

Spécialité Agronomie – Dominante AGIR

Stage de fin d'études
Formation Ingénieur AgroSup Dijon
Formation Initiale

*Le rôle des lieux de vie dans l'accès à
l'alimentation durable*

Stage réalisé du 16/03/2020 au 21/08/2020

Méline BERTEAUX

Enseignant référent
Matthieu DUBOYS DELABARRE

Tuteur de stage
Timothée HUCK

Les Jardins de la voie romaine
Aire du Loiret
45340 Beaune-la-Rolande

2020

Résumé

Le Nord du Loiret, caractérisé par ses plaines de grandes cultures, est un milieu rural en perte de dynamisme. A la croisée entre enjeux alimentaires et sociaux, les *Jardins de la Voie Romaine*, chantier d'insertion par le maraîchage biologique, projettent d'y faire fleurir des lieux de vie multiserviciels qui s'articulent autour d'une boutique de produits bio et locaux. Avec un lieu déjà fonctionnel et d'autres en projet, l'étude a pris la forme d'une recherche action. Elle espère apporter des clés de compréhension dans l'optique de mieux appréhender leur potentiel en matière d'accès à l'alimentation durable.

Pour ce faire, c'est une approche qualitative qui a été adoptée, sous forme d'entretiens semi-directifs auprès de trois catégories d'acteurs : des salariés, des clients et des organismes institutionnels. Il s'agit de recueillir leurs habitudes alimentaires et leurs logiques de consommation, leurs représentations et projections en matière d'alimentation durable, leurs expériences et impressions des *Jardins de la Voie Romaine*. Une analyse sociologique de ces données a permis de tirer des enseignements.

Les enquêtes ont d'abord mis en évidence l'ambivalence des individus dans leurs choix alimentaires. Dans le même temps, les représentations sociales mènent à des raccourcis réducteurs. Pour s'en détacher, plus que l'adoption d'une posture bienveillante, une déconstruction doit permettre la reprise en main de ses propres besoins. Ainsi, pour mettre les citoyens au cœur de leurs décisions, il s'agit de garantir des conditions favorables à l'appropriation tant physique que morale. Les lieux de vie apparaissent comme des supports privilégiés en ce qu'ils constituent un lieu de rencontre propice au lien social. Finalement, les lieux de vie ont un fort potentiel en matière d'accès à l'alimentation durable à condition toutefois de réaliser un travail réflexif préalable relatif à la dimension morale.

Mots-clés : Alimentation durable · Tiers-lieux · Accessibilité · Représentations · Appropriation

Summary

With its field crops plains, the rural area of North Loiret is losing momentum. At the crossroads between food and social issues, the *Jardins de la Voie Romaine* are an integration workshop through organic market gardening. It plans to create multiservice living areas centred on organic and local products shops. A place is already functional and others are in the planning stage. That is why the study took the form of an action research. It provides keys in order to better understand their potential regarding access to sustainable food.

In order to do this, a qualitative approach was adopted in the form of semi-structured interviews with three categories of stakeholders: employees, customers and institutional organizations. It was a question of collecting their eating habits and consumption logics, their representations and projections in terms of sustainable food, their experiences and impressions of the *Jardins de la Voie Romaine*. The sociological analysis of these data has led to learn lessons.

The surveys first highlighted the ambivalence of individuals in their food choices. At the same time, social representations lead to reductive leaps. To detach oneself from it, beyond adopting a benevolent position, a deconstruction must lead to the taking in hand of one's own needs. Thus, to put citizens at the heart of their decisions, it is a question of ensuring favourable conditions for both physical and moral appropriation. Living areas appear to be preferred supports inasmuch as they are a meeting place favourable to social cohesion. Finally, living areas have great potential in terms of access to sustainable food, provided that prior reflective work on the moral dimension is carried out.

Keywords: Sustainable food · Third place · Accessibility · Representations · Appropriation

Table des matières

Résumé	
Summary.....	
Table des matières	
Liste des acronymes.....	
Liste des figures.....	
Remerciements	
Introduction	1
Partie 1. Contexte	2
1.1. Contexte local.....	2
1.1.1. L'organisme d'accueil : une association dans l'air du temps	2
1.1.1.1. Les Jardins de la Voie Romaine	2
1.1.1.2. Le Réseau Cocagne.....	2
1.1.1.3. Les relais de la voie romaine	3
1.1.1.4. Quelques éléments sur la pratique	4
1.1.2. Un territoire rural entre perte de dynamisme et mutations : des opportunités à saisir ? 5	
1.1.2.1. Démographie.....	5
1.1.2.2. Emploi	5
1.1.2.3. Transports	5
1.1.2.4. Services et équipements.....	5
1.1.2.5. Culture et tourisme	6
1.1.2.6. Agriculture	6
1.2. Contexte général.....	6
1.2.1. Un modèle alimentaire en transformation	6
1.2.1.1. Des modes de consommation en progression	6
1.2.1.2. Des freins pluriels et souvent cumulés	7
1.2.1.3. Des leçons à tirer du modèle en crise de l'aide alimentaire.....	8
1.2.1.4. Vers un renouvellement des modes d'intervention.....	9
1.2.2. Des concepts au service d'enjeux.....	10
1.2.2.1. L'alimentation comme terreau de l'émancipation	10
1.2.2.2. Pour un décroisement au service de la transition socio-écologique.....	11
1.2.2.3. Les tiers-lieux comme support du changement	11
1.2.2.4. Changer de paradigme : s'emparer pour maîtriser.....	12
1.2.2.5. Démocratie alimentaire : entre ambitions et précautions.....	12
Partie 2. De la commande à la problématique	14
2.1. Un projet et une commande ambitieux.....	14
2.2. Cadre d'analyse	14
2.3. Le sens des mots.....	14

2.4.	Hypothèse	15
Partie 3. Méthodologie de l'étude.....		16
3.1.	Appropriation du sujet.....	16
3.2.	Démarche.....	16
3.3.	Populations enquêtées	17
3.3.1.	Les salariés	17
3.3.2.	Les clients.....	18
3.3.3.	Les personnes-ressource	18
3.4.	Présentation du guide d'entretien	19
3.5.	Autres matériaux	19
3.6.	Limites de l'étude	19
Partie 4. Résultats et analyse		20
4.1.	Des rapports à l'alimentation révélateurs de la complexité des individus.....	20
4.1.1.	Des motivations plurielles et singulières	20
4.1.1.1.	Des convaincus mesurés	20
4.1.1.2.	Des événements déclencheurs d'une remise en question	21
4.1.1.3.	Une expérience agricole précoce facilitatrice	21
4.1.1.4.	Un lien producteur-consommateur à retisser	22
4.1.2.	Des freins empreints de représentations	23
4.1.2.1.	Des réticents stigmatisés.....	23
4.1.2.2.	Un problème inhérent au territoire : l'accessibilité géographique.....	24
4.1.2.3.	L'obstacle économique explicitement et systématiquement énoncé	24
4.1.2.4.	Une activité chronophage décourageante	25
4.1.2.5.	Une question de priorisation	26
4.1.2.6.	Des mœurs difficiles à bousculer.....	27
4.1.2.6.1.	Le poids des habitudes.....	27
4.1.2.6.2.	La place de la femme remise en question	28
4.1.2.7.	Des représentations révélatrices d'une fracture socioculturelle.....	29
4.2.	Portée du lieu de vie de la Roseraie de Morailles, entre attentes et réalité.....	31
4.2.1.	Un projet remarquable apprécié et reconnu.....	31
4.2.2.	L'intégration sociale au cœur du travail d'insertion.....	32
4.2.3.	Des publics variés pour une mixité relative.....	33
4.2.4.	Des effets différenciés encourageants	35
4.3.	Des clés pour sensibiliser : entre potentiels et précautions	37
4.3.1.	Une phase de mobilisation délicate	37
4.3.1.1.	Des publics difficiles à atteindre.....	37
4.3.1.2.	S'appuyer sur des partenaires multiples	38
4.3.1.3.	Laisser la place à l'appropriation.....	40
4.3.1.4.	Rester vigilant à la symbolique des actes et des mots	41

4.3.1.5. Adapter la communication.....	42
4.3.2. Une approche renouvelée inscrite dans le long terme	44
4.3.2.1. Un processus lent qui demande de la persévérance	44
4.3.2.2. Le lien social comme support	44
4.3.2.3. Une mise en pratique incontournable	45
4.3.2.4. Un accompagnement complémentaire à ne pas négliger	46
4.3.2.5. Partir des centres d'intérêts.....	47
Conclusion	49
Liste des références bibliographiques.....	50
Annexes	53

Liste des acronymes

AB : Agriculture Biologique
ADEAR : Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural
ADEME : Agence de la transition écologique
AMAP : Association de Maintien de l'Agriculture Paysanne
AMI : Appel à Manifestation d'Intérêt
ANDES : Association Nationale de Développement des Epicerie DMTs Solidaires
CAF : Caisse d'Allocations Familiales
CCAS : Centre Communal d'Action Sociale
CIVAM : Centre d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu Rural
ESS : Economie Sociale et Solidaire
GAB : Groupement des Agriculteurs Biologiques
GABOR : Groupement des Agriculteurs Biologistes et biodynamistes de l'Orléanais et du Loiret
GMS : Grandes et Moyennes Surfaces
ha : hectare
JVR : Jardins de la Voie Romaine
MSA : Mutualité Sociale Agricole
ONU : Organisation des Nations Unies
PAT : Projets Alimentaires Territoriaux
PETR : Pôle d'Equilibre Territorial et Rural
SAU : Surface Agricole Utile
SIAE : Structure d'Insertion par l'Activité Economique

Liste des figures

Figure 1. Positionnement géographique des Jardins de la Voie Romaine dans le Loiret 3

Remerciements

Je tiens à remercier en premier lieu le directeur des *Jardins de la Voie Romaine* et maître de stage, Timothée Huck, de m'avoir fait confiance dans cette mission réflexive. A la croisée entre milieu agricole et milieu social, cette expérience a été d'autant plus enrichissante que j'ai pu mieux appréhender les enjeux sociaux de l'alimentation. Par ailleurs, j'ai été ravie de pouvoir assister et participer à des activités annexes plus opérationnelles, m'immergeant un peu plus dans le monde professionnel. Aussi, je le remercie de m'avoir initiée au modèle de société qu'il poursuit à travers les orientations de l'association et avec l'ambition et l'optimisme qui le caractérisent.

Je remercie par ailleurs toute l'équipe de salariés, permanents comme temporaires pour leur accueil chaleureux. Je tiens à souligner ma grande satisfaction de la philosophie de l'association et de la bienveillance qui s'y manifeste. Je suis reconnaissante du temps et de la confiance accordés par les personnes que j'ai interviewé et de l'effort fait par les encadrants pour me le permettre.

Je remercie également les acteurs institutionnels et clients des *Jardins de la Voie Romaine* qui ont répondu favorablement à ma sollicitation pour un entretien. Leurs témoignages ont été indispensables à la prise de recul et à la compréhension des logiques de consommation.

Un grand merci à mon enseignant référent Matthieu Dubois de Labarre pour sa grande disponibilité et réactivité tout au long du stage. Il a été d'une grande aide quand il s'agit de recadrer le sujet, d'établir la méthodologie et de réaliser l'analyse. Je le remercie pour ses précieux conseils en réponse à mes interrogations.

Je remercie l'équipe pédagogique de la dominante AGIR de s'être investie et de nous avoir apporté une vision renouvelée du monde agricole. Je suis pleinement satisfaite de l'angle transversal sous lequel les modules ont été abordés. Cette année a pour ainsi dire été celle qui m'a permis de trouver ma voie, en adéquation avec mes aspirations. J'ai une pensée pour mes camarades qui ont fortement contribué à la bonne ambiance de la dominante.

Enfin, je remercie Agrosup Dijon de m'avoir donné l'opportunité de réaliser ce stage enrichissant tant professionnellement que personnellement. De manière plus générale, je quitte l'école pleine d'espoir et de détermination et avec le sentiment d'avoir un rôle déterminant à jouer dans la construction d'un modèle plus résilient.

Introduction

De la planète au citoyen, les effets des crises environnemental, sociale et économique se font ressentir à toutes les échelles. Face à l'inaction apparente des nations, des mouvements citoyens s'organisent pour répondre aux enjeux de durabilité et aux besoins non satisfaits qui en découlent. Ils questionnent les modes d'organisation et de consommation et imaginent de nouvelles manières d'agir innovantes.

Ces dynamiques prennent vie pour la plupart dans le collectif. Leur support est alors souvent un lieu de vie : cafés associatifs, ateliers de réparation, espaces de coworking, magasins coopératifs. Plus que des tiers-lieux, associés au numérique et nés dans les villes dans un but commercial, ils ont, en milieu rural, un tout autre objectif : celui de redynamiser les villages. Pour cela, la dimension sociale y est grandement privilégiée. Par ailleurs, ils jouent la carte de la transversalité en traitant des problématiques conjointement. C'est le cas de l'association les *Jardins de la Voie Romaine* qui m'a accueillie. Chantier d'insertion, producteur de légumes biologiques, vendeur de produits locaux, animateur de lieux touristiques, elle mise sur la complémentarité de ses activités pour répondre aux enjeux sociétaux.

Ces dernières décennies, les produits alimentaires biologiques et locaux font l'objet d'un fort engouement en réaction à des préoccupations variées relatives à la protection de l'environnement, à la santé, au lien social... Ces pratiques alimentaires ne sont toutefois pas généralisées dans la mesure où elles sont confrontées à des réticences diverses. Dans le Nord Loiret, zone agricole où les grandes cultures s'étendent à perte de vue et où l'agriculture biologique peine à s'imposer, ces mutations semblent d'autant plus modérées.

Dans le même temps, en France encore en 2018, 5.5 millions de personnes ont eu recours à l'aide alimentaire. Si elle est devenue indispensable à certains ménages – alors même qu'elle a une vocation d'urgence –, elle l'est aussi pour écouler les surplus des filières agricoles industrielles. De plus, son organisation actuelle est un frein à l'émancipation des publics et tend à les entretenir dans un cercle vicieux de marginalisation. Ce modèle de plus en plus critiqué est en réalité révélateur des rapports de domination plus insidieux qui se manifestent dans la société et en particulier sur la question de l'alimentation.

L'association des *Jardins de la Voie Romaine* est confrontée à un paradoxe faisant écho à ces constats : ses salariés en insertion peuvent se trouver en situation de précarité alimentaire alors même qu'ils produisent des produits biologiques. Ainsi, à la croisée entre promotion de l'alimentation durable et lutte contre les inégalités, ma structure se questionne sur son juste positionnement. Elle souhaite notamment mieux appréhender dans quelle mesure les lieux de vie comme le sien peuvent contribuer à lever des freins dans l'accès à l'alimentation durable. C'est en ce sens que le sujet a convergé vers la question :

Quel rôle des lieux de vie dans l'accès à l'alimentation durable ?

D'abord, une contextualisation locale du territoire et de la structure puis générale permettent de resituer le projet global et le sujet au regard des enjeux. Ce cheminement mène au recadrage de la problématique. La méthodologie est ensuite explicitée et justifiée. Puis, les résultats sont présentés et interprétés en trois parties faisant l'objet de conclusions partielles pour finir par une conclusion.

Partie 1. Contexte

1.1. Contexte local

1.1.1. L'organisme d'accueil : une association dans l'air du temps

1.1.1.1. *Les Jardins de la Voie Romaine*

La structure hôte *Les Jardins de la Voie Romaine*, un jardin de Cocagne, est une association Loirétaines qui accompagne des personnes confrontées à des accidents de parcours variés vers le retour à l'emploi par le maraîchage biologique, du semis à la vente. Elle est qualifiée de chantier d'insertion. Il s'agit, en s'appuyant sur une activité support, de permettre aux salariés en insertion de rebondir. Bien plus que de leur apporter des compétences, leur passage aux JVR (*Jardins de la Voie Romaine*) contribue à leur prise de confiance et les aide à dépasser leurs difficultés, personnelles comme professionnelles. Ils sont pour cela encadrés dans la production de produits biologiques mais bénéficient aussi d'un accompagnement individuel et collectif dans le cadre de leur parcours d'insertion.

L'activité a commencé en 2010 au jardin maraîcher du Beaunois (5 ha) sur un délaissé d'autoroute à Beaune-la-Rolande où se situe le siège de l'association. Un deuxième site vient s'y greffer en juillet 2018 à la Roseraie de Morailles (2,5 ha) dans la zone artisanale de Pithiviers-le-Viel, roseraie du célèbre rosiériste André Eve. S'y rattache une boutique qui commercialise les légumes produits mais aussi des produits bio et locaux. Le café associatif attenant permet de profiter du cadre de la roseraie, elle-même ouverte à la visite libre ou guidée. L'essentiel de la production est toutefois vendu sous forme de paniers sous réserve d'abonnement.

Ainsi, l'association aspire à un modèle qui recrée une logique entre environnement, agriculture et social, volets trop souvent cloisonnés. Elle porte par ailleurs des projets ambitieux dépassant le cadre du maraîchage : plateforme logistique pour l'approvisionnement de la restauration collective, maison des semences paysannes, projet *La voie des abeilles* (miel et vergers biologiques), archipel Cocagne (incubateur de micro-entreprises agroécologiques), création de « relais » (réouverture de lieux multiserviciels au cœur des villages) ... (Les Jardins de la Voie Romaine, 2019). Ce dernier a en partie inspiré le sujet de la présente étude.

1.1.1.2. *Le Réseau Cocagne*

La structure est membre du Réseau Cocagne (RC). Association créée en 1999, ce réseau fédère les 120 Jardins de Cocagne actifs et en projet en France. Il soutient les projets en facilitant la mutualisation et le partage d'acquis, d'expériences et d'outils. Son rôle d'animation est donc structurant. A notamment été engagé une réflexion sur les *tiers-lieux alimentaires à dimension sociale et nourricière* qu'ils voient comme des espaces de reprise du pouvoir, en particulier sur la question de l'alimentation. Les JVR, deuxième jardin à avoir engagé un projet de tiers-lieu, y prennent d'ailleurs activement part.

De manière générale, le réseau s'attache à « *renouveler le modèle de solidarité et inventer les métiers de demain, ceux de la transition écologique et sociale de notre économie* » (Réseau Cocagne, 2019). Dans cette optique, ils ont lancé le programme des Paniers Solidaires qui consiste, pour les jardins, à fournir des paniers bio à des prix solidaires pour des ménages à petits revenus.

Sont qualifiés de Jardins de Cocagne des associations membres du Réseau Cocagne. Ce sont des chantiers d'insertion par le maraîchage biologique auquel peuvent s'ajouter d'autres domaines tels que l'éducation à l'environnement. Ils sont conventionnés en tant que SIAE

(Structures d'Insertion par l'Activité Economique). Les Jardins de Cocagne adhèrent à une charte (Réseau Cocagne, 2019) aux objectifs complémentaires :

« - Lutter contre les exclusions et la précarité en mobilisant les conditions d'un retour à l'emploi durable de femmes et des hommes en difficultés sociales et professionnelles, au moyen d'une activité valorisante ;

- Produire des légumes dans le respect du cahier des charges de l'Agriculture Biologique ;

- Commercialiser la production en priorité auprès d'un réseau d'adhérents-consomm'acteurs ;

- Intégrer et collaborer avec le secteur professionnel agricole local. »

1.1.1.3. Les relais de la voie romaine

Ce projet d'envergure projette la réouverture de lieux multiserviciels sur le modèle de la Roseraie. Cette dernière est le premier relais de la structure, et fait donc l'objet d'expérimentations dans une optique d'amélioration. Pouvant être qualifiée de tiers-lieu, elle est projetée comme un lieu générateur de lien social entre café associatif, rencontres littéraires, expositions, ateliers, concerts, conférences, boutique de produits locaux. En favorisant les rencontres entre individus de milieux différents, le relais veut créer le terreau d'une société qui trouve ensemble des solutions aux enjeux du développement durable. Ce lieu est tenu par les salariés en parcours d'insertion dans l'optique de les placer au cœur de la dynamique. L'idée est de créer ce qui pourrait être l'élément centrale d'une nouvelle société, de « bâtir avec les exclus d'aujourd'hui la société inclusive de demain » (Les Jardins de la Voie Romaine, 2019).

L'ambition est d'impulser l'émergence d'autres relais du même type dans les lieux stratégiques que sont des cafés de village ou des lieux touristiques aujourd'hui fermés. Cette idée fait sens face au constat de perte progressive de services basiques et par conséquent de lien social dans les territoires ruraux du Nord Loiret. En en maillant le territoire, il s'agit de mettre fin à l'isolement des habitants et par la même occasion de massifier les circuits courts face à une demande qui explose. En second plan, le but est de structurer un « triangle nourricier » recréant du lien entre milieux urbain (villes consommatrices) et rural (territoires producteurs).



Figure 1. Positionnement géographique des Jardins de la Voie Romaine dans le Loiret
(Source : Google Maps)

1.1.1.4. Quelques éléments sur la pratique

La phase d'observation ayant été cruciale pour l'appropriation des logiques de fonctionnement, quelques clés de compréhension sont fournies ici.

Sur chacun des sites, ce sont entre 15 et 20 salariés en insertion (38 salariés en tout au 28 juillet 2020) qui sont encadrés par un total de 5 encadrants techniques et un chef de culture. L'activité principal est le maraîchage mais selon les compétences, certains participent à l'entretien de la roseraie (des bénévoles y contribuent par ailleurs), sont en charge de la commercialisation ou de la livraison des paniers ou encore, organisent la vie de la Roseraie (accueil, visites, animations, boutique). En termes d'avantages, les personnes travaillant dans l'association ont le droit à 50% de remise sur les légumes produits sur place et ont accès gratuitement aux légumes hors calibre ou abîmés, ce qui est communément appelé le *Servez-vous* ou *Les légumes du jardinier*.

A noter que le nombre d'adhérents s'élève à 600 dont 450 sont abonnés aux paniers. Parmi eux, 25 sont des paniers solidaires distribués dans le Nord du Loiret dont l'essentiel au CCAS (Centre Communal d'Action Sociale) de Pithiviers. Le principe de l'abonnement consiste à s'engager sur un an à payer son panier (deux formats) à un prix constant sur l'année, la valeur du contenu étant régularisée selon l'abondance des saisons. Les abonnés viennent chercher chaque semaine leur panier dans le point de dépôt qu'ils auront choisi. L'association en livre 19 dont la moitié dans le Sud de la région parisienne (77) et l'autre partie répartie dans le Nord Loiret à proximité des lieux de production dont un au Jardin Beaunois et un à la Roseraie.

En parallèle de l'activité support de l'insertion, un accompagnement socioprofessionnel est assuré. Il s'agit, de manière progressive, de soulever les freins à l'emploi puis de les dépasser de la manière la plus adaptée (formation, stages en immersion, passage du permis de conduire, prise en charge médicale...). En moyenne, le temps de séjour des salariés en insertion est de 18 mois, le maximum possible étant 2 ans. C'est de ce fait qu'on parle de salariés temporaires.

Les événements organisés, en grande majorité à la Roseraie, prennent diverses formes. A titre d'exemples : conférence d'ornithologie, rencontres littéraires, expositions et ateliers artistiques, atelier poésie, ciné-concerts, concerts, spectacles, atelier teinture végétale, atelier de construction de jeu de palets, atelier pickles de légumes, illumination nocturne de la roseraie... Jusqu'à récemment, ils ne faisaient pas l'objet d'une programmation officielle mais étaient plutôt le fruit d'opportunités. C'est désormais une mission de l'encadrante technique. A noter que les intervenants peuvent être des volontaires comme des professionnels, moyennant dans ce cas une rémunération qui explique les rétributions demandées aux participants. Cela vaut surtout pour les ateliers, les autres animations étant pour la plupart du temps en entrée libre. En interne, des animations ont aussi été réservées aux salariés : élaboration et représentation d'une pièce de théâtre animée par le Théâtre des minuits, atelier Bien être, ateliers MSA sur l'hygiène, le sommeil, les courses etc., moments de convivialité et de cuisine pour les fêtes comme Noël.

Pour ce qui est de la communication, les JVR ont misé sur le bouche-à-oreille et ont préféré ne pas engager de campagne de communication de grand ampleur. Cette stratégie a un double intérêt, laissant à la fois un temps d'ajustement à la structure notamment à la Roseraie dont l'organisation des activités nouvelles a dû être testée et adaptée, et d'autre part permettant une appropriation progressive des lieux et par là, la construction d'une identité.

Par son atypicité, ce projet se démarque dans son territoire. En contribuant à redynamiser le Nord Loiret, il semble proposer une réponse cohérente aux enjeux d'ordre sociaux et agricoles qui s'y jouent.

1.1.2. Un territoire rural entre perte de dynamisme et mutations : des opportunités à saisir ?

Un aperçu des dynamiques du territoire permet d'apporter des éléments de compréhension du contexte local dans lequel s'inscrit le projet de la structure ¹.

1.1.2.1. Démographie

Avec près de 53 000 habitants en 2017, la population de la zone d'emploi de Pithiviers représente 8% de la population départementale avec comme chef-lieu et plus gros pôle du bassin, Pithiviers, ville de 9000 habitants en 2017. Avec 60,4 hab/km², cette zone rurale a une densité bien inférieure à celle du département (INSEE, 2019).

Depuis une vingtaine d'années, ce territoire voit sa population se repeupler avec un ralentissement ces dix dernières années. Cela s'explique par des soldes naturels et migratoires positifs. En effet, l'immobilier et le cadre de vie sont attractifs pour les habitants des régions parisienne et orléanaise. Il s'agit d'une population active jeune qui tend à rajeunir le territoire face à une population vieillissante.

1.1.2.2. Emploi

L'emploi est caractérisé par une grande part d'ouvriers liée à l'importance de l'industrie dominée par le secteur de l'imprimerie et de l'agroalimentaire (sucreries, malterie). En conséquence, près de la moitié des emplois appartiennent à la sphère productive c'est-à-dire correspondent à la production de biens consommés hors du territoire et ne répondant donc pas aux besoins des habitants et usagers du territoire (Région Centre, 2014).

Avec le recul de certaines industries, le territoire fait face à une perte continue d'emploi avec en conséquence une hausse des demandes d'emploi. En 2017, le taux de chômage y est de 13,9% soit un taux supérieur à ceux du département et de la région (INSEE, 2019).

1.1.2.3. Transports

Le territoire est au cœur du triangle autoroutier entre A10 à l'Ouest et A6 à l'Est qui rejoignent Paris et A19 qui les relie d'Est en Ouest. Sur le plan ferroviaire il est largement moins desservi depuis la fermeture de la ligne s'arrêtant à Pithiviers en 1969, et ce malgré une forte demande de la population, qui doit se contenter des lignes à l'Est ou à l'Ouest du territoire.

Sans surprise, les flux domicile-travail sont orientés vers Paris et Orléans, et vers Pithiviers en interne, la voiture étant le moyen privilégié.

1.1.2.4. Services et équipements

Comme beaucoup de zones rurales en France, le Nord Loiret fait face à une désertification des services et équipements (commerce, social, culture, santé). La répartition éparse de la population ne facilite pas cet accès. C'est en particulier assez critique en ce qui concerne l'offre médicale, insuffisante, avec une densité médicale de 244 tous médecins confondus pour

¹ L'état des lieux qui suit se base grandement sur un document (Région Centre, 2014) considérant le bassin de vie de Pithiviers et utilisant des données datant d'une dizaine d'années que j'ai confronté aux données de l'INSEE, plus récentes mais qui ne donnent malheureusement accès qu'au zonage « Zone d'emploi » (INSEE, 2019). J'ai considéré ces deux zonages cohérents avec la zone d'action de l'association que le directeur appelle Nord Loiret dans la mesure où elles sont relativement superposables.

100.000 habitants en 2018 (contre 338 en moyenne nationale) (INSEE, 2019 ; ARS, 2017). Ce phénomène témoigne de la perte de dynamisme et d'attractivité du territoire.

1.1.2.5. Culture et tourisme

La zone est assez peu réputée pour ses lieux touristiques à quelques exceptions près comme la Roseraie de Morailles d'André Eve. En conséquence, l'offre d'hébergements touristiques est limitée. Par ailleurs, le niveau d'équipement culturel et sportif est modeste et concentré dans les pôles d'Orléans et de Pithiviers.

1.1.2.6. Agriculture

Aux confins des régions agricoles de la Beauce et du Gâtinais, ce territoire rural est dominé et connu pour ses grandes cultures (Agreste CVL, 2019). Malgré sa résistance aux changements de pratiques, la région laisse entrevoir une évolution vers de nouvelles agricultures, que ce soit le bio pour le mode de production ou le circuit court pour le mode de commercialisation. Bien qu'en retard en matière d'AB, le Loiret affiche la plus grosse progression de la région avec +23.3% de fermes et +19% de surface pour une SAU de 2,3% (BioCentre, 2019). Le département est d'ailleurs le leader régional en nombre d'exploitations maraîchères bio au nombre de 52 en 2018 (Chambre d'Agriculture CVL, 2019). D'après la Chambre d'Agriculture du Loiret (entretien), ce sont près de 700 agriculteurs qui sont engagés dans une démarche de circuit court et un nombre croissant qui y songe.

Finalement, l'histoire agricole et industrielle du Nord Loiret et l'attractivité de la capitale et des agglomérations voisines ont contribué à vider cette campagne dont les habitants font face à un isolement géographique et social. Pour autant, aujourd'hui, des signaux faibles laissent croire à un possible renouveau d'un territoire sous influence citadine : population jeune et dynamique travaillant en ville, évolution des pratiques agricoles, il semblerait que des opportunités soient à saisir. C'est l'ambition des *Jardins de la Voie Romaine* qui souhaitent en faire un territoire de transition. Ce projet associatif s'inscrit dans un contexte plus global de mutations des modes de consommation et de remise en question des systèmes alimentaire et social.

1.2. Contexte général

1.2.1. Un modèle alimentaire en transformation

1.2.1.1. Des modes de consommation en progression

Une étude récente lancée par le département du Loiret et la Chambre d'Agriculture dans le cadre du PAT (Projet Alimentaire Territorial) *Mangeons Loiret* révèle les habitudes et pratiques des habitants, en commençant par sonder ce qu'ils entendent par 'bien manger' : manger de saison (77%), local (57%), le bio intervenant bien plus tard avec 23% (Département du Loiret, 2020). Du côté des producteurs comme des consommateurs, les raisons systématiquement évoquées pour justifier l'engagement dans ces mode de consommation sont la protection de l'environnement et de la santé (Agence Bio, 2020), la rémunération juste du producteur, la perte de confiance vis-à-vis de la provenance et du mode de production des aliments (Caisse des Dépôts et al., 2017), la saisonnalité ou encore la qualité (Département du Loiret, 2020).

En témoigne la progression continue en matière d'achats alimentaires en circuits courts avec 10-15% des achats en circuits courts en 2017 (CRESS, 2017) contre 6-7% en 2010, et 41% des consommateurs consommant régulièrement en circuits courts. Bien que la majorité des achats alimentaires soit encore effectuée en GMS, les marchés sont le lieu d'achat privilégié des produits locaux (Ipsos, 2014 ; Département du Loiret, 2020). Toujours en ce qui concerne les

circuits d'approvisionnement, la moitié des interrogés Loirétains affirment ne pas fréquenter les circuits courts, dont 41% l'expliquent par une méconnaissance de ces circuits et 34% par un manque de temps. A ce propos, un fort souhait est exprimé de voir se développer des magasins de producteurs ou de produits locaux (76%) ou encore la vente en directe (70%) (Département du Loiret, 2020).

A noter qu'il existe beaucoup de littérature sur le développement et les effets des circuits courts mais elle ignore souvent la question de l'accès. Il serait pourtant bon de s'y attarder pour casser les idées reçues, notamment sur le coût. A titre d'exemple, il a été démontré que l'achat en AMAP et au marché n'est pas plus cher qu'en GMS (Mundler, 2013).

L'engouement autour de l'AB se manifeste quant à lui par de multiples études de consommation. Ainsi, en 2019, 14% des consommateurs disent avoir eu une consommation quotidienne de produits bio et 71% une consommation mensuelle (Agence Bio, 2020). A noter qu'une forte part de marché de l'AB est détenue par les GMS qui dans le même temps, font de plus en plus l'objet de méfiance de la part des consommateurs. En particulier, le bio industriel est reproché de reproduire les travers de la grande distribution : circuits longs, forte négociation des prix aux producteurs, manque de transparence (Douillet, 2016). Le frein majeur évoqué est sans surprise le prix : moins d'économies d'échelle, juste rémunération du producteur, les prix peuvent être 50 à 150% fois plus cher que les produits standards de GMS. Malgré cela, la pédagogie et la communication ont permis de faire intégrer l'écart de prix à de nouveaux publics avec un intérêt croissant chez les catégories socioprofessionnelles moins aisées pour qui l'accessibilité a par ailleurs été grandement facilitée via les GMS (Agence Bio, 2020 ; Caisse des Dépôts et al., 2017).

L'adoption de ces modes de consommation alimentaire reste toutefois limitée, notamment en raison de freins complexes autour de l'alimentation.

1.2.1.2. Des freins pluriels et souvent cumulés

Depuis l'après-guerre, la part de budget consacrée à l'alimentation n'a fait que décroître grâce à une baisse des prix permise par les économies d'échelles imputables à l'industrialisation de l'agriculture, passant de 35% du budget en 1960 à une moyenne de 20% en 2014 (Caisse des Dépôts et al., 2017). Ce budget dégagé a ainsi pu être injecté dans d'autres postes de dépenses comme dans les loisirs, conditionnant déjà à l'époque l'inclusion sociale. Cette volonté de normalité est telle que c'est l'alimentation qui est devenue la variable d'ajustement tout en restant un facteur d'intégration sociale (Paturel, 2018).

Pour les ménages précaires aujourd'hui, l'achat alimentaire est d'autant plus problématique qu'ils y consacrent une part de leur budget plus importante que les classes moyennes (22% contre 18%). Ainsi, le prix fait partie des critères décisifs lors de l'achat alimentaire. Pourtant, au contraire de ce qui pourrait être communément admis, les difficultés économiques sont loin d'être le seul frein dans l'accès à une alimentation (Douillet, 2016).

Les difficultés de mobilité, souvent indissociables des freins économiques, sont un facteur conditionnant l'accès physique à l'alimentation. En parallèle, la faible densité d'enseignes de distribution, en particulier les magasins spécialisés, dans les campagnes est une barrière géographique supplémentaire. Ainsi, l'éloignement géographique, notamment en contexte rural n'est pas à sous-estimer au regard de l'obstacle qu'il constitue dans l'accès à l'alimentation (CIVAM, 2019).

La dimension socioculturelle quant à elle conditionne les rapports à l'alimentation, en particulier les pratiques culinaires mais aussi les modes d'approvisionnement ou encore les

conditions de la prise des repas. En ce sens, elle peut constituer un obstacle tenace quand il s'agit de bousculer les habitudes. Typiquement, la sous-consommation de certains produits est attribuée au manque de savoir-faire culinaires, au manque de motivations pour les courses ou la cuisine au regard du temps demandé, à l'absence d'attrait sensoriel...(Blanchot, Téhoueyres, 2018). A noter toutefois que si la plupart des composantes de l'alimentation est sujet à critiques, il semble persister un invariant : la convivialité.

Enfin, et peut-être même par-dessus tout, les représentations sociales y sont pour beaucoup dans les modes de consommation. Avec le développement de l'agroalimentaire, les produits préparés se sont symboliquement imposés comme vecteurs d'intégration sociale. Souhaitant s'inscrire dans une normalité, un standard, certains publics se sont donc dirigés vers cette alimentation industrielle (Douillet, 2016). Aujourd'hui, l'émergence des labels et circuits courts vient remettre en question cet acquis et fait face à des réticences. En effet, ces modes de consommation sont culturellement associés en ce qu'ils permettent aux classes supérieures de se distinguer. En dictant ce que devrait être la 'bonne' consommation, elles créent et entretiennent une fracture socioculturelle, qui se manifeste par ailleurs dans d'autres secteurs (Douillet, 2016).

Ces freins, du plus commun au plus symbolique, témoignent des difficultés auxquelles sont confrontés les individus. En particulier, des ménages peinent à se nourrir tant quantitativement que qualitativement et peuvent même avoir recours à l'aide alimentaire.

1.2.1.3. Des leçons à tirer du modèle en crise de l'aide alimentaire

Avec un français sur cinq en situation d'insécurité alimentaire (Ipsos, 2018) et 5.5 millions de français ayant eu recours à l'aide alimentaire en 2018 (IGAS, 2019), cette dernière répond à un réel besoin, qui plus est grandissant. En apparence, l'aide alimentaire semble donc pallier un problème de société mais paradoxalement, son existence ne fait que conforter ce système. En effet, l'aide alimentaire est en réalité le dernier maillon indispensable à l'écoulement des surplus issus d'une agriculture productiviste, une sorte de débouché tampon (Douillet, 2016). Finalement, l'aide alimentaire, repose sur le gaspillage alimentaire et l'entretient à la fois. Elle est donc un prétexte pour ne pas interroger toute la chaîne de production (CIVAM, 2019). Pourtant, c'est cette surproduction qui contribue en partie à la précarité alimentaire, le coût des pertes étant intégré dans le prix d'achat.

Dans son fonctionnement propre aussi l'aide alimentaire fait l'objet de critiques. D'abord, bien que le besoin soit réel, la nourriture fournie ne répond généralement pas aux préférences, aux régimes alimentaires, aux cultures alimentaires. Invendus, produits déclassés, défraîchis, issus des circuits longs de l'agroalimentaire, plats préparés ou surgelés, fruits et légumes sous distribués, la nature des dons, de faible qualité et de diversité limitée, ne fait qu'entretenir la marginalisation, renvoyant à une image dévalorisante. Ainsi, l'absence de choix fragilise les fonctions sociales, symboliques et culturelles de l'alimentation (CIVAM, 2019). Le système de don en lui-même est aussi critiqué, ne favorisant pas la dignité par impossibilité de réciprocité. La contrepartie est pourtant hautement symbolique quand il s'agit d'inclusion.

A cela s'ajoutent les injonctions et les contrôles d'éligibilité intrusifs et infantilisants. Les rapports bénévoles/bénéficiaires reproduisant les rapports de domination sont par ailleurs souvent mal vécus (CIVAM, 2019). Rompre avec cette dissymétrie commence par utiliser des mots justes et non discriminants. A noter toutefois qu'il est préférable que le modèle social soit stabilisé pour éviter au système de bénévolat l'épuisement et le désengagement voire l'animosité.

Sur le plan nutritionnel, les ménages précaires ont tendance à ne pas manger en quantité suffisante, à se diriger vers des aliments roboratifs, peu qualitatifs, leur alimentation est riche en sucres et en matières grasses et pauvres en produits frais, leurs régimes déséquilibrés (Lohier-Fanchini, Saleilles, 2016). Une corrélation flagrante a été démontrée entre niveau de revenu et taux de maladie cardiovasculaire. Plus qu'une violence morale, les classes populaires sont donc sujettes à des violences physiques qui ne font qu'entretenir un cercle vicieux. En effet, le manque de moyens ne permet pas d'accéder à une alimentation saine et donc à une certaine santé, physique comme économique (Douillet, 2016 ; Précigout, Téhoueyres, 2015). La précarité alimentaire a donc des atteintes visibles (maladies, isolement physique) comme invisibles (isolement social, frustration, stigmatisation, ...).

Ces violences multiples ont tendance à s'inscrire dans la durée, ce qui n'aurait dû être qu'une aide d'urgence étant devenu la seule solution pour certains ménages (CIVAM, 2019). Ainsi, début des années 2010, une personne accueillie sur cinq l'était depuis au moins cinq ans (ABENA, 2013). Au final, on retrouve dans l'aide alimentaire les mêmes travers reprochés aux GMS autrement dit, l'impossibilité pour les plus défavorisés d'accéder à une alimentation adaptée. Cela est contraire au droit à l'alimentation décrit par l'ONU comme le droit d'être à l'abri de la faim et enrichi par Olivier de Schutter, ancien rapporteur spécial sur le droit à l'alimentation au conseil des Droits de l'Homme de l'ONU avec l'ajout du terme durable, apportant la dimension environnementale (Douillet, 2016).

1.2.1.4. Vers un renouvellement des modes d'intervention

Face au système stigmatisant des structures caritatives dont les plus connues sont les Restos du cœur, le Secours catholique et la Croix Rouge, la contribution, bien que minime, demandée par les épiceries sociales et solidaires a été un premier pas dans la restauration de la dignité des personnes, les réintégrant dans une sorte de normalité (Blanchot, Téhoueyres, 2018). Les produits restent toutefois les mêmes, produits transformés, non choisis et de qualité nutritionnelle moindre.

En réponse, des initiatives d'introduction de produits locaux notamment portées par le réseau ANDES ont vu le jour. Elles ont fait l'objet du programme Ecoalès, cherchant à évaluer les impacts de l'intervention du réseau sur les publics impliqués. Il a été constaté assez peu d'enthousiasme chez les bénéficiaires autour de ces produits peu familiers. Une conclusion de l'étude a souligné l'importance de l'implication des personnes en question dans le succès de l'initiative : « la construction du programme par le bas ». La valorisation des compétences a aussi été notifiée comme un levier de changement de pratiques, typiquement à travers les pratiques traditionnelles culturelles (Dubois de Labarre, 2016 ; Précigout, Téhoueyres, 2015 ; Lohier-Fanchini, Saleilles, 2016).

D'autres pistes diffuses ont été relevées dans la littérature. Avant toute chose, le captage des publics est une étape coûteuse, chronophage et délicate, bien qu'indispensable. En effet, c'est un travail de persévérance qui consiste à mobiliser des publics pas toujours réceptifs et qui demande de prendre des précautions pour éviter de rebuter. Une approche participative et ludique semble bénéfique, notamment auprès des publics ne s'identifiant pas à ces sujets (Lohier-Fanchini, Saleilles, 2016). Un appui sur les relations de confiance et les réseaux informels est à privilégier. Aussi, une communication adaptée pourrait faciliter la mobilisation comme la sensibilisation, en réponse notamment à la méconnaissance des circuits d'approvisionnement (Département du Loiret, 2020).

La sensibilisation est mentionnée de toutes part comme dans l'étude de consommation des Loirétains : 'Sensibiliser à l'intérêt du bien manger'. La sensibilisation des publics est envisagée sous forme d'animations misant sur la rencontre et la convivialité : visites de fermes, ateliers... Une entrée par le goût et le plaisir semble favorable, ces critères occupant généralement les premières places dans les critères de choix. Il est à rappeler toutefois que les processus de sensibilisation et d'éducation sont lents (Lohier-Fanchini, Saleilles, 2016).

Par ailleurs, un changement systémique n'est pas envisageable sans une implication de tous les acteurs ; la sensibilisation ne doit donc pas se limiter à une fraction de mangeurs mais s'étendre aux élus, décideurs, consommateurs, maillons de la filière alimentaire. Finalement, l'enjeu est de réinscrire l'alimentation dans un cadre collectif et politique. En effet, la responsabilité individuelle est limitée dans la mesure où l'alimentation relève de choix structurels et politiques. Là est l'intérêt de porter des causes collectivement pour toucher le politique. La limite de ce genre de communautés est qu'elles constituent souvent des microcosmes reproduisant les exclusions de la société, ce qui peut même s'avérer contreproductif (Douillet, 2016 ; Paturel, 2018).

Ces mutations mêlant enjeux alimentaires et sociaux font l'objet de mobilisations citoyennes croissantes dans la poursuite d'un modèle sociétal plus juste et résilient. Ces idéaux et les moyens d'y parvenir sont conceptualisés par un certain nombre de notions.

1.2.2. Des concepts au service d'enjeux

1.2.2.1. *L'alimentation comme terreau de l'émancipation*

L'alimentation est un marqueur fort des inégalités sociales. Cela transparaît en particulier dans les structures d'aide alimentaire entre produits issus de l'agro-business, fonctionnement descendant et ancrage dans les circuits longs. Ainsi, et malgré les idées préconçues, les enjeux alimentaires mais aussi environnementaux n'échappent pas aux publics défavorisés qui sont les premières victimes de la crise écologique, entre précarité énergétique et modèles de consommation à bas coût (Précigout, Téhoueyres, 2015 ; Delavigne, 2012).

Dans le même temps, l'alimentation est présentée comme un terrain propice à l'activation de capacités. En effet, sa maîtrise est une composante de l'estime de soi avec le choix comme expression de sa capacité d'agir (CIVAM, 2019). Il est d'autant plus facile de mobiliser sur cette question qu'il s'agit d'un besoin primaire. En outre, plus qu'un simple apport nutritif, l'alimentation est vectrice de sens. Samuel Hibaux va plus loin en expliquant : « La participation à des réseaux alimentaires alternatifs agirait comme catalyseur de prise de conscience, d'un positionnement critique vis-à-vis du système agro-alimentaire, et par là amènerait les adhérents à devenir plus facilement acteurs de ces changements » (Douillet, 2016). Ainsi, certains sociologues ont analysé l'accès à la consommation comme un signe d'accès à la citoyenneté (Précigout, Téhoueyres, 2015).

Il semblerait donc que la transition alimentaire puisse servir à l'intégration sociale. La chercheuse Yuna Chiffolleau en a démontré la possibilité dans *Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires* avec l'exemple du circuit court comme moyen d'émancipation. En effet, l'achat en circuit court permettrait de reconnecter producteurs et consommateurs et par là de redonner l'accès à l'information et aux savoirs. C'est cette réappropriation des enjeux qui mène à leur reprise en main et qui permet indirectement, par l'engagement, de retrouver une place dans la société (Chiffolleau, Prevost, 2012).

1.2.2.2. *Pour un décroisement au service de la transition socio-écologique*

En découle la question du décroisement au sein des systèmes alimentaires. Il s'agit de reconnecter agriculture et alimentation, éloignés par un modèle agroalimentaire qui cisaille le système en intermédiaires spécialisés, par une mise en réseau des acteurs et des activités (Lamine, Chiffolleau, 2012). Mais la question de l'alimentation n'est qu'un indicateur de l'état du système entier et révèle des enjeux de plus grande ampleur.

Les crises sociales et environnementales actuelles sont encore souvent traitées séparément, faute de prise en considération des liens étroits qu'elles peuvent entretenir. Comme de nombreuses recherches le suggèrent, il s'agit donc de décroiser enjeux sociaux et environnementaux et même d'aller plus loin en considérant leur interdépendance et leur complémentarité. C'est cette démarche qu'a entreprise le Réseau CIVAM dans le cadre du projet Accessible engagé sur la période 2016-2019. Le but était de faire travailler monde social et monde agricole de concert pour mettre en évidence les liens qu'ils entretiennent. Faisant le constat que les critères d'agriculture durable ne prennent pas en compte l'accès de tous, l'objectif a été de proposer un autodiagnostic visant à amener à une prise de recul et à nourrir et animer le débat au sein des initiatives se présentant comme structures d'accès à l'alimentation durable. Pour eux, il s'agit de « penser en termes d'accès a priori et pas a posteriori », en amont de la production et pas en aval (CIVAM, 2019).

Cette capacité à décroiser et traiter conjointement certains enjeux sociétaux est assez caractéristique des SIAE, dont l'activité support de l'insertion est souvent orientée vers un secteur de la transition : mobilité, services environnementaux, éducation, recyclage de déchets, écoconstruction, production biologique... (Les Jardins de la voie romaine, 2019). Face à l'urgence de la situation, ces structures sont de plus en plus sollicitées car capables de transversalité. Dans la même idée, ce qu'on appelle les tiers-lieux connaissent un grand succès. C'est le cas des *Jardins de la Voie Romaine* qui cumule les deux positions.

1.2.2.3. *Les tiers-lieux comme support du changement*

Introduite par le sociologue Ray Oldenburg en 1989, la notion de tiers-lieux est aujourd'hui de plus en plus envisagée comme un moyen de réconcilier ces enjeux (Collet et al., 2017). Entre espaces de coworking, FabLabs, Living Labs, Hackerspaces, Makerspaces, cafés associatifs, ateliers partagés, recycleries... la diversité de ces lieux en plein développement rend difficile l'adoption d'une définition consensuelle. Cela est d'autant plus vrai que les acteurs qui se saisissent du sujet sont pluriels, du citoyen au promoteur immobilier en passant par les collectivités (Lagane, 2018 ; Transrural, 2018). Le risque d'une définition stricte serait l'exclusion et la perte de sens de certains tiers-lieux qui se seraient pourtant identifiés comme tels (Transrural, 2018). Tous s'accordent toutefois à dire qu'il s'agit d'espaces hybrides entre domicile (premiers lieux) et travail (seconds lieux) favorisant la rencontre entre publics hétérogènes, des lieux neutres où la hiérarchie n'a pas sa place, des lieux de partage de connaissances et de savoir-faire, des lieux conviviaux qui stimulent la créativité et la transversalité. Plus encore, les tiers « lieux laissent place à la libre expression des opinions et permettent aux citoyens de s'emparer collectivement des questions politiques et d'affirmer leur engagement civique (Besson, 2013).

Encore très associés à l'ère numérique et aux villes dans lesquels ils sont nés, les tiers-lieux se développent aussi dans les territoires ruraux, avec des objectifs bien différents du profit et de la dimension commerciale reprochés aux tiers lieux urbains. Ils affichent en effet dans les campagnes une volonté de régénérer les centre-bourgs face à la désertification rurale, en remobilisant les habitants dans une dynamique collective (Besson, 2017 ; Transrural, 2018).

Pour peser en tant qu'acteurs du changement et pour asseoir leur légitimité, les tiers-lieux tendent à se regrouper en réseaux dans un but de mutualisation des méthodes, des équipements et des savoir-faire dans l'animation et la gestion, comme en Creuse (Besson, 2017) ou en Nouvelle-Aquitaine avec la Coopérative Tiers-Lieux (Transrural, 2018). Une telle collaboration permet aussi d'obtenir des financements ou de répondre à des appels à projets impulsés par l'Etat ou l'Union Européenne (Collet et al., 2017).

C'est par exemple le cas avec l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) « Fabriques de Territoires » qui s'inscrit dans le cadre du programme « Nouveaux lieux, nouveaux liens » lancé en été 2019 par le gouvernement français. L'objectif est de créer 300 fabriques, dont la moitié en zone rurale, autour desquelles pourraient s'articuler les multiples initiatives d'un territoire (Ministère de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales, 2019b ; 2019a). Le Réseau Cocagne s'est d'ailleurs emparé de la question, faisant un lien étroit avec celle de l'alimentation en lançant au préalable de la candidature officielle, un AMI interne « Tiers-Lieux à dimension sociale et nourricière » dans l'optique de structurer les Jardins de Cocagne engagés dans cette démarche. Les JVR sont d'ailleurs des précurseurs au sein du RC.

Ainsi, la montée en puissance des tiers-lieux, espaces de conciliation des enjeux sociétaux, semble être une occasion à saisir pour en faire des entités structurantes des territoires ruraux au service de la transition socio-écologique et de l'émancipation des individus.

1.2.2.4. Changer de paradigme : s'emparer pour maîtriser

Face à la défaillance du marché et au désengagement de l'Etat dans la régulation du système alimentaire soumis aux lois de l'agroalimentaire, nous pouvons constater l'émergence d'une certaine défiance, en particulier vis-à-vis de l'agro-industrie : rémunération inappropriée des producteurs, manque de transparence, produits de qualité insatisfaisante, impacts sur la santé et l'environnement, déconnexion entre producteurs et consommateurs. En réponse, des initiatives citoyennes s'organisent et se présentent comme des substituts aux politiques publiques (Paturel, 2018).

Afin de répondre à des besoins non satisfaits, on observe en effet une tendance croissante des citoyens à s'approprier les enjeux qui les concernent en développant leur pouvoir d'agir, c'est l'empowerment ou capacitation. Notion polysémique, elle traduit le processus selon lequel les individus et les groupes s'emparent des questions sociétales pour mieux les surmonter (Calvès, 2009).

Cela passe par la mobilisation des nouvelles connaissances et d'une certaine créativité desquelles émergent de nouvelles modalités de coordination de relations entre les acteurs sociaux : c'est l'innovation sociale (Chiffolleau, Prevost, 2012). Ainsi, c'est en bouleversant les modes de gouvernance que les citoyens se retrouvent en leurs cœurs et deviennent acteurs du changement (Richez-Battesti et al., 2012).

Cette capacité à s'emparer de ses propres problématiques pour mieux les contrôler est décuplée quand il s'agit de la question de l'alimentation, besoin primaire et sujet au cœur des préoccupations. A la croisée entre enjeux alimentaires et initiatives citoyennes, cette démarche engagée amène naturellement à la notion de démocratie alimentaire.

1.2.2.5. Démocratie alimentaire : entre ambitions et précautions

Introduite par Tim Lang en 1998, la notion de démocratie alimentaire est un processus de gouvernance alimentaire, à l'échelle des territoires de vie, au sein desquels des collectifs de citoyens décident de leurs choix d'alimentation et mettent en place des filières adaptées (Lohier-

Fanchini, Saleilles, 2016). Dutilleul quant à lui promeut la démocratie alimentaire comme un système politique conceptuel visant à remettre l'humain au centre du système alimentaire, ce qui reviendrait à admettre que les produits agricoles doivent faire l'objet d'un traitement spécifique (Collart Dutilleul, 2013). Concrètement, elle englobe l'ensemble des processus émanant de la société civile permettant la reprise en main de la question alimentaire par la population (Paturel, 2018). Par système alimentaire, nous entendons la manière dont les hommes s'organisent pour produire, distribuer et consommer leur nourriture, concept défini par Malassis (1994).

Pour faire face à la dépossession des individus de leur alimentation, une approche ascendante et participative semble souhaitable. Il s'agit pour les consommateurs de reprendre la main sur la façon d'accéder à la nourriture en prenant en compte les conditions de production, de transformation et de distribution. Pour qu'elle soit adoptée par la majorité, cette démarche de démocratie alimentaire suppose de réduire ses exigences de sorte que les contraintes soient suffisamment faibles pour être acceptées (Paturel, 2018). Il s'agit par ailleurs de veiller à ne pas reproduire les rapports de domination sociale, l'appartenance sociale conditionnant le niveau de pouvoir d'agir. Typiquement, les populations ne se sentant pas légitimes auront tendance à s'autocensurer (Douillet, 2016 ; Blanchot, Téhoueyres, 2018).

Ce phénomène est renforcé par la raréfaction des financements publics, qui oblige une réorientation vers le privé ou le financement participatif et par là, repose sur les publics aisés et sensibilisés. La difficulté souvent est de dépasser le cercle des convaincus. En effet, l'ouverture tardive des initiatives aux publics plus modestes empêche toute participation et donc toute appropriation, indispensable à une éventuelle implication (Lohier-Fanchini, Saleilles, 2016). L'écueil est de vouloir inciter la participation de certaines catégories de personnes au risque de renforcer leur stigmatisation et finalement d'être contreproductif. Il s'agit donc d'entreprendre une démarche inclusive dès le début, de « faire ensemble » (CIVAM, 2018 ; Paturel, 2018).

Les enjeux qui se jouent au sein des *Jardins de la Voie Romaine* s'inscrivent dans ces mouvements et font l'objet de la présente étude.

Partie 2. De la commande à la problématique

2.1. Un projet et une commande ambitieux

En plein développement, l'association cherche à trouver un juste positionnement dans les différents secteurs dans lesquels elle intervient. Elle se veut catalyseur d'initiatives, animateur du lien social dans une optique de transition des pratiques en matière de production, de consommation, de lien social, de tourisme. Le stage ne faisant pas l'objet d'une offre rédigée et figée, mon point de départ se résume à la question suivante :

Quelle capacité des tiers-lieux à être des animateurs de territoire pour accompagner la transition des pratiques ?

A la croisée entre les enjeux d'ordre mondiaux et territoriaux, il était question d'étudier dans quelle mesure les tiers-lieux comme imaginés par les *Jardins de la Voie Romaine* contribuent à structurer le territoire dans l'optique d'un changement de modèle. Pour cela, il était initialement imaginé de se pencher sur l'existant puis les lieux en projet dans une démarche volontaire de recherche-action.

Ce sujet englobant de nombreuses thématiques et au regard de la contrainte de temps accentuée par la période de confinement, un recadrage s'est imposé. Pour cela, je me suis appuyée sur la littérature ainsi que sur les observations faites sur place.

2.2. Cadre d'analyse

C'est assez intuitivement, au regard des principales activités des JVR et des constats de terrain que j'ai recentré l'objet de l'étude sur l'accès à l'alimentation. En effet, alors même que les salariés en insertion produisent les légumes biologiques vendus, c'est un tout autre public qui semble en profiter. Dépossession de sa capacité d'agir, fracture socioculturelle, perte de dignité, violences physiques et morales, nous l'avons vu, nous devons tirer des leçons des écueils de l'aide alimentaire. Pourtant, certains de ces constats font indéniablement écho à ce qui est vécu aux JVR.

Les JVR souhaitent agir contre ce non-sens selon lequel l'alimentation durable ne serait accessible qu'à une élite et s'interrogent en conséquence sur leur positionnement sur la question. En particulier, ils misent sur la dimension sociale pour y parvenir, et comptent s'appuyer pour cela sur les lieux de vie opérationnels et à venir. Finalement, la problématique a été reformulée comme suit :

Quel rôle des lieux de vie dans l'accès à l'alimentation durable ?

A noter qu'il a semblé plus stratégique de se concentrer sur l'existant, les projets en construction pouvant être mis en péril par une intervention malvenue, alors même que rien n'a encore été acté. Les résultats pourront toutefois leur servir d'éclairage comme c'est le but d'une recherche-action. L'avantage d'une telle démarche est qu'elle offre l'opportunité de rectifier la trajectoire grâce à une prise de recul « en cours de route ». Elle s'inscrit dans la continuité de l'approche réflexive et d'expérimentation adoptée par les JVR. Il s'agit de comprendre les logiques et d'en tirer des leçons dans une optique d'amélioration.

2.3. Le sens des mots

Controversée et peu démocratisée, la notion de *tiers-lieux* a été élargie à celle de *lieux de vie*, moins discriminante et plus compréhensible. Par lieux de vie, nous entendons lieux propices à la rencontre où des publics variés se côtoient, motivés par des intérêts différents mais avec une même envie de partage. Nous pensons en premier lieu à la Roseraie caractérisée par son

café associatif, sa boutique et son lieu touristique. L'ambition est d'en faire fleurir des semblables dans le Nord Loiret. Se concentrant sur la structure, les résultats lui seront propres et directement associés. Pour autant, ce rapport se veut appropriable par d'autres acteurs portant des projets semblables, avec un facteur contexte à traiter avec précaution.

La notion d'accès est aussi à préciser. Spontanément, nous pensons à l'accès en termes de destinataires. Sur ce point, nous ne nous contentons pas de penser l'accès pour des personnes dans le besoin mais l'accès à tous, même s'il est indéniable que les classes populaires sont particulièrement concernées au regard des chiffres. Dans notre cas, nous avons privilégié les personnes côtoyant les JVR mais nous souhaitons avoir une portée plus large, applicable aux habitants du Nord Loiret, avec l'idée d'une massification des circuits courts. Nous souhaitons traiter toutes les dimensions de l'accès, l'accès ne se limitant pas à une question de moyens (Douillet, 2016). Ainsi, l'accessibilité peut aussi être comprise comme l'accessibilité physique, faisant écho au frein de mobilité qui peut être rencontré ou encore comme l'accessibilité à l'information et/ou à l'éducation. Enfin, moins intuitive mais bien réelle, l'accessibilité peut être sociale et culturelle, en lien avec les croyances, les mœurs, les valeurs, les représentations (Lohier-Fanchini, Saleilles, 2016).

Il est par ailleurs de rigueur d'explicitier ce que nous entendons par *Alimentation durable*. Notion polysémique et multidimensionnelle, notre parti pris a été de la laisser libre d'interprétation, l'utilisation d'un terme sujet à multiples interprétations ayant cet intérêt de ne pas exclure. Il s'agit de ne pas donner de définition fermée de sorte à ne pas entrer dans un discours injonctif sur ce qu'est la bonne alimentation. Nous prenons toutefois comme référence la définition utilisée dans le cadre du projet Accessible : « favoriser l'accès autonome et non stigmatisant de tous à une alimentation saine, diversifiée, en quantité suffisante, de bonne qualité gustative et nutritionnelle, produite dans des conditions socialement, économiquement et écologiquement durables » et inspirée de la loi d'avenir (CIVAM, 2019). Cela suggère une vision systémique qui s'intéresse aux modalités de production, de transformation, de distribution et de consommation conformes à la préservation de l'environnement et au respect de l'éthique sociale (Douillet, 2016).

Dans notre cas particulier, nous considérons produire une alimentation durable à la fois par le mode de production en agriculture biologique et diversifié, par le mode de distribution en circuit court et/ou en vente directe et par le modèle économique, favorisant l'emploi à la fois des salariés en insertion et des producteurs locaux.

2.4. Hypothèse

A partir des éléments issus de la littérature et sur la base des observations, nous supposons l'intérêt des lieux de vie en matière d'alimentation tel que :

Les lieux de vie sont facilitateurs en matière d'accès à l'alimentation durable

Cette hypothèse émane d'un certain nombre de suppositions présentées ci-dessous.

- *Les évolutions des modes d'alimentation sont confrontées à des freins à plusieurs niveaux*
D'abord, le frein économique est inévitable, étant souvent pris comme argument principal pour justifier les pratiques. En zone rurale peu desservie, la question de la mobilité, d'ailleurs traitée en priorité lors de l'arrivée de salariés en insertion, pourrait avoir du poids dans les choix

alimentaires. Egalement, la dimension socioculturelle et les représentations qui s'y rattachent pourraient constituer un frein délicat, en ce qu'elles sont ancrées dans les mœurs.

- *Le contexte et l'ambiance des lieux de vie sont favorables à l'émancipation*

En effet, lieux de rencontres et d'échanges où les rapports de domination s'effacent, ils semblent propices aux réflexions et à la réappropriation du politique. La variété des publics, inhérente aux lieux multifonctionnels, favorise la mixité et la rencontre de mondes différents, les uns enrichissant les autres. Ces lieux mobilisent d'autant plus que l'alimentation, fédératrice dans sa dimension primaire et conviviale, y a une place centrale.

- *La condition sine qua non à la réussite d'un tel projet d'émancipation est l'approche bienveillante*

Mobilisation comme sensibilisation doivent faire l'objet d'une réelle précaution. Il s'agit de rompre le mécanisme de stigmatisation perpétué par les rapports de domination sociale en permettant une appropriation des questions sociétales et en laissant de côté le discours injonctif. Pour cela, les approches et postures doivent évoluer vers plus de tolérance.

Partie 3. Méthodologie de l'étude

3.1. Appropriation du sujet

Après un premier jour de stage, j'ai passé deux mois en télétravail dans le contexte de crise sanitaire liée au Covid19. Il a été question de recherches bibliographiques visant à dégager une problématique, dans la continuité des lectures préalables. J'ai également pu m'approprier les ambitions de la structure en termes de concepts théoriques. Toutefois, l'absence de formulation d'un sujet précis a grandement compliqué cette période, comptant sur les observations sur place pour cibler le sujet. J'ai malgré tout pu préparer mon arrivée en m'entretenant au téléphone avec des salariés permanents des JVR : une accompagnatrice socio-professionnelle et une encadrante technique, ainsi que la personne chargée du dispositif des Paniers solidaires du Réseau Cocagne.

Mon retour sur le terrain le 11 mai m'a apporté les éléments nécessaires au recadrage de la problématique. J'ai donc dû en conséquence de nouveau me pencher sur la documentation relative au sujet en question. L'intégration dans la structure, les observations, la reformulation du sujet ont pris plusieurs semaines.

3.2. Démarche

Pour traiter ce sujet, l'analyse qualitative s'est imposée, s'agissant d'une réflexion de fond s'appuyant sur les expériences individuelles et collectives. Pour cela, j'ai procédé par entretiens semi-directifs. Cette collecte de données s'est déroulée en plusieurs étapes.

Il a dans un premier temps fallu choisir les publics stratégiques à interroger. Après une première prise de contact, une date et les modalités d'entretien ont été fixées. Les entretiens en question ont été conduits à l'aide de guides (annexes 2, 3 et 4). Un guide par catégorie d'acteurs interrogés a été rédigé et a orienté la discussion vers les thèmes d'intérêt. Les premiers entretiens ont permis de les compléter et de les améliorer.

Dans la mesure du possible, les entretiens ont été réalisés en présentiel et enregistrés à l'aide d'un dictaphone avec l'accord de l'interviewé afin de faciliter le travail de retranscription.

L'anonymat a été assuré. Chaque entretien a fait l'objet d'un compte-rendu synthétisant les discours avec verbatim à l'appui. Cette période s'est étendue du 4 avril au 17 juillet.

L'analyse a ensuite consisté en un traitement des comptes rendus à l'aide d'une grille d'analyse remplie pour chacun d'entre eux. Cette grille s'organise en colonnes correspondant aux grands axes d'étude, déclinés en modalités (trame en annexe 5). J'ai procédé en me concentrant dans un premier temps sur les faits, autrement dit sur la description des propos relatifs à chaque thème identifié préalablement ou révélé par les échanges. Il s'agit de confronter les discours entre eux afin de dégager les points de convergence et de divergence. Dans ce genre de démarche, il n'est pas tant question de véracité mais d'expérience, des opinions pouvant être exprimées sans pour autant être avérées. Une objectivation à partir des observations a par ailleurs permis de mettre en évidence les décalages et concordances. Sans pour autant monter en généralités, ce travail a permis de mettre de côté les éléments anecdotiques parasites pouvant pousser à des surinterprétations. Cela n'a pas empêché de retenir des propos minoritaires mais intéressants pour enrichir l'analyse. La deuxième phase a consisté à essayer d'expliquer les comportements, à les interpréter.

3.3. Populations enquêtées

Afin de mieux appréhender les différentes dimensions de l'accès à l'alimentation durable et de mettre à l'épreuve des discours les suppositions, il a semblé pertinent de recueillir les représentations de différents types de publics et d'acteurs. Au total, j'ai réalisé 23 entretiens d'une durée moyenne de 50 min (min :16 min ; max :1h40) pour un total de près de 20h. Les entretiens ont été répartis équitablement entre les catégories d'acteurs (8 salariées, 8 clients, 7 acteurs). La quasi-exclusivité (20) a été réalisée en présentiel - sur un site des JVR (17) ou dans les locaux des interlocuteurs (3) - et le reste par téléphone (3). Les acteurs interrogés ainsi que les modalités de l'entretien et les caractéristiques des interviewés figurent en annexe 6. Tous ont répondu présent à ma sollicitation sauf l'ADEAR45 pour une question de manque de recul sur la question (nouvelle recrue). Tous ont été contactés dans un premier temps par mail à partir duquel les rendez-vous ont été convenus. L'enregistrement a été accepté sans résistance.

Il s'agit d'être le plus représentatif possible, tout en gardant à l'esprit l'impossible exhaustivité d'une telle méthode. Nous avons donc choisi de varier les échelles d'intervention qui permettent de refléter la situation avec plus ou moins de recul mais aussi les postures, du salarié vivant et travaillant directement sur le terrain à des structures institutionnelles apportant soutiens financier et moral, en passant par les clients côtoyant régulièrement les sites mais ayant des points de vue extérieurs.

L'étude s'est localisée sur le Loiret en particulier dans le territoire d'action qu'est le Nord Loiret pour ce qui est des acteurs locaux. Les frontières ont été dépassées quand il s'agit d'interroger des acteurs institutionnels (Chambre d'Agriculture à Orléans) ainsi que pour recueillir les retours d'expérience de structures associatives (Châteauneuf en transition à Châteauneuf-sur-Loire (45), Du miel sur mes tartines à Lallaing (59)).

3.3.1. Les salariés

Premiers concernés sur la question de l'accès à l'alimentation durable, il est apparu comme une évidence de recueillir l'expérience et les représentations des salariés. L'intérêt des salariés permanents est leur recul en interne, ayant été confrontés à de multiples situations et étant au contact quotidien des salariés en insertion. Quant à ces derniers, ils détiennent les explications au potentiel difficile accès à une alimentation durable alors même qu'ils la produisent. Ils sont par ailleurs les témoins des éventuels impacts des lieux de vie. Des membres des deux sites des

JVR ont été interrogés, permettant d'appréhender la différence de vécu et l'éventuelle apport de la Roseraie par rapport au jardin Beaunois.

Le choix des personnes interrogées a été conditionné par leurs disponibilités et les entretiens se sont faits sur la base du volontariat en accord avec les encadrants techniques, sur le temps de travail et en fonction de la charge de travail.

3.3.2. Les clients

Bénéficiaires directs des aliments produits, ils permettent de comprendre les motivations ayant mené à se tourner vers un mode d'alimentation durable. Premiers utilisateurs de la Roseraie en tant que lieu de vie, ils éclairent sa perception et son appropriation. Ils peuvent faire preuve d'un certain recul tout en ayant l'expérience du lieu, ce qui apporte un regard extérieur relativement fidèle à la réalité. Pour être certaine de cela, j'ai choisi de m'orienter vers les adhérents réguliers. Dans la même idée que pour les salariés, les clients des deux sites ont été interrogés.

Les personnes interrogées sont celles qui ont répondu présentes à la sollicitation dans la *Feuille de chou*, article hebdomadaire faisant le point sur les avancées des cultures et des salariés, complétée d'une prise de contact en direct pendant les temps de vente.

3.3.3. Les personnes-ressource

L'intérêt des personnes-ressource se trouve dans la vision globale qu'ils apportent. Les acteurs ont été choisis, avec l'appui du directeur, selon leur pertinence et leur intervention plus ou moins directe. Au regard de l'approche territoriale des JVR, une diversité d'acteurs a été sollicitée, les postures variées apportant des points de vue différents voire complémentaires.

Ainsi, j'ai rencontré des acteurs publics locaux pour leur recul et leur connaissance des dynamiques de leur territoire ainsi que pour le rôle moteur qu'ils peuvent jouer en tant que soutien, initiateur ou animateur. D'abord, le PETR (Pôle d'Equilibre Territorial et Rural) Beauce Gâtinais en Pithiverais entretient des liens étroits avec les JVR avec qui ils travaillent sur différents projets. Il les soutient dans leurs ambitions. Ensuite, le CCAS du centre municipal Terres en couleur de Pithiviers est depuis peu partenaire des JVR dans le cadre du programme des Paniers Solidaires. Il apporte une vision fidèle des besoins et préoccupations des publics précaires.

Les acteurs associatifs engagés dans une démarche d'alimentation durable peuvent apporter un regard critique et distancié de notre initiative au regard de leur expérience. Leur apport est riche dans le partage des pratiques et approches. L'association *Châteauneuf en Transition* a été sollicitée pour son originalité dans le Loiret et pour sa similarité en termes de lieu de vie et de philosophie. L'épicerie solidaire Du Miel sur les Tartines (DMT) de Lallaing (59) a été contactée pour sa démarche exemplaire d'introduction de produits locaux et bio dans la gamme proposée aux personnes bénéficiaires. BioBerry a été recommandée au cours des entretiens en tant qu'experte de la question de la sensibilisation à l'alimentation durable.

Enfin, les organismes agricoles, bien qu'intervenant plutôt au niveau de la production ont semblés pertinents dans la mesure où notre approche de l'alimentation est globale et où nous considérons que ces acteurs ont un rôle à jouer en aval en agissant sur l'amont. La Chambre d'Agriculture du Loiret a une vision globale des dynamiques notamment en termes de valorisation des productions agricoles. Le GABOR apporte un point de vue plus spécifique sur le bio et ses difficultés à toucher certaines catégories de personnes.

3.4. Présentation du guide d'entretien

Les guides d'entretien ont pour but d'orienter l'échange vers les sujets d'intérêt à partir de questions ouvertes laissant une liberté de parole. A partir de questions ouvertes, ce mode d'enquête facilite la compréhension des actes et représentations. Du côté de l'intervieweur, il s'agit de limiter les interférences en se contentant d'encourager, de faire préciser et de relancer.

Les points de vue et postures des catégories d'acteurs étant différents, les guides ont été différenciés et adaptés aux interlocuteurs. Pour autant, la structure et les thématiques sont globalement les mêmes, l'adaptation consistant davantage en la tournure des questions, selon que le point de vue est personnel ou professionnel. Ils ont en outre été adaptés en fonction des missions et secteurs d'activités des acteurs.

Vous trouverez en annexe 1 le descriptif et les intentions des grandes thématiques suivis en annexes 2, 3 et 4 des trois guides d'entretien.

3.5. Autres matériaux

Les premières semaines sur place consacrées à l'observation et à l'intégration dans la structure ainsi que mon immersion sur place tout au long du stage m'ont permis de mieux cerner le fonctionnement et les mécanismes en place. Cela m'a apporté des subtilités que je n'aurais sans doute pas pu capter via de simples entretiens.

Par ailleurs, j'ai pu assister à des événements donnant à réfléchir sur la question des tiers-lieux à dimension sociale et nourricière (réflexion et partage d'expérience animé par le Réseau Cocagne dans l'optique d'un plaidoyer), sur la question de l'émancipation (préparation d'un forum sur ce thème organisé par le Réseau Cocagne), sur la question du renouvellement du travail social au service des changements de pratiques (réunion d'échange avec des membres du Conseil Départemental).

3.6. Limites de l'étude

Bien qu'honorable, le nombre d'entretiens reste limité, comme c'est souvent le cas dans le cadre d'une approche sociologique qualitative. C'est pour cette raison que les interprétations doivent faire l'objet de précautions et ne pas être prises au pied de la lettre. Elles sont surtout applicables aux JVR qui ont été le support de l'étude. Pour autant, elles peuvent être source d'inspiration et nourrir la réflexion.

D'autre part, la sélection des salariés et clients est biaisée. En effet, le prélèvement aléatoire n'a pas été respecté dans la mesure où, respectivement, les salariés sont ceux pour qui du temps a pu être libéré et ont accepté de participer et les clients sont ceux qui se sont manifestés suite à l'appel à volontaires. En outre, trois salariés en insertion interrogés sur cinq sont consommateurs aux JVR, ce qui n'est pas représentatif de la réalité. De plus, les relations entretenues avec certains salariés antérieurement ont pu influencer leurs réponses ainsi que mon comportement.

Partie 4. Résultats et analyse

Selon un déroulé logique, cette analyse s'attache dans un premier temps à décrypter les logiques de consommation et en particulier les freins à l'accès à l'alimentation durable. Ensuite, elle se focalise sur la portée du lieu de vie de la Roseraie en la matière à partir des expériences. Enfin, elle cherche à dégager les biais à privilégier par déduction. Elle aboutit à des enseignements éclairant les JVR sur leur juste positionnement sur la question.

4.1. Des rapports à l'alimentation révélateurs de la complexité des individus

Suite aux prises de conscience relatives aux impacts de l'alimentation tant sur la santé, l'environnement et les producteurs, de plus en plus de citoyens se lancent dans l'adoption de nouvelles pratiques, non sans difficultés. En témoigne la démocratisation de la notion d'alimentation durable malgré sa nature équivoque développé en annexe 7.

4.1.1. Des motivations plurielles et singulières

4.1.1.1. Des convaincus mesurés

Pour certaines personnes interrogées, clients comme salariés, un changement de pratiques a déjà eu lieu avec une consommation typiquement bio et/ou locale. Ce sont souvent des personnes alertes sur les sujets sociétaux et dont les intérêts découlent de prises de conscience variées. Les justifications récurrentes sont pour le bio, la santé, l'environnement, la qualité ; pour le local, le soutien et le lien aux producteurs, la juste rémunération du producteur, le bon sens, la saisonnalité. D'autres termes sont employés : sain, frais, naturel.

« C'est un truc qui m'interroge, que des gens qui vivent dans la nature et dont le métier c'est de s'occuper de la nature puissent mourir de cancers précoces parce qu'ils utilisent des produits qui abiment la terre et qui les abiment eux (...). Ceux qui nous nourrissent, ceux qui nous font vivre, il serait bien qu'ils puissent vivre eux même correctement. »

Les motivations de ces adeptes sont pour la plupart mixtes, croyant en une complémentarité du bio et du local. Pour d'autres, l'un est prioritaire, l'autre un bonus.

« Parce que c'était bio, le local il est venu après, parce que j'ai eu l'occasion, je n'aurais pas fait 500 km. »

Le rapport au goût est par ailleurs souligné à plusieurs reprises et fait le lien avec l'importance accordée à la cuisine.

« Le vrai goût des légumes, ce qui fait que j'ai toujours connu quand j'étais jeune donc je suis contente. »

Les régimes alimentaires sont présentés comme moins carnés, riches en légumes et en produits bruts et sont considérés comme modérés.

« Je ne fais pas d'orgie, je suis très raisonnable dans ce que je mange. »

Il est admis que ce mode de consommation demande plus de préparation.

« Et à chaque fois je leur dis 'Ça me prend du temps mais ça me coute carrément moins cher'. »

Souvent la simplicité est mentionnée comme mot d'ordre avec ponctuellement des plats plus élaborés comme le week-end où ils ont plus de temps.

« Souvent quand j'achète des légumes, je les consomme de façon assez simple, je ne fais pas des grands plats. Mais en même temps ça nécessite pas forcément, et c'est peut-être ça qu'il faut transmettre aux salariés, c'est que ça ne nécessite pas forcément de la grande cuisine, parce que ce sont déjà des légumes qui sont goûteux. »

Ces convictions n'empêchent pas d'avoir un regard critique sur ces modes de consommation. Les travers du bio industriel, suremballé, issu de circuit long et inéquitable sont fréquemment reprochés.

« Maintenant le bio est mis à toutes les sauces, il faut faire très attention, il y a bio local et bio industriel et ça il ne fait pas tomber dedans et c'est dommage parce que la population peut se faire avoir. »

Par ailleurs, on remarque assez régulièrement des confusions entre bio et local ainsi que des a priori pas toujours vérifiés. L'exemple typique est l'économie de carburant que permettrait la consommation en local ou encore la main d'œuvre justifiant le coût élevé. Nous reviendrons sur ce point plus tard.

« Déjà, les gens il faudrait qu'ils comprennent que le bio c'est sans traitement, il y en a qui ne croient pas, qui remettent en question. Je pense que les gens ne s'imaginent pas que derrière il y a énormément de travail aussi, c'est peut-être pour ça aussi que c'est cher. »

4.1.1.2. Des évènements déclencheurs d'une remise en question

L'engagement dans une telle démarche a été motivé par divers motifs selon les individus.

Parmi les personnes engagées dans une consommation qualifiée de responsable, la démarche a pu être justifiée par un déclencheur. Pour quatre d'entre eux, c'est l'arrivée d'un enfant pour lequel le meilleur est souhaité qui remet en cause l'alimentation.

« Les enfants. La conversion écologique s'est faite avec les enfants, ce n'est pas que le bio, c'est que c'est écologique de manière globale, on est passés aux couches lavables, au zéro déchet... Mais c'est vrai que les enfants ont été le vrai déclencheur, je ne me serais pas posée la question je pense avant les enfants. »

Chez un salarié permanent, c'est un retour de voyage qui a été un déclic. C'est à la suite d'un bilan carbone de son alimentation qu'une cliente a décidé d'aller plus loin dans sa démarche. Pour d'autres encore, la prise de conscience découle de rencontres. La création de Châteauneuf en transition a d'ailleurs été initiée à la suite d'une conférence sur l'après-pétrole qui a été percutante chez des participants. Enfin, une maladie ou la crise de la vache folle ont pu interroger.

« Ça fait un petit moment, en fait je suis atteinte de cette saloperie de maladie depuis une quinzaine d'années et j'ai commencé à m'intéresser un petit peu après à l'alimentation, ce que ça apportait au corps et puis plus je gratte plus je trouve des petits trucs, et puis je suis très engagée aussi au niveau de la planète. »

4.1.1.3. Une expérience agricole précoce facilitatrice

Si ces changements de mentalités se sont faits sous forme de déclic, d'autres attribuent leur intérêt à une sensibilisation dès l'enfance au monde agricole et à toutes les logiques qui s'y rattachent. Ainsi, on retrouve souvent l'importance d'un parent ou grand-parent.

« Je pense qu'il y a aussi un retour à ce que je vivais dans l'enfance, mes parents avaient une toute petite ferme, enfin non mon père travaillait pour mon grand-père, il n'y avait pas de sous à la maison, jamais de sous. On vivait des produits du jardin, des œufs de poules, des lapins. On vivait plutôt en autoconsommation (...). »

De manière générale, il a été fait référence au poids des pratiques alimentaires durant l'enfance et notamment à l'entretien d'un jardin, de sa culture à la consommation de ses produits. En particulier, la phase de conditionnement semble avoir marqué les esprits (confitures, conserves). Ces souvenirs sont relatés avec une certaine fierté et certains témoignent y avoir pris plaisir.

« On a toujours eu un jardin, des poules, des canards, on tuait même un cochon de temps en temps en fait, si tu veux c'est déjà ancré, on chasse un petit peu, c'est un peu de l'autosuffisance mais sur le gros en fait. Ma mère elle faisait des courses mais y a beaucoup de choses qui venaient de la maison, les conserves, aller cueillir des poires, des haricots, de la mâche dans les champs au bord des fossés, des champignons, j'ai toujours fait ça en fait. Donc ça c'est la base. »

Pratiques profondément inscrites dans leurs habitudes et leurs valeurs, c'est tout logiquement qu'ils tiennent non seulement à les perpétuer mais aussi à les transmettre à leurs propres enfants. Pour certains d'ailleurs, plus qu'un facteur facilitant, la sensibilisation précoce est décisive dans les orientations futures des individus.

« Lui [son mari] il vient de la banlieue, il a grandi très très très loin des champs quoi. Alors que moi je me rends compte à quel point j'ai grandi autour de ces questions-là, c'est les questions dont on parlait à table. (...) C'est plus facile de réussir à avoir cette réflexion-là quand ça vient de près de soi. »

4.1.1.4. Un lien producteur-consommateur à retisser

Face à la crise de confiance vis-à-vis de l'agroalimentaire, les citoyens semblent chercher à mettre fin à l'éloignement avec les producteurs de leur alimentation. BioBerry a d'ailleurs été créé pour pallier le manque de lien entre agriculteurs et consommateurs en réponse au manque de compétences du GAB. Cette recherche de proximité, plus qu'une question de distances, est d'abord d'ordre social.

« Le local permet une plus grande proximité, d'aller voir éventuellement, et puis connaître les gens, le problème quand on achète des produits de l'industrie agroalimentaire c'est qu'on ne connaît pas les gens, on sait pas qui a fait quoi, ça veut pas dire que c'est mauvais en soi, juste à un moment donné ça m'a posé question. Et puis autour de l'alimentation, il y a toutes ces questions de faire société, mine de rien. »

Ce lien permet de témoigner de leur reconnaissance du travail réalisé que certains prennent d'ailleurs très au sérieux.

« Il y a le respect pour le travail qui a été nécessaire pour que quelque chose arrive jusqu'à moi et que je puisse le manger. »

Ce raisonnement est prégnant chez les adeptes du local mais n'est pas en reste chez les pro bio, pour qui le contact avec le producteur leur assure par ailleurs la qualité des produits.

« Quand je conseille à quelqu'un d'acheter bio, je dis si tu veux du bon bio, il faut aller chez le producteur et puis si tu le connais bien en plus ! Parce que si tu ne le connais pas, attention ! »

L'approvisionnement direct chez le producteur est donc un moyen pour certains de perpétuer la consommation qu'ils ont toujours connue, d'y revenir ou plus rarement de s'y familiariser.

Ce rapprochement est aussi un souhait du côté des producteurs dans une optique de revalorisation de leur travail mais aussi pour rompre avec l'isolement. Souvent dans cette démarche, l'agriculteur est amené à parler de son métier.

« Ils peuvent expliquer, parler de leur métier, parler de comment le produit est fait et ils recherchent vraiment un contact, c'est ça qu'ils perdent quand ils vendent à d'autres circuits typiquement les GMS. »

C'est en cela que le lien avec le milieu agricole peut être renoué et permet de reconnecter aux réalités.

« Expliquer ce que c'est que l'agriculture, ce que c'est que le métier d'agriculteur, en quoi ça consiste et du coup ça éveille à la saisonnalité, à la pénibilité, ça donne du concret en fait à ce qu'on mange et ça rattache aussi l'alimentation à l'agriculture. Parce que j'ai constaté

que beaucoup de consommateurs ignorent totalement d'où vient ce qu'ils mangent et encore plus que l'agriculteur est le pourvoyeur de leur alimentation. La crise a éveillé un peu plus de consciences mais les gens ont la mémoire courte quand même. Donc la sensibilisation, elle est intéressante à ce niveau-là. »

4.1.2. Des freins empreints de représentations

Malgré ces convictions et ces modes d'alimentation affichés, les individus font part de difficultés en tout genre pour satisfaire leurs besoins alimentaires. Il s'agit ici de les décrypter pour mieux les surmonter.

4.1.2.1. Des réticents stigmatisés

La plupart des clients interrogés véhiculent l'image des classes populaires consommant en grande partie des plats transformés de GMS. Malgré leur bonne foi, les remarques sont teintées de jugement. Elles s'attachent à expliquer que les populations à petits moyens cherchent à consommer peu cher ce qui les mènent à la « *malbouffe industrielle* ».

« Des gens qui ne sont pas très fortunés, ce sont des gens qui gagnent le moins, souvent ils n'ont même pas le SMIC, ils vivent d'allocation et de choses comme ça, ils ne peuvent pas se le permettre, et c'est pour ça qu'ils ont de la malbouffe, c'est un cercle vicieux. »

Sans vouloir faire de généralités, c'est un réel constat que j'ai pu faire chez un certain nombre de salariés en insertion : régimes pauvres en légumes, sandwiches et salades industriels, plats préparés...

Or dans le cas particulier des JVR, les salariés ont accès gratuitement aux *Légumes du jardinier* et bénéficient d'une remise de 50% en boutique. Pourtant, ce n'est qu'une minorité qui se sert : un salarié permanent déplore que 30% des salariés (Roseaie) seulement se sert dans les *Légumes du jardinier* et 10-15% à la boutique.

« Il y a des personnes qui n'ont jamais pris au Servez-vous, en deux ans, je ne les ai pas vu prendre un légume ! »

Pour autant, d'autres ont pris la mesure de cet avantage et en profitent.

« Les motivations c'est, déjà je connais la qualité des produits. Ma deuxième motivation c'est qu'on a 50% sur les fruits et légumes donc ce serait dommage de pas en profiter. »

De leur côté aussi, les novices semblent exprimer leur méfiance vis-à-vis du bio notamment, en critiquant son industrialisation à l'instar des 'convaincus' jusqu'à pour certains remettre en question ses fondements. A noter que ces propos sont bien souvent rapportés par des clients.

« Il y en a qui vont vous dire 'Quand il pleut il y a bien des choses qui viennent dedans qui ne sont pas bio', mais je pense que c'est pas pareil de manger salade qu'on a aspergé de cochonneries et manger une salade même s'il y a du pas bio à côté, elle en aura forcément moins quoi. »

Ainsi, souvent, ces comportements sont analysés par les interlocuteurs engagés dans une consommation durable comme relevant de l'ignorance. Ces derniers sont partagés entre leurs convictions qu'ils voudraient voir se démocratiser et leur volonté de tolérer celles des autres.

« C'est aussi intéressant de respecter le choix de chacun et là t'es un peu dans une espèce de tape-cul, parce que d'un côté tu respectes le choix de chacun sauf que 'Toi ta façon de faire bah ça exploite des gens à l'autre bout du monde, t'appauvris la terre, on va dans le mur' donc t'es un peu dans cette balance. »

4.1.2.2. *Un problème inhérent au territoire : l'accessibilité géographique*

Chez les clients, la distance au point de retrait ou de vente a été souvent mentionnée comme un critère non négligeable dans le choix d'approvisionnement aux JVR. Pour les uns, la proximité à leur domicile a été décisive, pour d'autres, il s'agit d'un réel effort mais justifié. Quant à la fréquentation de la Roseraie en tant que lieu de vie (animations, café), la distance est encore plus limitante. A ce propos, à plusieurs reprises, la localisation excentrée des sites des JVR est mentionnée comme un obstacle à sa visibilité et donc à son accessibilité. En particulier, le Jardin Beaunois est associé à l'autoroute et à Vinci, ce qui n'a pas toujours été en sa faveur. En ce qui concerne la Roseraie, sa position en zone artisanale n'est pas un atout, d'autant moins que la signalisation semble faire défaut.

« D'abord, il faut le situer parce que y a des tas de gens qui ne savent pas que c'est ici. »

Finalement, plus que la mobilité, c'est surtout la faible densité des enseignes, pour ne pas dire leur absence, qui constitue un frein. C'est désormais à plus de 30 min que se trouvent les premiers magasins spécialisés (Orléans, Montargis), suite à la disparition récente de ceux implantés à Pithiviers. Par ailleurs, les producteurs locaux et/ou bio sont rares mais sont en progression.

« La marge [AB] fait tache d'huile, a grandi, a grossi mais on rame. »

Cela témoigne du manque de dynamisme de la campagne Nord Loirétaine, qualifiée de « désert bio », et est à mettre en lien avec sa faible desserte qui ne la rend pas attractive. Zone de transition entre urbain et rural, ce n'est pas sans rappeler le cas de Châteauneuf-sur-Loire, en passe de devenir une ville dortoir.

Dans le Loiret, pour les producteurs commercialisant en circuit court, c'est la vente à la ferme qui est privilégiée, ce qui oblige à un déplacement spécifique de la part du consommateur. C'est pourquoi il est nécessaire de mettre en place un système logistique facilitant à la fois l'approvisionnement groupé des consommateurs mais aussi la commercialisation des producteurs pour qui c'est chronophage. Cette structuration n'est envisageable que depuis peu dans le Nord Loiret dont les agriculteurs motivés étaient dilués.

« On commence à pouvoir fédérer des producteurs sur des petits territoires et c'est hyper important parce que c'est des gens qui se connaissent, qui peuvent avoir des clients en commun, c'est de la logistique qui peut être rationalisée et optimisée. »

Ce manque de compétences en logistique a notamment été confirmé par le PETR qui travaille à développer les « métiers en tension sur le territoire ».

4.1.2.3. *L'obstacle économique explicitement et systématiquement énoncé*

Des 23 entretiens, aucun ne fait l'impasse sur la question du prix. Qu'ils consomment ou pas aux JVR, tous s'accordent à dire que le coût est un critère important dans la consommation alimentaire. C'est en tout cas celui qui est spontanément et systématiquement formulé. Plus particulièrement en ce qui concerne l'alimentation durable, le prix est mentionné comme un frein, le bio et le local étant associés à un coût plus élevé (nous y reviendrons).

Différents degrés d'importance peuvent toutefois être distingués. D'un côté, le prix peut être un frein voire un critère rédhibitoire (reconnu par tous). Malgré une volonté de consommer bio, c'est le prix qui l'emporte. L'existence même du CCAS et de l'épicerie solidaire ne font que le confirmer. C'est d'ailleurs le principe sur lequel repose l'épicerie qui propose les produits à 20% de leur valeur marchande. Sur ce point, les interlocuteurs se montrent compréhensifs.

« Bio attention au prix aussi, il y a des gens qui ne peuvent pas, je suis tout à fait d'accord avec ça, les prix sont pas toujours abordables. »

De l'autre côté, il y a ceux qui sont regardants tout en acceptant un écart de prix, justifié soit par le bio, le travail, l'origine voire l'insertion pour le cas des JVR. Il s'agit pour eux de faire un compromis.

« Moi je suis prêt à faire quelques petits sacrifices, il ne faut pas qu'il y ait un trop gros écart mais je suis prêt à payer plus cher un aliment qui me convient qu'un aliment qui ne me convient pas, ma femme le remarque parce qu'elle est beaucoup plus à cheval que moi. »

Certains considèrent même que le prix est abordable, jusqu'à affirmer faire des économies en achetant et préparant du brut. *« En fait, ça ne revient pas si cher que ça. »*

De manière générale, les interviewés ne remettent pas en cause le bien-fondé du prix (juste rémunération, main d'œuvre, externalités positives). Certains montrent d'ailleurs les GMS du doigt en leur reprochant de ne pas refléter les « vrais prix ».

« Notamment les maraîchers en vente directe, le prix qu'ils pratiquent ce n'est pas pour s'en mettre plein les poches, c'est pour s'assurer un niveau de vie à peu près correct. »

D'autres discours du même type laissent penser à une forme de réaction face aux détracteurs.

Finalement, l'idée selon laquelle le coût des produits est le frein principal est mise à mal par le fait que certains salariés ne se fournissent ni à la boutique (remise de 50%), ni aux *Légumes du jardinier* (gratuits). L'excuse de la mobilité est elle aussi exclue dans ce cas. S'ajoute à cela le discours de ceux qui s'y approvisionnent et affirment avoir vu leur budget alimentation diminuer.

Tout l'enjeu est de faire intégrer qu'il ne s'agit pas que d'une question d'argent mais d'une logique de consommation globale que nous préciserons plus bas. Plusieurs témoignages attestent que à ce sujet que vie modeste et alimentation adaptée ne sont pas incompatibles.

« Quand je réfléchis je me dis c'était possible quoi et je dis tout le temps 'Mes parents avaient pas de sous et je n'ai jamais eu le sentiment de manquer de quelque chose', c'est assez étonnant. »

4.1.2.4. Une activité chronophage décourageante

A plusieurs reprises, la question du temps est mentionnée comme problématique dans l'alimentation en particulier quand il s'agit de la préparation des repas.

« Après je conçois, quand je vois ma fille et mon gendre qui courent partout tout le temps, je me revois moi avec les enfants quand je travaillais, je me dis c'est plus compliqué quoi, ça demande une autre organisation. »

En effet, l'alimentation durable suppose à la fois un effort dans l'approvisionnement (déplacements spécifiques et pluriels, circuit d'information différent) et un effort de travail de la matière brute, car c'est sous cette forme qu'on la retrouve le plus souvent.

Pour l'approvisionnement, les marchés populaires ne semblent plus adaptés au rythme de vie de la société actuelle.

« [les JVR], ça remplacerait les marchés qui n'existent plus dans beaucoup de villes et qui, quand ils existent parfois sont un peu décalés de la capacité des gens à les fréquenter. »

Sur ce point, le système des JVR arrive comme une alternative tout en ne résolvant pas tout, certains clients présentant le créneau unique de récupération des paniers comme contraignant. Cette difficulté à se fournir en produits durables est exacerbée dans le Nord Loiret qui offre peu de possibilités.

En ce qui concerne la préparation des repas, c'est une activité que tous s'accordent à dire qu'elle est chronophage voire rébarbative.

« Le fait de cuisiner ça rebute pas mal les gens, en fait, moi je vois le temps que je passe à éplucher les légumes, à les préparer, à les cuisiner. Les mères de familles elles font tout à la

maison, elles font les courses et tout, elles ont juste envie d'ouvrir un sachet de carotte rappée avec la sauce toute faite. »

Pour autant elle est décrite par certains comme un moment de plaisir. Un salarié permanent dit d'ailleurs s'attacher à montrer que ça ne demande pas autant de temps que supposé.

« Ça crée du lien pour le travail et puis personnellement, ça apporte aussi des bases et puis de se rendre compte que cuisiner ça peut être un plaisir aussi et pas forcément une corvée et qu'en plus de ça, il y a des choses qui peuvent être faites rapidement, qu'on peut laisser sur le coin du feu et qui ne demandent pas plus que ça. Ou après on peut cuisiner une fois un bon plat et en manger deux trois jours. Y a la facilité d'acheter des trucs tout faits maintenant. »

Ces précédents constats sont à mettre en lien avec la dimension socioculturelle de l'alimentation.

Pour certains adeptes, cette obstination à gagner du temps s'explique par une accélération des rythmes de vie directement corrélée à la place accrue des loisirs. Les plats préparés sont arrivés comme une réponse à ce temps perdu en cuisine. Ce gain de confort serait à l'origine de la perte des savoir-faire. Une fois de plus, les novices et le mode d'alimentation qui leur est associé sont dépeints de façon très caricaturale.

« T'as un rouleau compresseur, faut bien prendre conscience que la plupart des salariés en insertion, ils ne cherchent pas à comprendre, ils prennent ce qu'on leur dit, c'est comme avec le mouvement des gilets jaunes, c'est la résultante des années 80, on leur a promis un monde de facilités, ils ont tout. Ils vont écouter à fond les médias et la pub qui les oppresse quoi. La purée mousseline, à bah c'est tout simple alors qu'une bonne purée c'est carrément meilleur et puis ce n'est pas compliqué de faire une purée. Y a des gens qui savent pas, y en a, même se faire cuire des pâtes ils ne savent pas, parce qu'on leur a tout donné. »

4.1.2.5. Une question de priorisation

Ces deux dernières parties convergent vers la question de la priorisation, du temps et de l'argent. En effet, pour certains, il est question d'arbitrage plus que tout autre chose. Pour les adeptes, la consommation de produits locaux et/ou bio relève d'un choix, remettant l'alimentation au premier plan.

« Et surtout l'alimentation c'est..., pas la base de la vie mais il faut quand même pour survivre manger, et dans les questions il y avait aussi Pourquoi vous mangez ? Par nécessité, est ce que c'est vraiment Sinon je meurs donc je mange ou est-ce que c'est un plaisir de manger. En France, on a quand même la culture de la gastronomie et on mange aussi pour se faire du bien. »

Pour cela, il s'agit d'une part de revoir la répartition de son budget total en remettant en question la part de budget accordée aux différents postes de dépenses. Ainsi, la réelle place des loisirs, des technologies, des vacances est interrogée.

« Mais globalement oui, je pense que c'est accessible à tout le monde, c'est aussi une histoire de répartition de budget. On a tendance à mettre beaucoup d'argent dans les fringues, les nouvelles technologies, maintenant on met des sommes assez hallucinantes, et à côté de ça l'alimentation on va plutôt essayer de réduire le budget, je trouve ça con, c'est vraiment une histoire de choix quoi. »

D'une autre part, l'arbitrage est à faire au sein du poste alimentation en reconsidérant notamment les régimes alimentaires. L'intérêt dépasse l'aspect financier avec des impacts diététiques entre autres. Selon un bon nombre d'interlocuteurs, l'aliment symbolique dont la fréquence de consommation est à revoir est la viande (à mettre en relation avec les régimes peu carnés des 'convaincus').

« L'équilibre budgétaire il passe pas que par l'alimentation, pour gonfler le poste alimentation, on peut aussi faire d'autres choses à côté. Et il y a des arbitrages à faire à l'intérieur du poste alimentation pour se permettre de ne manger que du bio. Aujourd'hui par exemple, vous avez dû entendre parler de la loi EGalim qui s'impose dans les écoles, on le voit bien sur le coût d'un caddie au supermarché, si vous enlevez le fromage, la viande, déjà vous diminuez quand même beaucoup. Donc si on diminue la quantité de viande non seulement pour des raisons diététiques mais aussi financières, on peut du coup faire un arbitrage autre sur le poste alimentation. Après si vous n'achetez pas 25 produits ménagers, ce genre de trucs sur les autres postes économiques, on peut créer de la variable. »

Un autre élément à prendre en compte est la qualité, qui permettrait de consommer moins en quantité. Cela est indissociable d'une consommation de produits bruts supposant comme évoqué précédemment, un certain effort de préparation.

« C'est plus cher mais quand tu as des produits sains, non dénaturés, de base et complets, tu en manges moins donc tu ne dépenses pas plus. Si tu prépares tous tes repas avec des choses de base, ce n'est pas plus cher que d'acheter des choses toutes faites. »

De manière général, les pratiques alimentaires sont à réviser dans leur intégralité jusqu'à l'organisation du quotidien avec l'exemple de la planification des repas à la semaine.

« Après moi je dis oui c'est un frein [l'argent] mais j'ai mon fils et ma belle-fille qui ont pas beaucoup d'argent et consomment à fond bio local et ils n'arrêtent pas de dire, 'Oui mais si tu consommes autrement, tu cuisines autrement, tu fais autrement', c'est des choix quoi. »

Ainsi, il s'agit non seulement de revoir la nature des produits consommés mais aussi la manière de les consommer, avec comme biais privilégié la cuisine.

Pour parvenir à une telle prise de recul, le requestionnement du système de valeur semble bénéfique, en faisant le lien entre le temps investi et la valeur d'un bien. C'est ce que cherchent à faire les monnaies locales. C'est d'ailleurs dans les locaux de Châteauneuf en transition que la monnaie locale Le passeur a vu le jour.

« La qualité a pour plafond de verre le prix, au bout d'un moment les sous ça ne pousse pas donc voilà. Sauf de passer à une monnaie différente qui va être un système d'échange : j'achète des courgettes et en échange j'amène mon voisin tous les jours à Pithiviers. C'est un cercle vertueux avec un argent fictif. C'est juste passionnant, avec une mise de départ. C'est-à-dire le temps que dépensent les gens devient concret parce qu'il permet de subvenir à ses besoins. Ce n'est pas la clé de tout mais ça peut être une réflexion intéressante, une réflexion qui va s'étaler sur d'autres champs de la vie, qui va vous faire réinterroger si vraiment vous avez besoin de ça pour vivre ou ce que ça coûte en termes de temps pour pouvoir l'acheter. »

4.1.2.6. Des mœurs difficiles à bousculer

L'adoption d'une alimentation durable suppose l'évolution des mentalités. Il va sans dire que cela suscite des réticences, rien n'étant plus ancré que les mentalités et les habitudes qui en découlent.

4.1.2.6.1. Le poids des habitudes

Dans une telle démarche, la première étape consiste à repenser sa logique d'approvisionnement en faisant le deuil du magasin unique. Pour limiter malgré tout les déplacements répétés, certains procèdent par achat en gros. Plus que des connaissances en matière de conservation (congélation, conserves, valorisation de toutes les parties), cela demande d'abord un travail de déconditionnement.

« C'est une habitude différente à prendre que de se dire 'Je n'achète pas un kilo de pâtes j'en achète dix mais ça veut dire que je dois avancer l'argent'. Je pense que c'est uniquement une question de représentation et on n'a pas l'habitude (...). Il y a vraiment un truc à faire de ce côté-là, se déconditionner, sur cette question de l'achat en gros. »

Ce blocage relatif au mode d'approvisionnement se manifeste également dans le cas des JVR qui proposent un abonnement à des paniers hebdomadaires de produits bruts et diversifiés. D'un côté, le gain de temps apporté par le panier tout prêt et la possibilité donnée de découvrir de nouveaux produits sont appréciés par certains clients.

« Moi je trouve ça très bien parce que ça nous oblige, enfin ça nous fait découvrir de nouveaux légumes en fait le principe de l'abonnement. »

Si pour certains ce système est un avantage, pour d'autres il est contraignant. En effet, l'impossibilité de choisir peut-être gênant même chez des adeptes.

« C'est l'absence de possibilité de choisir ce qu'il y a dans le panier je pense, qui retient des gens, les gens à qui on en parle, souvent, disent ça 'Moi je n'aimerais pas qu'on m'impose'. (...) Et toi [sa femme] t'étais aussi réticente à cette idée, il a fallu s'y habituer à ça. »

Qui plus est, l'originalité de certains légumes proposés peut être bloquante, en particulier pour des publics non familiarisés. Cette crainte est d'ailleurs relevée par l'épicerie DMT et le CCAS. On peut facilement imaginer que pour ces publics, ces conditions (abonnement, légumes imposés, produits bruts et nouveaux) soient rédhitoires. Cela est accentué par la volonté des JVR de diversifier ses produits avec par exemple des variétés anciennes.

« Effectivement réduire le prix [des paniers solidaires] mais surtout je pense, ne leur mettre que des trucs qu'ils connaissent déjà, ou alors un légume qu'ils ne connaîtraient pas dans leur panier. Quand je reçois un panier où il y a cinq trucs que je ne sais pas cuisiner, moi je m'y mets parce que j'ai envie mais ça peut décourager pas mal de monde. »

De nouveau, certains 'convaincus' mettent en lien cette réticence avec un manque de compétences culinaires souvent attribué, à tort ou à raison, aux classes populaires.

« Ça n'avait pas très bien marché [paniers solidaires] parce que les gens ne savaient pas cuisiner, les gens qui ont peu de moyens, c'est des gens souvent qui sont aussi limités dans la manière de cuisiner, ils achètent plutôt des choses toutes prêtes et ils savaient pas trop. Alors il y avait eu une proposition d'atelier cuisine qui s'était fait avec un bénévole d'ici mais ça avait été un peu laborieux. »

Globalement, les habitudes ont été fréquemment incriminées dans la difficulté à faire évoluer les pratiques et ce par les adeptes d'une alimentation durable à l'égard des novices. A noter que s'ils remettent en question les pratiques de cette catégorie sociale, ils ne semblent en revanche pas se l'appliquer eux-mêmes. Ce schéma unidirectionnel est assez révélateur des rapports de domination sociale.

« Il y a des personnes que vous n'arriverez jamais à faire sortir de leur traintrain », « On peut leur donner toutes les explications qu'on veut, s'ils ne veulent pas changer, ils ne changent pas. »

4.1.2.6.2. La place de la femme remise en question

Aspect omis lors de la phase de contextualisation, il s'avère que la place de la femme dans l'alimentation a été mentionnée plusieurs fois, de manière plus ou moins explicite. D'abord, le constat est fait que c'est une majorité de femmes qui côtoie les JVR pour leurs achats alimentaires mais aussi lors des animations organisées par les associations interviewées, très symboliquement lors des ateliers cuisine. L'utilisation répétée du pronom « elles » ne fait que

le confirmer. En témoignent également le déséquilibre des entretiens avec 7 clientes pour 2 clients.

Cela est révélateur du modèle de la femme au foyer qui persiste. C'est ainsi que revient à la femme la charge de l'alimentation, de l'approvisionnement à la préparation du repas. Par là, c'est sur ces femmes que reposent les choix liés à l'orientation donnée au mode d'alimentation.

« Prendre en compte dans ses choix tout ce qui se passe autour, dans la logique de l'alimentation durable il y a quelque chose de l'ordre de la responsabilité de celui qui fait les choix, qui va acheter, qui va cuisiner, je devrais dire celle, parce que c'est des choix essentiellement féminins. »

Dans la mesure où cette tâche est exclusivement assumée par la femme dans certains foyers, l'argument du gain de temps en faveur du tout prêt évoqué plus haut semble recevable, d'autant plus qu'elles portent en général bien d'autres responsabilités.

En ne permettant pas la répartition des tâches, ce modèle familial limite la marge de manœuvre en matière d'évolution des pratiques. Car en déléguant une partie de la charge, le temps libéré pourrait y être consacré. En cela, la révision du mode d'organisation familial a un rôle à jouer sur l'adoption de nouvelles pratiques.

« Et souvent les gens il y vont un peu à reculons dans les ateliers parce que ça remet en question ses valeurs personnelles, que ce soit l'hygiène, la cuisine, la façon de faire ses courses. Il peut y avoir des débats assez houleux quand même sur...l'organisation familiale aussi, la femme qui fait à manger, dans certains foyers ça se voit encore. Si tout le monde met la main à la patte, le temps d'exécution des choses ... »

A noter que ce lien entre féminisme et écologie est de plus en plus pris au sérieux.

4.1.2.7. Des représentations révélatrices d'une fracture socioculturelle

Se dégage des analyses qui précèdent un réel clivage social basé en grande partie sur des jugements hâtifs.

D'un côté, les adeptes de l'alimentation durable font l'objet de représentations. Ils semblent en effet assez systématiquement associés au stéréotype du « bobo » aisé faiseur de morale qui ne fait que suivre une mode. A noter que les adeptes semblent très conscients de cette image qu'ils renvoient puisque ce sont souvent eux-mêmes qui la mentionnent. Pour autant, ils ne s'y identifient pas voire regrettent ce cliché. Cela se manifeste chez certains par une exagération, comme pour stigmatiser en retour.

« Parce qu'ils vont se dire 'C'est cher, que si, que ça, que ce n'est pas pour moi'. Je pense que y a un intérêt à ça aussi, de démystifier le truc. Parce qu'ils vont se dire 'Moi je ne vais pas à la Biocoop, c'est pour les bobo, moi je vis en HLM, je suis au RSA'. »

Ces reproches réciproques sont très révélateurs des rapports de domination entre 'sachants' et 'bénéficiaires'. Les propos de clients qui admettent avoir été surpris de voir certains publics aux JVR, sous-entendu ne correspondant pas aux catégories de clients habituelles, en est une illustration assez symbolique.

C'est ainsi, sans doute inconsciemment et sous couvert de bienveillance que les adeptes entretiennent à l'égard des novices une mise à distance. Alors même qu'elles essayent tant bien que mal de s'intégrer socialement au travers d'une alimentation industrielle démocratisée, les classes populaires sont disqualifiées par des évolutions qui sont présentées comme 'la bonne manière de faire'.

« Il y a de la méconnaissance qui souvent amène à la mauvaise consommation des produits, faut pas stigmatiser les gens mais ça peut être des personnes qui ont envie de consommer comme les autres entre guillemets et qui du coup vont préférer acheter des aliments moins

bons, moins sains, parce que c'est la publicité pour les gamins, et ils font comme tout le monde. Le mieux manger, ce n'est pas une démarche très naturelle encore aujourd'hui, c'est presque une démarche apprise au-dessus du reste, c'est-à-dire qu'on l'a oubliée, on doit la réapprendre. »

En effet, il semble que pour les novices, certains modes de consommation remis au goût du jour par les adeptes leur renvoient une image dévalorisante encore associée à la pauvreté et dont ils cherchent justement à se débarrasser.

« Moi qui vient d'une famille relativement modeste, au début, me retrouver à cuisiner des fanes de carottes, ça me posait problème, parce que ceux qui cuisinaient les fanes de carottes, c'était ceux qui n'ont plus rien d'autre à faire avec des légumes. Alors je n'ai pas de solution magique mais il y a quelque chose de cet ordre-là, c'est-à-dire apprendre aux gens à faire les choses et leur apprendre que c'est un truc qui aujourd'hui est hyper valorisé, que c'est pas un truc de pauvre. »

S'ajoute à cela l'image dévalorisante d'eux-mêmes que peut leur renvoyer l'état des aliments qu'ils se voient donner, que ce soit les dons des GMS en mauvais état et proches de la péremption ou dans le cas des JVR, les *Légumes du jardinier*, défraîchis, biscornus, non calibrés. Symboliquement, ils leur rappellent et les entretiennent dans leur marginalisation. Certains salariés d'ailleurs s'y refusent.

« J'achète vraiment le frais frais frais parce qu'au Servez-vous, faut souvent ranger, tout retrier, c'est rare. »

L'épicerie DMT est engagée dans une démarche d'approvisionnement en produits frais chez des producteurs locaux pour cette raison notamment. Plus que la nature des dons, le don en lui-même peut être critiqué en ce qu'il incarne les rapports de domination sociale.

En réalité, comme dans toute société, il semble que les modes de consommation soient dictés par l'appartenance de classe. Le schéma classique est le suivant : les classes inférieures cherchent à s'élever en adoptant le mode d'alimentation 'standard' démocratisé par les classes supérieures. Dépossédées, ces dernières souhaitent perpétuellement se distinguer en proclamant comme meilleure une nouvelle pratique alimentaire. Nous l'avons vu et nous le verrons, cette fracture sociale transparaît clairement à travers les discours. Ainsi, c'est l'intégration de ces représentations sociales qui crée des barrières mentales. Un rapprochement est d'ailleurs fait avec les violences symboliques décrites par le sociologue Bourdieu.

« On citait l'exemple des gens qui ne vont pas au musée et ben en fait c'est ça. Il [Bourdieu] l'a expliqué, c'est-à-dire qu'en fait ce n'est pas la personne en tant que telle qui décide de ne pas y aller, c'est en fait une violence intériorisée par plein de choses, parce qu'on est mis dans cette case-là, parce qu'économiquement vous n'avez pas tel salaire, parce que vous vivez en HLM, il y a plein de choses qui ne sont pas que économiques, qui sont aussi sociales, psychologiques, etc. En gros à peu de choses près on naît avec ou on grandit avec, on les intériorise, on les accepte, c'est ça qui est en jeu dans ce qu'il explique lui. En fait la violence symbolique est réciproque, c'est-à-dire que celui qui la subit, l'accepte, il se l'impose à lui-même, Je ne peux pas m'autoriser, je ne peux pas me permettre, je n'ai pas le droit. »

Conclusion partielle

Ce panorama des rapports à l'alimentation révèle la pluralité des motivations et des réticences vis-à-vis de l'alimentation durable ainsi que des processus à leur origine. Dans le même temps, les discours empreints de jugement dépeignent une dichotomie entre 'convaincus' et 'réticents'. Nous refusons de faire ce raccourci, ce qui reviendrait à nier la complexité des individus. Car, loin de correspondre aux clichés présentés, ils sont capables d'ambivalences. Tout l'enjeu est donc de parvenir à une remise en question de ses propres représentations et à leur déconstruction en conséquence. Ce travail d'introspection suppose l'adoption d'une posture de tolérance.

4.2. Portée du lieu de vie de la Roseraie de Morailles, entre attentes et réalité

Les retours d'expérience sont les meilleurs moyens de comprendre réellement ce qu'il se joue dans les lieux de vie. Ici, ils éclairent les rapports au lieu, tant dans sa perception que dans son vécu.

4.2.1. Un projet remarquable apprécié et reconnu

Ce qui ressort assez systématiquement est la transversalité du projet des JVR, ceci dit souvent assimilés à la Roseraie, qui suscite l'enthousiasme et l'adhésion. Beaucoup saluent la capacité d'avoir su associer à la production maraîchère les dimensions culturelle et sociale. Certains confient avoir pu grâce au projet des JVR concilier leurs différentes valeurs, en référence au bio, au local et à l'insertion. Par ailleurs, la philosophie selon laquelle problématiques agricoles et sociales sont traitées indépendamment a été relevée et a plu.

« Pour moi ce n'est pas juste un lieu de maraîchage bio. En fait ce lieu-là c'est avant tout un état d'esprit, et c'est ce que j'ai envie de conserver. C'est pour ça que j'ai toujours cette envie d'échanges, que ce soit d'échanges verticaux et horizontaux on va dire, hiérarchie/salariés. »

Ainsi, la Roseraie renvoie une image positive. Elle est décrite comme un lieu unique en son genre qui se démarque dans le territoire et tranche avec le paysage de grandes cultures. A tel point qu'elle est qualifiée d'inspirante à plusieurs reprises.

« Tout ce qui se passe à la roseraie c'est exceptionnel franchement. En plus c'est un endroit, enfin c'est le désert là-bas, on pourrait imaginer qu'il ne se passe rien. Et la roseraie a réussi à fédérer un grand nombre d'acteurs du territoire sur des actions chaleureuses, l'endroit est magnifique, les objectifs sont encadrés par des valeurs, il n'y a rien de discutable là-dedans. »

Pour revenir à l'aspect social, l'accueil chaleureux et le contexte convivial sont relevés assez systématiquement.

« C'est un endroit déjà sympathique, très convivial. C'est vrai que tout le monde est à l'écoute de tout le monde, on est tous au même niveau donc c'est vrai que à parler c'est plus facile quoi. C'est surtout la convivialité. »

Ce contexte semble propice à l'échange, en témoigne la satisfaction des relations entretenues en particulier entre salariés et clients.

« Je trouve ça chouette de pouvoir venir chercher ses légumes et rencontrer les gens qui travaillent ici, à chaque fois qu'on vient on croise des gens quoi. On ne fait pas que venir acheter, il y a un lien, la valorisation des personnes aussi c'est chouette. »

Nous ferons remarquer que la locution de tiers lieux n'a été employée que rarement, ce qui conforte le choix qui a été fait de ne pas s'enfermer dans cette notion technique.

Pour ces qualités, la Roseraie est connue et reconnue unanimement, tant chez les particuliers que chez les institutionnels.

« C'est un endroit qui est vraiment agréable, identifié par les partenaires et par les particuliers d'une manière générale comme un endroit où il se passe des choses différentes et je pense que les gens sont preneurs de ça. »

L'histoire et la réputation passée du lieu y sont pour quelque chose. Cela explique d'ailleurs en partie pourquoi la communication n'a pas été absolument nécessaire. A noter que certains y viennent encore pensant venir chez M. Eve.

« Il y a des tas de gens dans le coin qui connaissant la roseraie, et qui l'associent au nouveau lieu de l'entreprise André Eve, ils ne savent pas qu'il y a encore quelque chose qui existe ici. »

Par ailleurs, bien que la plupart ne la côtoient qu'assez peu en qualité de lieu de vie, la Roseraie fait l'objet de projections de la part des interlocuteurs, dans une telle mesure parfois qu'elle en paraît inaccessible.

« C'est un fantasme de venir au café mais en fait aller au café en général, je n'ai pas le temps mais on a des copines avec qui on fantasme assez régulièrement, on veut se faire un truc entre filles à la roseraie et puis on va jamais au bout. »

4.2.2. L'intégration sociale au cœur du travail d'insertion

Pour ce qui est de la mission première d'un chantier d'insertion, les JVR semblent donner la priorité à la dimension sociale en cherchant notamment à redonner du sens, d'abord simplement à la vie sans quoi le travail ne peut pas avoir de sens non plus. En ce sens, le travail des encadrants est présenté comme un réel travail d'accompagnement tant sur les plans personnel que professionnel.

« C'est juste leur donner envie quoi, l'insertion, ce n'est pas leur redonner l'envie de travailler, c'est vraiment leur redonner goût à la vie. Y a plein de gens ici qui sont mis à l'écart par la société, ils n'ont pas envie de travailler mais c'est parce qu'ils ont pas l'envie de vivre en fait parce que pour la plupart des gens le travail c'est synonyme de corvée. »

Pour retrouver une place sociale, il s'agit dans un premier temps de s'intégrer au sein de la structure d'insertion. En ce sens, cette dernière doit réunir des conditions favorables. En témoignent les salariés en insertion qui attestent de la bonne entente qui les a vite mis à l'aise tout comme l'indulgence dont les permanents font preuve quant aux capacités de chacun.

« C'est un lieu où tout le monde trouve sa place, et ça nous permet de travailler et de rebondir pour faire autre chose après, ça nous permet de remettre un pied à l'étrier ça c'est sûr. »

Ils expriment par ailleurs une grande satisfaction de la bienveillance et de l'investissement des permanents.

« Je trouve qu'on a des encadrants qui sont super gentils, ils sont là pour nous aider, on ne peut pas dire que c'est pénible. »

Plus généralement, les salariés en insertion sont satisfaits et convaincus de l'intérêt de la structure en ce qu'elle leur a permis de prendre confiance en eux, de sortir de leur isolement, de reprendre confiance en l'autre aussi et leur a offert la possibilité de réfléchir à leurs projets.

« Déjà le concept je trouve ça génial, le principe de chantier d'insertion, de permettre à des personnes, peu importe où elles en sont dans leur parcours, perdues à un moment donné ou dans une impasse, permettre d'avoir un temps pour réfléchir, où ils travaillent, ça leur permet aussi de reprendre une activité. »

C'est à cette condition d'avoir retrouvé un équilibre personnel que le retour à l'emploi est envisageable. Pour cela, le travail de la terre semble pertinent dans le sens où il permet de se reconnecter à sa nature et à la nature.

« Rephaser les gens, le retour à la terre, (...) ce qui est bien avec ça c'est qu'on vit les saisons et nous aussi, notre corps aussi, quotidiennement, tu travailles dehors, c'est physique, tu te prends le soleil et tout ça, et le soir tu dors même si t'as des préoccupations, c'est de la bonne fatigue. Et y a plein de gens que j'ai rencontré pendant les 10 ans, qui ne dormaient pas et bah au bout d'un mois c'était réglé. Et il se sentaient bien du coup. Y a une fatigue physique qui est là mais la fatigue morale elle retombe aussi. »

Chez certains clients, la mission d'insertion est prise très au sérieux également, leur engagement aux JVR est d'ailleurs motivé par ce motif.

« Ce qui m'a beaucoup motivée, c'était la dimension sociale, d'intégration, d'insertion, c'est assez fondamental. »

A l'opposé, d'autres omettent cette dimension ou bien l'interprètent mal. Cela se manifeste par une certaine exigence ou encore par des clichés (handicapés, ghetto) de la part de certains clients. Ce qui, soit dit en passant, ne contribue pas à leur valorisation.

« Les gens, c'est ce que je reproche ici, oublient qu'on est un chantier d'insertion, ils oublient que c'est du bio, du local, fait par des gens en insertion, ils voudraient les mêmes calibres qu'en supermarché, ils voudraient que ce soit aussi impeccable, ils voudraient que ce soit moins cher. »

4.2.3. Des publics variés pour une mixité relative

Au préalable, il est à noter que le lieu de vie (café et espace de vie) ne constitue pas l'activité principale des JVR mais une activité secondaire et minime. De plus, c'est à la Roseraie que la grande majorité des événements et animations sont organisés, ce qui limite leur portée auprès des salariés du Jardin Beaunois. En ce qui concerne la vie sur place, j'ai pu m'appuyer sur mes observations pour les confronter aux discours. J'ai ainsi vu confirmés les propos relatifs aux types de publics et à leurs investissements des lieux, clairement identifiables.

Il est dans un premier temps remarqué que la fréquentation de la boutique ne concerne qu'une fraction des salariés, à savoir principalement les salariés chargés de la boutique et les permanents. Le fait même de côtoyer par la force des choses le lieu de vie semble avoir un impact notable. Ce n'est cependant pas une généralité, certains maraîchers s'y approvisionnant aussi, même si cela semble relever de démarches entreprises dans le passé.

« C'est toujours les mêmes et potentiellement ceux qui ne mangeaient déjà pas mal de légumes et potentiellement déjà bio. »

En ce qui concerne les animations, chez les salariés de la Roseraie comme du Jardin Beaunois, leur participation est rare : l'argument le plus cité est la contrainte des horaires, soit tardifs (« *Je suis une couche tôt donc heu, je suis tellement fatiguée de mes semaines de travail* »), soit ne collant pas avec les agendas. Ainsi, les déplacements sont rarement motivés par l'espace de vie. Certains salariés de Beaune n'y sont d'ailleurs jamais allés. Ces constats illustrent à nouveau la mise à l'écart des salariés à la fois pour des raisons économiques et organisationnelles mais aussi socioculturelles comme développé plus haut.

En témoignent les ateliers en interne dont le contexte familial a facilité la participation. Globalement bien accueillis, ils ont tout de même pu faire l'objet de réticences.

« Je vois l'exemple de l'atelier théâtre, y en a on les a forcés y aller quoi, on avait aucun volontaire, bon bah du coup, c'est du volontariat désigné, ce sera toi, toi, toi. Au final, ils y

allaient à reculons et puis à la fin ils étaient super contents d'y aller et ça leur a fait du bien quoi. »

Du côté des clients réguliers et adhérents aux paniers, ils se contentent souvent de faire leurs achats alimentaires et profitent, rarement aussi, de la roseraie et du café. Certains disent avoir assisté à plusieurs événements tandis que d'autres affirment leur intérêt pour les animations sans pour autant y avoir déjà participé. Les arguments sont sensiblement les mêmes que pour les salariés : créneaux pas adaptés, distance, manque de temps.

« Ça [les animations] m'intéresse à chaque fois et en fait je ne peux jamais (...), c'est la contrainte de vivre à la campagne, c'est que dès ma fille fait une activité ça engage tout un tas de trucs derrière. »

En termes de profils, ce sont souvent de jeunes parents ou jeunes retraités. A ces tournants de vie, les remises en questions ne sont en effet pas rares.

« Les parents se rendent compte que c'est important de développer le palais de son enfant, de leur faire goûter différentes choses, parfois de lui faire choisir des légumes. »

D'autre part, aux yeux de tous, les clients sont souvent associés à une classe aisée (« qui ont les moyens ») et bobo, ce qui fait écho aux représentations sociales développées plus haut. De plus, certains clients considèrent que la fréquentation de la Roseraie est loin d'être un hasard et intervient le plus souvent dans la continuité d'une démarche déjà engagée.

« Je vois bien dans les animations ceux qui viennent, des gens déjà qui ne sont pas en rupture de société, loin de là. J'allais dire presque ce n'est pas n'importe qui qui vient ici. »

On distingue par ailleurs les touristes ou visiteurs qui viennent pour le patrimoine historique et la beauté de la roseraie. Pensant retrouver le lieu comme du temps d'André Eve, ils sont finalement séduits par le concept et sont friands des spécialités locales et utilisateurs du café.

« Les gens qui viennent au café viennent aussi pour la roseraie, il y a le plaisir de la visite, le plaisir de la découverte mais aussi le plaisir de boire une boisson fraîche dans un lieu qu'il n'y a pas autre part dans le Pithiverais. »

Enfin, les bénévoles de la roseraie font partie du paysage des JVR. Une grande partie est en fait un groupe historique attaché à ce patrimoine unique et ravi de le voir repris, qui vient entretenir les lieux.

« Le fait de faire revivre cette roseraie, en faisant toutes ces animations, je trouve que c'est super. »

Malgré cela, certains sont hermétiques au projet alimentaire porté par les JVR. D'autres, plus rares, apportent leur aide aux salariés en difficulté : apprentissage de la langue, perfectionnement en maths...

Ainsi, il semble que les différents usagers des JVR fréquentent la Roseraie pour des raisons bien différentes ce qui tend à les isoler les uns des autres. Contrairement à ce qui peut être projeté dans les esprits comme dans la littérature concernant les lieux de vie, dans les faits, la mixité n'est donc pas aussi manifeste. Car malgré une diversité des publics qui elle est bien perceptible, les interactions ne semblent pas aussi riches que projetées. Ce constat est appuyé par un exemple symbolique : l'impression de cloisonnement entre la zone de production et la zone d'accueil des clients. Cet éloignement qui ne s'est fait a priori que récemment est regretté. Pour pallier ce manque de contacts, des clients disent se raccrocher à la feuille de chou.

« Un petit regret que j'ai, c'est justement quand je viens ici c'est d'avoir l'impression que là, il y a un lieu où on ne peut pas aller (...). Toutes les personnes que je connais c'est celles qui ont travaillé à la boutique, on n'a pas de relation du tout avec tous les autres. »

Cette mise à distance à l'initiative des salariés eux-mêmes semble illustrer le sentiment d'illégitimité évoqué précédemment et ce malgré le bienfait supposé apporté par les interactions.

« Ils [les salariés] n'osent pas [aller au café], c'est comme le fait qu'ils aillent manger plus loin, au tout début ils venaient manger là sur la terrasse. Moi je trouvais ça super bien qu'ils mangent sur la terrasse du café ou dans la roseraie parce que ça crée un lien, les gens qui viennent chercher leurs légumes voient qui est-ce qui fait leurs légumes et inversement. »

Regrettée aussi la séparation progressive entre permanents et temporaires qui se dessine en particulier lors des repas.

Finalement, le fait même de pouvoir distinguer des catégories de public témoigne d'un manque d'interconnexions. Pour autant, il ne faut pas omettre les signes de perméabilité qui se traduisent par un fort enthousiasme vis-à-vis de la convivialité et de l'échange exposé plus haut. Ce qui est questionné, ce n'est pas tant la véracité des échanges mais la portée qu'ont ces échanges c'est-à-dire que pour le moment et en apparence en tous cas, ils ne semblent pas mener à la réappropriation du politique comme c'est projeté.

Nous souhaitons ne pas tirer de ces constats de conclusions hâtives, nous relevons simplement les marges de progrès. De plus, cette interprétation est à prendre avec précautions dans la mesure où le lieu n'a que deux ans et vient tout juste de se lancer dans la formalisation de l'animation.

Quoi qu'il en soit, la Roseraie n'en est pas moins un lieu central qui attire des publics d'horizons différents amenés par la force des choses à se croiser.

« C'est un point névralgique, vraiment, t'as des gros agriculteurs conventionnels qui viennent pour la roseraie parce que pour eux c'est historique ici et t'as nous à côté quoi. »

4.2.4. Des effets différenciés encourageants

Malgré le constat précédant de mixité mitigée, les discours témoignent d'effets variables et non négligeables dont les JVR sont à l'origine en matière d'accès à l'alimentation durable. Des effets de la fréquentation des JVR ont été notés aux différents stades d'avancement de chacun dans son cheminement vers l'alimentation durable.

D'abord, les clients et certains salariés considèrent que les JVR ont répondu à un réel besoin insatisfait, en faisant référence à l'offre limitée du territoire (*« J'ai sauté sur l'occasion »*). Pour certains, ça a été la seule solution correspondant à leurs recherches. Par ailleurs, les salariés de la boutique témoignent des retours positifs des clients, faisant toutefois référence à l'exigence dont certains font preuve. Les JVR ont en ce sens conforté, facilité voire renforcé les démarches. Ainsi, les clients et quelques salariés ne sous estiment pas les changements de pratiques imputables à la fréquentation des JVR : augmentation de la part de légumes, découverte de nouveaux légumes, préparation de produits bruts accrue, diversification des pratiques culinaires, réduction du gaspillage, questionnements sur de nouveaux sujets annexes.

« Je mange beaucoup plus de légumes, et j'ai été obligée de me diversifier dans ma consommation de légumes, et heureusement qu'il y a internet pour trouver des recettes et pour varier ! »

En particulier, les suggestions de recettes de la feuille de chou sont appréciées et exploitées.

« Des fois je prends la recette sur la feuille de chou, la feuille de chou c'est génial, c'est vraiment super. »

Côté salariés, il est supposé (par des acteurs institutionnels) que la production de nourriture, qui plus est, potentiellement la sienne, est valorisante et moteur dans la consommation des produits des JVR.

« Surtout qu'ils savent comment c'est fait, ils connaissent l'itinéraire et du coup c'est valorisant de manger ses propres légumes. »

Pourtant, deux cas de figure se dégagent. Il y a ceux qui, suite à d'éventuels essais non convaincants, n'y trouvent pas d'intérêts. Ce comportement est justifié par les questions de temps et de savoir-faire culinaires évoqués plus haut.

« Les gens quand ils arrivent de manière générale, ils se disent 'Bah OK, là j'ai des légumes frais, je vais me mettre à cuisiner'. Soit au début 'Ha bah je n'ose pas trop, je ne sais pas trop comment ça se fait', donc ils prennent pas mais bon je les incitais – maintenant là j'ai un peu moins de temps ici- à prendre des légumes et à préparer deux trois trucs. Et ne serait-ce que faire une sauce tomate des fois, c'était déjà beaucoup pour certains. Cette tendance y en a qui vont tenir dedans, y en a qui vont prendre le changement et d'autres à l'inverse vont se dire 'Nan c'est trop de boulot, je suis crevé le soir, je bosse déjà toute la journée dedans'. Et du coup ils ne prennent plus rien, et s'ils prennent ils osent pas le dire. »

Chez d'autres, la meilleure appréhension des enjeux agricoles et alimentaires permise par le travail aux JVR interroge et pousse à la réflexion à des degrés différents, de la découverte à l'approfondissement.

Pour les novices, il a été question de découvrir des légumes à travers leur culture, l'importance de la saisonnalité ou encore le bio.

« Il a fallu vraiment que je sois dans le milieu pour en prendre vraiment connaissance [du bio]. »

Certains salariés confirment avoir été motivés par la fierté de produire leurs propres légumes.

« Je pense que t'es contente tu sais, c'est un travail que t'effectue et je pense que t'es satisfait de ce que tu as fait. Et de pouvoir en manger, tu te dis 'Purée c'est moi qui l'ai travaillé' c'est super quoi. »

C'est par ces biais que les rapports à l'alimentation ont pu cheminer. Conséquence directe, les pratiques ont évolué : augmentation de la consommation de légumes, entretien d'un potager, repas faits maison... Les permanents en sont les premiers témoins.

« Y a eu pas mal de personnes qui ont changé leur façon de faire, par exemple avec [Prénom d'un salarié], il est toujours à prendre du Servez-vous, à acheter des légumes à la boutique à moins 50% alors qu'il le faisait pas du tout au début. Après c'est quelqu'un qui aime bien cuisiner donc du coup ça change. [Prénom d'un salarié] lui, il ne savait même pas se faire cuire des pâtes, maintenant il se fait des petits plats et tout, ça c'est une vraie victoire quoi. »

Finalement, les effets des JVR sont assez bien résumés par ce verbatim.

« On est d'abord dans un lieu, il faut essayer de bien connaître comment fonctionne cette micro société, ce petit microcosme. Moi j'en reviens toujours à ça, Platon disait 'Connaître toi-même' déjà donc c'est donner du sens à sa vie, 'Connait le monde', qu'est-ce qui se passe autour de toi, par cercles concentriques, et il faut commencer par le premier, et puis ensuite 'Conduis-toi toi-même', c'est-à-dire tes actions quand tu auras fait ce travail-là, ce que tu feras ça sera bien. »

Le parallèle consiste à assimiler la première étape (se connaître) à la mission d'insertion, la seconde (connaître le monde) à sa volonté de sensibiliser à la question de l'alimentation et la dernière (se conduire soi-même) à l'émancipation permise par les deux premières.

Conclusion partielle

Les *Jardins de la Voie Romaine* n'échappent pas à la fracture sociale et aux représentations qui la caractérisent. Il serait pourtant réducteur de catégoriser des individus ambivalents. Ainsi, si la Roseraie pâtit de ce phénomène, des signaux faibles laissent à penser qu'elle peut aussi constituer une solution. En effet, son approche inclusive et empreinte de tolérance semble propice à la déconstruction des logiques de consommation, en témoignent les effets variés déjà constatés. La matérialisation de cette philosophie est permise par le lieu de vie et le cadre dans lequel il s'inscrit. Ils jouent en particulier un rôle majeur en réunissant les conditions favorables à la rencontre tant recherchée. Cette dernière est, semble-t-il, un bon moyen de renverser les rapports de domination. Finalement, les lieux de vie, en offrant un contexte facilitateur, pourraient devenir un support privilégié dans l'accès à l'alimentation durable. Cette démarche demande toutefois d'en appréhender les biais.

4.3. Des clés pour sensibiliser : entre potentiels et précautions

A travers les discours, les biais de sensibilisation des citoyens ont pu être relevés. A mettre en lien avec les parties précédentes, ils révèlent les conditions indispensables, les points de vigilance, les leviers d'action, les signaux faibles.

4.3.1. Une phase de mobilisation délicate

Avant même la sensibilisation, la mobilisation des publics, tant dans leur recherche que pour susciter leur intérêt, est une phase déterminante mais complexe.

4.3.1.1. Des publics difficiles à atteindre

Nous l'avons vu, aux JVR comme dans les associations interrogées, les publics sont jusqu'alors décrits comme des individus volontaires et supposés déjà sensibilisés sans quoi ils n'auraient pas fait la démarche.

« C'est une vraie question, on est un peu dans les mêmes enjeux, on aimerait vraiment diversifier notre public. On arrive à toucher un public un peu différent à travers le bénévolat proposé, par le café ou sur certaines actions mais globalement en majorité, on est quand même sur des gens plutôt classe moyenne supérieure on va pas se mentir quoi, des gens déjà un peu sensibilisés même si on voit une augmentation de gens qui passent ici qui ont plus de difficultés. »

Face à ce constat, tous souhaitent sortir de leur zone de confort et toucher de nouveaux publics, en particulier ceux touchés en premier lieu par la précarité alimentaire. Même l'épicerie DMT, initialement destinée aux publics dans le besoin, estime qu'elle n'arrive pas à atteindre certains publics.

« On est en train, et c'est dans l'ordre des choses, de sortir de notre zone de confort, c'est-à-dire de ne pas être que forcément sur les consommateurs logiques et évidents du bio qui sont des adeptes, des consommateurs faciles et évidents. Maintenant on prend le temps aussi de travailler sur d'autres types de publics, on est aussi missionnés par les institutionnels. »

Or ce sont le plus souvent des publics difficiles à mobiliser. *« Faire adhérer c'est difficile »*

Les stratégies de mobilisation sont alors à adapter en conséquence. C'est par exemple l'objet d'un projet de la mission locale visant à identifier les 'invisibles' avec comme support la Roseraie. Typiquement, l'animation phare dans les associations est l'atelier.

« Les marchés ça va plutôt être de l'évènementiel où là c'est donner de l'accessibilité, de la visibilité mais là typiquement on ne va pas être sur un public hors circuit (...). Maintenant, il y a d'autres manières de faire. »

Pour ne pas fermer des portes, les associations interrogées proposent les animations gratuites voire selon les cas demandent éventuellement une rétribution symbolique (« *participation libre et consciente* »).

Pour ce qui est des JVR en particulier, il semble que l'organisation des animations sur le temps de travail puisse remédier à la contrainte de l'horaire mentionné par les salariés.

« *Si c'est gratuit et que c'est sur le temps de travail, ils vont être aux anges.* »

Autre constat, certaines animations requièrent une rétribution. Au regard du poids du frein financier dans les argumentaires, on imagine facilement que cette condition sera rédhibitoire. Un salarié permanent suggère la mise en place de prix solidaires en fonction des ressources pour faciliter l'accès tout en évitant de retomber dans la gratuité. L'animatrice de BioBerry elle mentionne la possibilité de se former en interne afin de ne plus devoir assumer les coûts des interventions.

Cette réflexion sur l'accueil de public éloignés intervient souvent après que le projet ait été portée par un public privilégié. Ce cas de figure semble applicable à Châteauneuf en transition et à la Roseraie qui ont un cheminement semblable. On se retrouve alors dans une situation délicate et charnière dans la mesure où, en voulant attirer un nouveau type de public, le risque est de le stigmatiser davantage. C'est d'autant plus vrai quand la phase d'appropriation n'a pas pu avoir lieu.

4.3.1.2. *S'appuyer sur des partenaires multiples*

Pour se soulager de cette phase et s'épargner le travail de mise en confiance, certains choisissent de passer par l'intermédiaire d'autres structures, typiquement des associations ayant déjà fidélisé leurs adhérents. Cela les rend plus légitime face à des publics parfois craintifs et facilite grandement les premiers contacts. Cette stratégie est pleinement exploitée par BioBerry.

« *On va aller travailler avec des structures sur ces territoires [les quartiers prioritaires], souvent ces territoires ont un tissu associatif très fort. Nous on va toujours vers une structure ancrée, que ce soit un centre social que ce soit une association ou même une association culturelle, c'est des nouveaux projets qui arrivent, parce que ça nous permet d'accéder à des publics qui sont déjà adhérents à une structure, donc on arrive avec une certaine légitimité, ça ouvre les portes un peu plus facilement, ça rend les choses plus accessibles. Voilà donc nous généralement on s'intègre dans de l'existant.* »

Ainsi, l'association intervient dans des structures aussi variées que des associations, des CCAS, des collèges et lycées, elle travaille avec la CAF ou encore sur un projet d'épicerie solidaire. Elle projette même de se tourner vers des associations culturelles.

Dans la même idée, Châteauneuf en transition mise sur une logique de réseau. Elle accueille en effet de nombreux collectifs, avec notamment un local réservé à une AMAP ou encore la création d'une association de développement d'une monnaie locale, en passant par des soirées débats en lien avec des organismes agricoles. Lauréat à l'AMI *Fabriques de territoires*, l'association s'est également vue sollicitée par de nouveaux collectifs.

C'est cette ouverture qui a permis d'attirer des publics de tous horizons et de construire un dense réseau de solidarité.

« *Il y a un peu ce truc de confiance entre les gens, si t'es de la transition, c'est que tu partages mes valeurs et donc si t'as besoin d'un truc je suis là.* »

Plus spécifiquement sur la question des publics précaires, un travail avec des structures sociales et caritatives est envisagé voire engagé. Les CCAS semblent être un bon relais, d'autant plus qu'ils quadrillent les territoires français. C'est déjà le cas des JVR qui livrent des paniers

solidaires au CCAS de Pithiviers. Il a par ailleurs été évoqué l'idée de rediriger vers les JVR une partie du budget distribué par le CCAS de Pithiviers-le-Vieil sous forme de bon d'achat, jusqu'alors dépensé en GMS.

C'est aussi un souhait de la part de Châteauneuf en transition que de collaborer avec le CCAS local mais elle est confrontée à l'hostilité de la municipalité qui ne soutient pas le projet global depuis ses débuts pour des raisons confuses d'ordres politique, historique et privé. Ce cas illustre parfaitement le poids des orientations politiques des collectivités dans la facilitation ou au contraire dans l'entrave aux initiatives.

« C'est un frein dans le développement de nos projets et je pense que si on avait le soutien on pourrait faire encore plus et toucher encore plus de monde et clairement, nous on a envie de bosser avec eux, dans notre définition d'un territoire en transition, il y a évidemment les acteurs publics et la collectivité là-dedans et donc on est peinés de ne pas pouvoir avancer avec eux mais en même temps on ne va pas se freiner parce qu'ils ne sont pas là quoi. »

Une remarque a été faite sur le fait de s'appuyer sur des prescripteurs dans la mobilisation, typiquement les personnes sensibles ou motivées sur un sujet qui vont impliquer leur entourage. Constatant que ce sont souvent les mêmes personnes qui participent, l'épicerie DMT a également proposé d'inviter les proches, ce qui s'est avéré être un succès.

Dans l'idéal, il est fait mention d'une structure comme BioBerry par département, spécialement consacrée à la sensibilisation pour combler la lacune du GAB en la matière. Faute de tels organismes, les initiatives citoyennes sont présentées comme une alternative efficace par le GABOR.

« Ce genre d'initiatives citoyennes, c'est vraiment des actions phares sur lesquelles on peut s'appuyer, et d'ailleurs ils nous sollicitent et on les sollicite pour développer la bio à la fois sur le territoire en termes d'installation et conversion et à la fois en termes de consommation auprès des populations. »

On fait facilement le rapprochement avec la Roseraie dont l'environnement est propice à l'accueil de collectifs et dont c'est d'ailleurs une ambition.

« L'idée aussi c'est de restituer ce lieu [Roseraie] à d'autres activités organisées par des citoyens de manière générale autour de thèmes qu'ils ont à définir. »

Plus généralement, toujours concernant les JVR, les observations comme les discours témoignent d'un important réseau d'acteurs : CCAS, associations locales, producteurs locaux, bénévoles, collectivités, Réseau Cocagne. Ils entretiennent parfois avec les JVR des liens étroits comme pour le GABOR.

« Et la roseraie a réussi à fédérer un grand nombre d'acteurs du territoire sur des actions chaleureuses. »

Pour autant, leur intégration dans la vie de la structure ne semble pas assez poussée pour certains, le manque d'ouverture vers l'extérieur ayant été mentionné quelques fois. On retrouve ici le phénomène de cloisonnement évoqué plus haut. L'ouverture semble pourtant être la condition pour attirer les publics éloignés avec ces exemples cités : intervention ou accueil d'une école, accueil de personnes handicapées, de financeurs, de pôle emploi, d'associations, de bénévoles.

« Qu'est-ce que vous pouvez mettre en place pour que des gens passent la porte de chez vous ? Ça va être d'aller faire une animation à l'école du coin ou de faire venir via une animation, via une asso, d'autres publics dans votre structure, pour que symboliquement ils aient passé le pas, il y a tout un travail d'animation de fond qui je pense est important à faire. »

Nous ferons remarquer que le poids de l'école a été mentionné à de multiples reprises. Ce point est précisé en annexe 9. Il explique en quoi les jeunes sont un public à privilégier à la fois car il est particulièrement réceptif et car il a une capacité de diffusion à son entourage.

Comme souvent sur des questions d'intérêt général, les porteurs de projets comptent sur le soutien des institutions, en particulier sur le plan financier. Sur le thème de l'alimentation, il semblerait que la dynamique soit engagée : PAT porté par le département et la Chambre d'Agriculture, souhait du PETR de développer un système logistique...

Les JVR comptent bien saisir les opportunités en étant proactifs dans le territoire, avec notamment plusieurs projets de 'tiers-lieux' en cours. A noter que l'association a et continue de bénéficier de soutiens publics à toutes les échelles.

4.3.1.3. *Laisser la place à l'appropriation*

Dans certains discours, on retrouve la logique selon laquelle l'identité et les actions d'une initiative doivent être construites par les bénéficiaires au regard de leurs besoins. En effet, ce processus conditionnerait la légitimité que les individus considèrent avoir à participer.

« On sait très bien que les initiatives qui réussissent, c'est celles qui viennent des gens qui en ont besoin. »

C'est pour cette raison, unanime chez les acteurs associatifs interrogés, qu'une phase d'appropriation est nécessaire. L'exemple le plus éloquent est celui de Châteauneuf en transition, portée et gérée en grande partie par ses bénévoles qui ont réalisé eux-mêmes les travaux des locaux. L'objectif est de devenir acteur de quelque façon que ce soit.

« C'est un moment [les travaux] qui est très fondateur dans l'association puisque c'est un moment où viennent s'agréger tout un tas de personnes dont je fais partie, qui du coup, ont vent de cette association et de ce lieu et puis on arrive par les travaux quoi. Moi j'ai passé la porte, on m'a mis un pinceau dans les mains, on m'a dit bah faut peindre le bar quoi. Et du coup c'est une manière hyper chouette de rentrer en contact avec les gens et de se mettre dans une asso. »

Plus qu'une appropriation mentale, l'importance du rapport aux lieux est exprimée à plusieurs reprises. *« C'est chez eux. »*

Ainsi, l'investissement d'un lieu physique semble facilitateur, en témoigne l'engouement autour de la *Maison de la transition*, faisant faire un bon au nombre d'adhérents, passant de 200 à près de 1000. Cela est à mettre en lien avec le besoin de mise en pratique développé plus bas qui facilite l'appropriation à travers la matérialisation du projet. BioBerry de son côté regrette de ne pas disposer de locaux pour ces mêmes raisons. Châteauneuf en transition relève toutefois une limite : plus que des barrières physiques, ce sont aussi des barrières mentales qui ont été construites en même temps que le lieu, ce qui exclut certains publics. C'est pourquoi la coordinatrice tient à continuer d'intervenir à l'extérieur.

Pour y parvenir, une grande liberté est laissée dans le choix des activités. Cette logique rompt avec la logique classique selon laquelle les actions répondent à des objectifs préalablement fixés. Dans la logique inverse adoptée, les effets sont constatés après coup et précisent ainsi les orientations de la structure.

« Ce n'est pas simple et en même temps c'est beaucoup plus vrai. On va pas dire on fait un projet s'il n'y a personne pour le porter quoi. Donc ça part vraiment plus des gens et puis c'est un peu dans notre philosophie de se dire 'Cette maison elle est citoyenne' et les gens se l'approprient et ils mettent en place ce qu'ils ont envie de voir. Je veux dire ici on vient, on peut se sensibiliser, se nourrir d'idées, échanger et puis ça fait germer un truc. »

C'est, dans son discours, l'ambition des JVR que de laisser les usagers du lieu lui construire une identité et par là, se l'approprier.

« D'une manière générale les tiers-lieux, indépendamment du projet des invisibles, peuvent être tout ce qu'on a dit précédemment c'est-à-dire des lieux dont s'emparent la population pour faire des choses nouvelles voilà. »

Dans les faits, ce processus n'en est qu'à ses débuts d'abord en raison de l'ouverture relativement récente de la Roseraie. De plus, nous l'avons vu, ne constituant pas l'activité principale des JVR et donc étant perçu comme secondaire, l'espace de vie ne fait pas l'objet de déplacements spécifiques. A noter que sa découverte par les citoyens se fait encore aujourd'hui très progressivement, par hasard, suite à la fréquentation de la roseraie ou de la boutique.

De plus, comme développé ci-dessus, le lieu physique peut-être un avantage comme un inconvénient. Dans notre cas, sa multifonctionnalité est propice à sa visibilité mais pas sa position excentrée. Malgré cela, le cadre physique de la Roseraie semble plutôt opportun pour le développement de telles dynamiques d'appropriation, en particulier au regard des signaux faibles relevés plus haut.

Pour revenir à ce qui a déjà été développé, dans la mesure où les JVR attirent une catégorie bien identifiée de publics, plutôt aisés et sensibilisés, le risque est de voir se créer un microcosme reproduisant les rapports de domination du système, excluant de fait les publics nouveaux.

En ce qui concerne l'investissement des salariés dans la vie de l'association, il semble qu'il soit freiné par la charge de travail ainsi que par un manque de motivation. Un parallèle est fait avec les Jardins du cœur : dans cette structure, la destination des légumes (personnes en difficultés) est moteur dans la participation des salariés tant dans le travail que dans les activités annexes. L'image des clients des JVR quant à elle, culturellement associés, est moins stimulante et peut même faire l'objet de négligences dans la qualité du travail.

« On est tellement pris par ça qu'on n'a pas forcément envie d'aller au-delà. »

« Là on travaille un peu pour les riches. »

Enfin, bien que certaines animations aient été réalisées par des adhérents ou même des salariés, la récente formalisation du programme semble aller dans le sens d'une démarche descendante, les thèmes n'émanant pas d'une demande directe.

4.3.1.4. Rester vigilant à la symbolique des actes et des mots

En cohérence avec ce qui a pu être lu dans la littérature, le risque de reproduction du mécanisme de stigmatisation a été relevé sous différentes formes.

D'abord, nous devons tirer des leçons des travers du modèle de l'aide alimentaire, en premier lieu du système de don contraire à l'inclusion. Il s'agit donc de demander une rétribution, aussi symbolique soit-elle.

« L'idée de payer ses légumes, je trouve ça important et c'est ce qu'il n'y avait pas aux jardins du cœur. »

Ce peut être à travers la mise en place de prix solidaires comme évoqué précédemment. C'est typiquement ce que cherchent à faire les épiceries solidaires. Au sein de Du miel dans mes tartines, c'est 20% du prix marchand qui est demandé. C'est la même logique en ce qui concerne les paniers solidaires, qui ne sont d'ailleurs pas fournis en tant que tel mais comme panier lambda. Les ateliers qui les accompagnent sont par ailleurs ouverts à tous.

« Ne pas porter de jugement, pas être moralisateur, prendre conscience qu'ils n'en sont pas là où nous on est mais parce qu'ils ont des bonnes raisons de pas y être. En termes d'accueil moi ce qui était important mais Cathy l'avait dit avant même que... c'est qu'ils sont adhérents au panier solidaire au même titre que les adhérents, il n'y a pas de différence et on ne le propose pas d'ailleurs en tant que panier solidaire. »

Ce dernier verbatim permet d'introduire la question de la morale en ce qu'elle doit faire l'objet de toutes les précautions. Car malgré des intentions souvent bonnes, la frontière avec l'injonction est mince. Le choix des termes employés ne doit donc pas être négligé, au risque de braquer, d'offenser, d'humilier.

« Je crois qu'il y a un mot qu'il ne faut pas dire c'est 'meilleur'. On doit dire 'C'est différent, essaye'. 'Meilleur' c'est pas un mot à dire, parce que pour eux meilleur ça veut dire que heu...Après ce qui est meilleur pour l'un n'est pas forcément meilleur pour les autres déjà d'une part. »

En l'occurrence, la promotion de l'initiative ou de l'animation en question doit faire l'objet de précautions pour ne pas fermer des portes dès l'annonce avec des termes rebutants. Selon certains interlocuteurs, les termes de 'bio' et de 'local' peuvent même faire peur. Il s'agit donc de ne pas en faire un étendard et de ne faire intervenir ces notions que plus tard.

« Il y a un risque mais qu'on fait tous au final, c'est vouloir être droit dans nos bottes, dire que l'alimentation durable c'est ça, c'est la définition que j'en ai donné et qu'en fait ça ne correspond pas au plus grand nombre, et de fait en voulant être ok avec ces valeurs, on restreint forcément le public. On fait un peu tous cette erreur-là, je ne sais pas si c'est une erreur mais en tout cas soit on la fait et on l'assume et on se dit Ok nous c'est ça, c'est forcément un public militant convaincu et on fait autre chose pour un autre public ou alors on essaye de passer par le faire, pour moi ce serait peut-être mon idée, c'est de se dire plutôt que d'annoncer avec des grands mots c'est bio, c'est local, c'est durable, on s'en fout quoi, on le dit pas en fait et juste on dit venez faire un truc. »

De manière générale, il s'agit d'adopter une attitude bienveillante et de faire preuve d'empathie.

« Ce n'est pas parce qu'on a moins de moyens qu'on est pas en capacité à réfléchir. »

Dans ce sens, l'accueil réservé et la dimension d'ouverture sont des étapes à soigner tout particulièrement.

« Leur annoncer qu'il va y avoir un événement, et dire qu'ils y sont les bienvenus quoi, que c'est important pour eux aussi. »

C'est ce qui se dégage de la philosophie des JVR en particulier dans le cadre de sa mission d'insertion mais aussi plus généralement dans son ambition de contribuer à la construction d'une société plus inclusive.

4.3.1.5. Adapter la communication

A plusieurs reprises, l'importance de la communication a été mentionnée : l'importante couverture médiatique dont a bénéficié Châteauneuf en transition a joué sur sa montée en puissance, l'étude *Mangeons Loiret* a révélé la méconnaissance des réseaux d'approvisionnement alternatifs aux GMS par les consommateurs, la mairie de Pithiviers-le-Viel se dit prête à diffuser les informations notamment via son site.

Pour ce qui est des JVR, les clients disent les avoir connus par le bouche-à-oreille, la presse, la recherche d'un autre mode d'approvisionnement ou encore via leur engagement municipal. Chez les salariés, ce sont plutôt les structures comme pôle emploi, la mission locale ou le conseil départemental qui les ont dirigés vers la structure mais le bouche-à-oreille également. Cette majorité de bouche-à-oreille est cohérente avec la volonté des JVR de ne pas miser sur la communication pour permettre une appropriation progressive. Pour autant, cela révèle une inégalité d'accès à l'information qui peut expliquer en partie le profil des publics attirés.

« Comme moi, dans ces circuits où on réussit à avoir les informations, sur où est-ce qu'on peut acheter des légumes bio. »

Cela est d'autant plus vrai que les deux sites, excentrés, souffrent d'un manque de visibilité, tant physique que médiatique. L'idée de communiquer autrement est donc formulée. En revanche, en interne, la feuille de chou est grandement appréciée pour ce qu'elle permet de se tenir informé du ballet des salariés et des cultures.

Plus généralement, plus que dans la forme, c'est dans le fond que la communication doit être révisée. En effet, les a priori et fausses croyances vis-à-vis des modes de production et de commercialisation dits durables sont déplorés par le GABOR, qui considère qu'ils desservent la cause du bio entre autres.

« Notre souci à nous aussi c'est qu'il n'y ait pas de confusion, on se bat et on aimerait avoir plus les moyens de se battre pour qu'il n'y ait pas de confusion entre circuit court, circuit court de proximité, agriculture biologique, bio, local. Parce qu'il y a une espèce de nébulosité qui court autour de ça, où on fait l'amalgame entre local c'est bien, local c'est environnemental, local c'est sain, ben non, ça a beau être local, on peut travailler comme un cochon. En plus local c'est pas défini non plus (...). »

En effet, les économies d'énergie en termes de transport pour le circuit court ne sont en réalité pas avérées, le circuit court n'est pas, dans son principe, garant de la qualité, la main d'œuvre n'est pas la seule explication du prix du bio.

« Les gens ne font pas la différence, quand on va cueillir, on va à la ferme. C'est comme un poulet fermier, il n'est pas forcément bio. »

Pour y remédier, un travail d'explicitation semble indispensable, en particulier en ce qui concerne l'écart de prix. Il s'agit pour cela de faire intégrer les externalités positives, et par là même les coûts cachés, tant en termes d'environnement que de santé ou encore de lien social.

« Les salariés ils vont dire 'Ouai mais le bio c'est cher'. Mais c'est cher sur du court terme, si t'as une vision à long terme, ça te coûte moins cher. Parce que imaginons un kilo de tomates, ça va te coûter 2€ en conventionnel, en bio ça va te coûter 3€, sur le court terme la tomate conventionnelle te coûte moins cher, mais sur le long terme, elle te coûtera plus cher, parce qu'il va falloir compter la dépollution du sol, les frais médicaux qui vont venir d'une mauvaise alimentation, la dépollution des eaux. Donc sur le très long terme elle t'aura coûté 10 balles en fait. »

Une part de responsabilité dans ce travail de promotion est attribuée aux producteurs. Car persuadés de faire bien, ils ont tendance à oublier de défendre leurs pratiques, au risque d'être décrédibilisés par leurs détracteurs. Pour le GABOR, il faut donc les pousser à s'y confronter pour roder leur argumentaire.

« Ce que j'ai constaté chez les producteurs, c'est qu'ils sont tellement convaincus de bien faire qu'ils oublient qu'ils ont des tracteurs, qu'ils oublient qu'il se passe des choses en face (...). Par conviction personnelle et aussi parce qu'ils ont le nez dans le guidon et que c'est toute leur vie, ils ne prennent pas de recul sur les risques et sur les détracteurs, sur les contre-arguments et donc ils sont pas prêts à répondre quand on les attaque. »

De manière générale, l'implication croissante des institutions dans le soutien aux initiatives d'accès à l'alimentation durable semble aller vers une banalisation de ces modes de consommation ce qui conforte ces démarches. C'est ce que souhaite en tout cas le GABOR en soulignant le rôle des politiques publiques dans cette démocratisation.

« Afficher ces modes de consommation non plus comme des modes de consommation alternatifs mais comme ceux qu'il faut atteindre et généraliser. »

4.3.2. Une approche renouvelée inscrite dans le long terme

En ce qui concerne la sensibilisation en elle-même, certaines manières de procéder semblent s'y prêter plus que d'autres.

4.3.2.1. Un processus lent qui demande de la persévérance

D'abord, la progressivité des évolutions des logiques de consommation est relevée à plusieurs reprises voire mentionnée comme une condition à respecter. Ce constat s'inspire du parcours de certains clients qui racontent par exemple avoir intégré au fur et à mesure de nouveaux produits à leur alimentation. Cet aspect est donc à prendre en compte dans la réflexion préalable à une quelconque intervention.

« On ne mange pas bio du jour au lendemain. (...) C'est vraiment une démarche, souvent quand j'ai eu des conversations avec des personnes voulaient aller dans les Biocoop, j'ai dit, 'Il faut commencer par prendre des produits de base et puis découvrir petit à petit', je pense qu'il faut s'approprier aussi ces produits-là. »

En effet, précipiter les choses risquerait de brusquer les publics et de les voir se désengager voire de rejeter ce qui pourrait être interprété comme une injonction.

« On se laisse du temps parce que l'idée c'est pas de marteler, de dire 'C'est comme ça qu'il faut faire et c'est comme ça que c'est bien', il faut qu'eux en prennent conscience sinon ça ne peut pas fonctionner. »

Cela reviendrait à omettre le travail de mobilisation préalable. Un engagement assidu sur le long terme s'impose donc pour une inscription durable des pratiques dans les mœurs.

« Le changement de pratiques, c'est quelque chose qui, de toute façon, peut se faire de manière décliné chez quelqu'un parce qu'on est arrivé au bon moment et qu'il y aura déjà eu des étapes, ou alors on va être l'étape 1 ou l'étape 12. Le changement il est pas en une étape radicale, très rarement. Alors on ne sait pas à quel moment on arrive, effectivement sur des territoires prioritaires, on a conscience qu'on est peut-être l'étape 1. »

Cette nécessaire progressivité repose en fait sur un mécanisme logique. Il consiste, à partir d'un pan de l'alimentation, à susciter la curiosité pour ses autres aspects. A terme, les individus intègrent ses tenants et aboutissants, ce qui permet finalement de faire des choix éclairés. Tout l'enjeu de la sensibilisation est donc d'initier aux enjeux de l'alimentation durable de sorte à enclencher un engrenage vertueux.

« Et puis je crois que quand on rentre dans ce système, on est de plus en plus méfiant, on devient méfiant et on regarde les choses beaucoup plus, c'est vrai que maintenant, acheter un avocat m'inquiète, enfin m'inquiète non mais bon ils viennent du Pérou. »

Nous ferons remarquer que chez les publics dont ce n'est pas la préoccupation, la première étape consiste à faire intégrer la notion de saisonnalité, pourtant évidente pour d'autres. *« Déjà les légumes de saison, rien que ça c'est un challenge »*. C'est pourquoi le chemin est long vers l'alimentation durable.

A noter que ce processus dépasse largement le cercle de l'alimentation et s'étant au mode de vie en général. Cette logique d'effet d'entraînement figure d'ailleurs dans le plaidoyer des JVR, à l'échelle des territoires. L'annexe 8 approfondit à ce propos la question de l'approche systémique qui transparaît dans les discours.

4.3.2.2. Le lien social comme support

Comme évoqué dans la littérature, l'importance de la convivialité quand il est question d'alimentation ressort clairement des discours. Ainsi, la dimension sociale semble être d'une grande utilité en ce qu'elle est fédératrice. C'est pourquoi le lien social est présenté par les associations interrogées comme un prétexte à la sensibilisation voire comme une fin en soi. Car il apparaît que le premier enjeu pour certains est de sortir de l'isolement.

« On joue un peu avec cet aspect un peu social, on accueille tout le monde et pour certaines personnes c'est vraiment un lieu ressource aussi socialement parce que du coup on est pas seul, on croise des gens, on s'investit, on a une place, on existe, ce côté-là. Et en même temps le côté transition, on essaye de sensibiliser au maximum et d'être exemplaires nous dans nos manières de faire ici, on est sur des produits bio locaux, on minimise les déchets. »

Cette approche a d'autant plus de succès qu'elle est très étroitement liée à l'alimentation.

« Parce qu'autour d'une table, regardez, les gens aiment faire la fête en mangeant des choses et des choses bonnes. »

En outre, l'échange amène inévitablement par un moyen ou un autre au sujet de l'alimentation, ce qui facilite son introduction. Son universalité le rend appréhendable par tous.

« Et même quand tu désherbes tu discutes de tout, de ta vie, de bouffe, tu dis ce que tu veux mais l'alimentation c'est quand même un sujet qui revient régulièrement. »

En particulier, le partage sous différentes formes a été présenté comme un levier. Il peut s'agir du partage de pratiques culinaires, de l'échange de produits, de la transmission entre générations...

« Et ce qui est intéressant aussi sur les chantiers quand tu viens à discuter de ça, t'as des gens qui viennent de différents horizons et du coup t'as un mélange de cultures, mais que ce ne soit même pas forcément étrangère, c'est ça, chacun a sa culture culinaire on va dire, 'Ah bah tiens tu devrais essayer ça', moi j'adore, c'est riche. »

Les conditions des JVR semblent aller dans ce sens, à la fois car l'espace de vie est propice à la convivialité (en témoignent les usagers) et car son activité première de production et de vente de produits biologiques la rend d'autant plus légitime à s'emparer du sujet de l'alimentation.

« Je suppose que le café [de la Roseraie], c'est aussi une façon de sociabiliser les personnes. »

4.3.2.3. Une mise en pratique incontournable

Plus ou moins directement, les interlocuteurs ont exprimé leur intérêt pour la pratique. C'est en particulier pertinent dans le cadre scolaire, qui se contente souvent de simples supports papier. Une institutrice insiste notamment sur la place de la cuisine.

« Si les profs pouvaient manger avec les enfants, faire la cuisine, préparer un repas pour le déjeuner, c'est des biais d'éducation qui sont énormes. Alors juste leur dire avec un cours 'Mangez des légumes, ça c'est une carotte, ça c'est une courgette, et ne pas faire 'Aller on épluche une courgette, on la mange au déjeuner', en fait c'est ça qui est bloquant, c'est vraiment trop dommage quoi. »

En particulier, le rôle de la restauration collective dans les changements de pratiques est souligné en référence aux objectifs de la loi EGalim². Certains saluent l'engagement de certains cuisiniers pour y parvenir. Ils restent toutefois lucides sur les obstacles auxquels ils sont confrontés, à mettre en lien avec les freins propres au territoire : regroupement de grosses quantités, diversité des produits, système logistique défaillant.

Ce besoin de matérialiser s'illustre assez bien au travers de l'exemple de l'ouverture d'un lieu physique de l'association Châteauneuf en transition, qui a vu son nombre d'adhérents exploser en conséquence. C'est aussi ce qui transparaît dans les propos de l'animatrice de BioBerry qui regrette de ne pas disposer de locaux. En ce sens, le lieu de la Roseraie est envié

² Les objectifs à l'horizon 2022 sont de 50% de produits de qualité et durables dont un minimum de 20% de produits biologiques

pour son potentiel. De manière générale, les visites de terrain, notamment des zones de production, semblent faire l'objet d'une vraie demande. Cela passe par la mise en place de jardins collectifs, la visite de fermes ou des sites des JVR par exemple.

« L'ouverture aux visites de l'espace, aux explications et de montrer aux familles, aux parents et enfants comment ça fonctionne. »

En interne des JVR, le travail de terrain est propice à la mise en pratique. Pour les encadrants, c'est le support idéal pour susciter l'intérêt d'une part pour le travail de maraîchage et d'autre part pour les légumes en eux-mêmes.

« Y a des gens qui vont nous demander, 'Tiens, avec du fenouille toi qu'est-ce que tu fais avec ?' Moi je n'ai pas trop le temps, si on nous pose pas la question je vais pas développer là-dessus alors qu'avant je développais même si la question venait pas. Du coup ça suscite l'intéressement à ça quoi. [Prénom de salarié] elle me disait ça ce matin 'Je n'aurais jamais cru que les courgettes ça poussait comme ça'. Donc de voir à la base d'où ça vient. »

Ce biais semble d'autant plus pertinent quand il s'agit de familiariser à la préparation culinaire des produits, les ateliers organisés par les associations interrogées sont d'ailleurs un outil majeur.

« Avant tout pour pouvoir cuisiner avec les gens, transformer tous les surplus qu'il peut y avoir chez les maraîchers, les légumes moches, faire des conserves ensemble, faire des ateliers et du coup sensibiliser vraiment les gens à ça, et on se dit que par le faire, ça marche toujours mieux. »

4.3.2.4. Un accompagnement complémentaire à ne pas négliger

En lien direct avec la partie précédente, la mise en pratique doit faire l'objet d'un accompagnement à l'évolution des pratiques. Il s'agit en effet d'accompagner les individus dans la déconstruction des aprioris et de montrer un autre chemin possible.

Pour cela, de multiples leviers concrets sont proposés : planifier les repas de la semaine, valoriser les restes, substituer les ingrédients (viande par légumineuses), démystifier la corvée de la préparation des repas voire y prendre goût, préparer en grosses quantités...

« Où je bossais avant je disais, tu sais tu fais une sauce tomate, c'est long à couper en morceaux mais une fois que c'est parti dans la casserole t'es pas obligé de rester à côté, tu fais autre chose, tu reviens de temps en temps, tu remues », « Se rendre compte que cuisiner ça peut être un plaisir aussi et pas forcément une corvée et qu'en plus de ça, il y a des choses qui peuvent être faites rapidement, qu'on peut laisser sur le coin du feu et qui ne demandent pas plus que ça. Ou après on peut cuisiner une fois un bon plat et en manger deux trois jours. »

Cela s'applique particulièrement au programme des paniers solidaires. Bien que l'initiative soit saluée pour sa dimension solidaire, il est supposé par les interlocuteurs qu'elle ne s'inscrit pas dans le temps long, faute d'accompagnement visant à pérenniser ce mode de consommation. On retrouve ce raisonnement indépendamment du programme : l'idée est de coupler l'achat à un accompagnement.

« Moi sans animation je trouve que ça perd du sens parce que finalement donner un légume à quelqu'un ou même le vendre, sans qu'il y ait tout un travail de fond pour qu'il s'approprie le savoir autour de ça, il manque quelque chose quoi. »

Ça n'a pas échappé au CCAS qui a pris la mesure d'un tel accompagnement et a donc prévu d'agir en conséquence. Des ateliers au sein de la Roseraie sont d'ailleurs programmés.

« Nous on mettra des petites recettes dedans [les paniers], il y aura des choses pour les aider, on insiste beaucoup sur le fait que s'il y a un légume qu'on ne connaît pas, l'idée c'est de découvrir et on essaye des sensibiliser à ça avant. »

D'autres prennent le parti d'inspirer les autres à partir de leurs propres pratiques. Ce pouvoir de diffusion fait appelle à la curiosité et permet d'éviter l'injonction.

« C'est une envie, une motivation, c'est pour ça moi je dis toujours, pour réussir à changer les gens, faut déjà réussir à changer soi-même et rayonner, c'est un peu ésotérique ce que je te raconte mais, si tu rayannes, les gens vont te regarder 'Pourquoi il rayonne comme ça lui, qu'est-ce qu'il fait pour rayonner ?' Et puis du coup ils vont regarder 'Ha ouai tiens bah je vais essayer ça aussi'. »

Nous ferons remarquer pour le cas des JVR que c'est sur les permanents que repose ce travail d'éveil des salariés aux enjeux alimentaires dans la mesure où c'est un travail de longue haleine qui prend appui sur les activités du quotidien. Malgré leur forte volonté, c'est un biais qu'ils peinent à mettre en œuvre au regard des responsabilités qu'ils assument et de la charge de travail qui en découle.

« Pour bien travailler, faut prendre le temps de travailler, je ne suis pas quelqu'un de lent, quand y a quelque chose à faire je mets le pied dedans et j'y vais, je vais le faire à fond. Mais là j'ai l'impression de tout survoler et de pas faire les choses comme il faut. Et ça c'est hyper frustrant. »

4.3.2.5. Partir des centres d'intérêts

Face à des publics chez qui l'alimentation n'est pas toujours un sujet de préoccupations, une approche détournée semble adaptée. Il s'agit de passer par des portes d'entrées d'intérêt voire familières qui mèneront par un chemin indirect à la question de l'alimentation.

Pour cela, il s'agit d'exploiter ou de développer la propension à la curiosité des individus. En effet, à plusieurs reprises, la curiosité est présentée comme moteur dans l'intérêt porté à la nouveauté.

« J'essaie de tout tester, ici j'essaie de tout tester, vraiment et j'adore, même ma fille. »

D'abord, c'est le format d'atelier qui semble adopté par tous et validé par les participants. Ils font en effet l'objet de retours positifs de la part du public, qualifié de réceptif. En témoigne la forte demande ; BioBerry est par exemple sollicité au-delà des frontières du Cher.

« Elles étaient ravies, elles ont galéré à faire leurs rouleaux de printemps mais elles étaient à fond, elles en ont refait quatre, elles étaient hyper contentes, elles m'ont demandé si je pouvais faire un petit livret avec ce qu'on avait vu, si on ne pouvait pas remettre en place des ateliers autour de tout ça parce que c'est quand même super sympa, très convivial, hyper bien reçus. »

Inévitablement, on retrouve l'atelier cuisine qui fait l'unanimité. Nous l'avons vu, passer par le lien social est facilitateur. En y associant la dimension culinaire, l'atelier cuisine est d'autant plus fédérateur, surtout quand il mobilise les compétences. Souvent, les pratiques anti-gaspillage sont introduites par ce biais.

« En sollicitant à travers leurs compétences, par exemple, on nous file 30 kilos de tomates, faut faire de la sauce tomate, et bah faire un appel en disant 'Qui sait faire de la sauce tomate ? Qui a une super recette ? Qui vient nous montrer quoi ?' Ça peut être comme ça. Ça peut être à travers les ateliers, je pense les enfants, ateliers crêpes, apprendre à faire des cookies, ce côté un peu patouille, mettre les mains dedans, le côté pédagogique et ludique ça peut être sympa. »

Dans la même idée, BioBerry relate le succès inattendu d'un ciné débat qui a été amené par la préparation d'un buffet en amont.

Ce n'est cependant pas la seule entrée possible, de nombreux sujets pouvant se rattacher plus ou moins directement à l'alimentation. Quand bien même le lien avec l'alimentation ne serait pas avéré, ce biais a le mérite de susciter l'intérêt voire de sensibiliser à une cause de la transition. Typiquement cela peut passer par la confection d'accessoires zéro déchet, la fabrication de cosmétiques maison, la réparation de son vélo ou encore la réalisation d'une vidéo avec confection des marionnettes.

C'est une fois l'attention captée que la question de l'alimentation peut être introduite au fur et à mesure. Les lieux multiserviciels comme la Maison de la transition ou la Roseraie semblent propices à ce genre d'approche.

« Le projet initial qui est l'insertion professionnelle par le maraîchage, qui est déjà très vertueuse, ce que vous avez mis en place là, c'est que vous voulez sortir de ce cercle fermé. Créer un lieu de vie, quand je vous parlais du fait d'aller vers les gens, un lieu de vie ça permet, via d'autres activités, vous allez peut-être avoir une couturière qui va faire du zéro déchet, vous allez avoir des ciné débats, proposer à boire un coup avec la boisson du coin. Ce que vous créez c'est l'extension de ça en fait. »

Plus que de simples moyens d'accéder à la question de l'alimentation, toutes ces activités annexes s'inscrivent dans une démarche plus globale ayant pour finalité la transition des pratiques de consommation vers un nouveau paradigme. Cet aspect est développé en annexe 8.

« Notre vocation c'est la sensibilisation au bio et aux circuits courts, et donc aujourd'hui on parle plutôt d'alimentation durable aussi, parce qu'on intègre le zéro déchet, l'environnement, on commence à avoir des missions qui s'élargissent à juste titre. »

Conclusion partielle

Nous avons décrypté dans cette dernière partie les biais de sensibilisation à l'alimentation durable. En cohérence avec les premières conclusions, ils reposent tous à différents degrés sur l'adoption d'une posture de tolérance. En particulier, l'appropriation et le lien social s'imposent comme les deux piliers transversaux à respecter. Les multiples rapprochements faits avec les lieux de vie, notamment avec la Roseraie, laissent aisément imaginer leur potentiel en la matière, tant dans l'état d'esprit que dans les conditions. Les *Jardins de la Voie Romaine* sont d'autant plus légitimes et compétents à traiter de l'accès à l'alimentation durable au regard de leur mission d'insertion par le maraîchage biologique. Pour autant, cela ne les exempte pas de rester attentifs aux points de vigilance soulevés.

Conclusion

La présente étude s'inscrit dans le cadre du développement des *Jardins de la Voie Romaine* à travers la création de lieux de vie dans le Nord Loiret. L'ambition de cette recherche-action a été d'éclairer la portée des lieux de vie dans l'accès à l'alimentation durable. Il a s'agit d'apporter des clés de compréhension des réels enjeux qui s'y jouent et d'en tirer des enseignements pour l'association. J'ai pour cela adopté une approche sociologique qualitative en réalisant des entretiens semi-directifs. L'analyse des résultats conduit à une conclusion : toute démarche doit faire l'objet d'un travail réflexif préalable dans sa dimension morale.

En premier lieu, il apparaît que les représentations contribuent fortement à orienter les logiques de consommation alimentaire. Elles entretiennent de la sorte un clivage social réducteur. En effet, au regard de la complexité des discours, il n'en est rien. Ainsi, dans un processus nécessaire de déconstruction des représentations, et par là des rapports de domination, il s'agit de reconnaître l'ambivalence des individus et d'accepter que chacun a de bonnes raisons d'agir comme il le fait. En ce sens, l'adoption d'une posture empathique semble être de rigueur. Ce travail réflexif consiste donc en une remise en question des aprioris tant vis-à-vis des autres que de soi-même.

Cette étape passée, il s'agit de se questionner sur les conditions favorables à une prise en main spontanée des enjeux alimentaires. Le but n'est pas de faire tendre vers l'alimentation durable mais plutôt de rendre les citoyens acteurs de leurs choix. Cet empowerment consiste en une phase d'appropriation qui prend ses racines dans les besoins réels. Pour cela, le lien social s'impose comme le biais à privilégier. Or les rapports de domination ont contribué à une perte de confiance chez certains. En ce sens, la mobilisation sous forme d'entre-soi pourrait être envisagée comme une alternative au modèle inclusif initialement projeté.

Les lieux de vie comme les *Jardins de la Voie Romaine* les imaginent répondent particulièrement bien à ces conditions. En effet, en offrant un cadre propice à la rencontre et à l'expression des opinions, ils concourent à lever les freins symboliques en plus des freins fonctionnels. Ce potentiel en fait des supports d'émancipation privilégiés tant physiques que morales. Ainsi, comme supposé initialement, les lieux de vie apparaissent comme facilitateurs en matière d'accès à l'alimentation durable, à condition toutefois de s'appuyer sur des biais adaptés.

Finalement, je n'échappe pas non plus à cette remise en question. En effet, malgré les précautions prises dans la sélection des interlocuteurs, l'analyse des données collectées a révélé une surreprésentation des adeptes de l'alimentation durable. Cette erreur de ma part n'est pas anodine au regard du mécanisme de domination puisqu'elle y a symboliquement participé en diminuant la parole des premiers concernés. Ces enseignements me serviront, je n'en doute pas, dans l'exercice du métier d'ingénieur agronome et en particulier dans l'analyse des jeux d'acteurs. Car à l'interface entre des groupes potentiellement en tension, il faut savoir faire la part des choses.

Liste des références bibliographiques

ABENA, 2013. *Alimentation et état nutritionnel des bénéficiaires de l'aide alimentaire* [en ligne]. S.l. Disponible à l'adresse : <https://www.mangerbouger.fr/pro/IMG/pdf/2013-abena2-rapport.pdf>.

ADEME, ATEMIS, 2017. *Vers une économie de la fonctionnalité à haute valeur environnementale et sociale en 2050 - Les dynamiques servicielle et territoriale au cœur du nouveau modèle - Synthèse*. S.l.

AGENCE BIO, 2020. *Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France Agenc BIO/Spirit Insight* [en ligne]. février 2020. S.l. : s.n. Disponible à l'adresse : <https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2020/02/AGENCE-BIO-DOSSIER-DE-PRESSE-BAROMETRE-2020-def.pdf>.

AGRESTE CVL, 2019. *Mémento de la statistique agricole* [en ligne]. S.l. Disponible à l'adresse : http://draaf.centre-val-de-loire.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Memento_2019_PUB_19_12_10_cle0f73e6.pdf.

ARS, 2017. *Diagnostic Territorial Partagé - Loiret* [en ligne]. S.l. Disponible à l'adresse : https://www.centre-val-de-loire.ars.sante.fr/system/files/2018-06/Diagnostic_Territorial_Loiret.pdf.

BESSON, Raphaël, 2013. Les Tiers-Lieux, une notion à expérimenter et co-construire. In : *Revue Echosciences*. 4 mars 2013. p. 7.

BESSON, Raphaël, 2017. La régénération des territoires ruraux par les Tiers Lieux. Le cas des Tiers Lieux Creusois. In : *Urbanews*. 18 septembre 2017. p. 15.

BIOCENTRE, 2019. *LES CHIFFRES DE LA BIO EN RÉGION CENTREVAL DE LOIRE EN 2018* [en ligne]. novembre 2019. S.l. : Bio Centre Mag. Disponible à l'adresse : https://46.105.172.58/images/PDF/bcm_hs/Les-Chiffres-Bio-2019.pdf.

BLANCHOT, Véronique et TÉCHOUEYRES, Isabelle, 2018. Un exemple de circuit court dans l'aide alimentaire : de A2MAP à Uniterres-équitable. In : *Forum*. 6 mars 2018. n° 153, p. 44-52.

CAISSE DES DÉPÔTS, DGE et PIPAME, 2017. *PROSPECTIVE Économie sociale et solidaire : les circuits courts alimentaires* [en ligne]. S.l. : s.n. [Consulté le 4 août 2020]. Disponible à l'adresse : <https://base.socioeco.org/docs/pipame-circuits-courts-alimentaires.pdf>.

CALVÈS, Anne-Emmanuèle, 2009. « Empowerment » : généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement. In : *Revue Tiers Monde*. 2009. n° 200. DOI 10.3917/RTM.200.0735.

CHAMBRE D'AGRICULTURE CVL, 2019. *Comment la taille des exploitations agricoles en région Centre-Val de Loire a-t-elle évolué depuis le recensement agricole de 2010 ? - Version département du Loiret* [en ligne]. décembre 2019. S.l. : s.n. Disponible à l'adresse : https://centre-valdeloire.chambres-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/Centre-Val-de-Loire/509_Fichiers-communs/20191217_-_taille_des_exploitations_agricoles_en_CVL___D45_en_2019.pdf.

CHIFFOLEAU, Yuna et PREVOST, Benoît, 2012. Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires. In : *Noroi. Environnement, aménagement, société*. 30 septembre 2012. n° 224, p. 7-20. DOI 10.4000/noroi.4245.

CIVAM, 2018. *Résultats d'enquête - Accessible - Pour une alimentation durable accessible à tous*. février 2018. S.l. : s.n.

CIVAM, 2019. *Projet Accessible - Boîte à outils - Aborder dans l'enseignement agricole les enjeux d'une alimentation durable accessible pour tous*. 2019. S.l. : s.n.

COLLART DUTILLEUL, François, 2013. Proposition pour la reconnaissance internationale d'une "exception alimentaire" sur le modèle de l'exception culturelle. In : DUTILLEUL, François Collart (éd.), *Penser une démocratie alimentaire (vol. I)* [en ligne]. S.l. : Inida (Costa Rica). p. 13. [Consulté le 4 août 2020]. Disponible à l'adresse : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00930243>.

COLLET, Pierre-Alexandre, DEPORTE, Maxime, DUFREIX, Olivier, LE DUFF, Delphine et REINETTE, Jenna, 2017. *Tiers-lieux : l'évolution des lieux de travail au service de la transition écologique ? - De la transition numérique à la transition écologique*. S.l. Ecole des Ponts ParisTech, Ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer.

CRESS, 2017. *OPPORTUNITÉS DE L'ALIMENTATION DURABLE & DES CIRCUITS COURTS DANS L'ESS - les perspectivESS* [en ligne]. S.l. Disponible à l'adresse : https://www.lelabo-ess.org/IMG/pdf/201709_alimentation_cressra.pdf.

DELAVIGNE, Anne-Hélène, 2012. Logique du local et pratiques territoriales dans une action d'aide alimentaire | Cairn.info. In : *Pour*. 2012. n° 215-216, p. 295-303.

DÉPARTEMENT DU LOIRET, CA45, 2020. Loirétains, que mangez-vous ? In : *Conseil départemental du Loiret* [en ligne]. 19 juin 2020. [Consulté le 1 septembre 2020]. Disponible à l'adresse : <https://www.loiret.fr/actualite/loiretains-que-mangez-vous>.

DOUILLET, Baptiste, 2016. *De l'accès à l'alimentation durable à la démocratie alimentaire*. S.l.

DUBOYS DE LABARRE, Matthieu, 2016. *ECOALES*. S.l.

IGAS, 2019. *La lutte contre la précarité alimentaire - Evolution du soutien public à une politique sociale, agricole et de santé publique* [en ligne]. S.l. Disponible à l'adresse : <http://www.igas.gouv.fr/IMG/pdf/2019-069R-P.pdf>.

INSEE, 2019. *Statistiques locales*. 2019. S.l. : s.n.

IPSOS, 2014. *Les Français et le consommer local* [en ligne]. février 2014. S.l. : s.n. Disponible à l'adresse : file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Temp/Ipsos_Francais_ConsommerLocal_fevrier_2014.pdf.

IPSOS, 2018. *Baromètre de la pauvreté Ipsos/Secours populaire* [en ligne]. S.l. Disponible à l'adresse : https://www.secourspopulaire.fr/sites/default/files/atoms/files/barometre_ipsos_spf-juin_2018.pdf.

LAGANE, Romaric, 2018. Lieux 3.0 : tiers-lieux, lieux hybrides et partagés, lieux pour réinventer demain, tiers espaces... In : . 12 septembre 2018. p. 121.

LAMINE, Claire et CHIFFOLEAU, Yuna, 2012. Reconnecter agriculture et alimentation dans les territoires : dynamiques et défis. In : *Pour*. 2012. Vol. N° 215-216, n° 3, p. 85-92.

LES JARDINS DE LA VOIE ROMAINE, 2019. *Les voies romaines - Acte de territoire pour le développement social et environnemental du loiret*. novembre 2019. S.l. : s.n.

LOHIER-FANCHINI, Clara et SALEILLES, Séverine, 2016. *FAVORISER L'ACCES A UNE ALIMENTATION DE QUALITE POUR TOUS : QUELS LEVIERS D'ACTION POUR CONSTRUIRE*

DES SYSTEMES ALIMENTAIRES URBAINS PLUS SOLIDAIRES ? [en ligne]. S.l. Disponible à l'adresse : http://projetfrugal.fr/wp-content/uploads/2017/07/FRUGAL_Semin-acces-291116Synth.pdf.

MALASSIS, Louis, 1994. Nourrir les hommes. In : *Économie rurale*. 1994. Vol. 224, n° 1, p. 66-66.

MINISTÈRE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES, 2019a. *Fabriques de territoire & fabriques numériques de territoire - Appel à Manifestation d'Intérêt* [en ligne]. 11 juillet 2019. S.l. : s.n. Disponible à l'adresse : https://www.cget.gouv.fr/sites/cget.gouv.fr/files/atoms/files/20190710_ami_tierslieux_cahier_des_charges_1.pdf.

MINISTÈRE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES, 2019b. *Nouveaux lieux, nouveaux liens - L'Etat s'engage pour les tiers-lieux dans les territoires* [en ligne]. 17 juin 2019. S.l. : s.n. Disponible à l'adresse : https://www.cohesion-territoires.gouv.fr/sites/default/files/2019-06/20190617_dp_tiers-lieux_compressed.pdf.

MUNDLER, Patrick, 2013. Le prix des paniers est-il un frein à l'ouverture sociale des AMAP ? Une analyse des prix dans sept AMAP de la Région Rhône-Alpes. In : *Économie rurale. Agricultures, alimentations, territoires*. 15 juillet 2013. n° 336, p. 3-19.

PATUREL, Dominique, 2018. *Démocratie Alimentaire et Accès à l'alimentation durable des familles à petits budgets*. 2018. S.l. : s.n.

PRÉCIGOUT, Frédéric et TÉCHOUEYRES, Isabelle, 2015. L'aide alimentaire et la valorisation du lien au terroir : étude du cas de l'action Uniterres auprès d'épiceries sociales en Poitou-Charentes et en Aquitaine. In : *Les produits de terroir ; l'empreinte de la ville*. 2015. p. 155-167.

RÉGION CENTRE, 2014. *Regard sur le bassin de vie de Pithiviers* [en ligne]. S.l. Disponible à l'adresse : http://www.regioncentre-valdeloire.fr/files/live/sites/regioncentre/files/contributed/docs/avenir-region/forums-participatifs/Regard_Bassin-vie_Pithiviers.pdf.

RÉSEAU COCAGNE, 2019. *Charte nationale du Réseau Cocagne* [en ligne]. 2019. S.l. : s.n. Disponible à l'adresse : <http://thaon-les-vosges.reseaucocagne.asso.fr/wp-content/uploads/sites/7/2014/04/charte-jardins-de-cocagne2014.pdf>.

RICHEZ-BATTESTI, Nadine, PETRELLA, Francesca et VALLADE, Delphine, 2012. L'innovation sociale, une notion aux usages pluriels : Quels enjeux et défis pour l'analyse ? In : *Innovations*. 1 juin 2012. Vol. n°38, n° 2, p. 15-36.

TRANSRURAL, 2018. Tiers-lieux ruraux : des espaces d'accueil, d'échanges et d'expérimentation. In : *Transrural Initiatives*. septembre 2018. n° 470.

Annexes

Annexe 1: Présentation du guide d'entretien	53
Annexe 2. Guide d'entretien à destination des salariés	54
Annexe 3. Guide d'entretien à destination des clients	56
Annexe 4. Guide d'entretien à destination des acteurs institutionnels	57
Annexe 5. Trame de la grille d'analyse	59
Annexe 6. Acteurs interrogés et modalités d'entretiens	60
Annexe 7: Pour aller plus loin : La polysémie de la notion d'alimentation durable confirmée	61
Annexe 8: Pour aller plus loin : Inscrire l'alimentation dans une approche systémique	62
Annexe 9: Pour aller plus loin : L'école, lieu privilégié de l'éducation	63

Annexe 1: Présentation du guide d'entretien

Profil

Cette collecte des caractéristiques des individus interrogés est indispensable à l'interprétation des discours qui suivent. Pour les salariés et les clients, il s'agit d'obtenir leur âge, leur situation familiale, leur profession, leur parcours de vie, le milieu dont ils sont issus. Pour les acteurs institutionnels, il a été question de leur poste et ancienneté, de leur parcours, de leurs missions.

Premier abord [Acteurs]

Section d'introduction aux JVR et destinée aux acteurs, elle s'intéresse au contexte dans lequel ils ont pris connaissance du projet ou si ce n'est pas encore le cas, on leur introduit. On demande les premières impressions d'un tel projet. On fait aussi expliciter les projets des interlocuteurs et dans quelle mesure ils s'apparentent ou s'articulent au notre.

Fréquentation et intégration

Dans cette section équivalente à la précédente mais destinée aux usagers du lieu, l'idée est de comprendre ce qui les a amenés à le fréquenter, depuis combien de temps et à quelle fréquence, pour quelles activités et pour quel niveau de satisfaction, leurs attentes et perceptions du lieu, leur motivation, leur participation à la vie associative sous toutes ses formes.

Intervention [Acteurs]

On cherche à décrypter leur positionnement par rapport à notre projet et à savoir dans quelle mesure ils interviennent/pourraient intervenir. On en profite pour avoir un retour, au regard de ce qu'ils peuvent entendre. Les attentes sont aussi sondées.

Perceptions [Acteurs]

On cherche ici à profiter de leur vision globale pour appréhender les dynamiques en matière d'accès à l'alimentation durable et de lieux de vie. Soit celles qu'ils auraient pu initier ou celles qu'ils soutiennent, ou simplement celles dont ils ont connaissance. Les partenariats, opérationnels et souhaités, sont scrutés.

Consommation et motivations

Ici, les pratiques alimentaires des individus sont questionnées, tant en termes d'approvisionnement que de cuisine. Il s'agit d'appréhender, à travers des illustrations concrètes, les logiques de consommation, les freins, les motivations, la place accordée à l'alimentation tant économiquement que socialement.

Pour ce qui est des acteurs, on les interroge sur les dynamiques qu'ils constatent en matière d'alimentation.

Accessibilité

On cherche à dépasser le cercle individuel en faisant réagir sur les habitudes alimentaires différentes des leurs. Selon le degré d'aisance et pour éviter l'embarras, l'interprétation de la notion d'alimentation durable est demandée ainsi que son adéquation avec le mode de consommation de la personne.

On les questionne aussi sur l'idée qu'ils se font des types de clients du lieu, ce qui donne des clés sur son accessibilité. On leur demande leur avis sur les leviers à lever pour pallier les problèmes soulevés.

Le programme des Paniers solidaires est évoqué dans la continuité et les réactions sont relevées. Chez les acteurs, il s'agit de poser plus directement la question de l'accès et des leviers mis en place ou imaginés. Ils peuvent par ailleurs rendre compte des initiatives de leur territoire agissant sur ce terrain-là et des éventuels soutiens et partenariats de leur part.

Rétrospective

Les éventuels effets de la fréquentation du lieu sont interrogés, qu'il s'agisse d'un changement de pratique ou de relationnel. Une prise de recul est sollicitée, questionnant sur les écueils, les atouts et faiblesses, les améliorations potentielles.

Les perceptions et projections du lieu et du rôle qu'il joue et à jouer dans l'accès à l'alimentation durable sont sondées.

Annexe 2. Guide d'entretien à destination des salariés

Guide d'entretien à destination des salariés temporaires et permanents

PROFIL

Pourriez-vous commencer par vous présenter et ce qui vous a amené à fréquenter les JVR ?

Relances : âge, lieu de vie, profession, situation familiale, parcours, ...

FREQUENTATION ET INTEGRATION

Comment avez-vous eu connaissance du lieu ? (Jardin Beaunois ou Roseraie)

Quelles étaient vos attentes du lieu ?

Depuis combien de temps travaillez-vous aux JVR ? Les fréquentez-vous avant ?

Qu'est-ce qui vous a amené à fréquenter ce lieu ? (Jardin Beaunois et/ou Roseraie)

Qu'est-ce que vous y appréciez ?

Comment parlez-vous de ce lieu ? Quel nom/qualificatif ? Pourquoi ?

[Pour les salariés du Jardin Beaunois] Fréquentez-vous la Roseraie ? Pour quelles raisons ?

[Pour les salariés de la Roseraie] Fréquentez-vous la Roseraie hors horaires de travail ? Pour quelles raisons ? Vous déplacez-vous spécialement ?

Profitez-vous de votre fréquentation quotidienne du lieu pour faire ce pour quoi vous ne vous seriez pas spécialement déplacé ?

Avez-vous déjà participé à des événements ? Sous quelle forme participez-vous à la vie du lieu ?

De quelle manière souhaiteriez-vous participer ?

CONSOMMATION ET MOTIVATIONS

Approvisionnement

Vous fournissez-vous ici ? Qu'achetez-vous ? Quelles catégories de produits ? A quelle fréquence ?

Pour quelles raisons ? Qu'est-ce que vous appréciez ?
Qu'est-ce qui vous freine ? Qu'est-ce qui pourrait vous faire changer d'avis ?
De manière générale, êtes-vous intéressé par les produits bio ? locaux ? Pourquoi ? Quelle image avez-vous de la boutique ?
Ou vous approvisionnez-vous d'autre ?

Rapport à l'alimentation

Qu'est-ce qui est important pour vous en matière d'alimentation ? (demander par exemple l'ordre d'importance des critères)
Qu'avez-vous l'habitude de manger ? Quel plat classique ?
Sous quelle forme cuisinez-vous nos légumes ? (si avéré)
Comment qualifieriez-vous votre mode de consommation alimentaire ? A-t-il évolué récemment ? Pour quelles raisons ?
Quelle rapport avez-vous au prix ? Quelle part de votre budget consacrez-vous aux achats alimentaires ?
Cette part a-t-elle évolué avec la fréquentation des JVR ?

ACCESSIBILITE

Quels types de publics pensez-vous/avez-vous remarqué que notre lieu attire ? Pourquoi certains et pas d'autres ?
Qu'est-ce qui pourrait pallier ce problème, rendre plus accessible ? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ?
A quoi faire attention ?
Connaissez-vous le principe des paniers solidaires ? (expliquer si besoin) Seriez-vous intéressés ?
Pensez-vous que ce peut être une solution ?
Les lieux de vie type Roseraie ont-ils selon vous un rôle à jouer dans l'accès à une alimentation durable ?
Comment ? *Faire réagir sur le programme d'animations en cours de structuration*

[Spécifiques salariés de la boutique]

Quels retours avez-vous des clients ? Sur la boutique ? Sur le café ?
D'après vous, pour quelle raisons achètent-ils ici ?
Quels types de relation entretenez-vous ?
Y-a-t-il des profils de clients récurrents ?
Ceux qui achètent et ceux qui investissent le café sont-ils les mêmes ?

[Spécifiques salariés permanents]

Quelles comportements constatez-vous chez les salariés en insertion en termes de consommation alimentaire ? Comment les expliquez-vous ?
Que pensez-vous qu'il faudrait faire et faites peut-être déjà pour changer certains comportements ?
Qu'est-ce que votre expérience vous a enseigné ?
Dans quels écueils ne faudrait-il pas tomber ?

RETROSPECTIVE

Effets

Avez-vous changé vos habitudes/modes de consommation/fréquentations plus ou moins récemment ?
Sur quels aspects et pour quelles raisons ? (ex : régimes alimentaire, proportion de légumes, réduction de viande, cuisine, investissement associatif, amitiés...)
Pensez-vous que la fréquentation de ce lieu y est pour quelque chose ?

Projections

Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ? Pour quelles raisons ?
Quelle impression en aviez-vous au départ ? Et maintenant ?
Si vous deviez résumer les atouts et faiblesses ?
Conseillerez-vous ce lieu ? Pourquoi et à qui ?

Guide d'entretien à destination des usagers/clients

PROFIL

Pourriez-vous commencer par vous présenter et ce qui vous a amené à fréquenter les JVR ?

Relances : âge, lieu de vie, profession, situation familiale, parcours, ...

FREQUENTATION ET INTEGRATION

Comment avez-vous eu connaissance du lieu ? (Jardin Beaunois ou Roseraie)

Quelles étaient vos attentes du lieu ?

Depuis combien de temps fréquentez-vous ce lieu ?

[Pour les clients du Jardin Beaunois] Fréquentez-vous la Roseraie ? Pour quelles raisons ?

Qu'est-ce qui vous a amené à fréquenter ce lieu ?

Qu'est-ce que vous y appréciez ? Qu'est-ce qui vous fait revenir ?

Qu'est-ce qui motive votre déplacement (boutique, animations, rencontres ?)

Profitez-vous de votre venue pour faire ce pour quoi vous ne vous seriez pas spécialement déplacé ?

Avez-vous déjà participé à des événements ? Sous quelle forme participez-vous à la vie du lieu ?

De quelle manière souhaiteriez-vous participer ?

Comment parlez-vous de ce lieu ? Quel nom/qualificatif ? Pourquoi ?

CONSOMMATION ET MOTIVATIONS

Approvisionnement

Vous fournissez vous ici ? Qu'achetez-vous ? Quelles catégories de produits ? Qu'est-ce que vous appréciez ?

Pour quelles raisons ? A quelle fréquence ?

Où vous approvisionnez-vous d'autre ?

Rapport à l'alimentation

Qu'est ce qui est important pour vous en matière d'alimentation ? (demander par exemple l'ordre d'importance des critères)

Qu'avez-vous l'habitude de manger ? Quel plat classique ?

Sous quelle forme cuisinez-vous nos légumes ? (si avéré)

Comment qualifiez-vous votre mode de consommation alimentaire ? A-t-il évolué récemment ? Pour quelles raisons ?

Quelle rapport avez-vous au prix ? Quelle part de votre budget consacrez-vous aux achats alimentaires ?

Cette part a-t-elle évolué avec la fréquentation des JVR ? *Faire réagir sur « ceux qui disent que c'est trop cher »*

ACCESSIBILITE

Quels types de publics pensez-vous que notre lieu attire ? Lesquels ? Pourquoi certains et pas d'autres ?

Qu'est ce qui pourrait pallier ce problème, rendre plus accessible ? Qu'est ce qui pourrait être amélioré ?

A quoi faire attention ? *Faire réagir sur le constat paradoxal entre production de légumes bio et éventuel recours à l'aide alimentaire des salariés, pour le moins à des produits bas de gamme*

Connaissez-vous le principe des paniers solidaires ? (expliquer si besoin) Pensez-vous que ce peut être une solution ?

Les lieux de vie type Roseraie ont-ils selon vous un rôle à jouer dans l'accès à une alimentation durable ?

Faire réagir sur le programme d'animations en cours de structuration

RETROSPECTIVE

Effets

Avez-vous changé vos habitudes/modes de consommation plus ou moins récemment ? Sur quels aspects et pour quelles raisons ? (ex : régimes alimentaire, proportion de légumes, réduction de viande, cuisine...)

Pensez-vous que la fréquentation de ce lieu y est pour quelque chose ?

Projections

Qu'est ce qui pourrait être amélioré ? Pour quelles raisons ?
Quelle impression en aviez-vous au départ ? Et maintenant ?
Si vous deviez résumer les atouts et faiblesses ?
Conseillerez-vous ce lieu ? Pourquoi et à qui ?

Annexe 4. Guide d'entretien à destination des acteurs institutionnels

Guide d'entretien à destination des acteurs institutionnels

PROFIL

Pourriez-vous commencer par vous présenter, présenter votre structure et ce qui vous a amené ici ?
Relances : Misions, parcours, ancienneté

PREMIER ABORD

Comment avez-vous eu connaissance de ce projet ?
Quelle impression en avez-vous ?
[Pour ceux qui ne connaissent pas, présenter le projet] Qu'en pensez-vous ?
Vous reconnaissez-vous dans notre projet ? Pouvez-vous nous présenter le vôtre ?

INTERVENTION

Dans quelle cadre êtes-vous intervenus dans le projet ? Sous quelle forme ?
Quels types de lien entretenez-vous avec les JVR ?
Qu'appéciez-vous dans le projet ? Que projetez-vous ?
Quels retours en avez-vous ? Pour quelles raisons ?

PERCEPTIONS

Constatez-vous des initiatives similaires de facilitation de l'accès à l'alimentation durable sur votre territoire ? A quels obstacles sont-elles confrontées ?
Soutenez-les-vous ? Sous quelle forme ? Avez-vous engagé/participé à des actions ?
Avec qui travaillez-vous déjà ou voudriez-vous travailler en la matière ? Pensez-vous que des partenariats sont bénéfiques ?
[Spécifiques organismes agricoles] Les agriculteurs manifestent-ils une sensibilité à cette question ?
Pour quelles raisons ?

CONSOMMATION ET MOTIVATIONS

Qu'observez-vous comme modes et logiques de consommation de votre place ? Diriez-vous qu'ils sont en faveur d'une alimentation durable ? Comment la définiriez-vous ?
Comment les expliquez-vous ? Quels freins à l'alimentation durable ? *Faire réagir sur « ceux qui disent que c'est trop cher »*
Comment essayez-vous de les faire évoluer ? Avec quelles précautions ? En s'appuyant sur quels leviers ?

ACCESSIBILITE

Quel type de public pensez-vous que nous attirons ? Pourquoi certains et pas d'autres ? Est-ce selon vous accessible à un large public ? Pour quelles raisons ?
Comment selon vous rendre accessible l'alimentation durable à un large public, même les plus éloignés ?
Faire réagir sur le constat paradoxal entre production de légumes bio et éventuel recours à l'aide alimentaire des salariés, pour le moins à des produits bas de gamme

Selon vous, quels sont les intérêts d'un lieu comme la Roseraie ? Ces lieux de vie ont-ils selon vous un rôle à jouer dans l'accès à une alimentation durable ? Comment ? *Faire réagir sur le programme d'animations en cours de structuration*

Connaissez-vous le principe des paniers solidaires ? (expliquer si besoin) Pensez-vous que ce peut être une solution ?

RETROSPECTIVE

Quelle impression aviez-vous au départ du projet des JVR ? Et maintenant ?

Qu'est ce qui pourrait être amélioré ? Pour quelles raisons ?

Dans quels écueils ne faudrait-il pas tomber ?

Si vous deviez résumer les atouts et faiblesses ?

Annexe 5. Trame de la grille d'analyse

	Alimentation durable		Lieu de vie/Roseraie		
Profil	Freins	Motivations	Expérience, appropriation	Retours JVR	Solutions, pistes, signaux faibles
Age, sexe, situation familiale	Economique	Déclencheur(s)	Perceptions	Premier abord	Mobilisation
Statut, posture, ancienneté	Géographique	Intérêts	Fréquentation, implication	Perception des publics	
Profession, parcours	Socioculturel	Logiques de consommation (appro, cuisine, perceptions)	Motivations	Effets	
Lien à l'agriculture			Freins	Atouts	Sensibilisation
Engagement			Projections	Faiblesses	
				Paniers solidaires	

Annexe 6. Acteurs interrogés et modalités d'entretiens

Acteurs	Modalités d'entretien	Caractéristiques de l'individu
Salariés		
Salarié en insertion 1	Date : 4 juin Conditions : Présentiel Durée : 1h	Ancienneté* : 2 ans Activité : Boutique Age : 39 ans
Salarié en insertion 2	Date : 24 juin Conditions : Présentiel Durée : 25 min	Ancienneté : 6 mois Activité : Maraîchage et horticulture Age : Cinquantaine
Salarié en insertion 3	Date : 26 juin Conditions : Présentiel Durée : 55 min	Ancienneté : 4 mois Activité : Maraîchage Age : Soixantaine
Salarié en insertion 4	Date : 3 juillet Conditions : Présentiel Durée : 45 min	Ancienneté : 10 mois Activité : Maraîchage Age : 20 ans
Salarié en insertion 5	Date : 7 juillet Conditions : Présentiel Durée : 32 min	Ancienneté : 3 mois Activité : Maraîchage et boutique Age : 43 ans
Salarié permanent 1	Date : 8 juin Conditions : Présentiel Durée : 40 min	Ancienneté : 4 ans Activité : Assistante de gestion Age : 26 ans
Salarié permanent 2	Date : 15 juillet Conditions : Présentiel Durée : 55 min	Ancienneté : 2 ans Activité : Encadrant technique Age : 31 ans
Salarié permanent 3	Date : 17 juillet Conditions : Présentiel Durée : 55 min	Ancienneté : 6 mois Activité : Encadrant technique Age : 36 ans
Clients		
Client 1	Date : 5 juin Conditions : Présentiel Durée : 16 min	Ancienneté : 5 ans Age : Cinquantaine Lieu fréquenté : Jardin Beaunois
Client 2	Date : 10 juin Conditions : Présentiel Durée : 1h40	Ancienneté : 1 an Age : 86 ans Lieu fréquenté : Roseraie
Client 3	Date : 10 juin Conditions : Présentiel Durée : 1h05	Ancienneté : 2 ans Age : Cinquantaine Lieu fréquenté : Roseraie
Client 4	Date : 11 juin Conditions : Présentiel Durée : 46 min	Ancienneté : 2 ans Age : 74 ans Lieu fréquenté : Roseraie
Client 5	Date : 12 juin Conditions : Présentiel Durée : 25 min	Ancienneté : 4 ans Age : 32 ans Lieu fréquenté : Jardin Beaunois
Client 6	Date : 12 juin Conditions : Présentiel Durée : 28 min	Ancienneté : 9 ans Age : Soixantaine (couple) Lieu fréquenté : Jardin Beaunois
Client 7	Date : 12 juin Conditions : Présentiel Durée : 43 min	Ancienneté : 4 ans Age : Cinquantaine Lieu fréquenté : Jardin Beaunois
Client 8	Date : 18 juin Conditions : Présentiel Durée : 35 min	Ancienneté : 1 an Age : Quarantaine Lieu fréquenté : Roseraie
Acteurs institutionnels		

CCAS Pithiviers	Date : 11 juin Conditions : Présentiel Lieu : Roseraie Durée : 36 min	Directrice adjointe + animatrice et référente sociale
PETR Beaune Gâtinais en Pithiverais	Date : 7 juillet Conditions : Présentiel Lieu : Sur place Durée : 45 min	Chargée de mission GPECT
Epicerie DMT solidaire Du miel sur mes tartines	Date : 30 juin Conditions : Par téléphone Durée : 1h20	Présidente de l'association
BioBerry	Date : 9 juillet Conditions : Par téléphone Durée : 1h	Animatrice
Chambre d'Agriculture du Loiret	Date : 30 juin Conditions : Présentiel Lieu : Sur place Durée : 52 min	Conseillère spécialisée en circuits de proximité
GABOR	Date : 16 juin Conditions : Par téléphone Durée : 1h10	Chargée de mission Développement de l'Agriculture Biologique
Association Châteauneuf-en-transition	Date : 23 juin Conditions : Présentiel Lieu : Sur place Durée : 1h20	Coordinatrice projets

*Ancienneté est à comprendre au sens de
 · dans l'association pour les salariés
 · en tant que consommateur à l'association pour les clients

Annexe 7: Pour aller plus loin : La polysémie de la notion d'alimentation durable confirmée

Tous les interlocuteurs semblent être familiarisés avec la notion sans pour autant en avoir la même interprétation. Le choix de la libre interprétation a ainsi permis d'éviter de s'enfermer dans une définition et par là, d'exclure. La plupart du temps, ce sont le bio et le local qui sont directement associés à la notion, avec des degrés d'importance variables. Souvent, 'durable' est ramené à son sens premier autrement dit au fait de durer dans le temps long, en référence aux générations futures.

« Une agriculture qui peut durer dans le temps et donc qui n'épuise pas les ressources que ce soit les énergies fossiles, la terre, etc. »

Pour certains institutionnels, la notion pose question dans la mesure où elle ne fait pas l'objet d'une définition juridique stricte et laisse la porte ouverte aux confusions, au risque de perdre voire de tromper le consommateur.

« Agriculture durable parlons-en, ça n'a aucun sens, c'est défini par rien, ni l'agriculture raisonnée d'ailleurs, on entend beaucoup Si vous ne prenez pas bio prenez au moins raisonné, ça n'a pas d'existence juridique, l'AB c'est la seule qui soit encadrée par un règlement qui est européen. »

Au contraire, d'autres profitent de cette ambiguïté pour se détacher de représentations défavorables vis-à-vis du bio par exemple, en l'inscrivant dans le cadre plus large de l'alimentation durable. En outre, cette notion permet selon eux d'être plus complet en permettant d'aborder les différentes facettes de l'alimentation.

« Après je rajouterai une autre variable, on est quand même sujet à beaucoup de polémiques, de controverses, Oui mais le bio ceci cela, le tout bio, les bobos, ça coûte plus cher fin bref.

Je pense qu'aussi, le fait d'utiliser un autre vocabulaire a du sens pour plusieurs raisons c'est-à-dire qu'on va éviter de se retrouver dans le systématisme de la polémique. »

Certains vont même plus loin en considérant que l'alimentation doit être prise en compte dans le système entier. Il est fait référence à l'Economie Sociale et Solidaire, à l'économie durable, au développement durable, à la dimension éthique.

« Je parlerais plus d'économie durable, parce que les tiers-lieux c'est pas que de l'alimentation, c'est de l'économie réelle avec des réseaux de producteurs, des animations, c'est vraiment des lieux d'économie sociale et solidaire. »

Cela fait écho à l'ambition de l'association qui cherche à aller plus loin que son propre développement en promouvant un nouveau paradigme vecteur de solidarité et de résilience sur le territoire.

Annexe 8: Pour aller plus loin : Inscrire l'alimentation dans une approche systémique

Tous ont à l'esprit que l'évolution des modes d'alimentation ne se fera pas indépendamment de la transition du système entier et ce à une échelle territoriale. Par exemple, Châteauneuf en transition s'inscrit dans le mouvement des villes en transition, avec une pensée globale au niveau territorial. L'enjeu pour eux est de développer une résilience locale pour faire face aux défis de l'avenir.

« C'est là aussi quand je vous dis que durable ça prend du sens, c'est une logique globale, durable c'est sortir du simple sujet de l'alimentation. »

L'état d'esprit des JVR s'inscrit particulièrement bien dans cette démarche, tant dans les ambitions que dans les faits. En effet, ils vont bien plus loin que leur mission en travaillant à un développement harmonieux et solidaire du Nord Loiret et cela bien au-delà de la simple question de l'alimentation. Typiquement, ils souhaitent contribuer au renouvellement du tourisme vers plus de localité et de durabilité.

« Le fait qu'on [JVR] soit en contact avec des gros agriculteurs, avec des personnes en insertion, on infuse, tous ces tiers-lieux, de plus en plus, il faut qu'on crée l'économie de demain en fait qui est basée sur une solidarité, sur une coopération et non pas sur une compétition entre chacun. Cette idée de coopération elle est très importante, et d'entraide. Il n'y aura pas de futur sans solidarité. »

Pour parvenir à l'élaboration d'actions cohérentes, le directeur s'attache à impliquer toutes les parties prenantes. Cette stratégie s'inspire du concept de l'économie de la fonctionnalité et de la coopération développé par le laboratoire d'intervention et de recherche Atemis. Il repose sur l'idée d'un renouvellement des rapports, chacun prenant en compte les intérêts et contraintes des acteurs de son territoire dans l'optique de trouver des terrains d'entente vertueux voire des partenaires complémentaires (ADEME, 2017).

« Le développement de l'AB n'a aucun sens s'il ne gravite qu'autour de la production. Pourquoi on produit ? Pour s'alimenter, pour alimenter la population donc forcément il faut associer la population et puis tous les décideurs qui gravitent autour de ça, donc forcément on parle de filière et puis d'acteurs de territoire. »

Annexe 9: Pour aller plus loin : L'école, lieu privilégié de l'éducation

A de nombreuses reprises, l'éducation est mentionnée comme le biais majeur quand il s'agit des pratiques alimentaires. *« C'est toute l'éducation qui est à refaire, les gens à qui on dit il faut manger de la viande une fois par jour, je ne vais pas vous faire un dessin ! »*. C'est aussi une des préoccupations exprimées lors de l'étude sur les pratiques alimentaires des Loirétains : 'L'importance de l'éducation dès le plus jeune âge'.

Or il est constaté que tous les enfants ne bénéficient pas d'une alimentation adaptée. Dans ce cas, l'école a un rôle primordial, mentionnée à plusieurs reprises comme lieu privilégié de sensibilisation.

« Je pense que c'est aussi une question d'éducation et qu'il y a fort à faire dans les écoles. »

Dans le même temps, l'école a ce double intérêt d'entretenir un lien fort avec les familles.

« Je pense que l'école peut être un énorme levier, l'écologie est quand même...alors c'est du bourrage de crâne mais ça marche, c'est vrai que quand c'est les enfants, les parents finissent par se poser la question, par y venir, à un peu d'économie... »

Par là, c'est un moyen stratégique pour atteindre les personnes difficilement mobilisables.

« Je vois bien, c'est déjà tellement difficile par exemple quand on est dans une école d'attirer certains parents, certaines familles qui sont soit en difficultés intellectuelles, soit en difficultés financières, soit en difficultés sociales, psychologiques, ce n'est déjà pas facile et justement, on a les enfants. »

Ce biais d'éducation s'explique d'une part par la curiosité et l'ouverture d'esprit développées des jeunes. En conséquence, ils ne sont pas limités par tout un tas d'apriori comme peuvent l'être les adultes.

« Nous au début on travaillait beaucoup sur les scolaires parce que l'enfant est prêt à ouvrir son esprit et à réfléchir sur d'autres choses ou à réfléchir autrement qu'un adulte, un enfant n'a pas tous les freins. »

D'autre part, si l'influence des parents sur les enfants est incontestable, le pouvoir de diffusion de l'enfant sur ses parents n'est pas à sous-estimer. Car les parents sont davantage attentifs à la parole de leurs enfants qu'à tout autre.

« L'impact que l'enfant a quand il rentre chez lui et qu'il en parle à son papa, à sa maman, il dit Ha là t'a jeté ça dans le sac poubelle c'est pas bien, ça a un impact en fait, ce n'est pas juste les parents qui éduquent, c'est aussi les enfants apportent des changements de pratique. »

Pour ces raisons, des partenariats ont déjà été engagés par BioBerry et l'épicerie DMT sous forme d'intervention dans des établissements scolaires et par les JVR sous forme d'accueil et d'activités sur place.