La comparaison entre une pratique française, l'AMAP, et son inspirateur le Teikei

Gilles Maréchal

► To cite this version:

Gilles Maréchal. La comparaison entre une pratique française, l'AMAP, et son inspirateur le Teikei. Presses Universitaires de Rennes. Du teikei aux AMAP. Le renouveau de la vente directe des produits fermiers locaux, Presses Universitaires de Rennes, 2011, collection Économie, gestion et société, 978-2-7535-1297-9. hal-01522188

HAL Id: hal-01522188

<https://hal.science/hal-01522188>

Submitted on 13 May 2017

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

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

Chapitre 16

Gilles MARECHAL

LA COMPARAISON ENTRE UNE PRATIQUE FRANÇAISE –L’AMAP- ET SON INSPIRATEUR LE *TEIKEI*

Nous avons pu apprécier dans le chapitre précédent le grand écart qu’il y a entre les pratiques du marché et l’esprit du système *Teikei*. La pratique française de la vente directe de type AMAP s’éloigne elle aussi de la loi du marché, mais d’une manière différente de celle du *Teikei*. Il est donc intéressant de procéder à une comparaison directe entre la pratique française de vente directe, l’Amap, et la pratique japonaise le *Teikei* qu’elle prend comme modèle de référence. La méthode utilisée dans ce chapitre prend appui sur une comparaison de textes qu’on peut considérer comme fondamentaux pour l’une et l’autre des pratiques même si leur statut est un peu différent dans leur contexte respectif. Nous en faisons une lecture point à point puis une approche transversale. Chemin faisant nous affinons la compréhension contrastée de l’une par l’autre et nous terminons par un essai d’interprétation plus large en nous appuyant sur des travaux dont les résultats tout au moins, pour nombre d’entre eux, se retrouvent dans cet ouvrage.

LA METHODE EMPLOYEE

Dans la littérature qui traite des AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne), il est coutume de rappeler les liens de parenté entre celles-ci et le système *Teikei* développé au Japon. De façon plus fine, la filiation directe en est établie à travers les expériences de CSA (Community Supported Agriculture) organisées en Amérique du Nord. Celles-ci sont présentées comme étant descendantes du *Teikei*. Pourtant, l'information aux Etats Unis sur les CSA rappelle de façon systématique l'influence de pratiques menées en Europe, soit en tant qu'origine, soit en tant qu'intermédiaire¹. Cet oubli en France des sources d'inspiration les plus proches géographiquement peut paraître paradoxal.

En tout état de cause, sans préjuger du cheminement historique, les AMAP puisent une part de leur inspiration dans le système *Teikei*. Ce texte s'attache à explorer la nature et la profondeur du lien qui unit deux mouvements qui s'expriment dans des contextes culturels, sociaux, géographiques et historiques (25 années les séparent) différents. Pas dans l'objectif de vérifier

¹ Citons, pour prendre deux dates extrêmes : "*Community supported agriculture (CSA) is a new idea in farming, one that has been gaining momentum since its introduction to the United States from Europe in the mid-1980s. The CSA concept originated in the 1960s in Switzerland and Japan, where consumers interested in safe food and farmers seeking stable markets for their crops joined together in economic partnerships*" (De Muth, 1993) ; "*This arrangement, called "teikei" in Japanese, translates to "putting the farmers' face on food." This concept traveled to Europe and was adapted to the U.S. and given the name "Community Supported Agriculture" at Indian Line Farm, Massachusetts, in 1985.*" (Local Harvest, 2007).

la fidélité ou la conformité d'une pratique par rapport à un modèle, mais parce que le détour par l'extérieur est souvent utile pour mieux comprendre un phénomène : c'est l'essence même des approches comparatives. Cette étude veut éclairer ainsi un aspect de la comparaison des pratiques de vente directe entre la Bretagne et le Japon, et en premier lieu de ce qui semble être l'intérêt majeur et le cœur identitaire du *Teikei* : la création de relations sociales entre producteurs et consommateurs, entre ville et campagne.

Pour cela, il a été décidé d'examiner non pas les manifestations concrètes de l'un et de l'autre mais les textes fondateurs. Pour le *Teikei*, les 10 principes ont été présentés par Teruo Ichiraku en novembre 1978. Nous avons utilisé la traduction proposée par Hiroko Amemiya² dans "le *Teikei* : la référence japonaise de la vente directe de produits fermiers locaux". Les commentaires d'Ichiraku permettent d'éclairer l'expression, mais n'ont pas été retenus dans le corpus de base. Les 10 principes dans la traduction retenue représentent 499 mots. En ce qui concerne les AMAP, c'est la charte publiée en mai 2003 par Alliance Provence qui a été utilisée³. Le corpus reprend les 18 principes présentés comme fondateurs. Cependant, ceux-ci sont présentés sous forme de brefs "points à respecter" dans des phrases sans verbe. Il était donc utile de compléter cette énumération par une expression plus développée. Nous avons choisi d'extraire de la même charte des règles de création et de fonctionnement, qui précisent la démarche. Nous n'avons pas retenu les phrases qui relèvent de la glose. Ces extraits sont adjoints aux 18 principes généraux pour donner un corpus de 784 mots. Les 18 principes seuls comptent 289 mots. Les 500 mots supplémentaires ont été intégrés seulement s'ils précisent les intentions ou pratiques, à l'exception des commentaires sur les principes eux-mêmes.

Nous obtenons donc pour comparaison deux corpus de base déséquilibrés dans leur longueur. Cette différence est assumée, dans la mesure où nous verrons que le caractère plus prolixe de la charte des AMAP (que nous n'avons pas retenue dans son intégralité) est révélatrice d'une volonté de préciser les conditions d'un contrat. Il est patent que l'utilisation d'une traduction introduit par nature un biais important. Ce biais est d'autant plus marqué que la langue d'origine est le japonais, qui joue par construction sur la polysémie pour associer des suppléments de sens ou proposer une marge d'interprétation. Le texte français semble quant à lui s'inscrire dans la tradition cartésienne qui cherche à éviter l'ambiguïté des termes. Mais même l'hétérogénéité de statut (traduction / texte original) laisse transparaître à l'évidence que les deux textes s'inscrivent dans des registres différents. L'étude a été menée sur la base de la comparaison du vocabulaire, mais il est cependant essentiel de préciser que la structure et la syntaxe même des documents et des phrases révèlent des modes d'expression, et partant probablement des intentions, qui diffèrent largement. Il ne s'agit pas d'utiliser une mesure "à froid" de la fréquence et de la proximité des lexèmes pour proposer une interprétation. Le nombre d'occurrences est donné dans le texte pour information, en tant qu'indice pour des réflexions qui se dégagent du dénombrement. L'auteur assume une position d'observateur informé du champ étudié, estimant que cette information l'autorise à suivre des pistes que la seule analyse quantitative ne révélerait pas.

L'étude des liens de parenté a été organisée en deux temps. D'abord, nous nous sommes focalisé sur l'apparence, c'est à dire les modalités directement exprimées par les principes, en prenant le vocabulaire "au pied de la lettre". Nous rapprochons ici des principes et règles pour

² Amemiya H., (2007) "le *Teikei* : la référence japonaise de la vente directe de produits fermiers locaux" in *L'agriculture participative – Dynamiques bretonnes de la vente directe*, AMEMIYA H., (dir), Rennes, PUR, p. 21-48.

³ Charte des AMAP <http://alliancepec.free.fr/Webamap/docs/chartedesamap.PDF>

comparer en quoi ils convergent ou diffèrent entre *Teikei* et AMAP. Ce premier travail est ici résumé de façon succincte. Il permet de formuler des hypothèses plus transversales discutées dans un second temps. Nous voulons pénétrer plus profondément les logiques sociales, économiques et culturelles en cherchant à examiner les univers implicites évoqués, et non plus décrits.

LA COMPARAISON POINT A POINT

Cette section compare les principes du *Teikei* à ceux des AMAP, en les rapprochant par proximité thématique. L'organisation de base est fondée par les principes du *Teikei*. La comparaison est ordonnée en fonction de la proximité : certains principes énoncés sont très proches dans l'esprit et parfois de la lettre, d'autres présentent des écarts notables sur le même sujet (notons que le fait de traiter du même sujet constitue en soi une ressemblance).

Les ressemblances

Les points de forte convergence entre les règles du *Teikei* et des AMAP concernent les domaines suivants :

La planification – programmation de la production, qui doit être faite en commun ;

La fixation du prix résultant d'un accord mutuel ;

La distribution directe par le producteur ;

La responsabilité collective de tous les participants.

Ils concernent des aspects pratiques et matériels de l'organisation.

Les points de divergence

L'esprit fondamental.

Pour le *Teikei* il s'agit d'une mise en relation mutuelle entre égaux, alors que l'initiative d'une AMAP revient aux consommateurs qui soutiennent un producteur, ce qui implique de facto une hiérarchie entre les aides et l'aidé. Sans que cela soit précisé ici, les modalités du soutien visé passent par la relation économique qualifiée ailleurs de "solidaire" ou "équitable", avec comme instruments essentiels le prix et le paiement anticipé. Au contraire Ichiraku insiste sur le fait que " le système *Teikei* n'est pas un réseau de commerce direct,[...] il est de la nature du don contre don."

La planification de la production.

Le contrat est au coeur de la démarche AMAP. Il existe même une double articulation contractuelle, dans la mesure où le contrat propre à une AMAP doit être évalué, mais aussi sa conformité à la charte. Dans le cas du *Teikei*, la relation repose sur un contrat moral qui pourrait être qualifié de léonin à l'égard des consommateurs, sur qui semble reposer l'essentiel des obligations. Les producteurs, source virgine de l'existence d'aliments sains et de lien social, sont jugés en droit d'appeler les consommateurs à modifier leurs habitudes, en premier lieu alimentaires.

Les efforts mutuels.

Les orientations fondamentales du *Teikei* visent la symétrie et l'égalité dans la relation, et si les consommateurs doivent apparemment faire plus d'efforts, ce n'est que parce que la nature monétaire du seul contre-don dont ils disposent n'est pas à la hauteur des efforts physiques et intellectuels déployés par le producteur. Pour les AMAP, les relations se situent dans deux champs : la solidarité et l'information. Il y a dans la charte des AMAP reconnaissance

implicite de la faiblesse sociale du producteur (que les AMAP ont pour ambition selon le 9ème principe d'amener à "la capacité à être maître de ses choix"), et qui à ce titre est digne de la solidarité des consommateurs. Pour la mériter, il doit cependant assurer transparence et information régulière. Il bénéficie ainsi d'une garantie d'avance sur récolte par le pré-paiement pour une saison complète. Cette question des efforts mutuels marque donc une divergence fondamentale entre l'esprit du *Teikei* et celui des AMAP : le premier se situe dans la recherche d'une harmonie sociale, alors que le second constate des dissymétries entre acteurs.

L'étude.

Un groupe *Teikei* est donc un espace d'échanges intellectuels qui vise à donner vie à la réflexion personnelle. Le champ abordé dépasse très largement celui de la vente, de l'alimentation ou de l'agriculture. Pour les AMAP, l'activité de réflexion est centrée sur "une sensibilisation des adhérents de l'AMAP aux particularités de l'agriculture paysanne". La taille des groupes. Pour le *Teikei*, si les groupes doivent rester petits c'est pour préserver l'harmonie et le bon fonctionnement. Pour les AMAP, il n'y a pas de principe sur ce sujet, mais un complément dans la charte qui dit que "Les amapiens souhaitant disposer de produits complémentaires devront créer obligatoirement une nouvelle AMAP." La relation entre un (et un seul) producteur et un groupe de consommateurs est au coeur de la doctrine est c'est donc elle qui fonde la nécessité de groupes de taille limitée.

Le suivi-évaluation.

Le terme japonais de "persévérance pour un progrès évolutif" évolue dans un registre plus poétique que le froid suivi-évaluation. Pour le *Teikei* ce sont les interactions sociales qui garantissent la validité et la légitimité d'une action. Dans le contexte des AMAP, où prévalent le contrat écrit et le respect de ses clauses, le terme consacré d'évaluation est retenu : "un travail d'évaluation doit être réalisé régulièrement avec tous les adhérents. Il permet d'évaluer si les objectifs ont été atteints et si la charte a été respectée."

UNE LECTURE TRANSVERSALE

Cette section s'appuie sur les pistes de réflexion dégagées par la comparaison point à point des principes. Elle vise à mettre en lumière les écarts entre *Teikei* et AMAP, non pas en matière de fonctionnement concret des expériences de terrain, mais d'orientations générales, d'esprit. Ce faisant, il est postulé que l'approche comparative permet d'identifier des traits constitutifs de l'un et l'autre monde. Les chiffres entre parenthèses après des lexèmes sont le nombre d'occurrence dans les corpus utilisés que nous considérons comme une indication des centres d'intérêts respectifs et non un dénombrement rigoureux compte tenu des biais introduits par la traduction.

La relation et la transaction

Il ressort de la section précédente deux manières bien distinctes de considérer la vente. Dans le cas du *Teikei*, nous avons relevé dans le corpus 30 occurrences de mots qui réfèrent à la relation : lien (1), fraternel (1), compréhension (1), relation (3), mutuel (3), entraide (2), échange (1), consentement (2), amical (1), partenaire (3), partage (1), égal (1) et surtout groupe (10). De ces mots on ne retrouve dans les principes des AMAP que lien (2) et groupe (2). A l'opposé, on trouve dans le corpus relatif aux AMAP les mots suivants : contrat (6), engagement ou engager (8), transparence (3), solidarité ou solidaire (4), information (3).

Il est significatif que la première phrase décrivant le *Teikei* soit "l'esprit fondamental du *Teikei* entre les producteurs et les consommateurs réside dans une relation fraternelle entre les personnes qui ne sont pas du type d'une relation commerciale." La vente est un détour pour créer le terreau favorable à l'établissement de relations : le producteur offre aux consommateurs les soins et le savoir qu'il déploie, ceux-ci en retour le remercient avec les moyens dont ils disposent, dont il se trouve qu'ils sont monétaires. Dans des occasions particulières, ils sont aussi non monétaires, qu'il s'agisse d'actes symboliques comme le repiquage du riz ou de l'apport de main d'oeuvre (qui dans ce cas n'est pas une simple substitution de facteurs). Comme le dit lui-même Ichiraku, il s'agit d'une relation relevant du don et du contre-don. Les systèmes *Teikei* sont réputés connaître une forte stabilité du cercle des acheteurs.

Nous pouvons l'interpréter à la lumière de la théorie du don initiée par Marcel Mauss⁴. Le don s'accompagne d'une obligation de répondre, mais également d'une obligation de recevoir. C'est à dire dans ce cas que si l'on est jugé digne de recevoir le bien précieux que représentent des aliments produits avec soin, il n'est pas envisageable de se soustraire à ce don. L'appel constant au conformisme, le contrôle social et la surveillance de voisinage qui règnent dans la société japonaise font de l'appartenance à un système *Teikei* un signe de bonne intégration dans le quartier. Les projets *Teikei* jouent sur les codes fondateurs de la société japonaise, en les orientant dans le sens d'une refondation. L'aspect novateur du *Teikei* reste profondément ancré dans la culture japonaise, et est à même de convaincre une large frange de population, surtout quand il fait appel à une dimension groupale, de voisinage par exemple.

Dans le cas des AMAP, la relation commerciale semble assumée. L'argent prend ici un autre statut. Contre-don pour le *Teikei*, il devient ici l'élément qui libère celui qui reçoit de l'obligation de contre-don autre que monétaire, et surtout de la poursuite ultérieure de la relation. C'est le principe même du commerce à unité de compte monétaire, qui dispose d'un étalon universel pour fixer aussi une limite temporelle à l'échange. La relation marchande est avant tout dissolution du futur dans l'immédiateté du paiement. L'objet des AMAP étant de "soutenir l'agriculture paysanne de proximité", le fait de mettre en oeuvre un "commerce solidaire" est conforme aux buts recherchés : la technique éprouvée du commerce est partiellement détournée de son objet par la soumission à un principe de solidarité. Il s'agit bien de trouver un détour financier pour permettre "une production de dimension humaine adaptée aux types de culture et d'élevage", difficile à maintenir dans le cadre de l'économie marchande des filières longues agricoles. En conséquence, sont déployés les instruments classiques relatifs à la satisfaction des consommateurs dans les sociétés de marché : transparence, information. Ce qui ne veut pas dire que l'acheteur se désintéresse du sort du vendeur. Mais la démarche militante emprunte les voies du commerce. Cette règle s'ancre dans le fonctionnement individualiste des sociétés occidentales. L'engagement collectif ne peut y reposer sur la contrainte ou la surveillance sociale. Il est donc logique que des règles "de droit" comme l'engagement pour une durée de 6 mois soient nécessaires pour préserver la durée de la relation. Le temps éphémère du commerce est incompatible avec l'appui dans la durée.

Le commerce et la production

Un autre champ lexical largement discriminant fait référence à la production. Si pour les AMAP nous trouvons les termes production (6), le radical *agric* (8 dans agricole, agriculture, agriculteur) et paysanne (4, lié à agriculture), dans les principes du *Teikei* nous ne trouvons que 4 fois production.

⁴ Mauss M., (1983) (8ème édition), « Essai sur le don », in *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF.

Il révèle une appréhension substantiellement différente de l'acte de vente. Dans le cas des AMAP, il ne se justifie qu'en prolongement de la production. Il est un moyen pour défendre l'agriculture paysanne et les exploitations qui lui donnent vie. La vente est donc un moyen, parmi d'autres (songeons par exemple à l'accueil), en valorisation de l'acte de production. C'est celui-ci qui est fondamentalement porteur de la noblesse par "une production respectueuse de la nature, de l'environnement et de l'animal" et "une bonne qualité des produits : gustative, sanitaire, environnementale". L'essentiel de la valeur est déjà présent lorsque le produit est prêt à être livré. Il est certes fait référence au supplément de valeur qu'apporte l'inter-connaissance et le lien mais la hiérarchie entre les deux est nette : c'est la production qui est la source de la valeur.

Dans le cas du *Teikei*, la vente dispose d'une vie autonome. Elle vaut en soi et mérite d'être réfléchie en tant que telle, indépendamment de l'acte de production et des produits qui lui permettent de s'accomplir. Il est utile de rappeler que pour les initiateurs de l'association japonaise de l'agriculture biologique, le terme "biologique" recouvre à la fois le mode de production et le mode de commercialisation. Un produit pourra (pour les "bios historiques") être qualifié de bio seulement s'il est produit sans pesticides et engrais de synthèse mais en plus vendu en circuit court. La vision holiste des agriculteurs biologiques japonais les amène à un choix très différent de la recherche d'efficacité par cloisonnement choisie en Europe. On pourrait dire que l'esprit du tout est pour eux nettement plus important que le respect des détails. Production et vente sont donc dans le cas du Japon indissolublement liés comme parties complémentaires d'une même réalité. Il ne peut y avoir de hiérarchie entre eux : la vente ne peut exister que parce des efforts de travail et d'imagination ont été accomplis pour produire de bons aliments, mais ceux-ci ne valent que s'ils arrivent frais auprès des consommateurs, sans perdre leur potentiel de relation et de sens. La complexité de l'homme et de la vie est plus nettement évoquée pour le *Teikei*. Le paysan n'est pas seulement un producteur, et le consommateur pas uniquement un mangeur : "[la relation est] établie à partir d'une réflexion sur les modalités de la vie quotidienne du producteur et du consommateur."

L'aliment et le produit

La façon de désigner le support matériel de l'échange ou du commerce est d'ailleurs très différente. Dans le corpus AMAP, le terme produit apparaît 15 fois, et la racine aliment jamais. Dans le corpus *Teikei*, produit est trouvé 4 fois et la racine aliment 2 fois.

Dans les principes du *Teikei*, mais surtout les commentaires d'Ichiraku, le consommateur est abordé en tant qu'être mangeant. Celui-ci réfléchit à sa vie quotidienne, et essaie d'organiser son alimentation avec les produits disponibles. Le *Teikei* invite à une remise en cause fondamentale des comportements individuels, et l'alimentation, acte primordial pour tous, en est le vecteur : "au lieu de courir après l'argent, il faut que l'on prenne en main notre mode de vie quotidienne ; les producteurs ont à poursuivre l'autosuffisance alimentaire et les citoyens doivent éliminer de leur cuisine les aliments déjà transformés." Les consommateurs sont invités à fournir des efforts conséquents pour être dignes de ceux des producteurs "ils doivent arranger leur consommation en fonction des produits de saison qui leur sont présentés. Il est bien satisfaisant de recevoir de bons produits sains et frais. Il suffit de réfléchir à la manière de les cuisiner. Si les produits sont trop abondants il faut savoir comment les conserver. L'autogestion dépend des efforts et du talent culinaire."

Dans le cas des AMAP, l'acte commercial dissout l'avenir du produit. Rien n'est dit de ce qu'il devient, de la responsabilité de l'acheteur sur sa préparation, de son poids dans le mode de vie. Les particularités situées en aval de la prise de possession par le mangeur final sont escamotées dans le texte relatif aux AMAP. Ichiraku considère l'aliment délivré à la fois sous

l'angle des caractéristiques propres (fraîcheur, impact sur la santé,...) et sous celui de composant d'un régime alimentaire. L'effacement (au moins dans les principes écrits) du caractère particulier du produit alimentaire est d'autant plus paradoxal que le mouvement des AMAP a été initié par des agriculteurs proclamant le caractère non banal de l'aliment. Le statut anthropologique de l'aliment reste différent au Japon et en France. Malgré une artificialisation accélérée, que justement le *Teikei* veut combattre, l'alimentation conserve au Japon une dimension mystique ou magique. Le riz en particulier s'inscrit dans une cosmogonie dont la lecture reste possible pour la majorité des Japonais. Le poids symbolique de l'aliment, de sa préparation, de son échange est attesté par le soin porté à la préparation, y compris visuelle, des aliments, mais aussi par l'importance de la fraîcheur dans un régime à base largement de végétaux frais et de poisson. Il est significatif que le nombre de diététiciens dans les écoles soit largement plus fort au Japon⁵ (Castel, 2007). L'éducation alimentaire, qui relève de leur charge, est considérée (au moins dans certains cas) comme une connaissance fondamentale. Mais la santé, considérée comme un devoir social, est aussi un puissant moteur : "le problème de la santé est inséparable de l'ensemble de notre vie alimentaire et il ne suffit pas de ne pas utiliser de pesticides et d'engrais chimiques." Au contraire, dans le cas français de l'AMAP, l'aliment est "désenchanté", et seuls les avantages de produits sains sur la santé sont mentionnés.

Le contrôle social et le contrat

Ce paragraphe reprend en miroir les arguments développés au début de cette section, mais en les envisageant sous l'angle des instruments de régulation et non plus de la qualité de la mise en rapport. Rappelons-en les termes : d'un côté 30 mots qui se réfèrent à la relation humaine et sociale, de l'autre 24 qui relèvent de l'établissement et des règles d'un contrat. Par ailleurs, dans le corpus AMAP les termes relatifs à une obligation (verbes "devoir" et "s'engager", ou emploi du futur) sont au nombre de 22, alors que l'incitation (verbe "pouvoir") se rencontre 2 fois. Pour le *Teikei*, les occurrences sont respectivement de 5 pour l'obligation et 9 pour l'incitation. Les deux textes ont donc des portées contraignantes très différentes : celui sur les AMAP dit ce que l'on doit faire, en détails, alors que celui sur le *Teikei* propose ce qu'il serait bien que l'on fasse. Ce qui suppose dans le second cas que l'instrument de la contrainte est ailleurs. Il repose pour nous sur le contrôle social de proximité, admis au Japon dans une mesure très supérieure au tolérable en France.

Le mode de fonctionnement des sociétés occidentales rend nécessaire l'établissement d'un contrat validé par chaque individu partie prenante⁶ pour en garantir à la fois la validité et la durée. Il n'est pas prévu de sanction : l'approbation, même morale, d'un contrat est sans doute estimée comme une garantie suffisante dans le contexte français. S'il n'est pas tenu, on part ou on est exclu. Dans la société japonaise, perdre la face est d'une gravité bien plus marquée alors que le reproche n'est ni commun ni tolérable en situation sociale en France. La déviance par rapport aux normes sociales⁷ est au Japon contrôlée de façon stricte par le voisinage et l'environnement professionnel. L'intégration "naturelle" du jeu de normes fait partie des apprentissages fondamentaux, au sein des groupes constitués (écoles, entreprises). Celles-ci n'ont pas besoin d'être écrites au sein d'un contrat. Le groupe *Teikei* est donc par son fonctionnement collectif un instrument d'auto-régulation et il est patent de constater que ce

⁵ Castel O., (2007), « La vente directe à la restauration scolaire en France et au Japon : des objectifs proches dans des systèmes très différents » in *L'agriculture participative – Dynamiques bretonnes de la vente directe*, Amemiya H., (dir), Rennes, PUR, p. 165-180.

⁶ Il est frappant de constater que dans le cas des CSA américaines, le panier livré est appelé "share" et les participants "share holders", comme le terme boursier

⁷ En caricaturant "le Japonais est libre de faire exactement comme son voisin".

sont plus qu'en France des relations de voisinage, lieu éminent de contrôle, qui lui donnent vie. Une telle ingérence (rappelons par exemple la phrase "si le consommateur cache l'insuffisance de son art de la table en allant acheter des aliments préparés il lui sera reproché sa paresse et son manque de sérieux.") serait considérée en France comme une atteinte intolérable à la liberté individuelle dans une des dimensions les plus intimes de la vie (le repas se prépare et se consomme chez soi, souvent dans le cocon familial).

Les AMAP sont amenées à développer de façon beaucoup plus forte que le *Teikei* un appareillage normatif. Sont ainsi explicités comme une règle absolue des points qui dans le *Teikei* relèvent des arrangements locaux, dans le respect de l'esprit des principes, et où toute déviance peut être immédiatement sanctionnée. En schématisant nous avons d'un côté un texte qui énonce des principes généraux, mais avec un contrôle social fort y compris dans la graduation de la sanction, alors que de l'autre nous avons une liste de normes, dont le respect est garanti par approbation, réputée solide, d'un contrat.

L'échange et l'engagement

En matière de positionnement des parties prenantes, il est utile de revenir sur la symétrie lexicale dans l'usage des mots producteur et consommateur. Dans le corpus AMAP, le terme producteur apparaît 20 fois, dont 4 au pluriel, et consommateur 24 fois, dont une seule au singulier. Cette tendance est conforme à la règle "une AMAP par producteur et par groupe local de consommateurs" (principe 11). Producteur et consommateurs apparaissent 8 fois dans une forme symétrique, c'est à dire quand un même syntagme s'applique de façon indifférenciée aux deux, par exemple "la proximité du producteur et des consommateurs". Au contraire il y a dissymétrie quand les rôles ou obligations décrits ne sont pas les mêmes, par exemple "la solidarité des consommateurs avec le producteur". Dans les principes du *Teikei* au contraire, si producteur apparaît 9 fois, dont 8 au pluriel, et consommateur 12 fois, dont 11 au pluriel, à 7 occasions ils sont dans une position de symétrie.

Ce relevé lexical confirme la volonté d'égalité des membres dans le cas du *Teikei*. Ce principe est largement reconnu dans la société japonaise et une grande part de la population peut donc se sentir concernée. Pour les AMAP, le fondement est une volonté militante, mise au service d'acteurs considérés comme méritants mais en position de faiblesse : les agriculteurs-paysans. Contrairement au *Teikei*, les groupes AMAP s'adressent potentiellement à un public limité, convaincu de l'utilité de mettre les actes de consommation au service du maintien de l'agriculture paysanne. Même si l'échange et la relation sociale figurent parmi les objectifs, elles se situent à un niveau hiérarchique en dessous de l'appui. Il est cependant frappant de constater que malgré l'ancrage des initiateurs des AMAP dans l'éducation populaire seul le *Teikei* développe l'appel à la réflexion collective. Une réflexion qui dépasse largement les limites de l'approvisionnement alimentaire puisqu'elle touche à la fois l'organisation sociale et la vie familiale.

En conséquence, le ressort qui préside à la constitution et à la permanence de groupes organisés n'est pas tendu par les mêmes forces. Dans le cas japonais, la possibilité d'entretenir des relations sociales denses est importante : le voisinage physique (logement, profession) doit donc être privilégié. Dans le cas des AMAP, c'est la convergence idéologique qui pousse à avoir un engagement collectif. La proximité doit donc avant tout se situer sur le plan des convictions, des idées. Ce qui de facto est difficile à réaliser dans un cercle géographique restreint.

INTERPRETATION

Les conclusions tirées dans un premier temps de ce travail se sont enrichies au fil des contributions lors du colloque « l'agriculture participative ». Elles suggèrent un cadre interprétatif nouveau.

Par ses interrogations sur l'agriculture « multifonctionnelle et bien commun de tous et la citoyenneté, Muramatsu⁸ a inspiré le schéma suivant :

	<i>Teikei</i>	AMAP
Objectifs pour l'individu	bonheur	citoyenneté
Objectifs pour la collectivité	harmonie	justice

À un idéal poursuivi par le *Teikei* d'épanouissement individuel et d'harmonie collective, l'AMAP oppose des finalités plus politiques, fondées sur l'action citoyenne responsable mise au service d'une recherche de justice pour des acteurs jugés affaiblis.

Mais cet éclatement entre individuel et collectif est bien sûr une construction artificielle. Elle doit être dépassée en s'interrogeant sur les mécanismes qui relient ces deux pôles. Les propositions de Le Caro, sur la médiation écouménale (voir chapitre 8), et celles de Bénézech (voir chapitre 18) par le détour de l'économie de la qualité, viennent éclairer cette articulation en révélant des différences de fond entre les démarches *Teikei* et AMAP.

En extrapolant l'approche par l'économie de la grandeur de Boltanski et Thévenot aux questions de qualité, Bénézech ouvre une voie de formalisation aux idées inspirées par Muramatsu. Les propositions du *Teikei* relèvent d'un « monde domestique » alors que celles des AMAP s'inscrivent dans un « monde civique ». Les propos d'Yvon Le Caro permettent quant à eux de resituer ces deux mondes des hommes dans leur environnement habité. La notion de médiation écouménale qu'il propose nous paraît fonctionner dans des progressions inverses entre *Teikei* et AMAP. Dans le premier cas, des inquiétudes ou interrogations sur la société dans son environnement font apparaître le besoin d'une instance de médiation spécifique. Celle-ci est au contraire posée comme nécessaire dans le second cas, et trouve son champ d'application dans de nouvelles relations au sein d'un territoire.

	<i>Teikei</i>	AMAP
Qualité / économie de grandeur	Monde domestique	Monde civique
Médiation écouménale	écoumène ↓ médiation	médiation ↓ écoumène

Les divergences entre l'un et l'autre paraissent donc profondes. C'est sans doute l'inverse qui eût été étonnant. Il suffit de rappeler des éléments de la genèse de l'un et de l'autre. Les principes du *Teikei* ont été formalisés en 1978, ceux des AMAP en 2003. Ce délai historique de 25 ans a suffi pour que de profonds changements s'opèrent à l'échelle internationale et dans tous les pays. D'abord, la mondialisation libérale a profondément affecté le secteur agricole et alimentaire. La co-paternité des AMAP par des personnes du mouvement altermondialiste ATTAC et de la Confédération Paysanne est à mettre en lien

⁸ Muramatsu K., (2008), « Agriculture comme un bien commun en devenir – Une proposition sociologique et cas comparés Japon-Belgique autour des définitions d'Ikigai et de citoyenneté », communication au colloque "l'agriculture participative – Pourquoi, comment jusqu'où ?", université de Rennes 2, 6 et 7 novembre 2008, 10 pages. Voir également chapitre 5 du présent ouvrage.

avec la contestation des échanges internationaux. Ce qui à l'époque du *Teikei* pouvait apparaître comme un terrain de conquête potentielle (une alimentation saine et créatrice de lien social) est envisagé 25 ans plus tard sous l'angle de la défense, d'où le terme de maintien. Les approches cloisonnées et instrumentalistes ont triomphé. Elles renforcent la prédominance, désormais peu contestée du "système technicien"⁹ qui se caractérise notamment par l'auto-accroissement et l'absence de finalité. Les effets à long terme, quasi téléologiques, affectés aux initiatives *Teikei* sont "raisonnablement" ramenés à une charte où la technique (au sens prêté par Ellul) est omniprésente sous forme d'instructions détaillées. L'apparition de nouveaux procédés technico-économiques, comme le commerce équitable centré sur des productions agricoles et la solidarité avec les agriculteurs à travers un système de prix, élargissent également le champ d'inspiration des AMAP. On pourrait penser que les crises sanitaires qui ont précédé le lancement du *Teikei* au Japon ont depuis connu leur pendant en Europe (crises de la vache folle, du poulet à la dioxine). On constate cependant l'extrême volatilité des inquiétudes des consommateurs européens, en comparaison de celles des Nippons à l'époque du lancement du *Teikei*. La propagande publicitaire de masse s'est considérablement renforcée entre 1978 et 2003. Elle repose sur la substitution de la relation humaine authentique par des frustrations exacerbées où l'isolement favorise la frénésie d'achat. La création de lien pourrait donc presque être présentée comme un acte anti-civique dans la mesure où elle est susceptible de freiner la croissance. Cette évolution est observable en France comme au Japon.

Le contexte culturel surtout cumulé au décalage de 25 ans, est lui aussi très largement différent. Le produit distribué par les AMAP n'est en aucune façon comparable à l'aliment diffusé par le *Teikei*. Dans une société de frugalité qui peine à assurer son autonomie alimentaire, la nourriture garde un aspect sacré, et avec elle ceux qui lui donnent vie. Elle est aussi considérée comme un motif de lien social, par la préparation, la présentation, l'invitation, le repas en commun. Dans la société européenne de 2003, la prise alimentaire s'est largement extraite du sacré (au bout de 40 ans de surproduction régionale) et de la relation (développement du grignotage individuel, baisse de la prégnance du repas familial). Ce qui dans le contexte japonais des années 70 pouvait paraître comme la refondation d'un pilier social exaltant des valeurs encore connues de tous s'oppose à un statut de l'aliment largement laïcisé et banalisé. Il n'apparaît plus (sauf parfois en temps de crise) comme davantage "faiseur de société" que le téléphone portable. Les dépenses alimentaires sont d'ailleurs à un niveau qui se rapproche de celui des télécommunications dans le budget des ménages. La mobilisation large autour de l'alimentation est désormais difficile en France. L'agriculture française a aussi connu plus tôt que le Japon une forte érosion du nombre des agriculteurs par la concentration des exploitations. L'hyper technicisation productiviste alliée à la puissance du groupe défenseur des intérêts dominants a considérablement réduit la place de l'agriculture paysanne. Mais la place prise par l'agriculture dans les négociations internationales, comme son rôle dans les dégâts écologiques, font qu'elle occupe un rôle symbolique de premier plan dans la contestation de l'ordre libéral mondialisé. Au delà des mots, le "maintien d'une agriculture paysanne" a des enjeux qui dépassent l'alimentaire et le local, à la fois sur le plan des stratégies institutionnelles et sur celui de la mobilisation sociale. Le déplacement des finalités de fond entre Japon et France n'est donc pas simplement la transposition d'une société holiste valorisant la relation à une société cartésienne. Il révèle aussi l'assèchement des grands projets de rénovation sociale, substitués par des "batailles localisées", sur des secteurs identifiables et symboliques. On peut en faire l'hypothèse pour expliquer l'apparition convergente dans de nombreux pays de procédés normés comparables aux AMAP.

⁹ Selon l'expression de Jacques Ellul voir Ellul J., (2004) (rééd.), *Le système technicien*, Paris, Le Cherche Midi.

Pour restreindre encore le champ géographique de la réflexion, nous pouvons noter qu'en Bretagne les AMAP conformes à la charte d'Alliance Provence sont encore peu nombreuses au regard de nombreux dispositifs de paniers, dont on pourrait dire qu'ils s'inspirent aussi du *Teikei*. Avant la présente étude, il nous semblait qu'une limite substantielle était la règle « 1 AMAP = 1 producteur ». Dans une région d'élevage comme la Bretagne, les dynamiques de l'agriculture se sont faites par de puissants mouvements collectifs, sous forme coopérative, syndicale ou associative. Le contexte de l'agriculture est donc largement différent des régions de vente directe de produits fermiers, où les compétences individuelles sont confrontées aux acheteurs dans un jeu de concurrence. Environnement culturel et stratégie commerciale militent donc pour que les producteurs recherchent plutôt des organisations collectives de la vente directe, ce qui dans le cas des paniers veut dire plusieurs produits. Mais la comparaison à laquelle nous venons de procéder suggère une autre piste. La Bretagne se caractérise à la fois par une certaine homogénéité sociale (marquée par exemple par des inégalités de revenu plus faibles qu'ailleurs en France), une valorisation de la relation autre que superficielle mais aussi une fracture croissante entre l'agriculture productiviste et la population (en particulier autour des questions de qualité de l'eau). Dans ce contexte, et sans que le lien puisse être formellement établi, il est possible que des groupes organisés autour de la vente directe recherchent des formules qui s'inspirent de l'esprit de reliance du *Teikei*, et non seulement de son apparence. Ils créeraient alors des formules "à la carte", en s'affranchissant des démarches normatives de type AMAP, pour monter des dispositifs répondant à des enjeux et des objectifs locaux, mais où la relation revient au centre des préoccupations. Existant dans la France de 2007 et non le Japon de 1978, ils retrouvent à leur manière des préoccupations des *Teikei*. Les AMAP en sont une illustration, mais pas la seule.