XVIII^{ème} arrondissement). La multiplication du nombre de producteurs par AMAP confirme cette conception élargie du local : l'entrée du vin dans les paniers convoque la Bourgogne ou la Provence, celle de la viande conduit à des liens avec la Bretagne ou la Normandie...¹⁵

Ce local ainsi défini correspond à l'espace que le consommateur peut appréhender, maîtriser et qui ne nécessite pas de transports par avion lesquels sont refusés par la totalité des « amapiens » interviewés. « *Le local est important parce que le reste je ne le maîtrise pas. (...) D'autre part, je trouve que s'astreindre à redevenir local, à ne pas prendre l'avion pour aller chercher des produits, ça nous oblige à redevenir raisonnable. À partir du moment qu'on se permet d'aller chercher le potimarron au Chili, c'est qu'on est devenu fou ! On ne peut pas être rigoureux sur la culture au Chili, c'est forcément fait n'importe comment* » (« Amapienne », 93). Un autre « amapien » résume la pensée commune : « *quand c'est local c'est plus facile de savoir comment c'est produit* » (AMAP, XVIII^{ème} arrondissement). Ce local ainsi invoqué est clairement celui d'une proximité possible, latente qui ne demande qu'à être activée même si le passage à l'acte est souvent difficile : « *Prendre une journée le week-end avec un trajet de*

presque 4 heures aller-retour pour le même temps passé sur l'exploitation est l'une des principale causes de la réticence des adhérents à rendre visite à notre fermier de famille » (AMAP, 75008). La présence du producteur lors de la distribution des paniers fait souvent office de « contact » avec ce local ; elle matérialise le « là-bas » et ouvre le champ du dialogue et partant de la confiance (Vincq et al., 2010). D'une certaine manière, le lieu de rencontre pour l'échange de paniers¹⁶ en vient à figurer « le local » des « amapiens » : il est ce lieu d'interconnaissance entre les consommateurs mais aussi le lien avec l'espace de production symbolisée par la présence active du paysan qui explique et devient un médiateur (Le Caro et al., 2011). Il convient de noter qu'environ le tiers des AMAP enquêtées organisent des visites régulières à l'exploitation qui les fournit en paniers sans fondamentalement changer le discours des consommateurs : tout se passe comme si l'appropriation symbolique du lieu de production suffisait à combler le désir de « local » -parfois le désir de campagne- et la réunion collective régulière autour des paniers à établir une connexion entre des lieux distants devenus le temps de la distribution un espace commun.

La figure du « local » peut même être gommée chez les « amapiens » par celle du bio : le bio est la première justification donnée pour entrer en AMAP par 53% des « amapiens » de notre échantillon contre 40% pour le local, les 7% restants refusant de choisir. « *Cela fait 5 ans que je consomme bio, c'était plus prioritaire que le local, le local est venu après et à tout prendre je choisis le bio pour des raisons sanitaires* » (AMAP, XIV^{ème} arrondissement). A priori, les « amapiens » privilégiant le bio attachent une plus grande importance à leur santé quand ceux qui préfèrent le local adhèrent surtout à la dimension politique et à la cohérence écologique de la démarche AMAP. « *Quand on s'investit dans une structure qui promeut l'agriculture paysanne de proximité, le local a forcément plus d'importance que le bio même si le bio a des qualités écologiques indéniables. (...) D'un point de vue idéologique, je trouve plus cohérent d'acheter non bio mais local d'autant que c'est un acte de solidarité envers un métier en voie*

¹⁵ Une AMAP en Essonne affiche même un producteur grec pour l'approvisionnement en olives, évoquant une démarche citoyenne dans le contexte de la crise économique grecque.

¹⁶ Dans trois des AMAP enquêtées, le changement du lieu de livraison s'est soldé par un départ des « amapiens » : trop loin du domicile, mal relié... ont été les raisons invoquées sans mention aucune pour le producteur et son espace de production.

de disparition » (AMAP, XVIII^{ème} arrondissement). Ce raisonnement est toutefois minoritaire dans nos enquêtes, plus masculin que féminin, caractéristique des « amapiens » venus de l'espace rural, très investis dans l'action collective. *A contrario*, le discours tout bio paraît plus individuel et peu informé des réalités agricoles régionales -à savoir la prédominance de la grande culture- et nationales -la difficile conversion à l'agriculture biologique.

2.3. Le « local » des fermiers de famille : le retour au milieu et la mise en réseaux.

La référence au « local » revient systématiquement dans les enquêtes des agriculteurs entrés en AMAP, qu'ils soient franciliens, picards ou normands mais sans délimitation de celui-ci. Tous revendiquent une agriculture de proximité en dépit des 5 ou 6 heures nécessaires parfois pour acheminer leurs paniers et d'une facture plutôt conséquente d'essence au vu des trajets. Leur local correspond en premier lieu à un type de cultures, voire à un itinéraire de production, celui de l'agriculture biologique comme le stipule l'article 3 de la charte. C'est au final une manière de concevoir l'agriculture en lien avec les consommateurs et la ville. En effet, la quasi-totalité sont des maraîchers dans un Bassin parisien converti par la Politique Agricole Commune à la céréaliculture et à la grande culture (Charvet, 1985). Ils revendiquent ainsi une appartenance à une lignée différente, celles des spécialistes (Phlipponneau, 1956) qui a toujours placé la relation directe avec le consommateur au cœur de son métier et qui ne sépare pas la fonction de production et celle de commercialisation : dans notre échantillon¹⁷, la moitié sont des jeunes agriculteurs, installés récemment sur de petites superficies (de 1 à 5 hectares), souvent en couple, issus de milieux non agricoles, et la fourniture de légumes à un collectif de consommateurs participe d'un choix personnel mais aussi économique. Tel agriculteur d'une AMAP du XVIII^{ème} arrondissement

est un ancien étudiant en philosophie qui s'est converti au métier d'agriculteur ; d'abord ouvrier agricole dans une exploitation fournissant des AMAP, il décide de se mettre à son compte sur 4 hectares à proximité de Soissons avec comme débouché unique quatre AMAP (deux sur l'Île-de-France et deux à Reims). La formule AMAP lui paraît le bon moyen pour garantir son indépendance financière ; elle l'autorise à cultiver autrement (il est labellisé AB depuis 2008) et lui assure une reconnaissance symbolique de son travail en tissant des liens sociaux et en pouvant expliquer ce qu'est l'agriculture paysanne. De tels parcours ne sont pas rares, peu mis en valeur dans le recensement agricole de l'agriculture de 2010, renvoyés à la catégorie des petites exploitations à faible production brute standard¹⁸ (moins de 25 000 euros).

Deux éléments reviennent systématiquement dans les propos des agriculteurs qui pourraient figurer leur acception du local. En premier lieu, c'est leur appartenance à un réseau professionnel, à l'écart des réseaux syndicaux majoritaires¹⁹, qui prend acte de leur rôle de « maraîcher amapien » : on retrouve la logique d'appartenance pointée dans l'économie de proximité qui s'exprime notamment par des rencontres régulières, des sessions de formations, bref une sociabilité particulière et dédiée²⁰... En dépit de leur situation hors Île-de-France pour un grand nombre d'entre eux, ils appartiennent au réseau AMAP Île-de-France, et à d'autres réseaux régionaux quand ils livrent aussi en région, et au Groupement des Agriculteurs Biologiques (GAB), franciliens ou autres. Ils bénéficient du soutien de différentes fondations, telles la Fondation de France et la Fondation pour une Terre Humaine et ont tissé des liens avec des organisations issues des sphères associatives (Fédération nationale des Centres d'Initiative pour valoriser l'agriculture, Réseau Cocagne, Terres de liens). Ces appartenances et soutiens croisés avec des ancrages territoriaux à géométrie variable participent pleinement de l'identité des agriculteurs

¹⁷ Si une centaine de consommateurs ont été enquêtés, l'échantillon des agriculteurs est plus restreint, avec 20 interviews moitié en Ile-de-France, moitié dans les régions voisines ce qui exclut un portrait statistique.

¹⁸ Appellation nouvelle des exploitations non professionnelles, cette catégorie est difficile à saisir d'autant que les revenus liés à la vente directe sont sous-évalués.

¹⁹ Nous avons rappelé en première partie l'opposition de la FNSEA régionale au mouvement des AMAP et leur tentative de contournement par une autre offre-panier.

²⁰ Cette sociabilité a existé dans les premiers temps de la Révolution agricole productiviste : ainsi l'expérience des coopératives d'utilisation de matériels agricoles ou CUMA qui connaissent d'ailleurs une nouvelle jeunesse.

« amapiens » à rebours de l'organisation professionnelle traditionnelle, territoriale entre départements et cantons, ou par produits. Ce réseau professionnel se double d'un réseau social consubstantiel au modèle AMAP : « Être fermier amapien, cela veut dire recevoir nos consommateurs, travailler éventuellement avec eux, leur faire comprendre le métier, partager avec eux » (fermier amapien, 91). La proximité organisationnelle prend tout son sens dans ces propos et dessine un espace de l'AMAP en forme de réseaux croisés qui est un autre local à l'heure du triomphe des relations virtuelles.

Le second élément pointé par les agriculteurs « amapiens » est leur volonté de revenir à une agriculture en accord avec les potentialités pédologiques et climatiques du lieu, autre acception du local rabattu sur l'environnement (Mathieu, 1998). Si le terme « d'agriculture de territoire » n'a pas été prononcé durant les entretiens, la plupart des agriculteurs interrogés ont rappelé leur nécessaire adaptation aux sols cultivés en itinéraire bio, ainsi que leur attachement à des formes d'autonomie sur l'exploitation, avec notamment des projets d'élevage pour permettre le bouclage des flux en termes de fumures. « On est dans une démarche de respect de l'environnement avec une prise en compte de nos différents sols ; on s'adapte, on ne les transforme pas et on peut en vivre donc c'est très bien ».

Les conclusions dressées pour les fermiers « amapiens » béarnais valent en grande partie dans ce grand Bassin Parisien devenu l'assise territoriale des AMAP franciliennes : « le rapport au local correspond plus à la spatialisation de réseaux qu'à un milieu local qui serait redécouvert par le biais des AMAP d'où sa dimension aterritoriale. En outre, l'élément le plus original de ce rapport au local (...) est celui d'une agriculture qui revendique son adaptation aux conditions locales, à celle du milieu » (De Sartre *et al.*, 2010).

CONCLUSION : QUEL LOCAL POUR UNE AGGLOMÉRATION MÉTROPOLITAINE ?

La démarche AMAP met bel et bien le local dans tous ses états : souvent présenté comme évidence, ce local, au fondement même de la démarche « amapienne », montre des acceptions variées selon les acteurs. S'il est vrai que la « proximité spatiale, seule exigence imposée aux consommateurs, donne de la cohérence à l'ensemble

et s'impose comme une réussite de l'action » (Ripoll, 2010-b, p. 67), cette proximité, appliquée à une métropole de plus de onze millions d'habitants, installée dans des plaines et plateaux dont la spécialisation céréalière, ancienne, s'est renforcée avec la Politique agricole commune, revêt une signification particulière.

Il peut, au final, sembler plus facile de dire ce que ce local n'est pas : il ne se limite pas à l'Île-de-France, recrutant des agriculteurs jusqu'aux confins du Bassin parisien et il n'est pas non plus un territoire délimité précisément, borné, marqué par des formes d'appropriation. *A contrario*, il tient bien de l'espace puisqu'il se caractérise « au minimum par trois attributs : la métrique, l'échelle, la substance » et offre « une réalité hybride, à la fois matérielle, immatérielle et idéale » (Lussault, 2003). Il oscille à petite échelle entre le Bassin parisien tout entier et à grande échelle tantôt au lieu de livraison pour le consommateur tantôt à la parcelle pour le producteur. En outre, la proximité spatiale, qui définit ce local, entre en interaction avec une proximité organisationnelle qui revient à distendre l'espace support jusqu'à l'élargir à celui de toutes les AMAP, soit à la France toute entière. Mais l'expérience AMAP réinvestit bel et bien le champ du local et conduit à son appropriation par les différents acteurs : elle souligne son acception idéale quand elle s'identifie au seul lieu de livraison ; elle rappelle sa matérialité quand elle se focalise sur les particularités pédologiques et climatiques ; elle touche à l'immatériel quand elle exprime la mise en relations d'un faisceau de lieux et d'organisations plus ou moins bien localisées. Elle vient à coup sûr rappeler la nécessaire prise de compte de la possible production en bas de chez soi quand la mondialisation avait habitué le consommateur à des étals chargés de produits de là-bas quelles que soient les saisons.

Ce local ainsi décliné fonctionne comme un geste politique, celui de « consom'acteurs (qui) cherchent à la fois à défendre l'autonomie du consommateur en libérant l'acte de consommation de l'emprise des habitudes, du marketing et des lobbies, et à souligner que cette liberté de choix du consommateur s'accompagne d'une responsabilité face aux conséquences sociales et environnementales de l'acte de consommer » (Pleyers, 2011, p. 18). Il n'est pas une révélation d'un local déjà là mais une création de nouveaux rapports

villes-campagnes, voire de nouveaux rapports sociaux : comme le dit un « amapien », « j'habite en ville, et moi j'aime bien la ville mais je trouvais ça intéressant de renouer des liens avec un producteur, (...) d'essayer de consommer autrement ... Cela nous oblige à être créatif et à rencontrer aussi des gens pour s'intégrer dans le quartier » (AMAP, XVIII^{ème} arrondissement). En effet, « cette idée de rencontre doit être prise au pied de la lettre tant elle se réalise dans des lieux spécifiques qui ne doivent pas plus au hasard que leur date de naissance. Les AMAP montrent que (...) l'appropriation du concept et sa traduction concrète effective par la mise en route d'une activité collective de production de capital social (ne) peuvent (...) se faire hors sol » Ripoll, (2010-b, p. 75).

L'institutionnalisation en cours du processus, sous l'égide des acteurs institutionnels, notamment régionaux, pourrait à terme donner un nouveau contenu, plus restrictif et territorial, à ce « local » des AMAP. Suite au Plan Barnier (2007), à l'occasion du contrat État/Région (2009-2013), le Conseil Régional a choisi de financer largement un Plan Concerté d'action biologique qui vise à coordonner l'action des différents acteurs impliqués dans le développement du secteur à l'échelle du territoire régional (Groupement

d'agriculture biologique, Chambres d'Agriculture, Établissement Régional de l'Élevage). En parallèle, la Région soutient activement le réseau AMAP Île-de-France avec notamment la création d'une couveuse, *Les Champs des possibles*, destinée depuis 2009 à accueillir et à former les fermiers « amapiens » franciliens avant installation ; l'Agence des espaces Verts, chargée depuis 1976 d'intervenir sur le marché foncier francilien en lien avec la SAFER, s'est d'ailleurs spécialisée dans l'installation d'agriculteurs bio « amapiens » sur les terres achetées par la Région. Dans ce cadre, le « local » du Réseau AMAP-Ile de France pourrait devenir à terme un territoire, celui de la Région, au risque de perdre la richesse des différentes focales qui coexistent aujourd'hui. L'importance de la demande francilienne repousse les échéances d'un tel resserrement territorial mais la tendance existe, rappelant le poids des territoires de gouvernance urbaine mis en place par la loi Solidarité Renouvellement Urbain sur le seul critère d'étalement urbain sans tenir compte des autres formes de relations entre ville et campagne.

Bibliographie

Agreste Primeur, Recul plus marqué des exploitations agricoles en zone urbaine in *Recensement agricole 2010*, n° 299, 2013.

Allen P., Fitzsimmons M., Goodman N., Warner K., 2003, Shifting plates in the agrifood landscape : the tectonics of alternative agrifood initiatives in California, *Journal of Rural Studies*, 19(1), pp. 61-75.

Amemiya H. (dir.), 2007, *L'agriculture participative, Dynamiques bretonnes de la vente directe*, Rennes : PUR, 210 p.

Amemiya H. (dir.), 2011, *Du teikei aux AMAP : le renouveau de la vente directe des produits fermiers locaux*, Rennes : PUR, 350 p.

Aubry C., Chiffolleau Y., 2009, Le développement des circuits courts et l'agriculture périurbaine : histoire, évolutions en cours et questions actuelles, *Innovations Agronomiques*, 5, pp. 53-67.

Aubry C., Kebir L., Pasquier C., 2012, Le raccourcissement des circuits alimentaires : une nouvelle ruralité en périphérie des villes ? (étude de cas en Île-de-France), in Papy L., Mathieu N., Ferault C. (eds), *Nouveaux rapports à la nature dans les campagnes*, Nancy : Éditions Quae, pp. 13-22.

Born B., Purcell M., 2006, Avoiding the local trap : scale and food systems in Planning Research, *Journal of Planning Education and Research*, 26, pp. 195-207.

Charvet J-P., 1985, *Les greniers du monde*, Paris : Economica., 368 p.

Chometon M., 2011, Émergence et registre d'action des associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) en périurbain : quel lien au territoire ?, *Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement*, 11, 2, <http://vertigo.revues.org/11085>

David-Leroy M., Girou S., 2009, *AMAP, replaçons l'alimentation au cœur de nos sociétés*, Paris : Dangles, 160 p.

De Lind L .B., Bingen J., 2007, Place and civic culture : Re-thinking the context for local agriculture, *Journal of Agricultural and Environmental Ethic*, pp. 127-151.

De Sartre A., Douence H., Mercier C-E., 2010, Choisir et redéfinir le local. L'exemple des filières courtes : les AMAP en Béarn, in Traversac JB. (coord.), *Circuits courts, Contribution au développement régional*, Dijon, Educagri éditions, pp. 55-69.

- Deverre C., Lamine C., 2010, « Les systèmes agro-alimentaires alternatifs, une revue de travaux anglophones en sciences sociales », *Économie Rurale*, 317, pp. 57-73.
- Dubuisson-Quellier S., 2009, *La consommation engagée*, Coll. Contester, Paris, Presses de Sciences Po, 143 p.
- Dubuisson-Quellier S., Lamine C., 2004, Faire le marché autrement. L'abonnement à un panier de fruits et légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs, *Sciences de la Société*, 62, pp. 145-168.
- Dumain A., Mauriness B., Praly C., 2010, Circuits courts et territoires. Étude de dispositifs d'actions en Rhône-Alpes, in Traversac JB. (coord.), *Circuits courts, Contribution au développement régional*, Dijon, Educagri éditions, pp. 103-113.
- Dupuis M., Goodman D., 2005, « Should we go « home » to eat? Towards a reflexive politics in localism », *Journal of Rural Studies*, 21(3), pp. 359-371.
- Fumey G., 2010, *Manger local, manger global, l'alimentation géographique*, Paris : CNRS Éditions, 160 p.
- Gilly J-P., Torre A. (dir.), 2000, *Dynamiques de proximité*, Paris : L'Harmattan 301 p.
- Goodman D., Goodman M., 2009, Alternative Food Networks, in Kitchin, R. and Thrift, N. (ed.), *International Encyclopedia of Human Geography*, Elsevier, Oxford, pp. 208-220.
- Guthman J., 2008, « Neoliberalism and the making of food politics in California », *Geoforum*, 39, pp. 1171-1183.
- Hinrichs C., 2003, The practice and politics of food system localization, *Journal of Rural Studies*, 19, pp. 33-45.
- Hochedez C., 2008, Le bonheur est dans le panier. Réseaux alimentaires alternatifs et commercialisation des produits issus de l'agriculture biologique : exemple suédois, *Géocarrefour*, 83/3, pp. 225-233.
- Jaffe J., Gertler M., 2006, Victual vicissitudes : consumer deskilling and the (gendered) transformation of food systems, *Agriculture and human values*, 23, pp. 143-162.
- Jarosz L., 2008, The city in the countryside : growing alternative food networks in Metropolitan Areas, *Journal of Rural Studies*, 24, pp. 231-244.
- Kayser B., 1990, *La renaissance rurale. Sociologie des campagnes du monde occidental*, Paris : A. Colin, 316 p.
- Lamine C., 2008, *Les intermittents du bio. Pour une sociologie des choix alimentaires émergents*, Paris : Editions de la MSH/Quae, 344 p.
- Lamine C. (avec la collaboration de Perrot N.), 2008, *Les AMAP : un nouveau pacte entre consommateurs et producteurs*, Gap : Yves Michel, 163 p.
- La Trobe H., 2001, Farmers' markets : consuming local rural produce, *International Journal of Consumer Studies*, 25, 3, pp. 181-192.
- Le Caro Y., 2011, En Bretagne, un rôle renouvelé pour l'agriculteur : médiateur oecoumenal, in Amemiya H. (dir.), *Du teikei aux AMAP : le renouveau de la vente directe des produits fermiers locaux*, Rennes : PUR, pp. 45-67.
- Le Caro Y., Daniel R., 2007, Les motivations des agriculteurs en vente directe en Bretagne, in Amemiya H. (dir.), *L'agriculture participative*, Rennes, PUR.
- Lussault M., 2003, « local », in J. Levy, M. Lussault, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris : Belin.
- Maréchal G. (dir.), 2008, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, Dijon : Educagri Editions, 213 p.
- Mathieu N., 1998, La notion de rural et les rapports ville/campagne en France : les années quatre-vingt-dix, *Économie Rurale*, 247, pp.11-20.
- Minvielle P., 2011, Région PACA : le système AMAP, l'émergence d'un SYAL métropolitain, *Economie Rurale*, 322, pp. 50-63
- Morgan K, Marsden T., Murdoch J., (dir.), 2006, *Place, Power and Provenance in the Food Chain*, Londres : Oxford University Press.
- Mundler P., 2008, Les associations pour le maintien de l'agriculture paysanne en Rhône-Alpes : entre marché et solidarité, *Ruralia*, 20, pp. 185-215.
- Pecqueur B., Zimmermann J-B. (dir.), 2004, *Economie de proximité*, Hermès-Economica, 246 p.
- Phlipponneau M., 1956, *La vie rurale de la banlieue parisienne. Étude de géographie humaine*, Paris : A. Colin, 593 p.
- Pleyers G. (dir.), 2011, *La consommation critique : Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris : Ed. Desclée de Brower, coll. Solidarité et Société.
- Poulot M., 2011, « Des arrangements autour de l'agriculture en périurbain : du lotissement agricole au projet de territoire », *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement [En ligne]*, Volume 11 Numéro 2, URL : <http://vertigo.revues.org/11188>.
- Pouzenc M. (dir.), 2008, *Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs : points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées*, Rapport d'études, appel d'offres SHS Conseil Régional Midi-Pyrénées, <http://geo.univ-tlse2.fr> (rubrique « recherche » puis « dynamiques rurales »).
- Rieutort L., 2009, Dynamiques rurales françaises et re-territorialisation de l'agriculture, *L'Information Géographique*, 3, pp. 30-47.

- Ripoll F., 2011, Les AMAP : une diversité de pratiques et de significations, in Pleyers G. (dir.), *La consommation critique : Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris : Éd. Desclée de Brower, coll. Solidarité et Société, pp. 69-90.
- Ripoll F., 2010-a, Le concept AMAP : promotion et mise en pratique(s) d'une nouvelle norme d'échange entre consommateurs et producteurs agricoles, *Géographies et cultures*, 72, pp. 99-116.
- Ripoll F., 2010-b, L'« économie « solidaire » et « relocalisée » comme construction d'un capital social de proximité. Le cas des AMAP », *Regards sociologiques*, 40, pp. 59-75.
- Simard M., 2000, Communautés locale et espace-monde : les processus identitaires de la post-modernité », *Géographies et Cultures*, 36, pp. 3-21.
- Traversac J.B., Kebir L., 2010, Vers un ancrage territorial des relations producteur-consommateur en Île-de-France, enseignements tirés du cas des paniers de fruits et légumes, in Traversac J-B. (coord.), 2010, *Circuits courts, Contribution au développement régional*, Dijon, Educagri éditions.
- Vanier M., 2008, *Le pouvoir des territoires : essai sur l'interterritorialité*, Paris : Economica, 160 p.
- Venn L., Kneafsey M., Cox L., Dowler E., Tuomainen H., 2006, Researching European 'alternative' food networks : some methodological considerations, *Area Journal compilation Royal Geographical Society with The Institute of British Geographers*, 38, 3, pp. 248-258.
- Verhagen E., 2011, le consommateur en tant que consom'acteur, in G. Pleyers (dir.), *La consommation critique : Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris : Éd. Desclée de Brower, coll. Solidarité et Société, pp. 259-282.
- Vincq J-L., Mondy B., Fontorbes J-P., 2010, La confiance au cœur de la construction de la qualité dans les réseaux alimentaires de proximité, *Économie Rurale*, pp. 318-319.
- Winter M., 2003, Embeddedness, the new food economy and defensive localism, *Journal of Rural Studies*, 19 (1), pp. 21-32.
- Zimmer M., 2011, Les AMAP en France : entre consommation de produits fermiers locaux et nouvel ordre de vie, Pleyers G. (dir.), *La consommation critique : Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris : Édition Desclée de Brower, collection. Solidarité et Société, pp. 46-68.