Développement durable et territoires

Économie, géographie, politique, droit, sociologie

Vol. 2, n° 2 | Mai 2011

Culture et développement durable: vers quel ordre social?

Du teikei à l'AMAP, un modèle acculturé

From Teikei to AMAP [Association Supporting Small Farming], An Acculturated Model

Jean Lagane

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/developpementdurable/9013>

DOI : 10.4000/developpementdurable.9013

ISSN : 1772-9971

Éditeur

Association DD&T

Référence électronique

Jean Lagane, « Du teikei à l'AMAP, un modèle acculturé », *Développement durable et territoires* [En ligne], Vol. 2, n° 2 | Mai 2011, mis en ligne le 23 mai 2011, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/developpementdurable/9013> ; DOI : 10.4000/developpementdurable.9013

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

Développement Durable et Territoires est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 International.

Du teikei à l'AMAP, un modèle acculturé

From Teikei to AMAP [Association Supporting Small Farming], An Acculturated Model

Jean Lagane

- 1 La culture apparaît comme un concept de plus en plus mobilisé dans les enjeux liés au développement durable et le recours à la notion de culture peut être présenté sous des traits dépréciatifs ou mélioratifs. Bien souvent, la notion de culture s'avère instrumentalisée, voire simplement réduite à son acception culturaliste si l'on se base sur les référentiels de l'anthropologie. Il convient alors d'établir un catalogue de traits culturels par pays. Dans ce cas, la notion de culture se trouve restreinte à un simple outil d'analyse qui s'avère ni heuristique, ni opératoire. Le recours à des outils de gestion issus de modèles universels apparaît peu envisageable (Hall, 1979) car des différences fondamentales subsistent quant aux pratiques et représentations de l'espace et du temps dans diverses cultures. En revanche, la prise en compte de la question culturelle a trouvé un écho dès l'origine dans le champ de l'anthropologie du développement. En effet, les anthropologues montrent que bien des projets de développement ont exercé des effets pervers par méconnaissance de la culture des populations auxquelles ces projets s'adressaient.
- 2 La prise en compte de l'aspect culturel demeure essentielle pour aborder et réfléchir à des modèles de développement, il semble vain de présager qu'un modèle de fonctionnement puisse être transféré d'une société à une autre et que la greffe prenne directement. Cela reviendrait à sous-estimer le processus d'acculturation à l'œuvre lors de l'appropriation et de l'incorporation de modèles étrangers¹. Souvent, lorsqu'il s'agit d'un transfert de savoir et/ou de savoir-faire et non plus d'un simple projet de développement, la dimension culturelle du modèle exporté demeure absente ou réduite. Par voie de conséquence, on exporte alors un modèle soit en méconnaissant les spécificités culturelles dans lequel celui-ci a été élaboré, soit en minimisant la culture de réception de la population à laquelle il est destiné. Le questionnement central concerne les mutations qui adviennent lorsqu'on transpose un modèle de gestion ou un savoir-faire technique

sans prendre en compte le contexte culturel dans lequel ils s'insèrent. En d'autres termes, le Japon a maintes fois occupé le rôle de leader dans la promotion et l'exportation de méthodes managériales et de formes entrepreneuriales dans des secteurs autres que celui de l'agriculture. En attestent la diffusion et l'exportation de modèles comme ceux des cercles de qualité (*ringi-sei*, 稟議制), du principe de production et de gestion des stocks à flux tendu (*kanban*, 看板), du modèle du « familisme entrepreneurial et/ou toyotisme ». On doit l'analyse et la diffusion de ce dernier modèle à Onô (1989) qui, mettant à profit sa longue expérience d'ingénieur au sein du groupe automobile et équipementier, parvint à produire une analyse précise des méthodes et du fonctionnement de la firme nipponne dans un ouvrage de référence – *L'Esprit Toyota*. Si Toyota, fer de lance de l'économie japonaise, recherche le profit, c'est en accordant la priorité au profit à long terme plus qu'à court terme, à la différence des pratiques entrepreneuriales françaises. Ce modèle n'a jamais pu véritablement s'implanter car la conception du temps chez les entrepreneurs français reste davantage orientée vers le court terme (Hall, 1994 ; Sugita, 1996 ; Lagane, 2002). D'autres approches culturalistes associant abusivement caractéristiques culturelles nationales et éléments de personnalité attribuent au succès de la collectivité la valeur suprême de la culture d'entreprise japonaise.

- 3 Les sociétés fonctionnent et ont toujours fonctionné par emprunts successifs et réciproques au gré des contacts qu'elles nouaient entre elles, ces emprunts ne correspondent pas forcément à un appauvrissement mais peuvent aussi signifier des occasions d'enrichissement.
- 4 Je voudrais illustrer ici ce phénomène d'acculturation à travers l'analyse de la diffusion d'un modèle d'économie solidaire, d'une société à une autre société culturellement éloignée. Pour ce faire, je prendrai exemple sur le fonctionnement en France des AMAP – association de maintien de l'agriculture paysanne. Si on retrace la genèse des AMAP, on peut les faire remonter via les États-Unis aux *sanshō teikei*² du Japon qui correspondent à des partenariats entre producteurs agricoles et consommateurs. Peut-on lire le modèle français de l'AMAP à l'aune de l'évaluation de son modèle d'inspiration japonais sous l'angle de la culture ? Les traits culturels japonais ont-ils été pris en compte dans ce modèle et comment l'absence de tels traits en France a-t-elle été absorbée ?
- 5 Pour répondre à cette problématique, je m'appuierai sur deux ethnographies réalisées en 2009 et 2010 à Marseille et à Kumamoto. Je traiterai dans un premier temps de la genèse et des objectifs des modèles du teikei et de l'AMAP. Puis, j'aborderai dans un deuxième temps les ressemblances de ces deux modèles solidaires d'entreprendre à travers les figures de producteurs et consommateurs français et japonais. Enfin, dans un troisième temps, des éléments de divergence seront synthétisés et j'analyserai les liens qu'ils entretiennent avec les principes constitutifs des associations d'Agriculture Biologique dans leurs deux pays d'origine.

1. Teikei et AMAP, formes d'entreprendre plurielles et solidaires

- 6 C'est en étudiant le contexte historique des années 1960 au Japon que l'on découvre les éléments qui ont suscité l'apparition du modèle du teikei. En effet, ces années ont résonné avec la catastrophe industrielle due à la contamination de l'eau de mer par le mercure rejeté par une usine électrochimique et plus connue sous le nom de « maladie de

Minamata » (Gigon, 1975 ; Jobin, 2006). Cette tragédie qui aiguïsa la conscience environnementale des citoyens fit naître au Japon puis dans la sphère asiatique une éthique industrielle post-traumatique. Marche par marche, des processus de mobilisation de l'opinion nipponne face aux risques de contamination industrielle laissèrent apparaître de nouvelles dynamiques de communication et de médiation environnementales. Parallèlement, à la même époque dite de « Haute Croissance », une logique sociale d'idéologie du progrès encourageait l'utilisation d'engrais et de pesticides de fabrication chimique en vue d'accroître le rendement des surfaces agricoles. C'est à la conjonction de ces facteurs qu'apparut le concept de teikei en 1965 qui concernait en tout premier lieu les coopératives laitières puis s'étendit à d'autres secteurs de l'agriculture. Cette initiative émanait d'un collectif de mères de famille japonaises rassemblées sous la forme d'un *seikatsu club* ou « club de la vie » qui s'inquiétaient de voir l'agriculture s'industrialiser avec un recours massif aux produits chimiques (Poirier, 2007). Afin de s'inscrire en faux contre les politiques agricoles encourageant la monoculture et l'usage croissant d'engrais chimiques et de pesticides, les petits producteurs entendaient ainsi favoriser la production et la consommation locales tout en relançant la consommation de produits de saison³.

- 7 Le modèle du teikei correspond à un mode de vente sous la forme d'achat en groupe occasionnant une livraison en petites unités. En échange de l'achat par souscription de la récolte du paysan, le producteur s'engage à fournir aux membres du teikei des aliments cultivés sans produits chimiques. À la création des teikei a correspondu une charte⁴ qui énonce des principes éthiques fondés sur la confiance – c'est donc un des premiers principes structurant cette organisation – et les règles de bonne conduite entre les consommateurs et le producteur. Ainsi et conformément à cette charte, les consommateurs répondent à un premier niveau d'organisation et leur confiance est fondée sur une relation directe « de personne à personne ». Cette expression⁵ à laquelle se réfèrent couramment les membres des réseaux teikei est bien connue du grand public (Hatano, 2006 : 18). Le teikei traduit un système d'échanges égalitaires marqué par le partage de valeurs et de responsabilités communes entre producteurs et consommateurs – *"a relationship where both consumers and producers can directly interface with each other in a co-partnership of shared responsibility and values."* (ibid. : 21). Une des expressions à laquelle se réfèrent souvent les membres du teikei est celle de *wa* 和, harmonie. La notion de *wa* ou harmonie du groupe est centrale dans l'éthique sociale et organisationnelle des Japonais. Ce principe représente l'harmonie, la paix et l'unité dans le groupe. Il en résulte confiance, coopération et loyauté. C'est aussi le moyen d'obtenir un consensus. L'individu reste extrêmement attentif lors de l'expression de sa propre opinion pour ne pas causer de confrontation et risquer de rompre le *wa*.
- 8 Le Japon innova ainsi en matière de partenariats locaux solidaires entre producteurs et consommateurs en mettant en place la dynamique du système de coopération du teikei avec sa célèbre accroche visuelle, celle du visage souriant du fermier sur son produit. Les agriculteurs s'impliquèrent directement dans la distribution de leurs produits. Ce même principe devait fonctionner comme une incitation performative du public face aux enjeux environnementaux. Comme l'explique Shinji Hashimoto, l'un des agriculteurs pionniers à se lancer dans cette démarche d'économie solidaire du système du teikei : « *les agriculteurs s'impliquèrent directement dans la distribution de leurs produits. Cela eut pour effet de développer au-delà de la réduction des dépenses de transport, de celle des coûts de production et de la diversification des cultures, une entente mutuelle et des liens d'amitié entre producteurs et*

consommateurs » (Hashimoto, 2008). Forme plurielle d'entreprendre, le teikei a peu à peu constitué un espace de resocialisation entre des groupes communautaires locaux, s'appuyant sur le contrôle de l'alimentation, cette dernière étant associée à un moyen d'atteindre un épanouissement et une harmonie aussi bien individuels que collectifs (Amemiya, 2007 ; Dubuisson-Quellier, 2009). En 1993, un foyer japonais sur quatre était affilié à un teikei, soit près de 16 millions de personnes. Il reste difficile d'estimer selon la *Japan Organic Agriculture Association* (JOAA) si cette pratique novatrice a exercé à la même période une influence directe en dehors de l'Archipel.

- 9 Afin de retracer la trajectoire de diffusion du teikei vers la France, il est possible de remonter à la propagation, dans un premier temps, de ce modèle de partenariat du Japon au milieu des années 1980 vers l'Amérique du Nord – aux États-Unis sous la forme de *Community Supported Agriculture* (CSA) puis, au Canada en tant que *Community Shared Agriculture* (De Muth, 1993 ; Van En, 1995). S'il ne s'agit pas à proprement parler de la propagation d'un modèle identique, il est plus cohérent d'évoquer le développement parallèle de deux modèles d'inspiration de partenariat solidaire. Le CSA a en effet été développé aux États-Unis suite à la rencontre d'une productrice du Massachussets et d'un agriculteur⁶ ayant été formé aux principes de l'agriculture biodynamique en Suisse. Ce n'est que plus d'un an après cette expérimentation américaine que les producteurs et membres des CSA de Great Barrington et Temple-Wilton-Community entendirent parler lors d'une conférence publique de l'expérience japonaise du système des teikei, de ses logiques organisationnelles, sa charte, et que l'association fût faite entre les principes communs des CSA et des teikei.
- 10 Dans un second temps, en ce qui concerne l'importation du principe du CSA en France, modèle complété par l'expérience du système des teikei, il faut revenir à la découverte en 1999 à New-York par un couple d'agriculteurs varois de ce modèle de partenariat qui promouvait le système du pré-achat par le groupe de consommateurs-sociétaires (*shareholders*) de l'ensemble de la récolte du producteur. En effet, l'État de New-York comptait une cinquantaine de CSA dont l'ambition était d'enrayer la diminution du nombre d'exploitations agricoles dans la région de New-York et de permettre à des populations à bas revenu d'avoir accès à une alimentation de qualité. Ce couple de producteurs français importa le modèle des CSA en France au tout début des années 2000, époque de création de la première AMAP⁷ dans le département du Var. Très tôt, les AMAP revendiquèrent leur affiliation aux principes constitutifs des teikei en termes de partenariat solidaire, de charte, etc. Au regard de cette généalogie, les *teikei* entrent dans les formes d'organisation et de commercialisation agricoles auxquelles, à l'instar des CSA et des AMAP, on se réfère en tant que pratique d'agriculture civique, ce qui traduit des notions de valeur ajoutée et de partage des contraintes de production par la communauté (Moustier, 2009).
- 11 L'exemple du possible fonctionnement de systèmes alternatifs de production agricole et de commercialisation correspond à l'établissement d'un partenariat entre un collectif de consommateurs et un producteur. Cette alliance s'inscrit en tant que dynamique pionnière de contrats locaux solidaires fondés sur une charte éthique. La spécificité du développement des AMAP est liée au fait qu'elles émergent à l'instar des teikei dans une dynamique de resocialisation entre des groupes communautaires locaux. Étant donné que l'adhérent s'engage auprès du producteur et règle à l'avance un ensemble de paniers hebdomadaires *via* un paiement semestriel, trimestriel ou bimestriel selon les situations, consommateurs et agriculteurs partagent les aléas climatiques et les contraintes de la

production. Cette même réalité matérialise les principes d'une économie « associante » marquée par une réflexivité des formes d'engagement entre producteur et consommateur. Les systèmes de paniers constituent des formes innovantes de commercialisation aux configurations multiples et renvoient à une forte demande des consommateurs.

- 12 L'agriculture paysanne de petite dimension concerne une diversité de profils d'agriculteurs impliqués dans les paniers. « Le “panier” est défini comme une offre composite de fruits et légumes déclinée en un seul lot – produits frais ou transformés – constitué par un producteur agricole, un groupement de produits agricoles ou un intermédiaire-commerçant » (Dufour, Hérault, Lanciano, 2010). L'offre peut être destinée à une consommation individuelle – famille, amapien – ou collective – restauration commerciale et restauration collective. Il existe, comme cela a été abordé plus haut, une variabilité du nombre de produits qui entrent dans la confection des paniers selon les aléas climatiques et les saisons.
- 13 En outre, on enregistre aujourd'hui une diversité croissante de modèles d'AMAP et de profils d'amapiens selon les pratiques en vigueur. Pour évoquer cette combinatoire de pratiques, il importe de préciser le choix du panier, monoproduit ou diversifié. Actuellement, un ensemble de formules diverses proposent des systèmes de panier évolutifs – produits complémentaires, à la demande, épicerie paysanne de proximité, etc. En outre, les lieux de livraison interfèrent avec ces pratiques. Le consommateur peut opter pour un lieu de livraison en ville – marchés de plein vent, gare, magasin *biocoop*, comité d'entreprise, comité de quartier ou sièges d'associations diverses, etc. Mais il peut tout aussi bien choisir l'option d'une livraison à la campagne – ferme, exploitation, bistrot de pays, etc.

2. Vers des formes convergentes d'économie de la confiance

- 14 Comme le soulignent les ethnographies, qu'il s'agisse des teikei ou des AMAP, c'est la relation de confiance qui contribue à fidéliser la clientèle plutôt que l'application de normes strictes.
- 15 Tel producteur insistera davantage sur la connaissance de ses produits, leur origine locale et l'absence de pratiques liées à l'agriculture conventionnelle que sur l'application de normes bio jugées trop restrictives. Au Japon, le modèle pragmatique du teikei consiste ainsi en une philosophie dynamique fondée sur une quête de qualité de vie qui réside dans l'établissement d'une « relation fraternelle »⁸ entre producteurs et consommateurs. Comme le remarque Hatano (2008 : 33), cela institue la notion de confiance comme principe de base du teikei plutôt que la reconnaissance de normes internationales – *“The teikei (...) previously used human trust in place of global standards”*...
- 16 Un des traits saillants et convergents provient d'un procédé de mise en exergue visuelle de la figure du producteur sur les lieux de distribution des paniers ou de vente directe. En effet, la présence récurrente de la photographie du producteur sur les étals des points de vente, des coopératives et des magasins est un fait bien connu des consommateurs japonais. Elle exprime comme le confirme Sachiko⁹, 34 ans, enseignante à Kumamoto, mère de deux jeunes enfants : « un élément de confiance, le plaisir de consommer des produits locaux et la garantie pour nos enfants d'accéder à une alimentation saine et équilibrée »¹⁰. Je

rencontre Jun sur le lieu de vente de la coopérative, ingénieur de 54 ans, membre depuis une dizaine d'années du collectif *chisan chisho*, un mouvement qui encourage la consommation de produits locaux. Il met en parallèle les expressions des trois *shin* – *shinsô* 真相 vérité, fait réel, *shintaku* 信託, confiance et *shinsen* 新鮮, fraîcheur, avec l'association du visage du producteur à son produit. Ayako, étudiante, apprécie le portrait aux traits souriants des agriculteurs qui accompagnent leur production sur les étals et y associe le sentiment de *shitashimi* 親しみ qui connote selon elle intimité, amitié, sympathie et familiarité, soit des éléments rassurants de la figure du producteur.

- 17 De la même façon, l'affiche présente sur le stand du marché du Cours Julien à Marseille de Georges, agriculteur et gérant d'AMAP, arbore l'image bienveillante du producteur sur son exploitation au milieu d'un espace de maraîchage. Jeanne, 57 ans, employée de banque, note d'un ton pétillant « *il est grand et beau... le voir dans son champ, j'ai l'impression d'y être !* ». Dans le même registre, l'enseigne commerciale de vente de produits biologiques implantée dans le sud de la France, *Marcel & fils*, affiche dans sa raison sociale reprise dans sa campagne d'affichage le portrait souriant d'un agriculteur d'âge mûr arborant un chapeau de paille et une courte barbe blanche – que l'on suppose représenter Marcel. S'il on en croît l'argument commercial de l'entreprise, cette dernière a l'intention de « *démocratiser l'offre bio par la quête permanente du meilleur rapport entre qualité, plaisir et prix* » (Cf. <http://www.marceletfils.com>).
- 18 Une autre caractéristique commune au teikei et à l'AMAP concerne les pratiques d'euphémisation de la relation marchande. On retrouve cet élément comme premier principe de la charte de teikei publiée par la JOAA, celui d'une relation en face-à-face fondée davantage sur l'amitié que sur l'aspect commercial – *Face-to-face relationships based on friendship, not business...*
- 19 Au Japon, la nature de l'acquisition des produits chez l'agriculteur se distingue d'une simple opération d'achat et de vente. Il s'agit d'un double système que les Japonais ont greffé sur un modèle que l'on pourrait apparenter au principe maussien du don contre don sans toutefois en reprendre toutes les caractéristiques, mâtiné des principes monétaires de la relation marchande. Si cet échange monétaire correspond dans une logique marxienne à une valeur d'échange des produits, celui-ci doit davantage être interprété en fonction d'une valeur d'usage incluant la rétribution d'une « *récompense qui revient au producteur pour les efforts accomplis. Le réseau teikei n'est pas considéré comme un réseau de commerce direct. Les produits ne sont pas évalués en tant que marchandises mais leur valeur résulte de la satisfaction qu'éprouvent les partenaires qui les reçoivent.* »¹¹ En effet, les Japonais ont greffé sur le principe du troc une opération monétaire destinée à suppléer la rétribution du travail de l'agriculteur. En d'autres termes, au-delà de l'apparence d'une relation d'achat et de vente se dissimule une opération d'échange non-marchande basée sur l'établissement de confiance commune et de gratitude. Accroupie, en train de trier des fraises à la ferme, Kikuko, 42 ans, cadre dans une entreprise de cosmétique, reconnaît que « *s'il y a un échange d'argent entre les membres [du teikei] et le paysan, c'est une façon d'exprimer sa gratitude [kansha, 感謝] pour tout le travail accompli* ».
- 20 En France, lors de la distribution des paniers à l'AMAP d'une ferme varoise, au milieu des saveurs et des couleurs chatoyantes des légumes et des fruits, il n'est plus question de patienter comme au marché devant les étals et les amapiens s'approprient très tôt les gestes d'une certaine autonomie. Après avoir mécaniquement adressé un bref salut à Germaine, agricultrice et gérante de l'AMAP, chaque membre s'empresse de consulter la liste des denrées qui entrent dans la composition du panier hebdomadaire. « *Ici, me fait*

remarquer Jacques, un amapien de 42 ans, commercial dans une entreprise d'accessoires informatiques : « *on ne fait pas de comptes. On coche simplement son nom sur un registre et on contrôle pas non plus la quantité de fruits et légumes que tu mets dans ton panier* ». En d'autres termes, selon les informateurs, il s'agit d'une négation de la relation marchande au profit d'une relation exclusivement fondée sur une confiance mutuelle et ce, en dépit de la véritable nature contractuelle de la relation. Cette démarche de contournement de la désignation d'activité marchande se retrouve à l'identique aussi bien chez les consommateurs que chez les producteurs. Germaine se réfère aux consommateurs adhérents de l'AMAP en tant qu' « *amapiens* » ou selon une base de fréquentation cyclique – « *les habitués du vendredi* » – mais il n'est nullement question de « *consommateurs* » et encore moins de « *clients* » ni même de « *vente* ». Elle précise : « *Comment ça, l'AMAP, c'est tout sauf de la vente directe, ici pas de relation marchande. Il n'y a pas d'argent qui circule. Tout est déjà organisé* ». Son mari renchérit et se réfère aux adhérents par le biais de l'appellation militante de « *consom'acteurs* ».

- 21 Cette négation de la partie marchande de la relation apparaît également dans le terme générique d'AMAP qui est utilisé à la fois par les clients et producteurs pour qualifier tout ce qui a trait au processus de vente et d'achat. Cette référence à un espace non marchand intervient uniquement dans le cadre des AMAP et non pas dans les autres catégories de vente directe comme le marché paysan, la vente directe à la ferme, etc. Ce point de vue émique renvoie certainement à l'absence de circulation monétaire qui a lieu lors de ces opérations de vente et d'achat hebdomadaires. Le paiement, en effet, n'a lieu qu'une seule fois en amont des échanges pour une périodicité plus longue. Il s'agit de considérer la relation producteur-consommateur autrement, comme faisant tomber les barrières entre producteurs et consommateurs, autrement dit comme un maillon de ladite économie associante – qui tisse des liens indéfectibles entre producteur, transformateur et consommateur – et de modifier le regard que porte chaque partie de la relation marchande l'une sur l'autre.

3. Divergences, la face cachée de la transposition d'un modèle de cycle court

- 22 Sans tomber dans le culturalisme précédemment dénoncé, il est toutefois possible de noter qu'un des traits distinctifs entre la France et le Japon concerne la forte antériorité de l'individu sur le groupe en France et à l'inverse du groupe sur l'individu au Japon. Ainsi en est-il des valeurs de solidarité. Si la solidarité est affirmée en France, elle se manifeste principalement au niveau du discours. Henriette, retraitée, qui habite à dix minutes à pied de la ferme et participe aux activités collectives de l'AMAP, observe que « *quand il y a des coups de bourre, on se montre solidaire avec les paysans, on les aide à cueillir les haricots, on ramasse les pommes de terre* ». Elle vit en couple mais c'est elle qui se déplace pour récupérer le panier à la ferme. Son mari, Charles, s'avère plus réservé même s'il reconnaît volontiers que c'est à lui que revient le plus souvent la mission de cuisiner le panier de l'AMAP, un panier qu'ils partagent avec Marc, un ami célibataire. On lit ainsi une expression de la solidarité entre amapiens, d'une part, et amapiens et producteur, de l'autre.
- 23 Or, il semble qu'il existe une différence perceptible entre les faits et le dire. En effet, dans les discours, l'expression de la solidarité semble l'apanage du plus grand nombre. Or,

quand on observe les pratiques, la solidarité n'apparaît pas si présente. À titre d'illustration, un vendredi soir dans la remise qui jouxte la maison des producteurs et où sont soigneusement entreposés fruits et légumes dans des caisses, les amapiens arrivent à petit flot pour confectionner leur panier de la semaine. La grande majorité des 50 familles présentes lors de la livraison hebdomadaire ne commente pas l'affiche qui annonce le ramassage collectif de pommes de terre prévu le week-end prochain. En outre, personne ne s'enquiert des conséquences des fortes intempéries qui ont directement affecté l'exploitation les jours précédents en endommageant les serres. C'est comme si les principes de solidarité connus et acceptés de tous revêtaient un aspect formel – ils sont énoncés dans la charte – mais tardaient à s'exprimer dans les usages.

- 24 En revanche, au Japon, usages, discours et représentations se rejoignent davantage. Le système du teikei offre le terrain d'une solidarité active, revendiquée et pleinement partagée par l'ensemble des membres. Sur la placette qui jouxte l'immense arcade commerciale de l'hypercentre de Kumamoto se joue la scène urbaine d'un petit marché comprenant une vingtaine d'étals de producteurs agricoles et d'artisans qui pratiquent tous la vente directe. Hiroyuki, agriculteur de 36 ans, exhibe fièrement les melons de sa production et affirme : *« ma présence ici complète l'activité de la ferme. Quand je m'absente, je reçois spontanément des propositions d'entraide de la part des membres du teikei. Ils proposent même de me remplacer à la ferme ! Récemment, mon épouse s'est faite opérée de l'épaule et plusieurs membres m'ont témoigné leur soutien. Nous fonctionnons vraiment comme une grande famille, dans le respect et l'harmonie »*.
- 25 Une autre divergence entre les pratiques observées chez les amapiens et les membres des teikei relève du fait que pour les uns, le contournement des usages semble toléré, voire encouragé alors que pour les autres une tendance à respecter l'ordre établi semble de mise. En France, Denise, ancienne institutrice, rappelle la nécessité d'éduquer la mentalité des gens et de mettre en place les principes d'une cogestion harmonieuse : *« au départ beaucoup de gens ont pris ça [l'AMAP] comme une plateforme et ont voulu mettre la main dessus sous prétexte qu'ils étaient des amapiens. Ils ne savaient pas respecter suffisamment l'agriculteur. Ils faisaient la gestion, ils se trompaient dans les comptes. Ils disaient que ça n'avait pas trop d'importance. Ils ont pris ça comme un amusement. Il s'agissait de personnes retraitées qui n'avaient pas trop de conscience collective et qui se sont senties investies là-dedans et qui ont voulu prendre la direction. »* Les propos de Denise pointent un problème de « place » dans un sens goffmanien. Les amapiens sont sortis de la place symétrique qui leur était assignée (Goffman, 1974) pour occuper une « place haute » dans l'échange, et ont en quelque sorte dépossédé le producteur de ses prérogatives de « pilote de l'interaction ». Or, poursuit-elle *« la question, c'est de laisser la direction au producteur lui-même parce que c'est lui qui cultive son champ, c'est lui qui fait le plus gros du travail. Nous, on est là pour l'encourager, certes, mais on n'est pas là pour prendre la direction des opérations »*. Le responsable de l'AMAP, Antoine, confirme : *« on a pris du recul et on a viré pas mal de gens qui étaient trop envahissants. C'est ma femme qui a repris la gestion en main et moi, je cultive »*. Ce faisant, il confirme par là-même la représentation des adhérents non perçus comme des clients.
- 26 Inversement, la question sensible de l'ajustement et du respect des rôles et de places entre producteur et consommateur n'est pas prégnante au Japon. Atsushi, 53 ans, urbaniste, s'arrête en revenant du bain public au point de vente directe et raconte : *« je sais qu'on pense au teikei comme à une grande famille, on a des obligations et on les respecte. Pour moi, venir prêter main au forte au paysan, c'est comme aider mon fils. Je le fais tout naturellement »*.

- 27 Cependant les divergences évoquées jusqu'ici ne forment que la partie la plus visible, en effet, décrire le système des AMAP et des teikei ne doit pas se limiter à une simple énumération pragmatique de leurs fonctionnements. Si l'on souhaite appréhender cet emprunt à l'aune de ses composantes culturelles, il demeure nécessaire de ne pas oublier le soubassement conceptuel sur lequel reposent ces deux modèles, à savoir la place et les représentations que revêt l'agriculture biologique dans ces deux pays. En effet, cette référence implicite ou explicite à l'agriculture biologique représente un élément discriminant pour jauger la ressemblance et la dissemblance de ces deux modèles. Aussi, je m'arrêterai sur un bref historique du développement de l'agriculture biologique dans les deux pays.
- 28 En France, une question qui transparaît souvent lors du processus d'adhésion de nouveaux membres d'une AMAP a trait à la certification agriculture biologique (AB) de la production. Un tel constat de l'absence de certification bio d'une grande majorité des producteurs-gérants d'AMAP peut sembler paradoxal au regard des représentations associées aux formes de cycle court. Un tel questionnement n'apparaît de manière que très sporadique dans la société japonaise, comme cela sera expliqué plus loin. On assiste, en France, à un essor initial de l'agriculture biologique dans les années 1970 à travers les opérations de lobbying des réseaux associatif et coopératif – et notamment celui de *biocoop*. Cette mobilisation répondait à une quête de normes environnementales en vue d'apporter une réponse à l'impasse vers laquelle se dirigeait l'agriculture intensive conventionnelle. Puis, une réponse plus institutionnelle s'est fait connaître avec le développement de démarches plus politiciennes visant à encourager l'essor d'une offre alimentaire plus saine – création de la norme AB et autres labels bio divers parfois très contraignants pour les producteurs. Enfin, une seconde mobilisation citoyenne a vu le jour pour lancer des formes alternatives de cycle court comme celle des AMAP et autres circuits solidaires encourageant la livraison de paniers évolutifs ou de vente à la ferme, voire les points de vente collectif ou se regroupent aujourd'hui des producteur-vendeurs.
- 29 Consciente du phénomène d'attractivité que suscitaient pour les ménages français les modèles de l'AMAP et autres pratiques de consommation engagée fondées sur des cycles courts, la classe politique a mis en place des actions visant à s'approprier l'instigation de telles initiatives et ce, à travers ses propositions issues du deuxième Grenelle de l'Environnement. Aujourd'hui, la tendance générale en termes de régulation de marché incite à l'imposition de normes toujours plus rigoureuses et contraignantes notamment en ce qui concerne les certifications AB, les anticipations techniques, économiques et sociales. On constate qu'un nombre croissant d'agriculteurs français ne peut s'adapter aux exigences des agréments et de la normalisation, faute de moyens en matière d'investissements financier et technique. En outre, selon Lamine et Bellon (2008), ces producteurs évoquent les risques liés à la conversion à l'agriculture biologique : risques techniques, commerciaux, rupture d'approvisionnement, coûts d'apprentissage, etc. À nouveau, on assiste aux essais d'imposer une atmosphère normative à des pratiques sociales et à des trajectoires professionnelles qui par définition se veulent des espaces de relation interpersonnelle fondés sur la confiance, la solidarité et l'engagement.
- 30 Cet effacement progressif des normes AB en France tend à se lire dans les AMAP au niveau de la composition des paniers et du principe de livraison. Aujourd'hui, l'amapien peut à loisir compléter l'offre du panier de manières multiples et variées. Plus qu'un élément de divergence, cette caractéristique oriente le panier vers un système de panier évolutif soit une innovation par rapport au teikei. Christiane, informaticienne de 52 ans,

vivant en couple, explique : « au début, je me contentais du panier puis j'ai découvert qu'on pouvait le compléter, commander de la viande, du poisson et même des huiles essentielles... alors pourquoi s'en passer ? ». En outre, l'élément panier – associé à la fraîcheur de produits mais aussi à la campagne et par contiguïté à la dimension de proximité et de consommation locale – est de plus en plus réapproprié par les enseignes de produits issus de l'agriculture biologique telles que Bio&Co ; *jecommandebio.com*, qui procèdent à la vente en ligne et utilisent des canaux de commercialisation éloignés du principe de livraison de paniers de l'AMAP. Une autre tendance forte chez les amapiens concerne l'abandon de structures jugées parfois trop statiques et restrictives pour se tourner vers des modes de consommation plus souples au sein desquelles la variable d'engagement est amoindrie. Rencontrée sur un marché paysan, Francine, infirmière-anesthésiste, mère de trois enfants, explique : « j'ai finalement choisi la commande de panier sur internet, l'AMAP, c'était trop lourd à gérer. Maintenant, c'est simple comme bonjour, en deux clics, je passe ma commande et je choisis le contenu de mon panier. L'AMAP et les livraisons du vendredi ; ça me prenait trop la tête ! »

- 31 Au Japon, comme cela a été analysé, l'émergence des *teikei* prônant agriculture et consommation alternatives dans les années 1960 signifiait un acte de résistance à l'utilisation massive d'intrants chimiques, à la standardisation et au renchérissement de l'offre alimentaire. Suite à l'essor de ces collectifs, les médecins japonais se sont eux-mêmes impliqués dans ces mouvements de recomposition du lien entre producteurs et consommateurs. Ils ont ainsi contribué à la création en 1971 d'une association nationale à but non lucratif destinée à promouvoir le développement de l'agriculture biologique (*Japan Organic Agriculture Organization*, JOAA) pour soutenir les *teikei* en tant que système commercial indépendant du marché agricole conventionnel. Progressivement au cours des années 1970-1980, la mise en place d'un relai associatif via la JOAA a permis de développer l'agriculture biologique et ses circuits de commercialisation – essor des produits biologiques dans des magasins spécialisés et dans la grande distribution. Le développement de ces canaux de distribution de l'agriculture biologique a peu à peu contribué à l'essoufflement du modèle des *teikei* et de leur dynamique interactive entre producteur et consommateur. L'effacement progressif des *teikei* a eu lieu au bénéfice de nouvelles formes de consommation engagée plus individualistes et à l'apparition de normes biologiques (*Japan Agriculture Standards*) largement diffusées dans la société actuelle. Cette brève analyse comparative de l'évolution du courant de l'agriculture biologique en France et au Japon permet ainsi de situer dans les faits l'inversion de leurs circuits de développement et de légitimation, d'une part le suivi de normes avec vérification par des organismes indépendants, d'autre part la valorisation de la relation humaine via des systèmes de partenariat producteur-consommateur. (Hasumi, 1977 ; Yasuda, 1986 ; Motoso, 1993 ; Hatano, 2006).

Conclusion

- 32 Si les Français se sont inspirés du modèle japonais du *teikei* sans réellement intégrer son élément fondateur – la confiance –, ils se sont tournés vers ce dont ils disposaient en France, i.e. un cadre législatif concernant l'agriculture biologique. Or, ce choix s'est révélé moins convaincant en raison du coût élevé de la commercialisation des produits issus de l'agriculture biologique. Ils se sont alors orientés vers un élargissement de l'économie

alternative qui a abouti à davantage revendiquer une production locale et de cycle court que le strict respect des normes et labels bio.

- 33 L'essor de l'agriculture biologique et des pactes solidaires entre consommateurs et producteurs au Japon et en France a permis de questionner la viabilité d'un modèle économique alternatif réapproprié en dehors de sa culture d'origine. Terrain en mutation permanente, le développement des formes de circuit court et leurs emprunts accentuent lors de la transposition la nécessité de coller le plus étroitement possible à la réalité du terrain, à son histoire sociétale, à ses traditions institutionnelles et culturelles, à ses crises, à ses dynamiques.
- 34 Les ethnographies de l'AMAP et du teikei montrent qu'au-delà de la simple transposition, le modèle français s'est à la fois enrichi et appauvri par rapport au modèle original. Nonobstant les divergences et convergences qui ont accompagné ce processus d'emprunt du modèle japonais, comme le rappelle l'ethnoécologue, Catherine Sabinot (2007 : 434), « les sociétés ne sont pas homogènes et la notion de dynamique sociale associée à l'emprunt demeure incontournable. Nous travaillons dans un monde qui n'est ni figé, ni à évolution linéaire ».

BIBLIOGRAPHIE

Amemiya H., 2007, *L'agriculture participative : dynamiques bretonnes de la vente directe*, Presses universitaires de Rennes, 210 p.

DeMuth S., 1993, *Community Supported Agriculture (CSA) : An Annotated Bibliography and Resource Guide*, USDA, National Agriculture Library.

Dubuisson-Quellier S., 2009, *La consommation engagée*, Paris, Presses de Sciences-Po.

Dufour C., Hérault C. et Lanciano E., 2010, « L'herbe est-elle plus verte dans le panier ? Satisfaction au travail et intégration professionnelle des maraîchers qui commercialisent sous forme de paniers », *Circuits courts alimentaires, État des lieux de la Recherche et mise en réseau des acteurs de la recherche et du développement*, Colloque du Réseau Rural Français, AgroParis-Tech, 6 mai 2010, Paris.

Forster G.M., 1969, *Applied anthropology*, Boston, Little, Brown and Company.

Groh T. et McFadden S., 1990, *Farms of Tomorrow, Community Supported Farms, Farms Supported Community, Junction city*, Biodynamic Farming and Gardening Association, 169 p.

Galvin K. et al., 2002, "Compatibility of pastoralism and conservation ? A test case using integrated assessment in the Ngorongoro conservation area, Tanzania", *Forced Migration*, 10, p. 33-60.

Gigon F., 1975, *Le 400^{ème} Chat ou les Pollués de Minamata*, Paris, Robert Laffont.

Goffman E., 1974, *Les rites d'interaction*, Paris, Les éditions de minuit.

Hall E.T., 1979, *Au-delà de la culture*, Paris, Seuil.

Hall, E.T., 1994, *Comprendre les Japonais*, Paris, Seuil.

- Hasumi T., 1991, *Yûki Nôgyô ni Kakeru* (Devotion to Organic Agriculture), Tokyo, Nihon Keizai Hyoron Sha.
- Hatano T., 1998, *The Economics of Organic Agriculture* (Yûki Nogyo no Keizaigaku), Tokyo, Nihon Keizai Hyoron-sha.
- Hashimoto S., 2008, « Les teikei au Japon » in *Japoninfos.com*, <http://www.japoninfos.com/Les-Teikeis-au-Japon.html>, consulté le 12/09/2008.
- Hatano T., 2008, "The Organic Agriculture Movement (Teikei) and Factors Leading to its Decline in Japan", *Journal of Rural and Food Economics*, vol. 54, n° 2, Iwanami-shoten, p. 21-34.
- Jobin P., 2006, *Les maladies industrielles et le renouveau syndical au Japon*, Paris, Ed. EHESS, 560 p.
- Lagane J., 2002, « Le Japon au-delà des paradoxes, entre gestion et communication », *Communication et organisation*, p. 194-212.
- Lamine C. et Perrot N., 2008, *Les AMAP : un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs*, Paris, Yves Michel, 163 p.
- Motono I., 1993, *The Possibilities of Organic Agriculture* (Yuki Nôgyô no Kanôsei), Tokyo, Shinsen-sha.
- Moustier P., 2009, « Gouvernance et performance des filières alimentaires au Vietnam », *Economies et Sociétés*, 31, p. 1835-1857.
- Oyama T., 2003, « Amerika no CSA : Chiiki ga Sasaeru Nôgyô (CSA in the US : Community Supported Agriculture) » in *Nobiyuku Nôgyô* (Growing Agriculture), 944, Nôsei Cho-sa linkai (Agricultural Policy Research Committee).
- Oyama T., 2006, « Le consommateur japonais face aux produits biologiques, Leçons d'un système de commercialisation diversifié », *Revue Ebisu*, 35, p. 9-29.
- Poirier Y., 2007, « Lier le global et le local, vision de l'union des coopératives de consommateurs Seikatsu Club du Japon » in *Dialogues, propositions, histoires pour une citoyenneté mondiale*, <http://base.d-p-h.info/fr/fiches/dph/fiche-dph-7047.html>, consulté le 07-2007.
- Rouillard, P., 2007, *Mobilités, immobilismes : l'emprunt et son refus*, Paris, De Boccard, p. 69-82.
- Sabinot C., 2007, « "Mobilités, immobilismes. Imitation, transfert et refus d'emprunt", Compte rendu de colloque (Nanterre, 8-9 juin 2006) », *Natures Sciences Sociétés*, vol. 15, n° 4, p. 432-434.
- Sliwinski À., 2009, « L'environnement, Études de cas », in Atlani-Duault L., Vidal L. (dir.), *Anthropologie de l'aide humanitaire et du développement, des pratiques aux savoirs, des savoirs aux pratiques*, Paris, Armand Colin, p. 97-121.
- Sugita K., 1996, « Note sur quelques approches anthropologiques de l'entreprise. L'expérience japonaise », *Journal des anthropologues*, 66-67, p. 225-234.
- Van En R., 1995, "Eating for your community, a report from the founder of community supported agriculture", *Context*, 32, Fall 95, p. 30.
- Yasuda S., 1986, *Organic farming in Japan* (Nihon no Yûki Nôgyô), Tôkyô, Diamond-sha.

NOTES

1. À titre d'exemple, on pourra se référer aux travaux de Forster (1969) sur un programme d'installation d'eau au Mexique et celui de Galvin *et al* (2002) sur la conservation de la faune en Tanzanie.
2. La formulation abrégée de *teikei* 提携 sera retenue et utilisée tout au long de l'article.
3. Il s'agit peut-être de l'origine d'un modèle de comportement importé plus tardivement aux États-Unis et en Europe et qui renvoie aux indicateurs comme celui de la distance parcourue par un aliment du producteur au consommateur – le *food miles* – et celui du test de la valeur écoresponsable d'un produit – l'analyse du cycle de vie (ACV), etc.
4. Pour une analyse détaillée et éclairante des principes de la charte des teikei, le lecteur se réfèrera à la contribution de l'anthropologue Amemiya Hiroko (Amemiya, 2007 : 21-48).
5. En japonais : *kao to kao no mieru kankei* 顔と顔の見える関係, c'est-à-dire, littéralement, une « relation où l'on peut voir le visage de l'autre. » (Hatano, 2006 : 19).
6. Robyn Van En et Jan Vander Tuin (Groh, McFadden, 1990).
7. On estimait en 2008 le nombre d'AMAP à près d'un millier soit plus de 100 000 consommateurs. L'ouvrage de la sociologue Claire Lamine analyse de manière précise le fonctionnement du système des AMAP (Lamine, Perrot, 2008).
8. Amemiya (2007 : 35).
9. Les noms propres et les lieux ont été modifiés.
10. Les entretiens se sont déroulés en langue japonaise et j'en ai assuré la traduction.
11. Amemiya (2007 : 36).

RÉSUMÉS

Cet article compare à travers deux ethnographies en France et au Japon le modèle français de l'AMAP – association de maintien de l'agriculture paysanne – au modèle dont il se réclame, le teikei, système japonais de partenariat agricole entre producteurs et consommateurs. Terrain en mutation permanente, le développement des formes de circuit court et leurs emprunts accentuent lors de la transposition la nécessité de coller le plus étroitement possible à la réalité du terrain, à son histoire sociétale, à ses traditions institutionnelles et culturelles, à ses crises, à ses dynamiques. L'analyse fait apparaître à travers les similitudes, dissemblances et adaptations de ce modèle d'emprunt, l'incidence et la complexité de la prise en compte de facteurs culturels.

After two ethnological fieldworks completed in France and Japan, this article deals with the French system of Community Supported Agriculture - AMAP - and its Japanese inspiration counterpart, the *Teikei* system built upon local solidarity-based partnerships between farmers and members. Constantly evolving, the growing process of agriculture one-shot sale circuits and the way they are received in other cultures recalls the necessity to tune with the reality of these societies, their history, their institutional and cultural traditions as well as their crises and dynamics. The analysis emphasizes the complexity of the acculturation process related with points of convergence and discrepancy.

INDEX

Keywords : acculturation, AMAP, community-supported agriculture, France, Japan, organic farming, Solidarity-based producer-consumer partnership, teikei

Mots-clés : acculturation, agriculture biologique, AMAP, ethnographie, France, Japon, partenariat solidaire producteur-consommateur, teikei

AUTEUR

JEAN LAGANE

Jean Lagane est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication au Laboratoire Méditerranéen de Sociologie, LAMES, UMR 6127 - CNRS - Université de Provence. Ses recherches en sociologie de l'environnement portent sur les formes alternatives de production et de consommation (AMAP, teikei) ainsi que sur les actions environnementales en milieu urbain. jean.lagane@univ-provence.fr