

UNIVERSITE PAUL VALERY - MONTPELLIER
Arts et Lettres, Langues et Sciences Humaines et Sociales
UFR 4 : Faculté des Sciences Sociales, des Organisations et des Institutions
Département d'Administration Economique et Sociale

Mémoire

Sociologie de la participation à la création d'une coopérative de
consommateurs participative à but non lucratif :

Le cas de « La Cagette de Montpellier »

Master Professionnel 2e année
Domaine : Sciences Humaines et Sociales
mention : Intervention et Développement Social
parcours : Intermédiation & Développement Social
Economie Sociale et Solidaire et Action Publique

Par Antonin Molino

Préparé sous la direction de :

Jean Cartellier

Maître de conférences associé

Septembre 2017

Remerciements

Jean Cartellier pour son accompagnement lors de la rédaction de ce mémoire,

Thibaud Harpett, Julien Lepers, Karl Max, Rinette, Tonton Charlot,
Chonchonette, François, Yannick, Danielle, Jérémy, Céline, Christine.s,

et toute la baffuleuse équipe de la Cagette.

mon père et son esprit de synthèse,

ma mère et ses carottes rapées,

Elie, qui m'a tiré toute l'année sur son char de feu.

Sommaire

<i>Préambule</i>	4
<i>Introduction</i>	5
<i>1. L'Economie Sociale et Solidaire</i>	7
<i>2. Les CCPBNL, actrices de la filière agro-alimentaire</i>	14
<i>3. La Cagette de Montpellier</i>	26
<i>4. Analyse sociologique</i>	45
<i>5. Conclusion générale</i>	97
<i>Bibliographie</i>	105
<i>Table des matières</i>	110

Préambule

Ce mémoire a été réalisé dans le cadre du master professionnel ESSAP et de ma pratique professionnelle à la Cagette de Montpellier.

J'ai participé à la construction de la Cagette depuis l'origine, occupant successivement les fonctions de coprésident bénévole de l'association puis, aujourd'hui, de salarié de la coopérative. Nous avons créé l'association à l'été 2015, au moment même où je m'inscrivais en première année du master professionnel. Ce mémoire a été achevé deux années plus tard, soit en septembre 2017. Ma participation à ce cursus d'études coïncide donc parfaitement avec les deux premières années d'existence de la Cagette, donnant lieu à des échanges riches entre le contenu théorique du master et la mise en œuvre du projet. La construction du corpus théorique de ce mémoire a participé à la prise de recul des porteurs du projet vis-à-vis de certains de ses enjeux, particulièrement sociologiques.

Au cours des deux années écoulées, j'ai donc consacré la plus grande partie de mon temps à la Cagette avec un investissement très personnel. Outre l'avantage d'être stimulé au quotidien par mon objet de recherche, cet investissement personnel dans la Cagette a constitué un obstacle dans la réalisation de ce mémoire. J'ai éprouvé la plus grande difficulté à trouver la distance nécessaire avec mon objet d'étude. Je n'ai jamais résolu cette problématique de distance puisque j'ai toujours considéré la réussite du projet collectif comme priorité par rapport à la mise en œuvre d'une méthodologie de recherche. En d'autres termes, j'ai utilisé cet exercice de fin d'études comme une opportunité pour servir le projet de la Cagette plutôt que comme un exercice visant à produire de la connaissance scientifique sur la Cagette. Ce travail peut donc être appréhendé comme un exercice d'audit ou d'« action recherche » plutôt que comme un exercice de « recherche action ». Cette démarche n'est sans doute pas irréprochable du point de vue de l'objectivité de mes observations, en revanche elle aura été extrêmement fructueuse du point de vue de la Cagette.

Introduction

Depuis la « loi Hamon » de 2014, l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) dispose d'un cadre légal qui encadre notamment les Coopératives de Consommateurs à But Non Lucratif (CCPBNL).

Cet encadrement officiel paraît pourtant bien superfétatoire pour les CCPBNL, qui conjuguent aspect collectif, militant et but non-lucratif. Les CCPBNL, quoiqu'apparues récemment, se retrouvent de facto au cœur de l'ESS, là où d'autres types de structures commerciales classiques tentent d'infiltrer le secteur en jouant avec la porosité de la frontière dessinée par la loi de 2014.

L'obligation pour chaque coopérateur de prendre part aux activités de la CCPBNL pendant trois heures toutes les quatre semaines induit un très fort attachement (sentiment de propriété) mais également une très forte exigence vis-à-vis de la structure. De plus, le modèle de « supermarché » pose comme prérequis la réunion d'un grand nombre de participants. Ce modèle d'entrepreneuriat collectif pose donc une équation extrêmement complexe à résoudre du point de vue de la gestion.

Le modèle CCPBNL a émergé en France au cours des cinq dernières années, fortement encouragé par les crises économiques, sociales et symboliques successives. Il bénéficie d'une conjoncture et mobilise le registre de « l'alternative », c'est-à-dire de mise en œuvre d'un modèle de société nouveau, en adéquation avec des objectifs politiques. Le moteur primordial de l'investissement des participants est donc une lecture critique du monde et de la société, sans laquelle ils ne s'impliqueraient pas dans une action collective alternative.

Or dans le cas d'une CCPBNL, les participants sont nombreux et pas nécessairement réunis autour d'une même grille de lecture critique du monde. Certains s'investissent dans le projet avec des convictions écologistes. D'autres favorisent une approche en termes de justice sociale et placent en priorité la réduction des inégalités ou de l'accès aux ressources.

Dès lors, il convient de s'interroger sur la compatibilité de ces différentes approches et d'étudier la nature de l'engagement des différents participants. C'est un point critique puisque la posture critique radicale ou intransigeante des uns peut être source de conflits, et constituer un obstacle à l'action collective.

Alors qu'une approche psychologisante conseillerait d'user de diplomatie voire de séduction pour rallier les autres à sa cause, le militant prendrait le parti inverse en s'éloignant toujours plus des personnes qu'il souhaite convaincre. Une tendance qui s'accroîtrait d'autant plus lorsque cet investissement personnel est bénévole et donc désintéressé. Il y a donc un paradoxe originel de la posture militante qui souhaite imposer son point de vue mais dépend des autres pour conduire à bien une action collective. Le militant, arbuté sur ses convictions personnelles et voyant le monde prendre la mauvaise direction, deviendrait toujours plus intransigeant et conduirait le projet collectif à sa perte.

A l'inverse, il existe un paradoxe de l'action collective qui dépend de la posture critique de ses participants mais en pâtit dès que la critique se retourne sur l'action collective elle-même.

Dans la pratique, le succès d'un projet collectif dépend :

- Soit de l'alignement des individus qui composent le collectif sur des objectifs et les moyens à mettre en œuvre pour y arriver. Cette possibilité devient hautement improbable lorsqu'il s'agit de créer un projet collectif avec un grand nombre de personnes.
- Soit de la mise en œuvre de règles de fonctionnement qui permettent aux individus d'opérer des compromis avec leurs partenaires afin d'atteindre des objectifs communs.

Afin de dessiner l'opportunité d'une coexistence constructive entre les différents participants, il est indispensable, dans la phase de création d'une CCPBNL, d'étudier les enjeux de l'engagement. Il est également indispensable d'étudier avec le plus de précision possible la composition sociologique du collectif. L'intensité de la participation individuelle nous semble aussi être un paramètre déterminant. Enfin nous émettons l'hypothèse qu'il puisse exister des corrélations entre ces trois paramètres : déterminants sociologiques, représentation et intensité de la participation.

Nous avons donc choisi, dans le cas d'étude de La Cagette de Montpellier, de mobiliser une approche en termes de sociologie de la participation afin de réfléchir à la manière dont nous pourrions concilier les différentes représentations sociologiques du projet et de ses enjeux.

Il s'agira d'étudier la manière dont les adhérents de la Cagette expriment leur grille de lecture du monde, la manière dont ils imbriquent leur vision du monde à une action collective et enfin quels sont les objectifs qu'ils attribuent à un projet « alternatif » tel que la Cagette. L'étude de ces différentes approches individuelles nous permettra de questionner, en creux, notre propre démarche en tant qu'initiateurs du projet.

En définitive le but de ce mémoire est d'étudier au plus près du terrain, dans le contexte de mise en œuvre d'une alternative comme la Cagette, quels sont les facteurs qui rendent l'articulation entre question sociale et environnementale complexe. A notre modeste échelle, nous souhaitons que cette étude participe à la conception d'une nouvelle méthodologie du militantisme alternatif qui permette d'articuler justice sociale et écologie.

Dans une première partie, nous positionnerons les CCPBNL dans le champ de l'Economie Sociale et Solidaire. Dans une seconde partie nous étudierons comment les CCPBNL se positionnent vis-à-vis des mouvements alimentaires alternatifs précédents et la place qu'elles peuvent prendre dans la filière agro-alimentaire. Dans une troisième partie, nous présenterons de le projet de La Cagette de manière détaillée, et étudierons leur positionnement face à la question sociale. Enfin, notre quatrième partie présentera la méthodologie puis les résultats de notre enquête de terrain.

1. L'Economie Sociale et Solidaire

1.1. L'ESS, un secteur hétérogène

Dans l'introduction de son ouvrage de synthèse "l'Economie Sociale", Jean-Louis Laville propose une définition polysémique de l'ESS. Le secteur regroupe des acteurs hétérogènes aux projets politiques variés, parfois même antagonistes. Voici, à titre d'exemple, des archétypes d'acteurs de l'ESS :

- Le philanthrope fortuné, qui souhaite préserver les équilibres sociaux ou s'attirer de la reconnaissance symbolique.
- Le travailleur social, qui répare les injustices et les drames individuels.
- Le militant de la défense des droits qui souhaite tisser des liens de solidarité pour influencer sur les rapports de forces politiques.
- Le militant néolibéral qui souhaite responsabiliser les individus, diffuser les pratiques gestionnaires et faire de chacun l'entrepreneur de sa propre vie.
- Etc.

En définitive, seuls deux points communs réuniraient les structures de l'ESS :

- leur indépendance vis-à-vis des pouvoirs publics
- un objet social autre que le profit.

L'Economie Sociale et Solidaire, est donc un espace à la frontière du public et du privé, de l'Etat et du marché, dont les frontières sont mouvantes et poreuses. Sa récente délimitation légale (loi Hamon de 2014) recoupe tout ou partie des notions de « tiers-secteur », le « non profit-sector ». Elle est le fruit de la sédimentation de nombreux mouvements historiques depuis le dix-huitième siècle.

Certaines pratiques de solidarité, de charité, d'assistance, aujourd'hui regroupées dans le périmètre sectoriel de l'ESS, existent depuis la nuit des temps. Il est pourtant anachronique de les considérer a posteriori comme des pratiques d'Economie Sociale et Solidaire. Il nous semble plus pertinent de considérer que l'Economie Sociale est apparue à partir du 18^{ème} siècle, en réaction à l'émergence de l'économie en tant que projet politique (**Larrère, 1992**). Nous pouvons donc considérer que l'Economie Sociale apparaît en tant que corpus théorique à partir du 18^{ème} siècle et qu'elle produit des applications concrètes, revendiquant un « projet » d'Economie Sociale, à partir du 19^{ème} siècle. Ces mouvements d'Economie Sociale se développeront par la suite, chaque fois que le « désencastrement » de l'économie étendra son emprise (**Polanyi, 1944**), c'est-à-dire lors des crises économiques.

1.2. Une conception associationniste de l'ESS

Jean-Louis Laville distingue deux approches polarisées de l'action sociale. La première, immémoriale serait de nature « assistantielle ». Elle serait impulsée par des acteurs dominants dans les rapports sociaux, à destination des publics dominés, dans une dynamique descendante (top-down). La seconde serait portée par les bénéficiaires pour eux-mêmes, dans une dynamique de structuration ascendante (bottom-up). C'est afin de définir cette ligne de fracture au sein du secteur de l'ESS, que les chercheurs du MAUSS, au premier rang desquels Jean-Louis Laville, ont milité pour l'ajout du terme « Solidaire » à l'Acronyme d'E.S.

Champ	Economie Sociale	Economie Solidaire
Démarche	Descendante – top-down	Ascendante / Bottom-up
Type d'acteur	Représentant d'une puissance publique ou privée	Mouvement associationniste/ citoyens/ terrain
Objectif concret	Légitimation de l'ordre établi/ Assistance/Charité/Contrôle/ acquisition ou perpétuation de capital symbolique	Emancipation/solidarité/ influence sur les rapports de force politiques
Projet politique	Conservatisme/ Domination	Révolution/réformisme

L'Economie solidaire, peut être envisagée comme la prolongation, ou la réactualisation du projet politique associationniste. L'Economie solidaire se construit en opposition à une Economie Sociale de la même manière que le projet associationniste s'était construit en réaction aux logiques assistancielles ou caritatives.

Le mouvement associationniste émerge au cours du 19^{ème} siècle en réaction à la révolution industrielle et à l'expansion du paupérisme. Il regroupe une diversité de mouvements sociaux qui eurent pour objectifs communs la structuration de collectifs populaires et leur émergence dans l'histoire en tant que forces politiques autonomes. Jean-Louis Laville impute un rôle déterminant à l'association dans ce processus d'émergence du mouvement associationniste. Il lui confie aujourd'hui encore ce rôle historique de vecteur de la mobilisation citoyenne capable d'infléchir l'expansion illimitée du marché. Dans une perspective polanyienne, nous pouvons dire que l'association est un instrument de ré-encastrement du marché dans la structure sociale.

C'est dans cette tradition « associationniste » ou « solidaire » de l'ESS que se positionne le projet de la Cagette, il convient donc de nous arrêter sur la définition de l'association et sur le rôle qu'elle est amenée à jouer dans la construction des structures sociales.

1.3. Le “fait associatif”, vecteur d'innovation sociale ou véhicule du néolibéralisme

Nous considérerons ici le concept d'association dans son acception la plus large, c'est-à-dire en tant que dispositif institutionnel à but non lucratif. Elle ne recouvre pas seulement les

associations loi de 1901 mais plutôt les organisations structurant "une autre modalité du lien social et politique, la solidarité". Le "fait associatif" peut désigner un syndicat, un parti politique, un club, une fédération, ou comme cela nous intéresse ici : un projet coopératif. La vocation de ces structures associatives est de nouer des relations d'échange qui assurent la primauté de la valeur symboliques sur la valeur matérielle. Elles déterminent une "*dimension de l'espace public émanant de la société civile, en même temps qu'une modalité d'action économique, non subordonnée à la propriété du capital*". (Laville, 2010, p.27).

Le droit associatif est protégé par la constitution et garantit donc l'existence d'un espace tiers, à la jonction du marché - liberté d'entreprendre - et de l'Etat - représentation de l'intérêt collectif. Cette troisième dimension sociale d'initiative privée "*autorise des expériences sociales oeuvrant à la transformation de l'ordre institutionnel ou participant à la refonte de l'ordre normatif institué*" (Renault, 2004). Les mouvements associatifs sont l'expression d'une revendication citoyenne qui peuvent parfois conduire à l'institution de nouvelles protections sociales. Elles concourent donc à des processus d'innovation sociale dans sa dimension primaire de "*réponse à un besoin social bien ou mal satisfait*" (Richez-Battesti, Vallade, 2012) - mais elle peut bénéficier d'un tout autre éclairage à l'aune du principe de "*destruction créatrice*" (Schumpeter, 1943). Effectivement, l'association peut porter des revendications autonomistes, localistes et se construire en réaction face à un Etat inquisiteur. Les associations peuvent donc participer du mouvement de détricotage du système de protection sociale nationale au nom du principe d'innovation. Elles peuvent aussi défendre les intérêts d'une communauté locale au détriment de la communauté nationale. Nous verrons, dans cette tension entre individu et intérêt général, comment le "fait associatif", de par son potentiel d'innovation sociale, peut se coupler avec différentes dynamiques selon les époques. L'innovation sociale porte effectivement en germe la double fonction de création de nouvelles interactions sociales mais également, dans un même mouvement, de destruction des structures sociales antérieures.

Le "fait associatif", peut donc tout autant être envisagé en tant que moteur de la rénovation démocratique que comme véhicule du néolibéralisme.

1.4. Le fait associatif, innovation sociale issue d'une revendication collective

L'association est un "*projet constitué à partir d'action collectives, mises en œuvre par des citoyens libres et égaux se référant à un bien commun.*" (Laville, 2010). Laville prend bien soin de noter que les citoyens réunis en collectifs se "réfèrent" à un bien commun. Il laisse ainsi entendre que chaque association peut avoir sa propre conception du bien commun et qu'en définitive, les associations ne sont qu'un moyen pour atteindre un objectif partagé. Peu importe que l'on se réunisse pour jouer à la belote, pour aller sur la lune, pour trouver une solution à la crise écologique ou pour ne rien faire ensemble, la création d'une association exprime toujours un besoin jusque-là non satisfait. L'élément constitutif du "fait associatif" est donc la poursuite d'une innovation sociale dans la définition prescrite par **Richez-Battesti et Vallade**. Dans cette

perspective, Laville fait de l'associationnisme l'espace privilégié de l'expérimentation citoyenne.

L'innovation se heurte nécessairement à des forces conservatrices, c'est à dire des forces enclines à préserver les structures sociales préexistantes. Pour autant, la nature de ces innovations ou de ces conservatismes varie en fonction du contexte historique, voire même du référentiel politique mobilisé par le collectif qui porte la revendication. Difficile donc de reconnaître de manière objective le potentiel d'innovation sociale porté par un collectif associatif.

Les innovations sociales proposées par le mouvement associationniste du dix-neuvième siècle tendaient à un renforcement des solidarités et à l'extension des protections sociales, notamment via la substitution progressive du salariat par la coopération. **Robert Castel (1998)** écrit : « *l'association porte une conception du social, dont la réalisation passe par la constitution de collectifs instituant des rapports d'interdépendances entre individus égaux* ». Pour autant, comment ne pas voir un égal potentiel d'innovation sociale dans les promesses de l'industrie capitaliste naissante à la même époque (l'assouvissement des besoins matériels de tous par la mise en oeuvre du progrès technique, la recherche du point d'équilibre des échanges représentant l'optimum social (optimum de Pareto)).

En définitive, le qualificatif "innovant" ne s'entend qu'en référence à une représentation sociale d'un ordre précédent. Prenons un exemple précis pour illustrer cette problématique : du point de vue de ses fondateurs, la plateforme Uber a permis de connecter une nouvelle offre à une nouvelle demande et ainsi de créer de la croissance économique. En revanche, du point de vue de la CGT, Uber propose un retour au droit du travail tel qu'il existait au 19ème siècle. Le même phénomène est ainsi qualifié d'innovant ou de rétrograde en fonction du référentiel adopté. Finalement, l'innovation se définit par opposition à un ordre social dominant, c'est à dire à une norme : elle propose de le faire évoluer ou de s'y substituer. Que penser alors de la fondation Francisco Franco qui revendique le retour à la dictature en Espagne ? Elle ne revendique en aucune mesure une démarche d'innovation mais plutôt le retour à un ordre social révolu. Il ne nous semble pas présomptueux d'affirmer que cette entreprise - le retour au franquisme - est vouée à l'échec. La démonstration de l'irréversibilité des transformations de l'histoire a en effet été établie par **Hannah Arendt (2013)** via l'allégorie de la "*roue de l'histoire*". En cherchant à recréer un ordre social antérieur, les amis de Franco se heurteront à des forces contradictoires et produiront irrémédiablement une situation nouvelle. Nous nous sommes appesantis sur cet exemple anecdotique car il révèle le caractère intrinsèquement innovant de l'association, quelles que soient les intentions qui la dirigent. L'association est en d'autres termes l'un des vecteurs qui permet de réinsuffler de la démocratie et de l'innovation dans l'ordre social.

Le cadre associatif permet de penser l'innovation dans une perspective dynamique : l'association est un cadre adapté pour travailler une problématique sociale selon un processus itératif : un collectif se construit, sur un territoire, à un moment précis, autour d'une problématique sociale, et sa confrontation aux cadres normatifs - l'état et le marché - va conduire à des reformulations successives qui permettront au fil du temps, de répondre à de

nouvelles questions. N'est-ce pas là la meilleure définition de l'innovation sociale? Une organisation construite par les “*peuples et les gens*” (Laville, 2010) à partir de leur vécu, qui réintroduit perpétuellement l'individu, le territoire et le temps dans la construction sociale. L'association serait donc le poumon dans lequel la volonté individuelle, la norme et le marché se frictionnent pour tisser les prémices d'une nouvelle économie réhumanisée et reterritorialisée. Le fait associatif procède ainsi de la mise en œuvre d'une approche méthodologique holiste puisqu'il s'agit de considérer que l'agglomération d'individus crée un intérêt supérieur transcendant la simple addition des intérêts particuliers.

Laville fait du secteur associationniste - aujourd'hui appelé secteur de l'ESS - un espace fertile, à mi-chemin entre l'Etat, la volonté individuelle et le marché, pour parvenir à réencastrier l'économie dans la structure sociale. En réaffirmant la primauté de la valeur symbolique sur la valeur matérielle dans la relation sociale on peut couper court à l'extension illimitée des logiques du marché. Des logiques qui envahissent le champ politique, nos foyers et nous-mêmes, individus (“entrepreneuriat de soi”). L'ampleur des dégâts sociaux et écologiques apportés par cette extension du capital donnent selon Jean-Louis Laville un rôle historique majeur au phénomène associationniste en tant qu'instrument puissant de renouvellement démocratique.

1.5. L'association en tant qu'instrument de légitimation de l'ordre établi

Matthieu Hély (2009), reprenant à son compte les thèses marxistes, s'attaque à l'approche incantatoire, voire procédurale des défenseurs de l'Economie Sociale et Solidaire, au premier rang desquels Jean-Louis Laville. Si la sincérité des militants de l'Economie Sociale et Solidaire n'est pas à mettre en doute, les résultats produits ne sont pas à la hauteur des enjeux énoncés et à l'inverse, l'Economie Sociale conduit souvent à une légitimation de l'ordre établi. Il place en introduction de son article la citation suivante de Marx :

« C'est pourquoi, si, à beaucoup d'égards, les auteurs de ces systèmes [socialistes et communistes critico-utopistes] étaient des révolutionnaires, les sectes que forment leurs disciples sont toujours réactionnaires, car ces disciples s'obstinent à maintenir les vieilles conceptions de leurs maîtres en face de l'évolution historique du prolétariat. Ils cherchent donc, et en cela ils sont logiques, à éteindre la lutte des classes et à concilier les antagonismes. Ils continuent à rêver la réalisation expérimentale de leurs utopies sociales – établissement de phalanstères isolés, création de home-colonies, fondation d'une petite Icarie, édition in-douze de la Nouvelle Jérusalem, – et, pour la construction de tous ces châteaux en Espagne, ils se voient forcés de faire appel au cœur et à la caisse des philanthropes bourgeois. » (Marx, 1962).

La critique de Matthieu Hély se décompose en trois arguments principaux :

1/ Les projets associationnistes ont une propension à se concevoir comme des mondes “hors du monde”. Matthieu Hély parle d'une “aspiration emblématique” des mouvements de l'ESS à constituer “un espace clos capable de résister à la violence du capitalisme” et à la

“déshumanisation produite par l’organisation bureaucratique des institutions de l’État social”. Pourtant, dès l’origine, l’Economie Sociale et Solidaire a regroupé des acteurs divers, aux doctrines hétérogènes. L’appartenance revendiquée à “cette autre économie” ne peut pas effacer la diversité de projets de sociétés et des pratiques. Matthieu Hély conclut simplement que l’Economie Sociale, en tant que secteur homogène doué d’un projet, n’existe pas.

2/ L’illusion que l’ESS est le moyen de dépasser l’antagonisme entre capital et travail. Dans ce monde idyllique, la coopération se substitue à la concurrence en tant que mode de coordination des agents et l’individu acquiert, par ce biais, la “double qualité” (salarié/patron) qui redonne au travail une dimension émancipatrice. On distingue là encore plusieurs approches de l’ESS : les libéraux y voient un moyen de responsabiliser le salarié et de lui inculquer les principes de bonne gestion. Fourier proposait, lui, de répartir les bénéfices entre travail, capital et talent. Enfin, dans une acception plus radicale, la coopération est “*un moyen d’inversion sociale en substituant la suprématie du travail à celle du capital* » **Lascoumes (1994)**.

3/ L’affirmation du principe “une personne, une voix”, prétend étendre le régime de fonctionnement démocratique au sein de l’entreprise comme moyen de moraliser le capitalisme. Le mouvement associationniste se dissocie historiquement de l’économie conventionnelle en mettant en valeur son organisation démocratique (vote, élections, gestion désintéressée...) et sa structuration “par le bas”. “*Les organisations de l’ESS qui ne peuvent prendre le risque d’une banalisation, trouvent dans ces formes spécifiques de management – pourtant coûteuses en temps, en ressources humaines et en moyens financiers – des outils de maintien de la croyance en leur différence.*” Au fur et à mesure que les associations s’installent, on retrouve les stigmates de l’institutionnalisation : charte, processus électifs, consultation, assises et leurs corollaires de dominations structurelles et hiérarchiques. En définitive, Hély ne stigmatise pas tant les résultats concrets de cette institutionnalisation que le fait, pour des acteurs se présentant comme des chantres de vertu, de se fixer la démocratie comme objectif. L’ESS se retrouve en porte à faux avec ses principes en mettant en œuvre des processus qu’elle dénonce par ailleurs.

1.6. L’innovation en tant que produit du rapport de forces

Les deux grandes visions de l’Economie Sociale et Solidaire, présentées au travers de la controverse entre Matthieu Hély et Jean Louis Laville, rejouent la partition bien connue de la réforme contre la révolution. Ils s’accordent sur les grands mouvements historiques à l’œuvre mais portent des jugements moraux différents. Laville, pur produit des Trente Glorieuses - période faste du compromis social - considère l’ESS comme l’instrument de régénérescence de la démocratie, cet espace où la politique reprend pied dans la réalité concrète via le militantisme de terrain. Il présente le phénomène associatif comme consubstantiel à la démocratie, en tant que projet en perpétuel recommencement. Les associations naissent, s’institutionnalisent dans des processus isomorphiques, se sclérosent et meurent dans un perpétuel mouvement de renouvellement. Le “fait associatif” tend vers la “*re-création d’une administration, de politiques redistributives qui légitiment la sphère politico-administrative en même temps*”

qu'elles la critiquent.” Elles s’inscrivent dans l’évolution des rapports de force sociaux, insufflant parfois une dynamique d’extension des protections sociales - le Front populaire -, collaborant parfois avec les forces publiques - signature de la Charte du travail de Vichy en 1941 - luttant parfois contre l’expansion illimitée du marché - mouvement altermondialiste.

Matthieu Hély, lui, constate froidement le rôle joué par les organisations de l’ESS dans les processus de délitement des structures sociales, particulièrement depuis le tournant néolibéral des années 1970. S’il reconnaît volontiers la diversité des acteurs de l’ESS, il considère que le mouvement dans sa globalité n’enraye en rien les dynamiques néolibérales. L’ESS est le laboratoire du néolibéralisme, parfois son faux nez, presque toujours instrumentalisé en tant que caution morale.

Les mises en perspective historiques proposées par Laville et Hély se rejoignent donc autour d’une description hétéronome de l’ESS. L’associationnisme est toujours le produit du rapport de force de l’époque dans laquelle il s’inscrit. Si Laville met en avant les vertus combattives ou régénératrices du secteur, Hély présente le mouvement associationniste comme tributaire ou instrument des tendances politiques dominantes. Hély adopte donc une approche méthodologique holiste collectiviste (**Agassi, 1960**), inscrivant les initiatives associationnistes dans un déterminisme historique, tandis que Laville se positionne dans une approche individualiste institutionnelle (**Agassi, 1960**), laissant la chance à chaque individu, à chaque initiative, à chaque collectif de se réinventer perpétuellement et d’infléchir le cours de l’histoire.

1.7. Pour une approche méthodologique individualiste institutionnelle

Schumpeter décrit le mécanisme de “*destruction créatrice*” qui constitue “*en dernière analyse*” le fondement de la structure capitaliste. Cette dynamique “*qui révolutionne incessamment de l’intérieur la structure économique, en détruisant continuellement ses éléments vieillissants et en créant continuellement des éléments neufs. [...] et toute entreprise capitaliste doit, bon gré mal gré, s’y adapter.*» **Schumpeter, (1943)**. L’ESS, de par sa vocation à l’innovation sociale est particulièrement concernée par cette mécanique implacable du capitalisme. Mais l’accepter n’est-ce pas déjà renoncer à toute incidence sur le monde qui nous entoure ?

En tant que citoyen convaincu de l’urgence de la transition sociale et écologique, nous ne souhaitons pas attendre qu’une révolution hypothétique mette à bas le capitalisme pour essayer de nous emparer de ces problématiques.

Dans ce cadre, les analyses proposées par **Laville (2016)** et **Hély (2009)** peuvent représenter les balises d’une action sociale cohérente et pragmatique.

L’approche méthodologique individualiste institutionnelle adoptée par Laville permet de situer l’action sociale des individus dans la tension inhérente entre état et citoyen, ou autrement dit, entre individu et politique. Il considère le mouvement collectif comme une fin en soi et la volonté individuelle comme le moteur de l’action collective sans laquelle la démocratie se

sclérose. Il se refuse à conférer aux structures collectives une volonté propre mais invite chaque acteur à se battre pour influencer sur la structure. L'intervenant social a un rôle de courroie de transmission, à la fois "ascendant" et "descendant". Il doit permettre à l'individu de comprendre les lois qui régulent le système, mais également permettre à la structure de réactualiser sa matrice en faisant remonter les réalités du terrain.

A l'inverse, l'approche méthodologique holiste collectiviste de Hély permet de confronter les incantations procédurales des acteurs de l'ESS à leurs pratiques concrètes. Au-delà des programmes politiques, au-delà des rares réussites érigées en légendes (les pionniers de Rochdale ou le familistère de Godin) au-delà du fantasme d'une autre économie sur le point de submerger le capitalisme, il faut mesurer les effets concrets de nos actions. Matthieu Hély invite également les individus à réinscrire leur action dans une perspective historique globale et à ne pas perdre le sens de leur action individuelle. Les travaux de Matthieu Hély soulèvent les paradoxes de l'Economie Sociale et peuvent servir de garde-fou à l'action sociale. Il invite les acteurs sociaux - de plus en plus professionnalisés et donc de plus en plus soumis à des logiques hétéronomes - à ne pas utiliser une représentation idéalisée de l'ESS comme outil de légitimation de leurs pratiques.

Dans la même perspective **Alain Caillé (2003)** invite les acteurs de l'ESS à préciser le motif politique de leur action : *« Car l'Economie Solidaire, nous espérons l'avoir suffisamment montré, ne peut pas être un système économique. En revanche, elle peut être un système politique induisant des effets économiques. Mais elle n'induit d'effets économiques bénéfiques et véritables que pour autant qu'elle saura définir le type de démocratie qu'elle présuppose, et qui ne soit ni la seule démocratie marchande-spectaculaire ni la seule démocratie représentative, mais une démocratie associationniste, plus ou moins complémentaire des autres types de démocratie ».*

2. Les CCPBNL, actrices de la filière agro-alimentaire

2.1. Les origines de la crise de confiance entre consommateur et distributeur.

En France, la faim reste une préoccupation importante pour la population jusqu'à la fin de la seconde guerre mondiale (Fischer,). A mesure que le pays se reconstruit, l'Etat va mettre en œuvre une politique nationale de souveraineté alimentaire qui fera naître un puissant complexe agro-alimentaire national. Le ministère de l'Agriculture pilote la recherche scientifique (INRA), les services vétérinaires et le contrôle sanitaire de la production. Il entraîne les syndicats agricoles et les coopératives agricoles dans une logique de développement productiviste. En même temps que la France bascule dans la société d'abondance alimentaire,

la problématique de la faim va être remplacée par celle de la diversité et de la qualité. L'Etat conduit alors un processus de normalisation de la production agricole dans une perspective sanitaire. Les normes agricoles sont établies pour garantir l'innocuité de la production. Toute cette dynamique amorcée à l'échelle nationale dans les années cinquante sera poursuivie au niveau européen via la Politique Agricole Commune (PAC).

Dans le même temps il est intéressant de considérer le processus que subit l'individu en tant que mangeur (**Fischler, 2010**), dans ce nouveau système alimentaire. L'exode rural a fait du Français moyen un citoyen urbain. Ses liens avec l'agriculture vont peu à peu se distendre. La transmission des savoir-faire agricoles traditionnels va s'étioler jusqu'à disparaître en même temps que le métier d'agriculteur lui-même mute ou disparaît. Pour finir, le fossé entre le champ et l'assiette se creuse dans un processus d'acculturation. A partir des années soixante-dix, l'industrie alimentaire comblera ce vide dans les représentations grâce au marketing et aux médias de masse. Les marques occupent ce nouvel espace d'ignorance et tentent d'y apposer de nouveaux repères avec la bénédiction de l'Etat.

Les années soixante-dix consacrent aussi l'avènement de la mondialisation. L'Etat commence à se délester de ses prérogatives au profit d'instances supranationales ou en privatisant ses services. A mesure que son emprise s'amointrit sur l'espace commercial national, la confiance des concitoyens diminue. Suppression des contrôles douaniers, abaissement des normes et certifications nationales pour favoriser le commerce international, sous la pression d'instances comme l'Organisation Mondiale du Commerce puis la Commission européenne.

Enfin, les progrès scientifiques et techniques accomplis par le complexe agro-alimentaire productiviste ont un double impact : ils créent à la fois des problématiques sanitaires et des outils pour mieux les diagnostiquer, ce qui augmente considérablement la perception du risque. A partir des années quatre-vingts, on voit apparaître le phénomène de crise sanitaire qui prend une ampleur démesurée dans le débat public. La crise de l'huile frelatée (1981), la crise de la vache folle (1986), la fièvre aphteuse, les pesticides, les Organismes Génétiquement Modifiés, la grippe aviaire, la bactérie E. coli, les nanoparticules, la viande de cheval révèlent l'incapacité de l'Etat à se poser en garant de la sécurité sanitaire de ses concitoyens en matière alimentaire. Pourtant, l'Etat dépense des sommes faramineuses pour endiguer les épidémies et impose des mesures sanitaires draconiennes comme l'abattage massif de troupeaux. En réalité, les crises ont un impact sanitaire extrêmement limité sur l'homme et la perception dramatique de ces épisodes se fonde en grande partie sur des ressorts psychologiques. A l'inverse nous pourrions nous émerveiller devant le nombre infinitésimal d'accident sanitaires alimentaires qui se produisent parmi les millions de tonnes de nourriture ingurgitées quotidiennement. Malgré tout, ces crises de confiance successives remettent en cause tous les acteurs de la filière : d'abord l'Etat incapable de se poser en garant de la sécurité alimentaire, la science qui participe à la conception de ces nouveaux problèmes et l'agro-industrie qui exploite les développements techniques pour en tirer profit.

A partir des années soixante-dix des groupes de citoyens vont mettre au point des modèles alternatifs dans le but de reprendre le contrôle de leur filière d'approvisionnement alimentaire. Il s'agit de réinvestir ce fameux angle mort entre le champ et l'assiette en créant de nouveaux

réseaux de distribution. L'enjeu est à la fois d'encourager une agriculture respectueuse de la santé et de l'environnement, mais aussi de retrouver un contrôle individuel sur son alimentation. Deux voies se distinguent : la première souhaite s'inscrire dans une bulle en dehors du marché, la seconde préférant rester à l'intérieur du marché pour influencer les dynamiques globales.

2.2. Représentations symboliques autour de la transaction

Comme nous venons de l'expliquer, une partie des réseaux alternatifs alimentaires s'est construite dans une critique radicale du marché. Exode rural, mondialisation, consumérisme, productivisme ont fait des agriculteurs de parfaits étrangers. Les mouvements de consommateurs tendent donc à reconstituer une relation mangeur/producteur au-delà de la simple transaction commerciale. Par exemple, la certification « Nature et Progrès » est basée sur un « système participatif de garantie ». Les exploitations agricoles sont contrôlées par des collègues d'agriculteurs et de citoyens, ce qui permet de recréer de l'expertise citoyenne localement. « La charte Alliance », qui encadre le fonctionnement des AMAP, enjoint les participants à s'engager dans des démarches associatives qui leur permettent de mieux comprendre les enjeux de l'agriculture. Il s'agit concrètement de rencontrer les producteurs ou de visiter les fermes. Ces démarches militantes visent donc à renouer un processus d'échange culturel qui a été détruit par la mise en œuvre d'un secteur alimentaire productiviste pendant les Trente Glorieuses. Nous constatons donc une forte corrélation entre les alternatives alimentaires et une approche critique du fordisme. Dans cette perspective, la division du travail est à l'origine de la perte de confiance des consommateurs et il est nécessaire d'y opposer de nouveaux liens sociaux, de nouvelles solidarités entre producteurs et consommateurs. La dépersonnalisation de la transaction commerciale dans les systèmes d'échange contemporains est rendue responsable de l'inégalité des rapports sociaux entre consommateurs et producteurs. Ces représentations induisent une tendance dans ces mouvements citoyens à revendiquer le retour aux valeurs du « don » qui transcenderaient la relation marchande.

La théorie du « don/contre-don » (**Mauss, 1950**), permet d'aborder le phénomène de la transaction en termes symboliques. Un échange se fait toujours entre deux agents. Il comporte nécessairement un objet d'échange et une contrepartie. La contrepartie peut être financière lorsqu'il s'agit d'un achat, auquel cas l'échange sera définitivement réglé au terme du paiement. Mais la contrepartie peut aussi être symbolique dans le cas d'un don. Le donneur accumule alors du capital symbolique tandis que le débiteur accumule de la dette. C'est un processus de construction d'asymétrie et de violence symbolique.

Les sociétés pré-monnaies ou archaïques sont présentées par Marcel Mauss comme porteuses d'une violence symbolique infinie puisque le don a cette particularité de n'être pas quantifiable et donc pas strictement remboursable. La société du don, dans sa dimension archétypale, serait cette société où la transaction ne se termine jamais, où les dettes s'entremêlent et de laquelle on ne peut réchapper.

Dans le cas des réseaux d'approvisionnement alternatif qui nous intéressent ici, il n'est pas question de sortir complètement du système monétaire ou de s'enchaîner dans une relation de don/contre don. Les commandes restent rémunérées en monnaie. En revanche la relation consommateur/producteur est conduite par des représentations souvent naïves de la filière. L'échange est parasité par des mécanismes psychologiques empreints de culpabilité qui empêchent de construire un système de distribution alimentaire équitable et rationnel. La figure du petit agriculteur est sanctifiée, tel un christ moderne, martyr de l'exode rural, portant la culpabilité écologique de la société entière sur ses épaules. A l'inverse la figure de l'intermédiaire ou du grossiste est essentialisée. L'intermédiaire est diabolisé quelle que soit la nature et la qualité de son travail. Il est donc nécessaire de s'arrêter un instant pour décrire le fonctionnement du circuit alimentaire français et déconstruire certaines représentations sociales biaisées qui empêchent les initiatives citoyennes de se construire de manière pérenne.

2.3. Les différents circuits de commercialisation alimentaire

Ces dernières années, les expressions « circuits courts » et « vente directe », se sont imposées dans l'imaginaire collectif comme l'idéal d'organisation de la filière. De quoi s'agit-il ?

Certains exploitants agricoles choisissent de réaliser eux-mêmes la transformation et la commercialisation au détail de leur production afin de conserver les marges de bénéfice au sein de leurs entreprises. Ils font alors de la vente directe à la ferme, sur des marchés, en passant par des AMAP. C'est un modèle d'agriculture tout à fait vertueux, qui a bien rencontré son public ces dernières années, mais qui a quelques limites :

- Ce type d'exploitation regroupe une part infime de la production agricole française. Les volumes de production sont restreints et la production de ce type d'exploitation est largement inférieure à la demande en produits bio, locaux... c'est un marché déjà largement saturé.
- Les activités de transformation/commercialisation ne font pas forcément partie des compétences originelles du producteur.
- Le prix des produits est fixé par le producteur de manière unilatérale ce qui conduit parfois à des excès. Le consommateur paye parfois plus cher un produit acheté à la ferme qu'un produit équivalent en tous points, qui aura transité par des intermédiaires. C'est un cas de figure auquel nous avons été confrontés à la Louve comme à la Cagette. Le souci de ces organisations étant de proposer des produits accessibles à toutes les bourses, elles doivent porter un œil attentif aux prix proposés par les producteurs.

Le concept de circuit court est encore plus ambigu. Notons que les plus grands acteurs du circuit court sont les enseignes de grande distribution. Elles nouent des partenariats directs et exclusifs avec les producteurs, au travers de leurs centrales d'achat, et imposent des conditions et des tarifs extrêmement désavantageux aux producteurs. Circuit court n'est donc pas toujours synonyme de relation commerciale équilibrée.

Un agriculteur ou un producteur peut donc choisir parmi ces deux modèles économiques : vente directe ou vente en gros ou diversifier ses circuits de distributions.

2.4. Quel positionnement dans la filière pour des coopératives de consommation de type Louve/Cagette

La Louve et la Cagette sont des intermédiaires qui doivent prélever une marge de fonctionnement pour couvrir leurs charges de fonctionnement. Le modèle économique et le plan de financement ont été bâtis sur l'hypothèse que cette marge sera de 20% (salaires, loyer, charges...), hypothèse qui sera réajustée avec le temps et l'expérience. A titre indicatif, la marge faite par la Park Slope Food Coop à Brooklyn est de 21%. C'est une marge extrêmement basse puisque la grande distribution française prélève des marges situées entre 30 et 50% (**L'Expansion, 2011**). La Louve obtient cette marge basse en supprimant les dividendes, les hauts salaires, en optimisant les frais de fonctionnement et surtout grâce à la participation non rémunérée des coopérateurs dans le magasin.

De nombreux petits producteurs nous ont contactés pour nous proposer leurs produits à des tarifs équivalents à ceux qu'ils proposent à leurs clients en vente directe. Ils s'exonèrent ainsi des frais liés à la logistique et à la vente sans les reporter sur le prix qu'ils nous proposent. Aucun commerçant ne peut accepter ce genre de tarifs car l'activité commerciale induit des charges de fonctionnement (salaires, logistique, loyer, etc.) qui doivent nécessairement être facturées quelque part. Ces producteurs se trompent simplement de débouché commercial. Pour résumer notre propos, le modèle de la Cagette n'a pas vocation à faire de la vente directe pour des producteurs.

La Cagette doit donc se fournir auprès de fournisseurs qui proposent des prix de gros, aussi appelés « prix professionnels », autrement dit auprès de producteurs qui souhaitent externaliser la vente de leurs produits. C'est un marché qui offre aussi l'avantage de proposer des volumes et une diversité de produits qui correspondent mieux à la taille d'un supermarché. Il convient là aussi d'éviter quelques malentendus : « marché de gros » ne signifie pas forcément production industrielle. Plusieurs structures commerciales vont donner à la Cagette un accès à des productions larges, variées et de qualité, tant sur le plan gustatif, qu'environnemental comme nous allons le voir dans l'article suivant.

2.5. Les coopératives de production ou associations de producteurs

Dans le secteur de la production agricole française, un type d'acteur correspond particulièrement au modèle de distribution de la Cagette : les Organisations Economiques de

Producteurs Bio (OPEB¹). La Louve a par exemple noué un partenariat avec Bio Loire Océan, une association de maraîchers. Ce type d'association regroupe des agriculteurs de petite et moyenne taille (0.72 Ha pour l'un des exploitants de Bio Loire Océan) et mutualise les moyens de production et les moyens logistiques. Elles offrent ainsi à une structure de distribution une offre variée, conséquente en volume et continue tout au long de l'année. La description proposée sur le site de l'association Bio Loire Océan décrit bien la démarche : « *Les producteurs ont choisi de se regrouper pour mieux vendre leurs produits, planifier des volumes pour un meilleur ajustement entre l'offre et la demande, un meilleur suivi des prix, un rapprochement avec les autres bassins de production sur les problématiques rencontrées, les techniques, les marchés.* » Ces agriculteurs bio sont certainement tout aussi attachés à leur terroir, au respect de l'environnement et à la qualité de leur production que n'importe quel exploitant bio qui aurait choisi la vente directe au consommateur. Ils ont simplement décidé de s'organiser pour ne pas subir une relation commerciale trop asymétrique. Cette démarche est sensiblement comparable à celle de la Cagette. L'une fédère des consommateurs et l'autre des producteurs en portant une attention particulière à limiter au maximum les marges prélevées. Les deux acteurs semblent donc faits pour s'entendre. C'est vers ce type de structures que se porte l'intérêt de la Cagette plutôt que vers les petits producteurs indépendants éparpillés. Certaines coopératives de production fonctionnent aussi dans cette logique vertueuse de mutualisation, mais comme toujours le statut de coopérative n'est pas une garantie. Le modèle de coopérative agricole porte même plutôt historiquement des valeurs productivistes qui pressurisent les sociétaires. Il faut donc être vraiment attentif au projet de chaque structure.

2.6. Intermédiaires, grossistes et metteurs en marchés

On présente souvent la suppression des intermédiaires comme un but en soi et la vente directe comme une panacée mais c'est une représentation préconçue. La réalité est bien plus complexe. Beaucoup de producteurs ne souhaitent pas s'occuper eux-mêmes du stockage, du transport, de la vente de leur production : ça n'est tout simplement pas leur coeur de métier. Ces contingences logistiques exigent des savoir-faire précieux qu'il est facile d'omettre dans une conception simpliste du monde de la distribution.

Du point de vue de la distribution, l'existence des intermédiaires est un apport incontestable pour assurer une importante variété des produits dans un point de vente. Comment imaginer qu'un distributeur tel que la Cagette, puisse réunir une expertise de qualité sur des milliers de références ?

En outre, les métiers de metteurs en marché ou de grossistes supposent des savoir-faire logistiques précieux. Il faut adapter le stockage, le transport à chaque produit, tout en maximisant la consommation énergétique. La question n'est pas de catégoriser les intermédiaires comme des parasites de façon dogmatique, mais de savoir si tel ou tel

¹ FNAB

intermédiaire est efficace et compétent : les produits qu'il vend sont-ils de qualité, son réseau de fournisseurs est-il intéressant, rémunère-t-il correctement ses fournisseurs, ne prélève-t-il pas trop de bénéfices ?

L'objectif de favoriser le développement de filières agricoles locales n'est pas pour autant superflue. Il est intéressant de se tourner autant que possible vers des réseaux d'approvisionnement locaux sans intermédiaires. Plus que la question de la légitimité de recourir à des intermédiaires, il faut nous demander si nous sommes capables de réduire la variété de produits que nous consommons. Sommes-nous prêt à nous passer de tous les produits qui ne viennent pas de notre bassin de vie ? Est-ce que cette réduction serait souhaitable ? Nous pouvons rappeler que des routes d'échanges commerciales internationales existent depuis l'Antiquité et qu'elles ne produisaient pas de réchauffement climatique.

Il nous est arrivé à la Louve de contacter directement un producteur en court-circuitant l'intermédiaire, et que celui-ci refuse de passer outre son grossiste, signe que la situation était plus satisfaisante en l'état pour l'agriculteur.

Les enseignes de grande distribution tendent à supprimer les intermédiaires. Elles traitent directement avec les producteurs en mettant en place des centrales d'achat. La notion de circuit court est donc largement galvaudée et ne favorise pas forcément le producteur.

Nous allons même jusqu'à dire que la qualité du travail des producteurs est tout à fait indépendante du circuit de commercialisation qu'ils choisissent. Certains font des produits d'excellente qualité en vendant directement sur les marchés, d'autres en passant par des intermédiaires. A l'inverse, certains producteurs cherchent à intégrer toute la production - « du champ à l'assiette » - au sein de leur entreprise, et y perdent un temps et une énergie considérable avec comme conséquence possible, de la fatigue, une baisse de qualité du produit, une augmentation déraisonnable des tarifs... En définitive, les situations sont à étudier au cas par cas et c'est à cette aune que la qualité du travail des acheteurs de la Cagette devra être jugée.

2.7. Les Marchés d'Intérêts Nationaux (MIN)

En France, chaque grande ville dispose d'un MIN. A Paris c'est le marché de Rungis qui a remplacé les vieilles Halles Châtelet. A Montpellier c'est l'ancien marché-gare, aujourd'hui nommé Mercadis. Les tarifs qui y sont pratiqués sont des tarifs de gros et la présence dans un même espace de tous ces fournisseurs/producteurs/grossistes assure des tarifs concurrentiels. Depuis quelques années les MIN réservent une partie de leur surface à la vente directe de producteurs locaux : c'est le « carreau des producteurs locaux ». Les agriculteurs y vendent leur production eux-mêmes mais à des tarifs de gros qui n'ont rien à voir avec les tarifs proposés par les petits producteurs en vente directe à la ferme. Les MIN ont été mis en œuvre dans le cadre de politiques publiques pour assurer des débouchés commerciaux professionnels alternatifs aux agriculteurs. C'est la seule plateforme de commerce alimentaire interprofessionnelle hors centrale d'achat. A ce titre les MIN sont une alternative précieuse aux centrales d'achat de la grande distribution. Ce sont des espaces de concurrence régulée qui

permettent d'irriguer les commerces indépendants à l'échelle d'une ville. Olivier Lorau, directeur du MIN, a accepté d'intégrer le comité de parrainage de la Cagette afin d'apporter son expertise sur le secteur agro-alimentaire local. Nous souhaitons favoriser le recours à cette plateforme afin de perpétuer ou développer les filières d'approvisionnement indépendantes. C'est un enjeu majeur quand on connaît l'appétit vorace de la grande distribution sur le secteur.

2.8. Le poids de la grande distribution dans le commerce alimentaire

Le secteur de la distribution alimentaire français est largement dominé par les enseignes de grande distribution. Le rapport annuel 2014 de la Direction Générale de la Concurrence du Commerce et de la Répression des Fraudes (**DGCCRF, 2014**) indique que 60% des ventes alimentaires en France, sont réalisées dans des grandes surfaces. Sept centrales d'achat se partagent le secteur spécifique de la grande distribution. Quatre d'entre elles - Intermarché/Casino, Carrefour/Cora, Auchan/Système U et Leclerc - concentrent 92,5% du marché des produits de grande consommation et produits frais (**Kantar Worldpanel, Janvier 2016**). Le président de l'autorité de la concurrence, Bruno Lasserre déclarait en 2015 « *Aujourd'hui, nous avons déjà atteint un seuil préoccupant : 90% (...) La vigilance est de mise.* » (**LSA-conso, 2015**). La grande distribution est donc un véritable goulot d'étranglement qui contrôle la filière, impose les prix du marché et prélève d'importantes marges. Selon Philippe Chalmin, directeur de l'observatoire de la formation des prix et de marges des produits alimentaires, la grande distribution réalise des marges brutes de 30 à 50% selon les enseignes et selon les rayons (**l'Expansion, 2011**), bien au dessus de la marge que la Louve a prévu de réaliser dans son plan de financement (20%).

En 2015, l'autorité de la concurrence a officiellement fait part de sa préoccupation quant à la concentration du secteur. Celle-ci comprime les marges des fournisseurs et accentue l'asymétrie des négociations commerciales. Les conséquences négatives sont une « limitation de l'offre, une réduction de la qualité et de la capacité de certains fournisseurs à innover ou investir » (**cf. Avis de l'autorité de la concurrence du 1^{er} avril 2015**). Les quatre principales centrales d'achat constituent aujourd'hui un goulot d'étranglement entre 66 millions de consommateurs et des milliers de fournisseurs, ce qui leur confère une position oligopolistique et produit des distorsions de la concurrence.

2.9. La question de la répartition du bénéfice entre producteur/distributeur et capital/travail

Charles Gide exprimait son souhait de placer le consommateur au sommet de l'ordre économique. Ce n'est plus du tout notre intention lorsque nous défendons un projet comme la Cagette. Nous envisageons la relation entre producteurs et consommateurs de manière horizontale en nous inspirant des travaux d'Ostrom et Shlager sur les communs. L'objectif de notre démarche est de répartir le fruit des dépenses alimentaires entre producteurs et

consommateurs de la manière la plus équitable possible. Pas question de placer les différents acteurs dans une quelconque hiérarchie ; il s'agit plutôt de respecter le « *faisceau de droits* » (**Ostrom, 2000**) lié à la chaîne de production de notre ressource. diminuer la captation de valeur réalisée lors de l'acte de commercialisation au profit de tous les autres acteurs (producteurs et consommateurs). En arrière-plan se situe bien sûr la question de la répartition des bénéfices entre le capital et le travail. Le modèle PSFC se positionne objectivement dans un paradigme favorisant la rémunération du travail.

Voici les chiffres proposés dans le rapport 2016 de l'observatoire de la formation des prix et de marges des produits alimentaires. Celui-ci a étudié la formation des prix de la consommation alimentaire en se basant sur les données de la comptabilité nationale de 2012 (INSEE).

L'étude indique que 20,5% des dépenses alimentaires sont conservées dans le secteur de la production agricole. Les 79,5% restants répartis entre les taxes (9,3%) et l'aval de la filière (70%). Il est à noter que la part des dépenses alimentaires qui revient au commerce est de 19,8%.

2.10. Les mouvements sociaux alimentaires - AMAP, groupements d'achat, épiceries solidaires - ou l'impensé logistique

Ces mouvements sociaux alimentaires se focalisent sur l'offre via la création d'une filière de production/distribution. **Dubuisson-Quellier et Lamine, (2008)** étudient par exemple le modèle de l'AMAP qui est fondé sur la remise en cause de la sectorisation de la société et des processus de division du travail. Elle lie les deux catégories d'acteurs, producteur et consommateur, par un contrat de préachat dans le but de tisser des liens de solidarité et d'interconnaissance. Il s'agit de créer une relation marchande hors-concurrence destinée à favoriser la planification des cultures et donc la pérennité d'une petite agriculture paysanne. (**Lamine, 2009**).

La principale vertu de ces groupements de consommateurs aura été, à rebours de la tendance générale, de faire vivre un tissu de petites exploitations expérimentant une agriculture alternative et respectueuse de l'environnement, de tisser des liens relationnels entre citoyens et producteurs et enfin de sensibiliser le public à ses problématiques (**Chiffolleau, Prevost, 2012**). Elles sont aussi à l'origine des labels bio et biodynamie qui ont joué un rôle non négligeable dans la prise de conscience des problématiques environnementales par le grand public. Nous attribuons donc à toute cette démarche un véritable rôle d'amorçage social de la dynamique actuelle de consommation alternative. C'est grâce à ces réseaux, aux convictions qu'ils ont forgées chez les militants, que des mouvements plus sophistiqués émergent aujourd'hui. En revanche, ces modèles alternatifs ne semblent pas armés pour produire seuls un basculement de paradigme écologique et sociétal nécessaire. Les chiffres publiés dans l'enquête du CREDOC 2015 à propos des AMAP révèlent une vraie dynamique mais les volumes échangés sont anecdotiques. *“En 2010, environ 50 000 foyers français (soit environ 200 000 personnes) ont adhéré à une des 1200 AMAP. (...) Ces démarches ne concernent qu'un faible pourcentage des*

volumes échangés (de l'ordre de 0,1 à 0,5 % estime-t-on.” (CREDOC, 2015). La participation à ces réseaux reste donc peu attractive pour le grand public et il est nécessaire de proposer d'autres alternatives qui correspondent mieux aux modes de consommation actuels. La Cagette est particulièrement plébiscitée par des membres ou anciens membres de ces réseaux militants de consommation montpelliérains et nous remarquons un afflux particulièrement important de ces profils dans l'association.

L'inscription de la Cagette dans un registre entrepreneurial et la revendication du rôle d'acteur économique à part entière permettent aussi de dépasser les impensés des mouvements sociaux de consommation alternative en matière de logistique. Le fait d'aborder les questions de logistique dans une perspective professionnelle permet d'évacuer des représentations romantiques extrêmement contre-productives. La figure christique du petit agriculteur portant sa croix ou l'exaltation du circuit court poussent parfois les militants à mettre en œuvre des modes d'organisation contre productifs au regard de leurs propres revendications politiques. On peut voir des militants faire plusieurs dizaines de kilomètres en voiture de tourisme pour aller chercher quelques caisses de produits. Un comportement que les grossistes, metteurs en marchés ou autres revendeurs éviteront car c'est la vocation même de leur métier que d'optimiser la logistique et d'économiser sur les frais de fonctionnements.

Cet impensé logistique s'ajoute à toute une liste d'exigences envers les adhérents (paiement à l'avance, quantités de produits aléatoires, nature des produits changeante, impossibilité d'acheter à l'unité, participation bénévole à l'organisation...) qui rendent la participation à ces réseaux peu attractive pour le grand public. L'implication dans une AMAP ou dans un groupement d'achat relève souvent d'une logique d'engagement militant sacrificielle, qui ne permet pas à ces modèles de s'étendre largement au delà des cercles militants. Si certains groupements d'achats connaissent une grande longévité, comme le RAAR à Montpellier, ils finissent généralement par connaître des phénomènes d'érosion.

2.11. Voice ou Exit

Dans son ouvrage « **Exit, Voice, Loyalty** » (1970), **Hirschmann** étudie les conditions d'émergence d'une action collective. Il distingue trois approches individuelles mobilisables par les acteurs lorsqu'ils sont confrontés à une situation insatisfaisante :

- Exit : j'arrête de participer
- Voice : je continue de participer mais j'exprime mon désaccord
- Loyalty : je continue à participer comme si de rien n'était.

Cette grille de lecture est intéressante à mobiliser dans le cadre d'une analyse des mouvements alimentaires alternatifs. Nous mettons de côté la catégorie « loyalty » qui ne correspond pas mais nous proposons d'appliquer la dichotomie entre Exit et Voice aux différentes démarches de construction d'alternatives :

- L'approche «Exit » consisterait à sortir du marché pour construire une nouvelle filière « hors concurrence ».

- L'approche «Voice» consisterait à rester dans le cadre du marché pour le transformer.

Cette dichotomie entre «Voice» et «Exit» permet de questionner le rapport des acteurs de la consommation engagée vis-à-vis du marché. Choisisent-ils de le quitter, de le critiquer, ou en sont ils captifs?

Elle pose la limite des deux approches :

- d'une part l'approche «Exit» qui aura tendance à renier les apports mis au point dans le cadre du marché (logistique, marketing...).
- d'autre part l'approche «Voice», qui minimise la capacité du marché à digérer les alternatives (**Boltanski; Chiapello, 1999**).

Nous allons maintenant nous intéresser aux mouvements de la «demande» qui adoptent une approche en termes de «Voice».

2.12. Les labels et la notion de consom'acteur

Si une partie des mouvements de consommation tend à construire une voie alternative en dehors du marché, une seconde s'est focalisée sur la demande adoptant ce que **Dubuisson-Quellier (2009)** appelle des modes d'action «*négatifs*» (campagne de sensibilisation, boycott et buycott). Ces associations, ONG (ATTAC, Greenpeace, etc), mouvements consuméristes (UFC Que choisir) se sont donné pour vocation de fournir au consommateur les informations pour faire des choix responsables.

Ces mouvements alimentaires «de la demande», adoptant un registre d'action «*négatif*», ont émergé dans les années 80 en réponse à la massification des échanges commerciaux et à la centralisation des réseaux de distribution. Ils promeuvent une autre manière de consommer, mais font peser la responsabilité de l'asymétrie des échanges commerciaux sur le choix individuel des consommateurs. Ces mouvements ont plébiscité les démarches de labellisation que la grande distribution et l'industrie agroalimentaire ont rapidement récupérées à leur compte (**Chessel, 2012**).

Trente ans après l'apparition du phénomène de labellisation, nous pouvons tirer plusieurs conclusions :

Les cahiers des charges des principaux acteurs (Max Havelaar, Bio européen) sont de moins en moins exigeants suscitant en réaction l'apparition de nouveaux labels concurrents plus rigoureux (SPP, réseau Minga, Demeter). Sans parler des pseudo-labels, qui n'ont ni cahier des charges ni services de contrôle, mis en place par les marques ou les distributeurs, nous assistons à une démultiplication des signaux adressés aux consommateurs, qui les laisse totalement démunis. En outre, les acteurs de la filière agro-alimentaire conventionnelle ont su récupérer les éléments de communication développés par les acteurs historiques du «commerce éthique» à leur profit (ex : image d'Epinal du petit paysan sur le packaging alimentaire).

En définitive la responsabilisation du consommateur, via l'émergence du paradigme de consom'acteur a contribué à conforter la place centrale des acteurs de l'agro-industrie avec les résultats que nous avons constatés en matière de crise sanitaire et environnementale.

Du point de vue de la rémunération des producteurs, revendication majeure des acteurs du commerce équitable, le constat est très mitigé. En prenant l'exemple du café, Benoît Daviron montre que la rémunération des producteurs a bien augmenté grâce à la mise en œuvre d'une filière équitable. En revanche la part de la rémunération du producteur dans le prix final est inférieure à celle obtenue pour du café conventionnel (**Daviron, 2010**). Le développement des labels a donc été utilisé par l'industrie et la distribution pour augmenter leurs marges. Au final le processus participe de la création d'un marché de niche à destination d'un certain type de public (politisé ? aisé ? bobo ?) plutôt qu'à un changement global de paradigme dans les pratiques agricoles et commerciales. Les acteurs de la filière agro-industrielle ont instrumentalisé les labels pour capter les publics militants et les convertir en de nouveaux marchés plus rémunérateurs. Les mouvements alimentaires de la demande ont abouti à une offre pléthorique en matière de consommation engagée, à une sectorisation du militantisme et à la saturation de l'espace cognitif pour les consommateurs. Qui est aujourd'hui capable de justifier d'une démarche éthique cohérente en choisissant des produits dans une grande surface ?

Cette approche individualiste, « par la demande », a produit des résultats indéniables.

Le secteur bio connaît actuellement une période de croissance que l'Agence Bio (groupement d'intérêt public) a qualifié d'historique. Le marché du Bio a enregistré une progression de l'ordre de 20% au 1^{er} semestre 2016 comparé à la même période de 2015. A la fin de l'année 2016, il a atteint les 6,9 milliards d'euros, soit un gain d'1 milliard d'euros en seulement 1 an. 89% des français déclarent consommer occasionnellement du bio alors qu'ils n'étaient que 37% en 2003.

Selon l'Agence Bio, le nombre d'exploitants agricoles labellisés bio a progressé de 12% en un an pour atteindre le nombre de 32 326. De plus, la surface agricole engagée dans l'agriculture biologique a augmenté de 16% en 2016 et totalise ainsi plus de 1,5 million d'hectares, soit 5,7% de la surface agricole utile.

Ces résultats sont indéniables, pour autant nous constatons que les motivations des précurseurs de ces mouvements alternatifs ont été détournées de leur objet initial. Le bio a été créé dans une perspective politique, pour répondre à des préoccupations environnementales : il s'agissait de certifier au consommateur que le produit qu'il allait acheter était issu d'une agriculture respectueuse des cycles « biologiques ».

Aujourd'hui, le label bio européen est d'avantage voué à garantir l'innocuité sanitaire des aliments qu'à garantir le respect de l'environnement. Le label bio européen interdit l'utilisation d'intrants ou de pesticides d'origines chimiques mais pas l'utilisation d'intrants et de pesticides d'origine naturelle. Le label AB est donc compatible avec l'utilisation massive d'intrant ou de pesticides provenant de l'extraction minière, dont la ressource est limitée et dont les effets sur l'environnement peuvent être dramatiques (phosphate, sulfate de cuivre...).

L'émergence de ces mouvements alternatifs fondés sur une approche par la demande, n'a donc pas produit les effets escomptés par ses initiateurs. Ils considèrent que les choix politiques, sociaux et environnementaux qui président au destin de notre société, doivent incomber aux individus isolés, lorsqu'ils « commettent » leurs achats. C'est au moment précis où il jette un produit dans son caddie, que l'individu, en vertu de sa capacité devrait opérer des choix rationnels, déjouer les stratagèmes marketings, confronter toutes les informations dont il dispose, et arbitrer instantanément entre l'impact de son achat sur la question sociale, la question environnementale, sur sa santé, sur son moral et sur son portefeuille. Comment imaginer qu'un tel dispositif conduise nos sociétés dans une direction favorable à l'épanouissement du collectif ?

La prééminence des facteurs psychologiques – anxiété, faim, fatigue – sur les conceptions rationnelles, politiques ou éthiques dans la détermination des choix de consommation a pourtant été démontrée en long en large et en travers. Les enquêtes sociologiques (**Pontier, 2003**), montrent que les consommateurs de produits bio justifient leur choix - par ordre d'importance – par des raisons d'ordre sanitaire, de prix et enfin, d'écologie.

Les mouvements alimentaires alternatifs de la demande sont donc fondés sur une approche individualiste de la question sociale. Ils partent du postulat que les évolutions doivent être portées par une prise de conscience et un changement de comportement individuel. ne laissant que très peu de place aux processus de décision collectifs et à la délibération.

3. La Cagette de Montpellier

3.1. Bref historique du projet

Nous avons créé l'association des Amis de la Cagette en Juillet 2015. Son objet social est de mener à bien l'ensemble des étapes nécessaires à l'ouverture d'un supermarché coopératif, participatif, à but non lucratif sur la commune de Montpellier, sur le modèle de la Park Slope Food Coop à Brooklyn. Ce modèle spécifique est décrit de manière synthétique dans de nombreux supports de communication publiés par l'association : « **Nous construisons un supermarché à but non lucratif, ouvert à tous, dont les membres travaillent trois heures par mois, sont les seuls propriétaires, les seuls décisionnaires et les seuls clients.** »². La gestion démocratique de la coopérative est également un élément fondamental du dispositif. C'est autour de cette définition objectivable du dispositif que le collectif de la Cagette s'est constitué.

² Extrait de la page d'accueil du site web de la Cagette (Mars 2017)

Le modèle coopératif porté par l'association des Amis de la Cagette met en exergue deux objectifs principaux, placés sur un pied d'égalité :

- Favoriser le développement d'une agriculture écologiquement et socialement responsable.
- Etre accessible à tous, y compris les plus précaires.

Le projet de concilier ces deux objectifs dessine une voie extrêmement étroite. En effet, donner la primauté à l'aspect qualitatif de son approvisionnement peut facilement conduire à une montée des prix et à l'exclusion des publics précaires. A l'inverse, se focaliser sur une politique de prix bas pénalise les producteurs qui cherchent à mettre en œuvre des modes de production socialement et écologiquement responsables.

Cette tension entre les problématiques de l'amont et de l'aval, inhérente aux métiers du commerce, que Charles Gide désignait dès le 19^{ème} siècle, sous le slogan de « **juste prix** », apparaît, de manière particulièrement évidente, dans notre modèle de coopérative citoyenne à but non lucrative. L'objet même de la Cagette, en tant qu'intermédiaire, est de concilier les deux parties de la transaction en réalisant une marge minimale, destinée à couvrir ses frais de fonctionnement.

Les supports de communication de la Cagette vulgarisent ce projet en parlant de « démocratiser l'accès aux produits bio et locaux ». Cette formulation permet de placer un curseur entre les deux objectifs cités plus haut, et de préciser le positionnement marketing de la Cagette. La Cagette s'adresse prioritairement aux publics qui n'ont jusqu'à présent pas les moyens de consommer des produits bio et locaux.

La ville de Montpellier dispose déjà de distributeurs de produits bios et locaux, mais ces réseaux restent chers et inaccessibles pour une proportion importante de la population. Le positionnement « innovant » de la Cagette, et sa « raison d'être » commerciale, est donc de favoriser les filières de production respectueuses de l'environnement et des hommes, particulièrement sur son territoire, en rendant leur production abordable pour de nouveaux consommateurs urbains. Autrement dit, la Cagette a besoin d'ouvrir un nouveau marché et par conséquent, de structurer une demande nouvelle, pour ce type de produits.

L'association a inauguré en juin 2016 un local de 75 m² dans le quartier Figuerolles/Clemenceau. Depuis janvier 2017, le local accueille une épicerie quatre jours par semaine. On y trouve plus de 200 produits alimentaires et non-alimentaires.

L'association compte à ce jour 1208 membres, répartis en 10 groupes de travail opérationnels, animés par deux à quatre coordinateurs chacun. Sur l'année 2016, l'association a bénéficié de 6 043 heures de participation bénévole de ses membres et réalisé 56 000 euros de vente. Lors des deux premiers trimestres 2017 nous avons comptabilisé plus de mille heures de bénévolat par mois et vendu plus de 120 000 euros de marchandises. Ces chiffres sont en constantes progression depuis la naissance du projet.

En Avril 2017, l'association a amorcé sa mutation en coopérative suite au rachat du bail commercial et des actifs d'un Spar en liquidation pour un montant de 70 000 euros. Pour constituer cette coopérative (SAS loi 47) et réunir la somme d'argent nécessaire, l'association a réalisé une campagne de souscription auprès de ses membres, levé plus de 150 000 euros de capital et emprunté 120 000 euros à des banques. Le supermarché « La Cagette » a finalement ouvert ses portes le 6 septembre 2017.

Le magasin n'est accessible qu'à ses coopérateurs. Il propose une gamme complète de produits du quotidien, alimentaires et non-alimentaires. Toute personne peut devenir coopérateur moyennant une souscription au capital de 100 euros à l'entrée (sauf cas particuliers) et une participation mensuelle aux tâches de fonctionnement du lieu, à hauteur de 3h toutes les 4 semaines.

Ce modèle économique est inspiré de la coopérative américaine Park Slope Food Coop à Brooklyn (créée en 1973 – 17000 coopérateurs) et de son adaptation française, La Louve, à Paris (5000 coopérateurs).

3.2. Le modèle Park Slope Food Coop

La préexistence du modèle de Park Slope Food Coop³ a été un atout précieux pour le processus de création de la Cagette. Tous les participants, sans exception, se sont réunis autour de la déclaration d'intention : « nous souhaitons construire un supermarché coopératif à Montpellier sur le modèle de la « Park Slope Food Coop ». C'est notre projet commun, réduit à sa version la plus minimale. Le modèle de la Park Slope Food Coop est le fruit de quarante ans de tâtonnements et d'expériences. Il eût été présomptueux de penser que nous concevrions un modèle plus abouti a priori, sans aucune expérience. Nous nous sommes donc fixé une ligne de conduite pragmatique visant, en premier lieu, à reproduire le modèle. Une fois le dispositif en place, nous le ferons évoluer en fonction de nos besoins propres, de nos expériences, du contexte local et des prises de décisions démocratiques.

L'héritage du modèle PSFC dépasse le pur pragmatisme. Il est fondé sur une approche militante tout à fait innovante du point de vue des alternatives alimentaires françaises contemporaines. A la PSFC, chacun est en droit de demander la présence dans les rayons d'un produit qu'il souhaiterait consommer. A l'inverse, le retrait d'un produit ou d'une catégorie de produits pour des raisons politiques ou éthiques est extrêmement rare. Le retrait d'un produit n'est possible qu'à l'issue d'une procédure lourde et d'un vote par les deux tiers des participants. En d'autres termes, le modèle PSFC est fondé sur une approche libérale de l'alternative où l'institution n'a pas vocation à diriger les actes des individus qui la composent.

³ PSFC, coopérative de Brooklynn, qui réunit 16 000 coopérateurs et qui a suscité la naissance du réseau Français des coopératives

En revanche, le modèle a des propriétés intrinsèques qui le distinguent radicalement de la logique capitaliste.

But non lucratif : tous les bénéfices sont réinvestis dans le magasin. Il n'y a pas d'intéressement financier pour les coopérateurs.

Coopératif : Le statut coopératif constitue un mode de création d'activité qui ne vise pas, comme objectif principal, la concentration de capital. Il coordonne des agents dans une perspective autre que le profit et porte donc intrinsèquement un projet de société alternatif au capitalisme.

Marge fixe : le taux de marge ponctionné par la Cagette est le même pour tous les produits. Il est fixé par l'Assemblée Générale à l'issue de la présentation du bilan financier de l'exercice. Lorsqu'on achète un produit, on peut aisément calculer combien d'argent ira à la Cagette et combien ira au producteur.

Transparence : la Cagette s'engage à transmettre fidèlement toutes les informations dont elle dispose sur les produits qu'elle vend. Si nous avons des informations sur la provenance ou les modes de cultures, cela est notifié. Si nous n'avons pas d'informations c'est également notifié. Le caractère désintéressé de la gestion est un point essentiel pour garantir cette transparence.

La triple qualité : Les clients du magasin doivent être propriétaires (détenteurs de parts sociales), et ils participent aux tâches de fonctionnement à hauteur de trois heures toutes les quatre semaines. Bénéficiaire = propriétaire = participant.

Gestion démocratique : la gestion de la coopérative est orientée par les décisions de l'assemblée générale des coopérateurs. Les votes en Assemblée sont réalisés selon le principe coopératif : une personne = une voix. Toutes les instances de la coopérative, à part celles qui nécessitent une élection par l'AG, sont ouverts à tous les coopérateurs. Comités, groupes de travail, la réunion de gestion mensuelle appelée « Forum ».

L'implantation territoriale : le modèle n'a pas vocation à devenir une franchise. Les coopératives de type PSFC sont la propriété de leurs bénéficiaires immédiats. Chaque magasin a vocation à rester indépendant. En revanche, l'essaimage, le réseau de coopératives, la mutualisation de ressources sont des objectifs affichés.

L'approche fédère principalement autour de son caractère alternatif. Elle entre en résonance avec les crises sociales et capitalistes que nous traversons.

3.3. Les objectifs de la Coopérative La Cagette : un malentendu opératoire

Les objectifs de la Coopérative sont définis dans le préambule des statuts juridiques déposés en mars 2017 au greffe du tribunal de commerce :

« **La Cagette poursuit deux objectifs principaux :**

1/ Favoriser le développement de filières de production durables, respectueuses de l'environnement et des hommes.

2/ Permettre à chacun et chacune d'améliorer sa consommation selon ses moyens et ses convictions. »⁴

Ces objectifs laissent du champ à l'interprétation, et chacun peut imaginer sa manière de les mettre en œuvre. Cette amplitude de la définition du champ d'action de la Cagette a permis de s'impliquer à une variété de personnes ne partageant pas les mêmes conceptions politiques : parmi le millier d'adhérents de la Cagette, des militants de la question agricole (AMAP, Terre de liens, Confédération paysanne, Nature et Progrès) côtoient des personnes préoccupées par la nutrition (Végétariens, Végan, sans gluten), des militants de la question sociale (Secours Populaire, Cimade), des militants de la défense des consommateurs (Que choisir), des militants de l'Economie Solidaire (Enercoop, NEF), des « anticapitalistes », des « sociaux-libéraux »...

Soucieux de préserver cette communauté large et ouverte, les créateurs de l'Association des Amis de la Cagette ont laissé exister un **malentendu opératoire (Hirschmann, 1970)** qui a permis à chaque participant de projeter sa vision personnelle sur la Cagette sans nécessairement la confronter à une définition préexistante.

Le caractère « démocratique » du dispositif, a également contribué à l'entretien de ce malentendu opératoire. Tant que la coopérative - dispositif sur lequel les participants avaient rejoint le projet - n'était pas en place, il n'était pas question de lui attribuer des orientations politiques trop précises. Dans cette phase d'amorçage, le rôle des initiateurs du projet a été d'éviter la confiscation du projet par les premiers arrivés. Les initiateurs du projet ont donc consacré leur énergie à la mise en œuvre de l'outil, reportant la définition des enjeux politiques du projet au moment où le projet deviendrait effectif.

Contrairement à de nombreux projets « alternatifs », le projet des initiateurs de la Cagette n'était pas de créer une nouvelle communauté, de définir les contours d'une nouvelle appartenance identitaire, ou de constituer l'avant-garde d'une communauté fondée sur des valeurs nouvelles, mais plutôt de mettre en place une structure démocratique ouverte, mobilisable et appropriable par les habitants du quartier.

Cette approche institutionnelle des « initiateurs » a été perçue par certains comme une vacance du projet politique et a conduit certains coopérateurs à tenter de reformuler le projet autour de leurs objectifs personnels.

Le rachat d'un supermarché de 400 m² en liquidation en mai 2017, a conduit le projet dans une nouvelle phase de structuration. Les rayons hypothétiques se sont soudainement matérialisés avec un nombre limité de références. Il a donc fallu arbitrer des frictions entre les différentes visions du projet, concrétisées par les souhaits divers des adhérents

⁴ Extrait du préambule des statuts juridiques de la coopérative (Mars 2017)

Pour acquérir ce magasin, la Cagette a levé 150 000 euros de capital auprès de ses premiers souscripteurs et emprunté 120 000 euros auprès des banques. Cet aspect financier a également contribué à l'émergence d'un nouveau sentiment de propriété chez les coopérateurs et d'un nouveau type d'implication dans le projet.

Cette nouvelle phase a poussé les participants à confronter leurs attentes et à percevoir la diversité des conceptions. Chacun a pu percevoir qu'il cohabitait dans la Cagette avec des individus dont il ne partageait pas les opinions, ou les goûts provoquant, selon les caractères individuels, des réactions différentes. La plupart des participants ont accepté l'état de fait, mais certains beaucoup moins, allant jusqu'à quitter le projet ou à exprimer leur désaccord publiquement. Des individus se sont mis à exprimer en public les conditions de leur participation individuelle au projet, donnant lieu à une plaisanterie récurrente entre les « gestionnaires du projet » (présidence, coordinateurs de groupe de travail et salariés) : « Si Je quitte la coop ! » ; « Si on vend du non-bio, je quitte la coop » (« Si on vend de la viande, je quitte la coop ! » ; « Si on vend des smarties, je quitte la coop ! » ; « Si Antonin participe au projet, je quitte la coop ! » ; « Si tu ne payes pas ta tournée, je quitte la coop ! »).

Cette phase de structuration de la Cagette a donc provoqué un double phénomène : d'une part un renouvellement de l'enthousiasme parmi les adhérents. D'autre part, un besoin de cristalliser le projet autour de règles claires et de valeurs communes.

La structure institutionnelle de la Cagette (instances de prises de décision, procédures) a donc été mise à l'épreuve, produisant en réaction de nouvelles procédures et de nouveaux règlements (le manuel des membres, les statuts de la coopérative).

Pour conclure, la définition d'un objet social large a constitué un avantage pendant la phase de construction – toucher un public large et préserver une diversité parmi les adhérents – mais a induit en contrepartie, un potentiel d'entropie dans le collectif. L'un des enjeux actuels de la Cagette est donc de parvenir à créer un cadre institutionnel clair qui garantisse la stabilité du projet et la confiance de ses participants, sans pour autant verrouiller les instances démocratiques de prise de décision et le potentiel de renouvellement de la structure.

Cette approche « institutionnelle » nous semble être particulièrement intéressante lorsque l'on s'intéresse à la problématique du « basculement d'échelle des alternatives », ou comment produire des alternatives capables d'influer sur le système global ?

3.4. Une approche institutionnelle ouverte

En définitive, le caractère alternatif du modèle PSFC est fondé sur une approche institutionnelle. Il est garanti par le dispositif institutionnel plus que par l'éthique des individus qui composent la coopérative. Dans cette perspective, les problématiques alimentaires sont replacées dans une approche systémique et prises en charge dans des instances collectives. Il s'agit bien de réencastrer le lieu de notre approvisionnement alimentaire dans une structure de gestion locale et démocratique.

C'est dans cette approche « institutionnaliste » que nous plaçons l'espoir de dépasser l'écueil de « l'entre soi » rencontré par les mouvements alimentaires alternatifs français des années 90 et 2000. Nous avons investi ce modèle particulier en réaction à l'incapacité des mouvements alimentaires antérieurs à s'inscrire dans une vision systémique ou institutionnelle. Le modèle PSFC est donc mobilisé en tant qu'innovation sociale propre à dépasser le caractère marginal des mouvements alimentaires alternatifs.

Pour illustrer cette aptitude du modèle PSFC à inscrire l'alternative dans une échelle macro, nous pouvons évoquer ses résultats économiques impressionnants :

La PSFC a réalisé 39 millions de dollars de chiffre d'affaire en 2010 (**Wikipedia, 2017**)⁵ soit un chiffre d'affaire annuel de 58 000 euros par mètre carré. Par comparaison, la même année, la moyenne de chiffre d'affaire par mètre carré pour les supermarchés, hyper et Hard discount en France était de 8500 euros (**LSA, 2010**)⁶. Cette comparaison est à prendre avec beaucoup de précaution vu la différence relative de valeur et de niveau de vie entre les deux pays, mais elle donne tout de même une idée de la manière dont ce modèle, bien qu'alternatif, s'inscrit de façon concurrentielle dans le secteur de la grande distribution.

Cette approche institutionnelle ouverte a pour objectif d'agir sur plusieurs plans :

D'un point de vue environnemental, l'agglomération d'une clientèle importante et régulière permet de construire des partenariats avec des fournisseurs locaux, de soutenir des filières d'approvisionnement choisies et de soustraire un maximum de chiffre d'affaire aux réseaux de grande distribution classiques.

Du point de vue économique, la réunion d'une masse critique de consommateurs nous permettra de négocier des prix avec les grossistes, de réaliser des économies d'échelles, d'avoir des prix attractifs et de faciliter l'accès des publics précaires à des produits de qualité supérieure.

Du point de vue politique, la constitution d'un collectif organisé et représentatif de la diversité des habitants du quartier permettra de dépasser les limites des « mouvements alimentaires de la demande ». Il s'agit de réunir les militants déjà convaincus dans leur plus large diversité, de susciter de nouvelles convictions chez d'autres participants et de leur offrir un porte-voix afin de peser sur les instances politiques locales.

Au-delà, il s'agit d'aller vers un objectif plus théorique : **penser l'écologie pour tous.**

⁵ https://en.wikipedia.org/wiki/Park_Slope_Food_Coop

⁶ <http://www.lsa-conso.fr/le-classement-exclusif-2010,123698>

En effet, les deux « objectifs principaux » énoncés dans le préambule des statuts juridique de la coopérative et cités plus haut définissent une tension fondamentale du projet entre question sociale et question environnementale.

1/ Favoriser le développement de filières de production durables, respectueuses de l'environnement et des hommes.

2/ Permettre à chacun et chacune d'améliorer sa consommation selon ses moyens et ses convictions. »⁷

La Cagette pose donc en préambule de ses statuts une contradiction que ses activités devront contribuer à résoudre. Cette contradiction peut être reformulée et explicitée de la manière suivante :

Une production agricole qui prend en compte ses externalités négatives sera nécessairement plus coûteuse qu'une production agricole qui choisit de s'en exonérer. Si l'on n'y prête pas attention, cet état de fait produit une logique implacable : les productions agricoles répondant à des exigences particulières tendent à devenir moins accessibles aux individus en situation de précarité économique.

Certains coopérateurs de la Cagette, expriment pourtant le souhait que nous ne vendions que des produits répondant à leurs exigences éthiques personnelles, sans se soucier de ce que cela produirait auprès des individus qui ne disposeraient pas des moyens de les acheter.

Cette difficulté à concilier les problématiques sociales et environnementales nous semble être symptomatique des mouvements sociaux alternatifs français en général. Il existe un champ de l'aide sociale et un champ de l'écologie. Certains acteurs issus de ces deux mouvements s'intéressent effectivement aux problématiques de l'alimentation mais chacun selon son prisme.

Nous considérons, en nous appuyant notamment sur des auteurs issus du mouvement nord-américain de la « food justice », qu'à l'inverse, justice environnementale et justice sociale, sont les deux faces d'une même pièce. L'écologie ne saurait être prise en compte de façon efficiente que dès lors qu'elle intégrera le prisme de la justice sociale. En d'autres termes, l'enjeu principal de la construction d'une société alternative, apte à surmonter la crise environnementale à laquelle l'humanité est confrontée, est de concevoir une écologie pour tous.

Dans cette perspective, l'objet principal de la Cagette sera d'étudier les marges de manœuvre disponibles, à sa modeste échelle de commerce indépendant, pour rendre des produits accessibles aux personnes qui souhaiteraient les consommer, particulièrement si celles-ci n'y ont pas accès via d'autres réseaux de distribution. La solution principale que nous identifions dans le modèle PSFC est de réunir un nombre suffisant de coopérateurs pour produire un effet de seuil et rendre notre alternative économiquement viable. Cette indépendance politique et

⁷ Extrait du préambule des statuts juridiques de la coopérative (Mars 2017)

cette viabilité économique permettant alors seulement d'envisager une influence sensible sur le contexte agro-alimentaire de ses coopérateurs.

3.5. Comment la Cagette s'inscrit-elle dans le champ de l'ESS ?

Le projet de la Cagette est issu d'une mobilisation citoyenne et collective. Il s'est constitué indépendamment des dispositifs de montage de projets institutionnalisés (pépinières, incubateurs, maison des associations) et s'est très largement auto-financé (activités marchandes, cotisations, dons, souscriptions, prêts). En 2016, nous avons obtenu 7679 euros de subventions (2400 euros sur un programme du fond de formation à et le reste en aide à la création d'un emploi) pour 68 000 euros d'entrées globales. Ce ratio de subvention est encore amené à diminuer dans les années à venir. Dans sa phase associative, le rôle des institutions a été vécu comme une source d'adversité, alors que c'est dans cette période initiale de fragilité que le projet aurait eu le plus besoin d'être soutenu. Nous avons réalisé beaucoup de dossiers, de rendez-vous, de démarches qui n'ont abouti à aucun résultat tangible, et ce malgré une posture de soutien politique et des discours répétés. Le sentiment d'appréhension ou de méfiance vis-à-vis des partenariats institutionnels est de ce fait, très largement partagé dans l'association. Le sentiment d'appartenance à un secteur institutionnel de l'Economie Sociale et Solidaire est également difficile à percevoir.

Pourtant le projet de la Cagette s'inscrit indéniablement dans ce champ particulier de l'ESS. D'abord d'un point de vue légal puisque l'association comme la coopérative sont incorporées dans le périmètre de l'ESS tel que défini dans la loi Hamon de 2014. Ensuite d'un point de vue historique puisque notre modèle coopératif porte les caractéristiques particulières des mouvements associationnistes : initiative citoyenne, propriété collective, gestion démocratique, lucrativité limitée.

3.6. Le positionnement de la Cagette face à la question sociale

Comme nous l'avons détaillé dans la partie précédente, la capacité de la Cagette à obtenir des résultats satisfaisants du point de vue environnemental, est conditionnée à sa capacité à réunir une communauté importante de coopérateurs. Cette nécessité se résume de la manière suivante :

Le modèle coopératif de la Cagette est adapté à des espaces urbains. Il répond à la nécessité d'avoir une approche en termes de volume et d'efficacité logistique de ce type d'espace géographique. La fréquence et le volume des échanges réalisés dans ce type d'espace et la distance vis-à-vis des zones de production, rendent ces préoccupations indispensables d'un point de vue écologique. En outre, l'agglomération d'un nombre important de consommateurs et d'une demande « volumineuse » et stable permettra de créer des débouchés commerciaux pérennes pour les producteurs, et éventuellement de planifier de nouvelles activités

correspondant à la demande des consommateurs de la Cagette. Par conséquent, la réunion d'une communauté d'acheteurs importante constitue le levier prioritaire des participants de la Cagette pour influencer sur les modes de production et sur l'impact environnemental de leur consommation.

La structuration de cette demande volumineuse propre à influencer sur l'aval de la chaîne, dépend de la capacité de la Cagette à répondre à plusieurs exigences :

S'adapter aux habitudes des consommateurs citadins, plus particulièrement des clients de supermarchés, afin de s'inscrire dans ce secteur ultra-concurrentiel :

- Ouvrir le magasin sur des plages horaires importantes. Il est donc nécessaire de cumuler suffisamment d'heures de bénévolat pour faire fonctionner le magasin sur des plages horaires larges.
- Développer une activité commerciale suffisante pour financer le loyer d'une grande surface commerciale permettant de proposer une « gamme complète » de produits.

Etre financièrement accessible au plus grand nombre :

- la réunion d'un groupe important de consommateurs permet d'écouler des volumes importants de marchandises, de négocier des prix et de réaliser des économies d'échelles. C'est donc un préalable à l'obtention de prix intéressants et à la participation de consommateurs disposant de bas revenus.

D'un point de vue « pragmatique », le projet de la Cagette est de proposer des rapports qualité/prix intéressants, un service commercial confortable, et un débouché nouveau pour des producteurs jugés « qualitatifs » par les consommateurs.

Au-delà de cette description des moyens se pose la question de la définition du projet politique de la Cagette, de son organisation démocratique et de leur impact sur la participation. Il s'agit de délimiter les contours d'une organisation qui permettent de concilier les différents intérêts particuliers. Comment la Cagette peut-elle susciter la participation d'individus issus de milieux sociaux divers, dotés de patrimoines culturels et financiers différents, habités par des convictions variées ?

La partie qui suit aura pour objectif de définir les enjeux du projet en termes d'intérêt général et d'une approche capabilisante de la participation.

Nous commencerons par délimiter les contours de la question sociale, comment ses enjeux doivent être pris en compte pour atteindre l'objectif énoncé de réunir une communauté d'individus mixte. Comment parvenir à réunir la diversité des acteurs de la consommation engagée dans un même projet ? Comment atteindre l'objectif de mixité sociale énoncé dans les éléments de communication de la Cagette ? Nous balayerons rapidement les enjeux que ce projet pose aux acteurs de l'intervention. Enfin nous nous intéresserons à la manière dont peuvent s'articuler les questions de participation et d'organisation de la prise de décision collective, ou comment les conditions de la participation sont établies par la mise en œuvre d'un dispositif de délibération démocratique ouvert et capable de reformuler continuellement un projet collectif.

3.7. Diversité des engagements militants

La Cagette hérite de l'histoire de la consommation engagée. Elle recueille l'investissement d'individus dont les motivations sont différentes, parfois divergentes, voire opposées. Il est intéressant de questionner le modèle de la Cagette à l'aune du concept de "*malentendu opératoire*" (Salamone, 1985) ou comment l'agglomération de volontés individuelles distinctes peut permettre l'avancée d'un mouvement, sans que la direction générale ne soit clairement identifiée par chacun. La sociologie des mouvements de consommation engagée décrit une typologie du consommateur engagé :

Le "*consument*" (Pinto, 1990), qui focalise son attention sur la qualité du produit, la sécurité alimentaire, la santé, qui favorise la stratégie du comparatif, avec une évaluation en termes de rapport qualité/prix. Son objectif est de défendre le consommateur mais il laisse de côté les revendications politiques plus larges sur les conditions de production.

L'*altermondialiste* (Chessel et Cochoy, 2004), qui inscrit son action dans une critique du système capitaliste (multinationales, libre échange, institutions internationales, fracture nord/sud). Pour lui, la consommation est indissociable des enjeux politiques globalisants (environnement, conditions de travail des producteurs, enjeux identitaires tels que l'achat local ou l'achat ethnique). Il favorisera un produit pour des raisons attenantes à une cause politique plutôt qu'à sa qualité intrinsèque.

L'*utilitariste* (Chessel et Cochoy, 2004) qui utilise le médium de la consommation pour défendre une cause différente.

Dans la perspective de réunir cette diversité des consommateurs engagés et des différents répertoires d'action militants, le principe « d'accessibilité à tous » affirmé dans la lettre d'appel de la Cagette, prend un sens particulier : il révèle la volonté de fédérer les différentes mouvances de l'alternative alimentaire (personnes issues de groupements d'achats, d'épiceries solidaires, d'AMAP, mouvements de défense des consommateurs, ONG altermondialistes, végétariens, végan, végétaliens, sans gluten...) autour d'une plateforme d'expression qui les mette mutuellement en résonance .

Mais l'intention d'être "accessible à tous" exprime surtout l'intention d'être accessible aux publics les plus démunis.

3.8. Mixité sociale

Dans le projet de la Cagette, le concept de « mixité sociale » n'est pas entendu au sens réducteur de mélange de catégories socio professionnelle mais bien au sens large d'une plateforme de convergence politique, culturelle, socio-professionnelle, de genre, d'âge...

Le principe de mixité sociale apparaît pour la première fois en tant que référentiel de politique publique avec la circulaire Guichard de 1973 mais deviendra un trait directeur de la politique de la ville dans les années 1980 et 1990. Il vise à réduire les phénomènes de « ségrégation dans

les quartiers en difficulté, mais le concept n'a été clairement défini dans aucune des lois où il est mentionné. » (Selod, 2005) Il recouvre donc potentiellement toute l'étendue des « questions sociales » (Castel, 1999). Il permet d'envisager les problèmes de mixité sous l'angle de la mixité économique - favoriser la mixité sociale, c'est être ouvert à toutes les bourses et offrir des gammes qui répondent aux besoins de consommateurs aux attentes variées - mais aussi sous l'angle du genre - l'association se compose actuellement de 60% de femmes - et enfin sous l'angle de la mixité culturelle - nos observations de terrain mettent en évidence la très fortes proportion de personnes issues de l'immigration dans le quartier d'implantation de l'association et son absence quasi totale parmi les membres.

3.9. Remise en cause des professionnalités de l'intervention sociale

La Cagette a donc une vocation sociale et ses participants doivent se poser la question de leur rôle d'intervenant social. La question des identités du travail social (Sainsaulieu, 1988) se pose de manière atypique à la Cagette, puisque les intervenants sociaux se retrouvent être pour partie des bénévoles, mais disposent d'attributs (intitulés de poste), de pratiques (échéances, dispositif d'évaluation) et d'outils professionnels (tableau Excel, planning, logiciel de comptabilité, Progiciels de gestion intégré). La figure de "l'Expert militant" est en train d'apparaître dans la vie de l'association. Une prime symbolique à l'ancienneté est en train d'émerger au fur et à mesure que l'association grandit et ces processus de concurrence inter-bénévoles sont mis en exergue par les processus d'embauche de salariés.

Les trois premiers salariés de la Cagette ont des fiches de poste d'animateurs de réseaux. Ils doivent servir de support à la participation des bénévoles. Leur rôle est de faciliter, coordonner, planifier, former les adhérents à la participation. Dans la réalité ils vacillent en permanence d'une professionnalité d'intervenant social (animateur), à un rôle d'entrepreneur. Cette dimension entrepreneuriale, fait passer leur qualité de travailleur social au second plan. Leur travail d'intervenant social est souvent débordé par la nécessité de répondre aux urgences de la création d'entreprise. Le fait que cette profession d'animateur ne fasse pas partie du coeur historique des métiers du travail social, rend cette identité de travailleur social encore plus difficile à aborder. En définitive, la Cagette s'inscrit en plein dans le contexte de remise en cause des professionnalités de l'intervention sociale décrit par **Matthieu Hély (2009)**.

3.10. Approche en termes de désaffiliation (Castel)

La question de la dénomination de l'utilisateur par le travailleur social structure profondément leur relation. S'adresse-t-on aux classes populaires, aux démunis, aux précaires, aux pauvres, aux fragiles ? L'approche en termes de « processus de désaffiliation », proposée par **Robert Castel (1999)**, nous intéresse particulièrement. Elle s'oppose au référentiel très mobilisé (notamment dans les politiques publiques) de l'insertion/exclusion que **Michel Autès (2013)** qualifie de « cheval de Troie du travail social ». Les individus, qu'ils se positionnent au centre ou à la

marge, constituent les particules élémentaires du corps social et ne peuvent en être exclus d'aucune manière. La définition sociale de la marge est essentielle en ce qu'elle participe, dans un processus réflexif, à la définition de la norme. Le concept de désaffiliation place tout individu dans une dynamique de construction ou de destruction de lien social (famille, amis, travail). La difficulté existentielle d'un individu n'est donc pas automatiquement corrélée à ses conditions de vie matérielle mais plutôt à la densité de ses relations sociales. L'homme est ainsi appréhendé, en tant qu'être se réalisant au travers du lien social (**Paugam, 2008**). Le deuxième axiome de cette théorie de la désaffiliation est que l'individu ne doit pas être essentialisé de par sa condition immédiate. La personne subissant un processus de désaffiliation n'est pas "*un désaffilié*", elle est temporairement placée dans une condition difficile car elle a subi des ruptures sociales. Cette approche dynamique, par opposition à l'essentialisation de la condition du pauvre (**Simmel, 1907**), laisse ouverte la possibilité d'un changement d'état ou d'une inversion du processus.

Michel Autès distingue deux approches polarisées du travail social. La première, immémoriale serait « *assistancielle* » et la seconde, plus récente, s'exprime en terme « *d'action sociale* ». Nous trouvons de part et d'autre de ce champ de l'intervention sociale deux approches qui structurent tout le champ. L'une est caritative et vise la préservation des équilibres socio-économiques, l'autre est une approche en termes d'émancipation ou d'empowerment, qui vise à développer la capacité d'action des individus. Entre les deux, toutes les combinaisons possibles.

3.11. Approche capabilisante de l'empowerment (Sen).

A partir des années 1990, le concept « d'empowerment » s'est répandu de manière extrêmement importante dans les discours politiques, dans le champ de l'économie du développement ou dans le secteur du travail social. Il est mobilisé par des acteurs dont les finalités politiques peuvent être différentes voire opposées.

L'empowerment s'inscrit dans la continuité du principe d'émancipation populaire qui est historiquement l'apanage des mouvements associationnistes, socialistes ou anarchistes. Dans cette perspective « socialisante », l'empowerment désigne la capacité de l'individu à se libérer, par lui-même ou en mettant en œuvre de rapports de solidarité, de la domination à laquelle il est soumis.

Mais l'empowerment est aussi utilisé dans une perspective libérale. Depuis les années 90, les institutions de Bretton Woods (Banque Mondiale, PNUD, FMI...) mobilisent la sémantique de l'empowerment dans leurs programmes de développement (programmes de micro-crédit, auto-entreprise, bancarisations...). L'objectif est alors d'inculquer aux individus les logiques « gestionnaires », de faire de chacun d'eux l'entrepreneur de sa propre vie, et de développer la richesse économique globale. C'est un processus descendant, au cours duquel un acteur tente de transférer des « bonnes » valeurs et des « bonnes » pratiques à un autre.

Dans la perspective « socialisante », l'individu doit se développer par lui-même ou bien dans des rapports collectifs de réciprocité. La détermination des moyens et des objectifs de l'empowerment est le fruit du processus d'émancipation lui-même au cours duquel l'individu va se confronter à l'altérité et déterminer ses propres choix. Dans cette perspective, c'est le collectif qui bénéficie de l'épanouissement des individus, dans une dynamique ascendante.

La notion d'empowerment se retrouve donc à la jonction de deux conceptions politiques littéralement opposées. Dans le secteur social, l'emploi d'une rhétorique de l'empowerment crée beaucoup de confusion puisqu'elle amalgame le discours d'acteurs aux projets politiques antagonistes.

Amartya Sen (2007), propose une définition « capabilisante » de l'empowerment que nous souhaitons mettre en avant dans le cadre de la Cagette. Il considère que l'individu développe son pouvoir d'agir sur le monde lorsqu'il parvient à transformer ses ressources personnelles (financières et culturelles) en fonctionnement. Dans ce cadre, le rôle de l'intervenant social ou de la structure d'intervention (la Cagette) n'est donc pas de décider de ce qui est bon pour l'individu qu'il accompagne mais bien au contraire de créer les conditions qui lui permettront d'évoluer selon ses propres choix. **Rony Brauman (2000)** explique que le rôle du travailleur social est de « restaurer l'autre dans sa capacité de choix. » C'est une conception procédurale de l'intervention sociale que nous souhaitons mettre en avant à la Cagette.

Cette approche capabilisante est matérialisée à la Cagette par l'objectif numéro deux du préambule des statuts juridiques de la coopérative :

L'objectif de la Cagette est de « *permettre à chacun et chacune d'améliorer sa consommation selon ses moyens et ses convictions.* »

En d'autres termes, la Cagette n'a pas vocation à déterminer une quelconque « bonne conduite » ou une « bonne manière de consommer » à la place de ses coopérateurs, mais plutôt de leur permettre d'améliorer leur alimentation selon leurs critères de choix personnels.

Du point de vue collectif il s'agit de mettre en œuvre les conditions de la confrontation des intérêts particuliers qui permette la formulation d'un projet collectif et l'expression d'un intérêt général, c'est-à-dire d'un intérêt transcendant la somme des intérêts particuliers.

3.12. Processus délibératif, jouer le bon citoyen.

Les théories de la démocratie ont communément intégré l'idée que les processus délibératifs ont la capacité de former la citoyenneté. La délibération aurait la propriété de faire évoluer les préférences des individus et par ricochet, leur identité pour les faire converger vers le bien commun. Dans notre période de crise de la politique institutionnelle, cette propriété d'école alternative de la citoyenneté, est un atout essentiel pour les modèles participatifs.

« *L'activité civique entraîne les individus à penser en termes publics, en citoyens, et leur statut de citoyen les dote d'un sens utile de la collectivité et de la justice. [...] La politique devient sa*

propre université, la citoyenneté son terrain pratique, et la participation son guide. »⁸ (Barber, 1984).

Dans son article, « jouer les bons citoyens », **Julien Talpin (2009)** propose une critique de ce paradigme délibératif. L'étude scientifique (science politique ou sociologique) des dispositifs délibératifs serait traditionnellement fondée sur un présupposé que Talpin remet en cause. Elle vise à étudier si les préférences présupposées des individus sont modifiées par la participation au processus délibératifs. Elles partent donc du postulat que les individus possèdent des préférences dans un « *for intérieur* » détaché de leur contexte d'expression.

Talpin propose une approche moins essentialiste de la notion de choix ou de préférence individuelle. Il constate en observant la participation d'individu à des processus délibératifs que les préférences exprimées sont en grande partie contingentes. Les préférences individuelles n'ont d'existence concrète que lorsqu'elles s'expriment. Dans cette perspective matérialiste, (« *l'existence précède l'essence* » de Sartre), la propriété principale d'un dispositif de délibération collective est de permettre aux individus d'endosser à tour de rôle la position du « *bon citoyen* » selon la grammaire établie par le groupe. L'individu doit alors articuler publiquement ses préférences avec l'intérêt collectif du groupe. Dans cette perspective, soit le participant s'exprime en adoptant la « *grammaire* » du groupe, auquel cas le groupe le gratifie (confiance, reconnaissance, acquisition de capital symbolique, capacité à gérer le devenir du groupe, empowerment), soit il exprime son intérêt particulier sans parvenir à l'articuler avec l'intérêt collectif et le groupe aura tendance à le mettre en minorité ou à l'exclure.

En définitive, le rôle du processus délibératif est de permettre à des individus de mettre leurs intentions particulières en perspective avec un intérêt commun et ainsi de « *monter en généralité* ». Les individus habitent un « *rôle* » de « *bons citoyens* » plutôt que d'être de bons citoyens. Ils apprennent à manipuler la « *grammaire* » du groupe, c'est-à-dire les règles définies collectivement au sein du dispositif. La procédure délibérative peut ainsi conduire à :

- la réactualisation du projet collectif
- l'évolution du discours des individus vers ce qui est défini collectivement comme l'intérêt général. Autrement dit, l'alignement des participants sur des valeurs communes.
- Eventuellement, la bifurcation des trajectoires de vie personnelle ou des convictions politiques des participants.

⁸ Benjamin Barber, *démocratie forte*, Paris, Desclée de Brouwer, 1984, p.72

3.13. Le paradoxe du militant des « alternatives citoyennes »

La République française fonctionne selon le principe de représentativité et grâce au dispositif électoral de scrutin majoritaire. Il existe de nombreux autres dispositifs « démocratiques », mais c'est ce dispositif particulier qui est généralement visé lorsqu'un individu mobilise le registre rhétorique de la démocratie ou de la citoyenneté.

Le scrutin majoritaire a pour propriété de transformer les participants en gagnants ou en perdants. Une partie des votants subit nécessairement la violence symbolique d'être mise en minorité.

Dans un projet « alternatif », l'investissement individuel part d'une volonté de changer un état de fait social. « *Il faut construire une alternative* », c'est-à-dire créer un système parallèle au système dominant, ayant vocation à le modifier, le contrebalancer voire à le remplacer. A fortiori, les projets « alternatifs » réunissent donc des individus minoritaires dans le système politique global. Ces individus, par ailleurs « minoritaires », se retrouvent majoritaires dans le sous-système qu'ils ont créé. A partir de là, tout le paradigme du mouvement militant est de rester ouvert sur l'extérieur pour conserver son pouvoir d'influence sur le monde, mais de rester suffisamment homogène pour ne pas diluer son action dans le monde extérieur. Tous les mouvements citoyens sont tiraillés par cette double tentation : rester dans l'entre-soi originel et voir son groupe se scléroser, perdre de son influence. Ou alors, s'ouvrir vers un public nouveau, lui donner accès aux instances de décisions et voir son action dévier ou se banaliser.

Dans cette perspective, le dispositif démocratique constitue à la fois un avantage - l'ouverture et l'implication de nouveaux membres - et une prise de risque - être dépossédé de son action par d'autres personnes. Les mouvements alternatifs sont donc en proie perpétuelle entre ces deux injonctions contradictoires :

- Plus de démocratie, plus d'horizontalité, pour garder un groupe social vivant.
- Plus de contrôle, d'homogénéité sociale, de centralisation du pouvoir, pour garder la singularité du projet et son caractère « alternatif ».

Le paradigme de l'« *alternative citoyenne* » part donc du postulat que la réappropriation du processus démocratique conduit de manière mécanique à une évolution positive de la problématique qui a été identifiée. Cette culture militante particulière mobilise donc de manière systématique la palette des outils de la délibération pour se réapproprier la décision politique. On considère que si le système dominant fonctionne mal c'est parce qu'il s'est émancipé du contrôle citoyen.

Le militant est en proie à plusieurs injonctions paradoxales avec lesquelles il doit composer :

- Etre capable d'exprimer une opposition avec l'ordre des choses et de l'argumenter. Sinon il n'y a pas de moteur à son action militante.
- Etre capable d'articuler sa vision critique personnelle avec la grammaire du groupe sans quoi il n'y a pas de groupe pour soutenir son action.

- Etre tolérant envers la diversité des choix et des points de vue pour ne pas reproduire la violence de l'exclusion du processus délibératif qu'il subit par ailleurs.

Nous étudierons la manière dont les individus articulent ces différents objectifs en mobilisant la notion de « *posture militante* ».

Il y a donc un paradoxe de la posture militante dans les projets « alternatifs » « citoyens ».

3.14. Démocratie vs. Alternatif

A la Cagette, lors de réunions « publiques », nous assistons régulièrement à des prises de parole paradoxales. Des individus revendiquent devant le groupe des principes auxquels ils ne s'astreignent pas eux même.

« *La Cagette ne devrait vendre que du bio-local* » dit-on avec un verre de café à la main et en portant un T-shirt made in Vietnam.

« *On devrait empêcher les gens de manger trop sucré, car c'est mauvais pour la santé* », dit-on en allumant une cigarette.

Ces personnes adoptent une posture moraliste. Ils expriment publiquement leur idéal pour le groupe sans se soucier de la cohérence de leurs pratiques individuelles ou du fait que leurs préférences ne soient pas partagées par tous. » Ce type de prise de parole, ne se conjugue pas bien avec la « grammaire » du groupe et reçoit en général un accueil sarcastique (« *S'il reste à la Cagette, je quitte la coop !* ») ou un rejet.

L'effet produit est celui d'un fumeur qui se lèverait pour déclarer publiquement : « *A partir de demain on arrête tous de fumer !* ». Ce type de prise de parole publique relève pourtant plus de la maladresse ou de la méconnaissance de certains enjeux que d'une approche foncièrement individualiste. Il ne s'agit pas d'imposer son point de vue à tous, mais plutôt de participer à la construction d'un compromis collectif par la confrontation des positions individuelles. Cette mobilisation du paradigme délibératif en tant qu'outil de construction du compromis se révèle donc souvent contreproductive. Plutôt que d'argumenter ou de séduire, on exprime un désaccord frontal et on se coupe de la possibilité de convaincre.

3.15. Les registres de justification – (Boltanski et Thévenot)

La position de Boltanski est que la justification d'un individu n'est pas nécessairement l'expression déguisée de son intérêt particulier. On ne revendique pas nécessairement quelque chose parce qu'on le désire, mais parfois aussi au nom d'une conception de ce qui est juste. Une personne est dotée de compétences morales auxquelles elle peut se référer en cas de conflit (Boltanski parle de « *dispute* »). On dit alors qu'elle rentre dans un processus de justification, c'est-à-dire qu'elle se réfère à des principes supérieurs communs pour expliciter sa position.

Elle entend ainsi laisser ouverte la possibilité de résoudre le conflit à bon ou à mauvais escient, là n'est pas la question.

Un homme se fait arrêter par la police, il se justifie : « *j'ai volé le sac de cette grand-mère parce que je suis pauvre et qu'elle était visiblement très riche.* ».

Le malfrat sous-entend ici que la grand-mère pourrait adopter une position qui permettrait que le conflit se résolve.

la grand-mère : « *Ah, c'est vrai, vous pouvez garder l'argent, vous en avez plus besoin que moi* ».

La justification proposée par le voleur fait référence à une morale : principe supérieur de justice et à un ordre social : l'égalité.

« Quand on est attentif au déroulement des disputes, on voit qu'elles ne se limitent ni à une expression directe des intérêts, ni à une confrontation anarchique et sans fin de conceptions hétéroclites du monde s'affrontant dans un dialogue de sourds. Le déroulement des disputes, lorsqu'elles écartent la violence, fait au contraire apparaître des contraintes fortes dans la recherche d'arguments fondés appuyés sur des preuves solides, manifestant ainsi des efforts de convergence au cœur même du différend. » (Boltanski, Thévenot, 1991)

La théorie des registres de justification est singulière car elle s'écarte de la théorie de l'Homo oeconomicus qui voudrait que l'homme agisse mécaniquement selon un calcul de rationalité. Elle s'écarte aussi de la théorie de la stratégie des acteurs (Crozier, 2014) qui considère que l'individu instrumentalise toujours le collectif pour parvenir à un objectif personnel.

La théorie des registres de justification considère au contraire que l'expression d'une préférence individuelle relève de la volonté d'habiter un rôle dans une situation donnée afin de se positionner vis-à-vis du groupe. Elle permet à l'individu de s'inscrire dans des références collectives et dans un ordre social. Elle permet la cohabitation d'un groupe et la constitution d'une grammaire commune fondée sur un principe de justice. La nécessité de se justifier révèle une conception du rapport social en terme « *d'équivalence* ». Elle révèle une volonté de définir une conception de la justice.

Pour Boltanski, un sociologue ne peut pas se contenter d'expliquer un comportement par des motifs psychologiques ou par un déterminisme social bourdieusien. L'inconscient peut avoir son importance, tout comme les déterminants sociologiques (âge, sexe, catégorie socio-professionnelle...) ou les objets (charge symbolique de l'objet) mais ils ne peuvent pas être reçus seuls, comme des arguments valables dans une confrontation à autrui. La référence à un ordre social et à une morale commune sont indispensables pour que le point de vue de l'individu soit toléré par le groupe. Dans le cas contraire, on rentre dans un régime d'action de « *dispute en violence* ». L'individu ne se réfère à aucune morale, à aucun ordre social et ne laisse aucune autre porte de sortie au conflit que la violence. Dans ce cas, tout est permis. Autrui perd sa propriété d'équivalence, devient objet ou un obstacle à franchir.

Les régimes d'action :

La question de la justice n'est pas pertinente dans tous les registres d'action. Par exemple en amour où le régime d'action se caractérise précisément par l'absence de comptabilisation des choses. « En amour on ne compte pas », la référence à la justice y est donc inopérante.

Deux éléments caractérisent les régimes d'action :

1/ le régime d'accord ou de dispute.

2/ Est-t'on dans un type de situation où se pose la question de l'équivalence ?

	Dispute	Paix
Hors-équivalence	Dispute en violence	Paix en amour
Equivalence	Dispute en justice	Paix en justesse

4. Analyse sociologique

4.1. Problématique

La première partie de ce mémoire nous a permis de confronter les présentations « officielles »⁹ de la Cagette (moyens et objectifs affichés), avec un corpus théorique de sciences sociales. Nous y présentons le modèle de la Cagette comme le dernier maillon de deux lignées historiques de mouvements sociaux : d'une part l'associationnisme - mouvement d'initiative citoyenne ayant vocation à influencer sur la structure sociale - d'autre part les alternatives alimentaires – mouvements sociaux ayant vocation à réorganiser une filière vertueuse du champ à l'assiette.

Nous présentons également dans cette première partie, les objectifs politiques que nous attribuons à la Cagette de notre point de vue très particulier de porteur de projet. La Cagette aurait pour objectif de mettre en œuvre des solutions concrètes correspondant à la fois aux enjeux sociaux et environnementaux de son temps, en mettant en œuvre une plateforme citoyenne, ouverte et participative, capable de reformuler perpétuellement son projet politique.

Il convient à ce moment de notre travail de reconnaître que toutes les descriptions étudiées ci-dessus ont été élaborées par le groupe des porteurs de projets dans lequel je m'inscris à titre personnel. Nous avons pris soin de fonder nos analyses sur des éléments tangibles ou « objectivables », c'est-à-dire sur des documents publiés au nom de la Cagette (statuts juridiques, flyers, site web...), cela dit, le caractère objectif, ou scientifique, de cette première partie est largement contestable. Néanmoins, cette première partie a l'avantage de balayer des enjeux constitutifs du projet dans la mesure où ils ont mobilisé l'attention d'individus qui ont eu une influence sur la constitution du projet.

L'objet de l'enquête de terrain que nous allons vous présenter ci-dessous a donc été d'étudier les représentations des membres de la Cagette vis-à-vis du projet auquel ils participent afin de pouvoir, par la suite, les mettre en perspective avec les objectifs fixés par les porteurs de projet au nom de la Cagette. Nous étudierons comment des éléments de langage diffusés dans le cadre du projet ont pu se diffuser - ou non – parmi les adhérents. Cette étude vise donc, à confronter les représentations exprimées par les différents participants, en fonction de leur degré d'implication dans le projet. Nous tâcherons ainsi de déconstruire le « *malentendu opératoire* » qui constitue actuellement le projet.

⁹ Par objectifs officiels, nous entendons les objectifs exprimés dans des documents publiés par la structure (documents officiels, documents de communication...).

La problématique de recherche que nous avons définie afin de guider notre enquête de terrain est donc la suivante :

Existe-t-il des corrélations entre les attributs sociologiques des participants de la Cagette, l'intensité de leur participation et les objectifs qu'ils expriment à propos du projet et de leur implication personnelle ?

4.2. Construction des hypothèses sur les déterminants sociologiques et le degré de participation au projet

Notre étude vise en premier lieu à étudier les déterminants sociologiques des participants et leur degré d'implication dans le projet.

Au cours des deux dernières années d'immersion dans le projet de la Cagette, nous avons observé des particularités sociologiques au sein de la Cagette. En voici quelques exemples :

Il nous semble qu'il y a beaucoup plus de femmes que d'homme et qu'inversement, les hommes sont beaucoup plus présents parmi les individus les plus investis.

Il nous semble qu'il y a une sur représentation de retraités, de chômeurs et de personnes très diplômées, de la catégorie d'âge 25/35 ans à la Cagette.

Nous pourrions dérouler une longue liste de représentations que nous nous sommes construites au cours des deux dernières années de participation mais il nous semble plus pertinent de nous concentrer sur le dépouillement des résultats statistiques.

L'objet de notre enquête est donc de confronter nos représentations à des données statistiques afin de pouvoir les présenter, par la suite, à nos coopérateurs. Cette étude nous permettra également de connaître les « participants » les plus éloignés du cœur du projet et éventuellement de remettre en cause certains biais dus aux phénomènes de sociabilisation que nous avons construit en tant que porteur de projet. Effectivement, notre point de vue sur la Cagette est nécessairement biaisé par le fait que nous ne fréquentons que la portion des adhérents qui participent. Cette étude statistique a donc pour objectif de remettre nos représentations en perspectives avec des données statistiques.

Typologie des différentes modalités d'expressions de l'objectif de la Cagette

« Des enquêtes sociologiques empiriques valables commencent seulement avec la question de savoir ce qui a motivé et motive encore l'individu. [...] N'importe quelle analyse

fonctionnelle¹⁰ qui prend le « tout » comme point de départ, ne peut être qu'une étape préliminaire pour des recherches plus poussées. Si elle est bien effectuée son utilité et sa nécessité, sont bien sur incontestables. »

Weber, basic concept of sociologie, citadel press, 1962

Au cours des deux années passées en immersion à la Cagette nous avons pu observer d'innombrables prises de paroles individuelles (réunions, assemblées, discussions, échanges par mail) et différentes manières dont les individus pouvaient exprimer les objectifs du projet collectif. Cette phase d'observation participante nous a permis de dégager cinq grandes catégories d'expressions des objectifs du projet : la posture du « régulier », celle du « gestionnaire », de l'« éducateur », de l'« émancipé », du « collectiviste ». Ces catégories seront expliquées plus bas.

L'objectif de cette « catégorisation », n'était en aucun cas de positionner les individus dans des catégories de manière ontologique, en fonction d'un discours tenu à un moment précis. A l'inverse, l'objectif était de relever des modes d'expressions particuliers et de vérifier si nous pouvions tisser des corrélations avec certaines variables telles que les déterminants sociologiques (Age, sexe, catégorie socio-professionnelles) ou l'intensité de leur participation. Par exemple : les femmes ont-elles tendance à exprimer une « approche émancipatrice du projet » ? Les personnes les plus investies dans le projet ont-elles tendance à attribuer un objectif pédagogique au projet de la Cagette ? Les personnes les moins investies expriment t'elles des objectifs relatifs à la consommation ou au prix ?

Cette « typologie des différentes expressions des objectifs de la Cagette » a donc servi de point de départ à la conception de nos hypothèses de recherche. Le questionnaire que nous avons mis au point par la suite a eu pour objectif de collecter des données déclaratives auprès de nos membres afin de confronter la typologie que nous avons construite a priori.

Notre typologie se fonde sur le postulat suivant : un individu peut attribuer un objectif différent à l'action collective lorsqu'il adopte une « posture critique » (ou « extérieure ») et lorsqu'il se projette en tant que participant de cette action collective. Pour reprendre l'expression de Weber, « C'est une grossière incompréhension que de supposer qu'une méthodologie individualiste présuppose un système de valeur également individualiste. ». Un individu peut avoir une grille de lecture individualiste, mais souhaiter que l'action collective vise à construire plus de structures institutionnelles. Il peut donc y avoir un écart important entre la lecture méthodologique du monde et la projection individuelle dans l'action collective. Pour bien percevoir la posture idéologique d'un individu et la manière dont il s'investira dans le projet, il convient d'étudier ces deux approches et de les combiner :

- D'une part la manière dont il perçoit l'objectif du projet.

¹⁰ Par « analyse fonctionnelle » Weber, entend une analyse qui considère l'individu comme une particule élémentaire guidée de manière mécanique par des lois sociales.

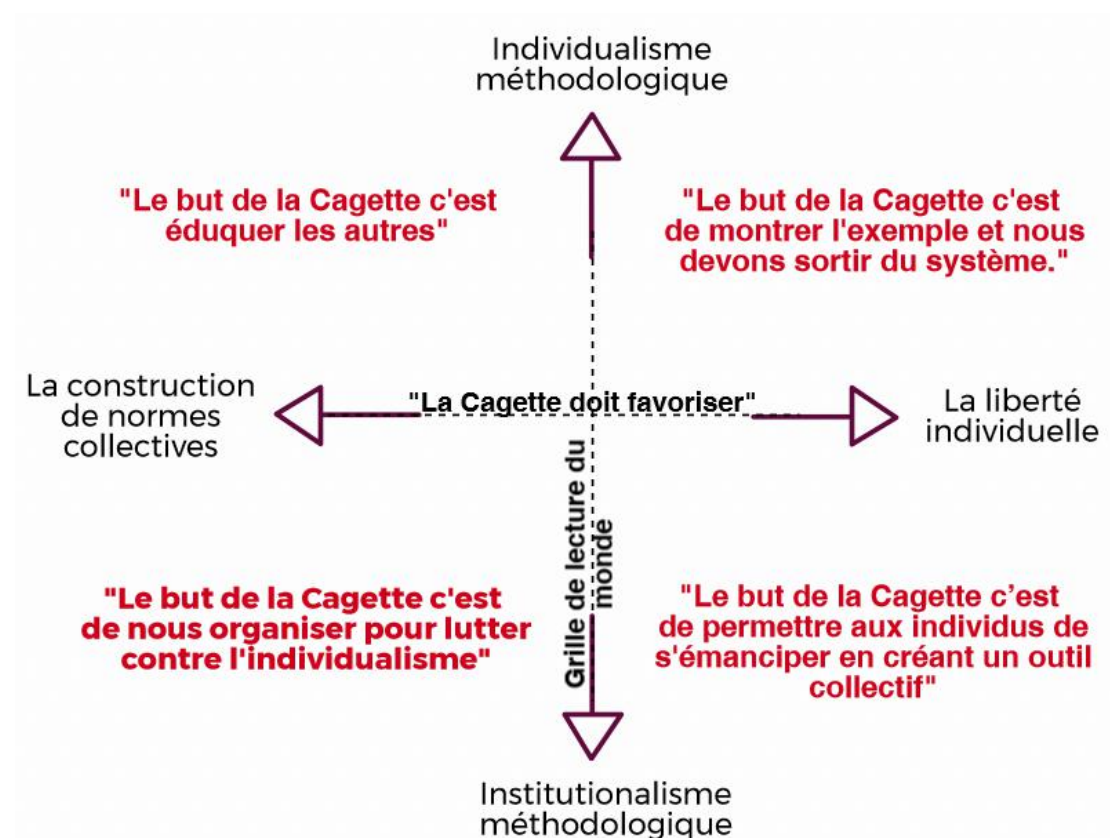
- D'autre part pourquoi il y participe à titre individuelle.

Nous remarquons que ces deux postures peuvent être absolument opposées et que c'est dans cette incohérence que prennent corps les incompréhensions mutuelles. C'est dans la manière dont les individus articulent leur posture critique et leur participation à l'action collective que se situe la clé pour construire une action collective cohérente. C'est cette idée précise que nous souhaiterions diffuser parmi nos coopérateurs.

La manière dont un individu va articuler ces deux approches (approche critique et participation) est déterminante pour son mode d'investissement dans le projet et donc également déterminante pour la bonne entente des différents participants au projet.

Notre typologie vise donc à combiner posture critique et motivation personnelle de la participation. Elle permet de positionner les discours les uns par rapport aux autres et de réfléchir aux corrélations qui peuvent exister avec le degré d'implication des individus ou leurs caractéristiques sociologiques personnelles (Age, genre, niveau de diplômes, revenus, etc).

Le plan schématique proposé ci-dessous deux lignes de tension structurantes sur lesquelles nous pouvons positionner les différentes expressions des objectifs du projet :



En abscisse, une ligne de tension qui décrit la grille de lecture individuelle du monde, autrement dit l'approche méthodologique des individus. En haut de cette droite se situe l'approche méthodologique individualiste qui considère que l'état du monde s'explique par les choix individuels (exemple : «si le monde va mal c'est parce que les individus font de mauvais choix ») ; En bas, ceux qui considèrent que l'état du monde s'explique parce que les individus

sont pris dans des logiques institutionnelles (ex : « le monde va mal parce qu'il n'y a pas assez de règles, ou parce que les individus ne sont pas assez libres »).

En ordonnée, une ligne de tension qui décrit le but que l'individu attribue à l'action collective. A droite, l'individu considère qu'il faut tendre vers plus de liberté individuelle (exemple : la Cagette doit permettre aux individus de choisir leur alimentation) ; à gauche, qu'il faut créer de nouvelles structures institutionnelles ou plus de structures institutionnelles (exemple : la Cagette doit interdire aux individus de boire du Coca Cola).

En croisant ces deux lignes structurantes, nous faisons apparaître cinq pôles, qui permettent de catégoriser les discours des membres de la Cagette.

1/ La posture Educative, caritative ou « descendante » : Le diagnostic posé est que le monde va mal parce que les hommes font les mauvais choix (individualisme méthodologique). La prescription pour y remédier est de créer des structures sociales qui donnent les moyens à ceux qui ne disposent à priori pas du capital éducatif, financier ou moral, de faire les bons choix. Cette approche correspond avec des expressions telles que « Si ils savaient ce qu'ils mangent, ils arrêteraient tout de suite » ; « Le problème c'est qu'ils ne sont pas au courant » ; « il faut qu'on leur explique ». Cette approche fait appel à une vérité ontologique qu'il faudrait expliquer à tous les humains pour qu'ils puissent à leur tour faire les bons choix. Dans cette perspective, le but de la Cagette est d'éduquer les moins bien dotés à s'approvisionner de manière responsable. Il s'agit de créer des nouvelles institutions, normes, règles.

2/ La posture émancipatrice : Le diagnostic posé est que le monde va mal parce que les structures sociales sont déficientes (institutionnalisme méthodologique ou holisme) ou trop pesantes. La prescription pour y remédier est de permettre aux individus de s'affranchir des mauvaises règles pour faire les choix qui leur semblent bon. Elle recouvre un spectre allant de l'approche méthodologique capabilisante de Sen, à l'approche libertarienne individualiste de **Hayek ou Friedmann**. La vérité y est contingente et il appartient à chacun de décider ce qui est juste pour lui. L'objectif est de se libérer des structures sociales ou symboliques qui entravent la liberté individuelle. Dans cette perspective, la Cagette a pour objectif de permettre aux individus qui la composent de ne plus dépendre de structures sociales préexistantes comme : la grande distribution, les grossistes ou l'aide sociale publique, la mairie, etc.

3/ La posture collectiviste : Le diagnostic posé est que le monde va mal parce que les structures sociales sont déficientes (institutionnalisme méthodologique ou holisme). La prescription pour y remédier est de créer de meilleures structures sociales ou plus de structures sociales. La liberté de choix individuelle est minorée par rapport à l'importance des déterminismes sociaux. Dans cette perspective, la Cagette doit permettre d'organiser une communauté afin de lutter contre l'individualisme. L'objectif n'est pas tant la fin, que le moyen d'y parvenir : le collectif.

4/ La posture gestionnaire : Les diagnostics et les prescriptions identifiées par les individus avant d'arriver à la Cagette sont devenues des préoccupations secondaires. Le discours gestionnaire justifie ses actes par le projet lui-même. Ce discours permet de justifier des entorses à des principes ou à des objectifs pré établis. Dans cette perspective, le rôle de la

Cagette est de pérenniser, développer, épanouir la Cagette. Le moyen – fabriquer la Cagette - est devenu la fin. Le Cagette est un objectif en soi.

5/ **Le militant « régulier »** : Nous reprenons à dessin la dichotomie religieuse entre régulier/séculier. Le régulier vit selon la règle, à l'écart des hommes et montre la voie. Le diagnostic posé dans ce type de discours est que le monde va mal parce que les hommes font les mauvais choix (individualisme méthodologique). La prescription pour y remédier est de faire individuellement les bons choix. Cette approche est parfaitement illustrée par la maxime « Change en toi ce que tu veux changer autour de toi ». Dans cette perspective, le but de la Cagette doit être de réunir ceux qui souhaitent faire les bons choix. Autrement dit, il s'agit de créer un monde hors du monde dans lequel les individus seront libres de faire les bons choix. Cette approche recouvre toutes les idéologies qui utilisent la rhétorique de la communauté (socialistes utopiques, les communautés hippies, les sectes, les communautés religieuses).

Cette approche s'inscrit exactement à l'opposé de la posture gestionnaire. En effet, elle pousse les individus à établir leur propre règle, en référence avec un ordre moral, et de la suivre avec intransigeance. Les réguliers rendent complexe l'objectif du gestionnaire : faire cohabiter des intérêts divergents pour la viabilité du projet. Alors que le gestionnaire fait des compromis pour s'adapter aux contingences, le régulier reste campé sur ses positions, quitte à essayer de les imposer à tous. A la Cagette, les rares frictions qui se sont produites jusqu'ici ont confronté des individus issus de ces deux approches. D'une part des « réguliers » se référant à un ordre moral avec lequel la Cagette n'avait pas le droit de transiger, d'autre part des « porteurs de projet » se référant aux contingences matérielles du projet et à la nécessité de rester ouvert sur une diversité d'opinions.

4.3. Hypothèses

Trois hypothèses principales ont guidé notre enquête :

Hypothèse N°1 : Il existe des corrélations entre déterminants sociologiques des participants et l'intensité de leur participation au projet.

Hypothèse N°2 : la manière dont un individu exprime les objectifs de la Cagette ou justifie sa participation au projet dépend de l'intensité de son implication. Nous pensons qu'au fur et à mesure que son implication dans l'action collective s'accroît, chaque individu est poussé à confronter ses points de vue à une altérité et à des problématiques d'ordre matérielle. La personne prend connaissance de cette diversité des pratiques et des points de vue et perçoit la nécessité de composer avec. **Julien Talpin (2006)** décrit la manière dont les groupes ont tendance à valoriser les individus qui adoptent la « grammaire » qui leur est propre. Plus encore le groupe, valorise les individus qui parviennent à articuler leurs intentions personnelles avec cette grammaire collective. En définitive, selon Julien Talpin, le phénomène de sociabilisation à l'œuvre dans les groupes militants pousserait l'individu à modifier sa perception des objectifs du groupe et à les exprimer différemment. En d'autre terme, l'intensité de la participation aurait une influence sur l'expression des enjeux du projet.

Hypothèse N°3 : la manière dont un individu exprime les objectifs qu'il attribue à la Cagette dépend de ses attributs sociologiques. Ainsi, l'âge, le sexe, la situation familiale, les origines sociales, le niveau de revenus, etc influeraient sur la manière dont les individus exprimeraient les objectifs de la Cagette.

4.4. Le questionnaire

Le 1^{er} Juin 2017, nous avons envoyé un questionnaire contenant 111 questions.

Le questionnaire a été conçu sur l'application « Google Form » et a été envoyé via une mail listes regroupant les adhérents de l'association et les coopérateurs soit un échantillon total d'environ 1000 personnes à date.

Plusieurs mails de relance ont été envoyés jusqu'au 18 Juillet, jour de clôture du sondage. Après avoir récolté 394 réponses.

L'enquête se composait de différents types de questionnaire (questions ouvertes, questions fermées, question à choix multiples, questions avec menu déroulant). Les impressions d'écran présentées ci-dessous donnent un aperçu du type de question auquel l'enquêté a été confronté :

Des questions fermées :

Votre participation à la Cagette !

Description (facultative)

Avez-vous pris des parts dans la coopérative La Cagette ? *

- Oui
- Non, pas encore
- Non, je n'en ai pas l'intention
- Non, car je suis 'rattaché.e' à La Cagette via mon conjoint
- Ne souhaite pas répondre
- Autre...

Des questions fermées avec niveaux de réponse

Qu'est-ce qui est important pour vous à La Cagette? *

	très important	assez important	pas très important	pas du tout important	je ne souhaite pas répondre
trouver des bons produits à des bons tarifs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participer au projet collectif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rencontrer des gens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apprendre des choses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Défendre mes valeurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contourner la grande distribution	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Des questions à choix multiples :

Vous habitez (plusieurs réponses possibles) : *

- Seul
- Avec un conjoint
- Avec des enfants
- En colocation
- Je ne souhaite pas répondre
- Autre...

Des question ouvertes :

Selon vous, quel est l'objectif principal de La Cagette ? (en quelques mots)

Réponse longue

4.4.1. Les thématiques du questionnaire

Nous avons découpé le questionnaire en 4 parties thématiques :

Partie 1 : « Votre participation à la Cagette » ; cette partie visait à récolter des données sur le mode de participation des enquêtés ainsi que sur leurs représentations vis-à-vis du projet et de ses objectifs.

Partie 2 : « Vos habitudes alimentaires » ; cette partie visait à récolter des données sur les pratiques des participants en matière d'alimentation et d'approvisionnement.

Partie 3 : « Vos engagements en dehors de la Cagette » ; cette partie visait à récolter des informations sur les pratiques militantes des enquêtés, en dehors de la Cagette (association, partis politique, syndicats, intensité de la participation...).

Partie 4 : « Quelques questions sur vous » ; cette partie vise à récolter des données concernant les déterminants sociologiques des enquêtés (âge, sexe, situation familiale, revenu, origine sociale, profession...).

Le premier biais à notre étude, certainement le plus évident, est que le questionnaire a été envoyé par mail ce qui a pu produire un frein à la participation de certaines catégories concernées par le phénomène de « fracture numérique » (Volož, 2010).

L'aspect volontaire de la démarche constitue un second biais. Effectivement nous n'avons procédé à aucun échantillonnage ni à aucun ciblage aléatoire de l'échantillon. Le questionnaire a été envoyé indistinctement à tous les adhérents et y ont répondu ceux qui le souhaitaient. Nous pouvons donc imaginer qu'il y a une sur représentation des personnes impliquées dans le projet parmi les répondants. Effectivement, les personnes impliquées, ont pu être sollicitée à l'oral, de manière plus ciblée par mail, et nous pouvons imaginer qu'elles consultent les mails provenant de la Cagette avec plus d'attention.

Le second biais est qu'il s'agit d'éléments déclaratifs qui ne donnent aucune preuve de leur concordance avec la réalité. Cela dit, nous procéderons à une comparaison entre les statistiques récoltées dans le sondage et les statistiques issues des registres de souscription de l'association et de la coopérative afin de tester la conformité de notre échantillon.

4.4. Résultats et analyse

4.4.1. Pertinence de l'échantillon récolté

Dans notre échantillon, seule une personne a déclaré ne pas être adhérente à l'association ni à la coopérative. Notre échantillon se compose donc de 99,7% d'adhérents à l'association et de 64% de coopérateurs. Effectivement, tous les coopérateurs sont adhérents de l'association puisque dans la pratique, les coopérateurs signent un bulletin d'adhésion à l'association en même temps qu'ils souscrivent à la coopérative.

4.4.2. Taux de réponse

Le 18 juillet, jour de clôture du sondage, la Cagette comptabilisait 369 coopérateurs. Par conséquent, 68% des coopérateurs avaient répondu au sondage à cette date ce qui constitue a priori une excellente représentativité de l'échantillon testé.

Cet excellent taux de réponse peut s'expliquer par plusieurs éléments :

- Nous avons utilisé les canaux de diffusion de mail « officiels » de la Cagette ce qui a conféré de la légitimité à la démarche. L'enquête a été présentée comme un outil utile pour la gestion de projet. Nous pouvons donc imaginer que les adhérents ont répondu par adhésion au projet.
- L'enquête a été présentée¹¹ comme un support pour le mémoire de fin d'études d'Elie Daviron et Antonin Molino qui sont identifiés comme co-présidents, coordinateurs de groupes ou salariés de l'association. Cet élément a pu également participer au bon taux de réponse de l'enquête.

Toutefois, nous avons récolté un nombre de réponses qui ne représente qu'une proportion de la population que nous cherchons à étudier. Il est donc nécessaire avant toute analyse, de tester la représentativité de notre échantillon par rapport à la population des coopérateurs ainsi qu'à celle des adhérents. Les données que nous utiliserons pour ce faire sont issues des registres de membres de l'association et de la coopérative. Les variables sélectionnées pour réaliser ce comparatif entre les différentes populations sont l'âge, le genre et la date d'adhésion.

4.4.3. Représentativité de l'échantillon

Les tableaux suivants présentent des comparatifs entre échantillons de population ayant répondu au questionnaire et population mère.

Tableau 1. Répartition par classe d'âge entre les groupes « coopérateurs enquêtés » et « coopérateurs »

	Moins de 26 ans	26 à 36 ans	36 à 46 ans	46 à 56 ans	56 à 66 ans	66 à 86 ans	TOTAL
Nombre de coopérateurs ayant répondu à l'enquête	10	75	37	38	63	27	250
Pourcentage de coopérateurs ayant répondu à l'enquête	4%	30%	15%	15%	25%	11%	100%
Nombre total de coopérateurs	19	121	54	54	84	37	369
Pourcentage d'individus parmi les coopérateurs	5%	33%	15%	15%	23%	10%	100%
Représentativité de l'échantillon (= %répondants / %coopérateurs)	78%	91%	101%	104%	111%	108%	100%

Contrairement à nos attentes, l'échantillon des enquêtés est relativement plus âgé que le contingent « coopérateurs ». Nous nous attendions à ce que l'emploi du mail comme moyen de diffusion de l'enquête pénalise les personnes les plus âgées mais notre tableau comparatif révèle l'inverse. Les personnes les plus âgées ont proportionnellement davantage répondu à l'enquête.

Tableau 2 comparatif de la répartition par genre entre les groupes « coopérateurs enquêtés » et « liste des coopérateurs »

	Hommes	Femmes	Total
Nombre d'individus coopérateurs ayant répondu à l'enquête	90	154	250
Proportion d'individus parmi les coopérateurs ayant répondu à l'enquête	36%	62%	100%
Nombre total de coopérateurs	137	232	369
Pourcentage d'individus parmi les coopérateurs	37%	63%	100%
Représentativité de l'échantillon (= %répondants / %coopérateurs)	97%	98%	100%

Du point de vue de la répartition par genre, l'échantillon des coopérateurs enquêté correspond quasiment parfaitement à la population des coopérateurs (liste arrêtée le 18/07/2017)

Tableau 3 Répartition par âge entre les groupes « population totale des adhérents » et « adhérents ».

	19-25 ans	25-35 ans	35-45 ans	45-55 ans	55-65 ans	65-80 ans	Total
Nombre de personnes ayant répondu à l'enquête	24	136	62	65	76	30	393
Proportion parmi les répondants	6%	35%	16%	17%	19%	8%	100%
Nombre total d'adhérents	95	244	108	84	96	46	673*
Proportion parmi les adhérents	14%	36%	16%	12%	14%	7%	100%
Représentativité de l'échantillon (= %répondants / %adhérents)	43%	95%	98%	133%	136%	112%	100%

* Parmi les 1006 adhérents de l'association, 333 personnes n'ont pas renseigné leur âge sur leur bulletin d'adhésion à l'association. La représentativité de l'échantillon des personnes ayant répondu à l'enquête n'a pu être comparée qu'à cet échantillon de 673 adhérents. La pertinence de cette comparaison est donc à relativiser.

Nous remarquons que les catégories d'âge les plus élevées sont surreprésentées parmi les adhérents qui ont répondu à l'enquête. Inversement, les catégories les moins âgées ont relativement moins répondu à l'enquête. Le constat est identique à celui qui résultait de la comparaison entre l'échantillon des coopérateurs enquêtés et la population globale des coopérateurs. Nous réitérons donc l'analyse : la diffusion du mail n'a pas pénalisé les catégories les plus âgées, bien au contraire.

Tableau 4 comparatif de la répartition par genre entre les contingents « population totale des personnes ayant répondu à l'enquête » et « population totale des adhérents »

	Hommes	Femmes	Total
Nombre de personnes ayant répondu à l'enquête	135	248	387
Proportion parmi les répondants	35%	64%	100%
Nombre total d'adhérents	359	646	1006
Proportion parmi les adhérents	36%	64%	100%
Représentativité de l'échantillon (= %répondants / %adhérents)	97%	99%	100%

Du point de vue de la répartition par genre, l'échantillon des adhérents ayant répondu correspond quasiment parfaitement à la population des coopérateurs (liste arrêtée le 18/07/2017)

Tableau 5 Répartition par date d'adhésion entre les contingents « population totale des personnes ayant répondu à l'enquête » et « population totale des adhérents »

Date d'adhésion	Août à dec 2015	Janv. à sept 2016	Oct. à déc. 2016	Janv. à Avril 2017	Total
Nombre d'adhérents ayant adhéré sur la période et ayant répondu au sondage	52	89	95	141	393*
Proportion des individus ayant adhéré sur la période dans l'échantillon des personnes ayant répondu au sondage	13%	23%	24%	36%	100%
Nombre d'adhérent total	72	179	269	474	994
Proportion des individus ayant adhéré sur la période	7%	18%	27%	48%	100%
Représentativité de l'échantillon	183%	126%	89%	75%	100%

* Parmi les 393 adhérents de l'association ayant répondu au sondage, 16 ont déclaré ne pas se souvenir de leur date d'adhésion ou ne pas souhaiter répondre.

Nous constatons que les personnes ayant adhéré avant octobre 2016 à l'association sont largement surreprésentées dans l'échantillon des personnes qui ont répondu à l'enquête relativement à la proportion qu'elles occupent dans la population totale des adhérents. Par exemple, 52 des 72 personnes ayant adhéré en 2015 ont répondu au sondage. A l'inverse, les personnes ayant adhéré plus récemment sont sous-représentées dans l'échantillon des sondés. De manière générale, nous constatons que plus la date d'adhésion est ancienne, plus les individus ont répondu au questionnaire. Nous proposons deux hypothèses pour expliquer cette différence :

1/ les adhérents de longue date ont pu développer un attachement plus important au projet que les adhérents récents. En effet, nous pouvons imaginer que les individus ayant adhéré en 2015 ou en début 2016 et qui sont toujours adhérents aujourd'hui sont attachés au projet et ont répondu plus fréquemment à l'enquête. A l'inverse, une proportion significative des adhérents récents risque de ne pas renouveler son adhésion, ce qui peut expliquer pour partie le delta qui existe entre les deux groupes comparés.

2/ Se souvenir de sa date d'adhésion, même à un trimestre près, peut se révéler ardu. Il est possible que des phénomènes de glissement aient pu se produire au niveau des dates déclarées, créant un décalage entre la date déclarée et la date réelle d'adhésion.

Conclusion sur la pertinence de l'échantillon des personnes ayant répondu à l'enquête.

Il existe des biais relatifs qui distinguent l'échantillon des personnes ayant répondu, à la population mère. Cette différence est particulièrement importante si l'on prend l'âge ou la date d'adhésion comme variable de la comparaison. Il semble que les personnes ayant adhéré il y a plus longtemps au projet sont surreprésentées dans l'échantillon de même que les catégories les plus âgées. A l'inverse, les jeunes et les adhérents récents sont sous-représentés. Nous pouvons

imaginer que les non répondants sont des personnes ayant un lien beaucoup plus lointain avec le projet telles que : les personnes ayant déménagé, les personnes habitant loin et ayant adhéré par soutien, les personnes ayant adhéré puis ayant cessé de suivre le projet, etc ; mais l'enquête ne permet pas de le prouver. Ces biais sont cela dit tout à fait relatifs puisque nous avons récolté un échantillon représentant 68% des coopérateurs et 39% des adhérents. A cette échelle de taux de réponse, notre échantillon est nécessairement considéré comme représentatif. Nous estimerons donc à présent que notre échantillon est représentatif des deux populations mères étudiées, à cela près que les personnes ayant adhéré de plus longue date et les personnes les plus âgées ont répondu plus fréquemment. Notre intime conviction est que notre échantillon est représentatif des personnes qui constituent actuellement le projet.

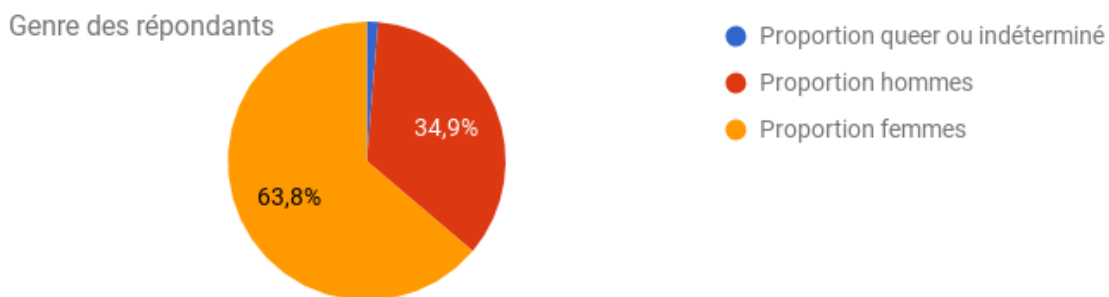
4.4.4. Déterminants sociologiques des participants de la Cagette

Cette partie du questionnaire avait pour objectif de caractériser la population de la Cagette. Dans ce but nous avons posé 16 questions à propos des « déterminants sociologiques » des participants. Tous n'ont pu être analysés faute de temps et de place. Nous avons donc choisi les éléments que nous considérons les plus significatifs afin de réaliser par la suite des tris croisés avec la participation et les représentations.

Voici la liste des déterminants que nous avons choisi d'étudier.

a/ Le genre

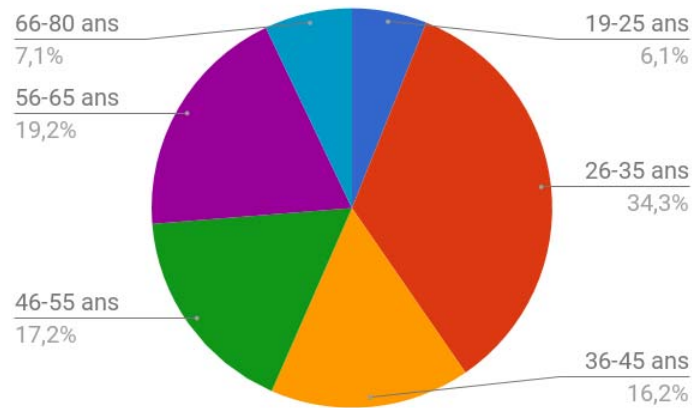
L'échantillon étudié se répartit de la manière suivante :



Nous observons une surreprésentation extrêmement significative du nombre de femmes à la Cagette.

b/ Age

L'échantillon des participants se répartit de la manière suivante :

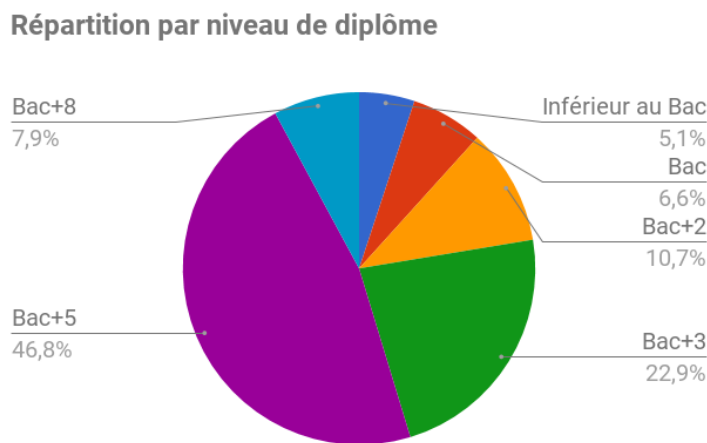


En analysant le nombre de participants par classe d'âge on se rend compte que la classe d'âge 25-35 ans est très largement sur-représentée à la Cagette par rapport aux autres classes d'âges. Deux motifs peuvent participer à l'explication de ce phénomène. Cette classe d'âge constitue un vivier de personnes dynamiques et disposant de temps libre : C'est l'âge de l'insertion professionnelle et pas encore celui des familles nombreuses. La seconde raison est que cette classe d'âge regroupe les fondateurs du projet, les cinq premiers salariés, la présidente de la coopérative, autrement dit les forces les plus motrices du projet, qui ont pu entraîner avec eux, des personnes de la même classe d'âge.

Nous constatons un autre phénomène remarquable : la classe d'âge 56 – 66 ans correspondant à la « fin de carrière professionnelle » et à la catégorie « jeunes retraités » ou « pré retraité » est également sur représentées à la Cagette par rapport aux autres classes d'âge. Inversement, la classe d'âge 66 – 80 ans est très largement sous -représentée. Cela s'explique évidemment par l'augmentation du taux de mortalité dans les classes d'âge élevées mais nous pouvons émettre l'hypothèse d'une surreprésentation des « jeunes retraités dynamiques » et d'un effondrement du taux de participation à partir de 70 ans.

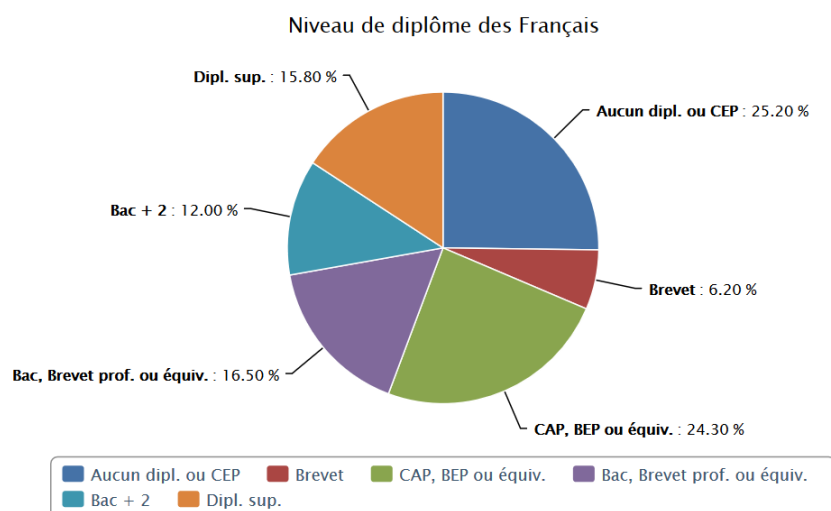
c/ Niveau de diplôme

L'échantillon des participants se répartit de la manière suivante :



De manière générale, les adhérents de la Cagette sont très largement sur-diplômés par rapport à la population française. L'étude la plus récente de l'INSEE que nous avons trouvée sur la question date de 2014.

- 88% des participants à l'étude sont diplômés du supérieur alors que ce chiffre est de 15% à l'échelle nationale.
- 7% des participants à l'étude ont arrêté leurs études après avoir obtenu le Bac contre 12% à l'échelle nationale.
- Les personnes non diplômées ou ayant un diplôme inférieur au Bac représentent 5,1% contre 55,7 % à l'échelle nationale.
- La catégorie diplôme supérieur à Bac + 2 représente 77,6 % contre 15,8 % à l'échelle nationale
- Enfin nous pouvons retenir le chiffre incroyable de 55% de participants au questionnaire ayant obtenu un Bac+5 ou plus.



Source : Insee - Données 2014 - © Observatoire des in

Remarque : Il est possible que les personnes les plus diplômées aient répondu plus fréquemment au questionnaire. Nous pouvons imaginer que les personnes ayant elles-mêmes eu recours à ce type de démarche au cours de leurs études aient été plus sensibles à notre sollicitation. Nous n'avons pas pu vérifier cette hypothèse.

d/ Situation professionnelle

Arrêt longue durée	Retraité	Sans Emploi	Etudiant	CDD ou intérim.	Indépendant et profession libérale	CDI ou fonctionnaire	TOTAL
8	64	55	18	64	63	114	386
2 %	17 %	14 %	5 %	17 %	16 %	30 %	100 %

Concernant l'étude de la situation socio-professionnelle de nos participants, nous nous heurtons à une difficulté particulière : Il est impossible de comparer nos résultats aux statistiques nationales. Effectivement, les analyses en termes de Catégorie Socio Professionnelle (CSP) proposée par l'INSEE se basent sur la population des 15 ans ou plus. Toute comparaison se retrouve donc immédiatement biaisée puisque les participants de la Cagette ont plus de 18 ans. De plus, les catégories que nous avons choisi d'étudier ne correspondent pas aux catégories en termes de Catégories Socio-professionnelles définies par l'INSEE. Par exemple : les catégories ouvriers, agriculteurs, entrepreneurs, n'existent pas dans notre étude. Notre manque d'expérience en matière de statistiques nous a conduit à concevoir nos catégories en fonction de nos centres d'intérêts propres, sans tenir compte des référentiels statistiques.

Notre étude permet tout de même de révéler certains résultats significatifs relatifs à la situation professionnelle des participants de la Cagette :

- La faible proportion d'étudiants relativement aux chiffres de la comptabilité nationale. 5% d'étudiants dans la population de la Cagette que nous pouvons comparer de manière approximative avec les 19% d'étudiants de la population de plus de 20 ans décomptés par l'INSEE en 2015, à l'échelle nationale.
- La sous-représentation relative des « retraités » (17% à la Cagette contre 26% des plus de 15 ans à l'échelle nationale - INSEE 2014) malgré une surreprésentation de la catégorie des 56-65 ans que nous avons analysée comme pré-retraités ou jeunes retraités dynamiques. Nous relevons donc la quasi-absence des chômeurs « âgés ».
- La surreprésentation de la catégorie « sans emplois ». Ils sont 14% à la Cagette contre, 9,2% des plus de 15 ans, à l'échelle nationale en juillet 2017 (INSEE).

e/ Ressources

L'évaluation du niveau de ressources est une question épineuse.

Nous avons récolté plusieurs informations relatives aux ressources financières et au patrimoine des participants :

- Ressources mensuelles (nettes).
- Ressources mensuelles (nettes) du foyer (pour les personnes vivant en couple).
- Nombre de personnes avec qui vous partagez votre budget nourriture mensuel.

- Propriété du logement principal
- Propriété secondaire
- Patrimoine financier (Oui/non)

Nous avons tenté de créer un indicateur combinant ces différentes variables afin de donner une image plus précise des ressources financières individuelles. Cependant, plusieurs facteurs ont rendu cette entreprise trop compliquée ou trop subjective pour être retenue :

- Il est impossible de savoir si les personnes ont déclaré leurs aides sociales ou leurs allocations familiales. Après quelques vérifications ponctuelles, il s'est avéré que certaines personnes déclaraient dépenser plus d'argent dans leur budget alimentaire mensuel que leur revenu, ce qui nous autorise à mettre en doute la pertinence de leurs déclarations.
- Il est difficile de prendre en compte la variété des situations individuelles : colocation, nombre d'enfants, ce qui rend ardue l'analyse des revenus.
- Nos questionnaires relatifs au patrimoine n'ont pas permis d'atteindre un degré de précision suffisant. Par exemple, les personnes qui déclarent être propriétaires de leur logement sont-elles en train de rembourser un crédit ?
- La mise en perspective des différentes données (revenu, patrimoine) aurait nécessité d'établir une échelle de correspondances. Par exemple : le fait de toucher 1000 euros par mois mais d'être propriétaire de son logement est-il équivalent au fait de toucher 2000 euros par mois ?

Nous avons donc retenu le revenu net mensuel comme indicateur pertinent.

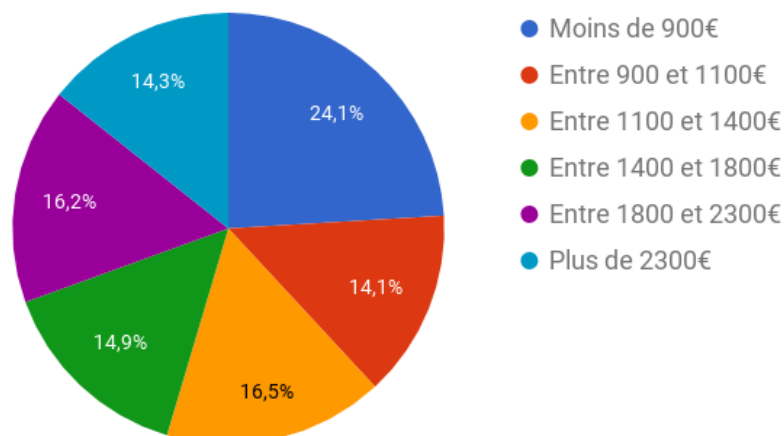
Pour les personnes célibataires, nous avons utilisé directement le revenu individuel déclaré.

Pour les personnes ayant déclaré vivre en couple nous avons procédé au retraitement suivant :

Nous avons divisé par deux le montant des ressources mensuelles nettes déclarées pour le foyer.

Cet indicateur est extrêmement insatisfaisant pour percevoir la situation économique d'un individu mais c'est la seule donnée objectivable dont nous disposions à l'issue de l'enquête.

Niveau de revenu des participants



En nous basant sur l'étude de l'Observatoire des Inégalités intitulée « Revenus, qui gagne combien ? » (2016), nous proposons une comparaison des revenus des participants à la Cagette avec le niveau de revenu des français.

L'étude de l'Observatoire des inégalités ne prend pas simplement en compte le revenu mais le « niveau de vie » qui comprend le salaire mais aussi les revenus du patrimoine, les prestations sociales et déduit les impôts. L'étude sur la Cagette ne prend pas en compte les revenus du patrimoine mais ne déduit pas les impôts.

Un premier biais réside dans le fait que l'étude se base sur les chiffres INSEE de 2014 et que nous pouvons imaginer que la situation sociale a pu se dégrader depuis.

Ces biais sont à relativiser puisque les résultats de l'enquête montrent que la population de la Cagette a un niveau de ressource significativement inférieur aux résultats de l'étude de l'Observatoire. Or les personnes ayant des revenus bas sont moins concernés par les questions d'impôt et de revenus du patrimoine. Nous partons du postulat que la différence de ressources entre la population de la Cagette et la population française est suffisamment significative pour ne pas être effacée par la prise en compte des aides sociales, des impôts et des revenus du patrimoine.

A la Cagette, 24,1% des personnes ont un revenu net mensuel individuel inférieur ou égal à 900 euros contre 10% à l'échelle nationale.

A la Cagette, 38,2% ont moins de 1100 euros contre 20% à l'échelle nationale.

A la Cagette, 54,7% ont moins de 1400 euros. En France, 30% ont moins de 1330 euros.

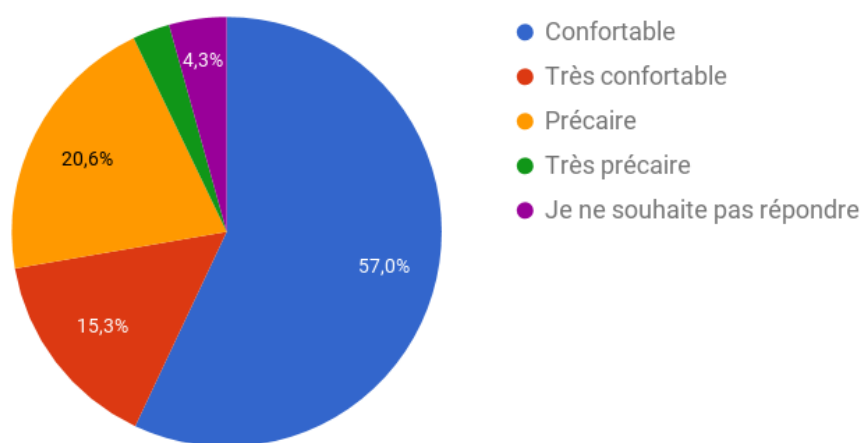
A la Cagette, 69% ont moins de 1800 euros. En France, 60% ont moins de 1872 euros.

L'étude estime que le niveau de vie des couches moyennes se situe aux alentours de 1700 euros et que l'on entre dans le tiers le plus favorisé à partir de 2000 euros mensuels.

La Cagette se compose donc de 70 % de personnes appartenant aux classes moyennes et très majoritairement aux classes inférieures du point de vue des ressources.

f/ Situation économique individuelle ressentie

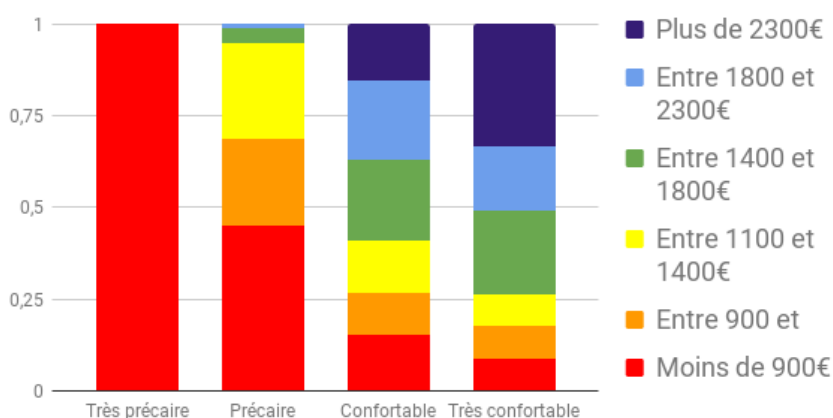
D'un point de vue économique, pensez-vous être dans une situation :



A regarder ce graphique, nous pourrions penser que les participants de la Cagette bénéficient globalement d'une situation économique satisfaisante. Une analyse plus fine nous permettra cependant de révéler une situation plus complexe.

g/ Différence entre les ressources individuelles et la situation économique ressentie

Ressource mensuelle individuelle en fonction de la situation économique ressentie



Si l'on compare le ressenti et les ressources déclarées par les individus de la Cagette, nous constatons que bien qu'ils semblent globalement moins bien dotés en termes de ressources financières que le reste des français, 57% des participants de la Cagette se sentent dans une situation économique confortable.

Nous pouvons émettre l'hypothèse que les participants de la Cagette sont moins exigeants en termes de volume de consommation. Certains d'entre eux sont peut-être sensibles aux thématiques ou aux modes de vie liés à la décroissance, à la simplicité volontaire ou réfractaires à la « société de consommation »

Cette décorrélation entre revenu et situation ressentie est flagrante chez une partie marginale des participants :

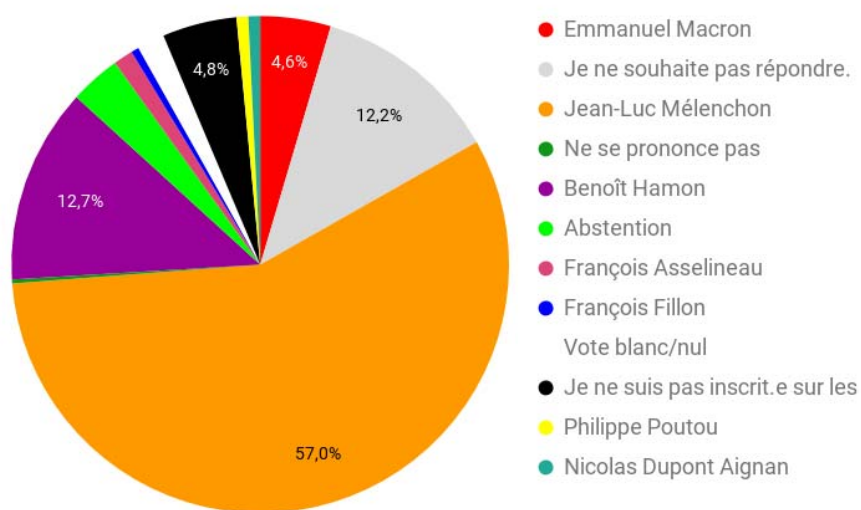
- Certaines personnes déclarent être dans une situation précaire avec des ressources individuelles entre 1400 et 1800 euros par mois.
- A l'inverse, certaines personnes déclarent être dans une situation très confortable en gagnant moins de 900 euros.

Aux deux extrémités, les cohortes créées en fonction du ressenti déclaré par les individus correspondent aux tranches de salaire déclarées :

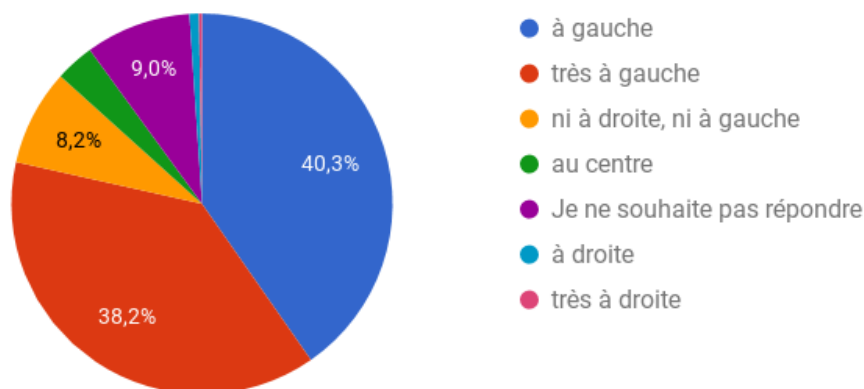
- La proportion de personnes se déclarant « précaires » ou « très précaires » correspond à la proportion de personnes ayant gagné « moins de 900 euros ».
- La proportion de personnes se déclarant « très confortable » correspond à la proportion de personnes ayant gagné « plus de 2300 euros ».

h/ Vote au premier tour de l'élection présidentielle

Pour qui vous avez voté au premier tour des élections présidentielles ?



Comment vous positionnez-vous sur "l'échiquier politique" ?



L'homogénéité du vote est assez impressionnante dans l'échantillon puisque Jean-Luc Mélenchon et Benoît Hamon récoltent à eux deux 70% des votes.

En tout et pour tout, les personnes déclarant se positionner « à gauche » ou « très à gauche » représentent 78,5% de l'échantillon.

Les personnes se positionnant « au centre » représentent 3,8% de l'échantillon ;

Les personnes se positionnant « à droite » représentent 0,8% de l'échantillon ;

Les deux personnes se positionnant « très à droite » représentent 0,3% de l'échantillon ;

Nous pouvons noter les 12% de personnes qui n'ont pas souhaité répondre à la question. Cette cohorte regroupe certainement une forte proportion des personnes dont les votes se sont portés sur des candidats comme François Fillon ou Marine Le Pen, très minoritaires dans l'association. Le vote de gauche ou d'extrême gauche représentant une très large majorité des votes parmi les participants de la Cagette, nous pouvons imaginer que les personnes ayant voté à droite ou à l'extrême droite, aient eu tendance, plus que les autres à ne pas déclarer leur vote.

4.4.5. Intensité de la participation au projet de la Cagette

Quatre contingents de participants ont été construits en fonction de l'intensité de leur investissement dans le projet.

Pour constituer ces quatre contingents nous avons combiné les données suivantes déclarées par chaque individu :

- Le nombre de participations au forum (réunion mensuelle générale de la Cagette), à des réunions de travail ou à des assemblées générales
- Le nombre de groupes de travail à laquelle la personne est inscrite.
- Le nombre d'heures de bénévolat réalisées dans l'association

Ces différentes données ont été combinées en suivant la méthode suivante :

- Les individus n'ayant **pas fait de bénévolat** ont obtenu **0 Point**

- Les individus ayant réalisé de **0 à 3 heures** ont obtenu **1 point**
- Les individus ayant réalisé **3 à 20 heures** ont obtenu **2 points**
- Les individus ayant réalisé **plus de 20 heures** ont obtenu **3 points**

Remarque : les déclarations faites par les deux salariés de l'association - Julien Guillaume et Thibaud Gravez – ont été corrigées. En effet elles étaient erronées puisqu'ils avaient déclaré ne pas faire d'heures de bénévolat pour l'association. Or, nous considérons que si leur participation n'est pas bénévole, elle a néanmoins une grande influence sur le projet. Cette rectification a permis de faire basculer les deux salariés du « premier cercle » à celui des « porteurs ».

- Les individus n'ayant participé à **aucune réunion** ont obtenu **0 point**
- Les individus ayant déclaré participer « **parfois** » à des réunions ont obtenu **1 point**.
- Les individus ayant déclaré participer « **souvent** » à des réunions ont obtenu **2 points**.
- Les individus n'ayant participé à aucune Assemblée Générale, ni **aucun** « Forum » (réunion générale mensuelle) ont obtenu 0 point
- Les individus ayant déclaré avoir participé « **ponctuellement** » à des Assemblées Générales, ou « Forum » (réunion générale mensuelle) ont obtenu **1 point**
- Les individus ayant déclaré avoir participé « **régulièrement** » à des Assemblées Générales, ou « Forum » (réunion générale mensuelle) ont obtenu **2 points**
- Les individus ayant déclaré avoir participé « **systématiquement** » à des Assemblées Générales, ou « Forum » (réunion générale mensuelle) ont obtenu **3 points**

L'addition des scores obtenus à chacune des questions a conduit à une répartition en quatre groupes :

Les personnes dont l'indicateur individuel était de **7, 8 ou 9 points** ont été intégrées dans le groupe des « **porteurs de projets** ».

Les personnes ayant obtenu **4, 5 ou 6 points** ont été intégrées dans le groupe « **premier cercle** »

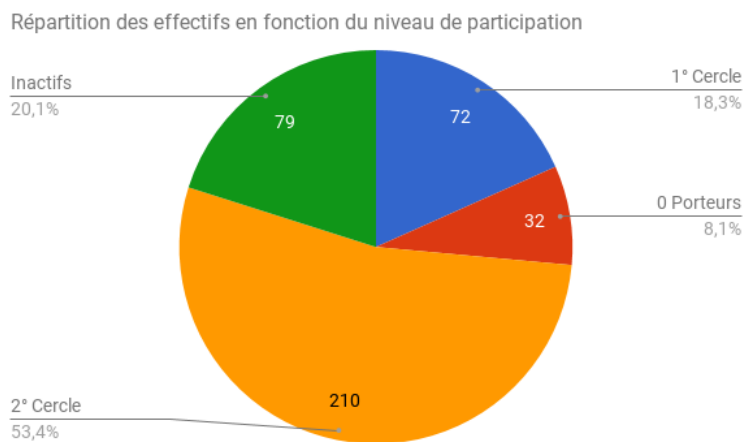
Les personnes ayant obtenu **1,2 ou 3 points** ont été intégrées dans le groupe « **second cercle** »

Les personnes ayant obtenu **0 point** ont été intégrées dans le groupe des « **inactifs** ».

Ces dénominations seront réutilisées tout au long du mémoire.

Résultats

L'histogramme suivant montre la répartition des effectifs dans chacun des quatre groupes.



4.4.6. Représentations des participants à la Cagette

Dans cette partie, nous allons nous concentrer sur les réponses ayant trait aux représentations sociologiques des participants vis-à-vis du projet de la Cagette : Quels objectifs assignent-ils à la structure ? Quelles sont les motivations de leur investissement personnel dans le projet ?

Nous avons présenté dans nos hypothèses de recherche une typologie de la participation des adhérents à la Cagette. Elle distinguait cinq « postures » parmi les participants : le militant « régulier », la posture caritative ou « descendante », la posture collectiviste, la posture « émancipatrice » et la posture « gestionnaire ». Nous aurions pu partir de cette grille de lecture issue de nos observations pour construire notre questionnaire. Nous aurions alors proposé des questions fermées visant à faire rentrer les participants dans les catégories que nous avons établies au préalable. Cette démarche nous aurait permis de confronter précisément nos hypothèses mais nous écartons la possibilité de voir émerger des catégories auxquelles nous n'avions pas pensé.

Nous avons donc laissé notre typologie initiale de côté, pour favoriser une approche empirique lors de la construction de cette partie du questionnaire.

Méthode de construction du questionnaire sur les représentations :

Afin de créer cette partie du questionnaire nous avons testé deux questions ouvertes auprès d'une trentaine d'adhérents de la Cagette :

- « Selon vous, quel est l'objectif principal de la Cagette ? »
- « Pouvez-vous nous donner la raison principale de votre participation à La Cagette ? »

Ces résultats préalables nous ont permis de créer des catégories que nous avons pu confronter ensuite dans le reste de l'enquête en rajoutant deux questions fermées à choix multiples à notre questionnaire.

En définitive, notre questionnaire comprend quatre types de questions différentes afférentes aux représentations, aux objectifs et aux motivations des participants :

- Deux questions ouvertes
- Une question fermée à choix multiple.
- Une grille de questions fermées à choix multiple.

Le traitement des données a donc été très différent selon la nature de la question.

Méthode de traitement des réponses ouvertes :

Concernant les questions ouvertes, le traitement de données choisi a été le suivant. Nous avons commencé par transcoder les phrases obtenues dans les réponses ouvertes par les concepts que nous parvenions à identifier.

Exemple de codage des réponses à la question : « **Selon vous, quel est l'objectif principal de la Cagette ?** »

La réponse : “Permettre d'acheter de façon plus éthique.” a été transcodée en deux concepts “consommateur, responsable”.

La réponse : “Rendre accessibles des produits de qualité à ses membres par la mise en commun et la coopération” a été transcodée en quatre concepts : “accessible, qualité, commun, coopération”.

Après une première passe de transcodage, nous avons obtenu une trentaine de concepts. Nous avons ensuite fait une nouvelle passe de transcodage afin d'harmoniser les termes dont la signification était très proche voire identique.

Par exemple, les termes « confiance », « transparence » et « origine » ont été réunis dans le concept « transparence ».

De la même manière, les concepts « convivialité, proximité, lien social » ont été transcodés dans le concept « Lien ».

Au bout de plusieurs passes de transcodage, nous avons vu émerger des « super catégories » que nous avons estimées significatives et que nous avons décidé de réutiliser par la suite pour réaliser des tris croisés. Ces catégories, issues du champ lexical mobilisé dans les réponses, s'apparentent peu ou prou à ce que Boltanski et Thévenot appellent des « registres de justification » (cf 3.6.9).

Certains concepts évoqués dans les réponses n'ont pas été intégrés dans nos « super catégories ». Nous les avons supprimés car ils n'avaient pas été mobilisés dans un nombre suffisamment significatif de réponses. Par exemple, les concepts « écologie » et « Humain » ne sont représentés dans aucune catégorie.

Résultat du retraitement des réponses ouvertes

Nous avons identifié 6 catégories transversales aux deux questions ouvertes :

1/ Le registre « Consommer » :

Cette catégorie regroupe les réponses ayant été transcodées dans les concepts : Consommer, manger, prix, qualité-prix, qualité, bio, local, saison, origine, transparent, confiance.

Nous avons estimé que les personnes ayant mobilisé ce type de concepts avaient évoqué la consommation en tant qu'objectif du projet de la Cagette.

2/ Le registre « Alternative » :

Cette catégorie regroupe les réponses ayant été transcodées dans les concepts : grande distribution, capital, politique, autogestion, alternative.

Nous avons estimé que les personnes ayant mobilisé ce champ lexical avaient évoqué la construction d'une alternative au capitalisme ou au libéralisme, comme un objectif du projet de la Cagette.

3/ Le registre « Equitable » :

Cette catégorie regroupe les réponses ayant été transcodées dans les concepts : Circuit court, producteur, juste-prix, équitable.

Nous avons estimé que les personnes ayant mobilisé ce champ lexical insistaient sur la nécessité de réorganiser la filière afin de répartir les profits de manière plus juste, plus particulièrement au profit des producteurs.

4/ Le registre « Question sociale » :

Cette catégorie regroupe les réponses ayant été transcodées dans les concepts : accès, tous, nourrir, social, solidaire.

Nous avons estimé que les personnes ayant mobilisé ce champ lexical évoquaient la « question sociale » au sens entendu par Robert Castel. Cette catégorie regroupe toutes les personnes qui parlaient de solidarité, d'accès à l'alimentation, de précarité.

5/ Le registre « Vivre ensemble » :

Cette catégorie regroupe les réponses ayant été transcodées dans les concepts : lien, convivialité, proximité, ambiance, collectif, communauté, commun.

Nous avons estimé que les personnes ayant mobilisé ce champ lexical mettaient en avant l'objectif de tisser de nouvelles sociabilités, de créer une communauté ou de renforcer les liens sociaux.

6/ Le registre « Société et organisation » :

Cette catégorie regroupe les réponses ayant été transcodées dans les concepts : citoyen, démocratie, ESS, Coopérative, association, participatif.

Nous avons estimé que les personnes ayant mobilisé ce champ lexical se référaient au champ de l'organisation, des modes de gouvernance ou autrement dit d'une conception des structures sociales.

6/ Le registre « Ethique » :

Cette catégorie regroupe les réponses ayant été transcodées dans les concepts : éthique, sens, responsable, valeurs, écologie.

Nous avons estimé que les personnes ayant mobilisé ce champ lexical se référaient aux « devoirs du consommateurs ». Cette catégorie regroupe toutes les conceptions morales, éthiques, ésotériques.

Une catégorie supplémentaire est apparue de manière significative dans les réponses à la question « Pouvez-vous nous donner la raison principale de votre participation à la Cagette ? » sans être présente dans les réponses à la question « Selon vous, quel est l'objectif principal de La Cagette ? ». Il s'agit de la catégorie « Participer » que nous avons par conséquent traitée à part.

Le registre « Participer » :

Cette catégorie regroupe les réponses ayant été transcodées en : projet, participer, soutien, porteurs.

Nous avons estimé que les personnes ayant mobilisé ce champ lexical dans leurs réponses considéraient le fait de participer au projet comme un objectif « en soi ». Le but de leur participation n'a d'autre finalité que d'apporter leur contribution à l'action collective.

Combinaison des réponses aux deux questions ouvertes

Afin de réaliser des tris croisés, nous avons parfois combiné les résultats des deux réponses ouvertes selon la méthode suivante :

Si une personne a utilisé le champ lexical de la consommation dans les réponses aux deux questions (objectifs de la Cagette et motivation personnelle) elle obtient un score de 2.

Si une personne a utilisé le champ lexical de la consommation dans l'une des deux réponses, elle obtient un score de 1.

Si une personne n'a jamais employé ce champ lexical, elle obtient un score de 0.

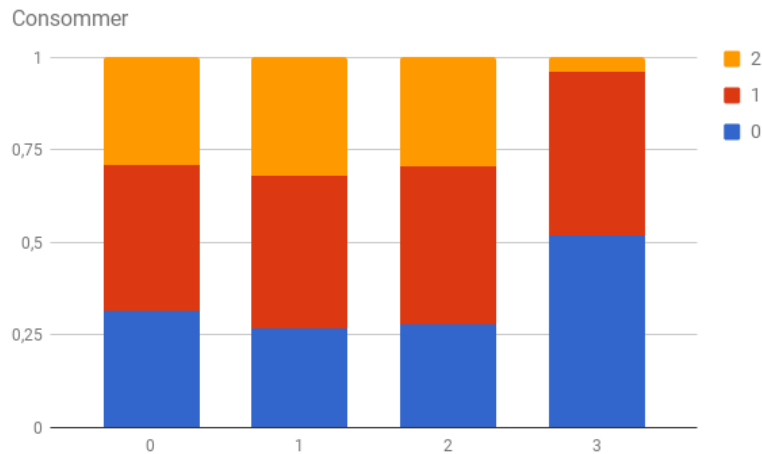
Le graphique ci-dessous présente la répartition des personnes ayant fait référence à la consommation dans zéro, une ou deux de leurs réponses en fonction de leur niveau de participation au projet :

3 = les « porteurs de projet »

2 = le « premier cercle »

1 = le « second cercle »

0 = les « inactifs »



Nous analyserons ces données par la suite.

Remarques sur la pertinence des catégories choisies :

En analysant ces réponses ouvertes, notre objectif n'était en aucun cas de classer les individus dans des catégories. Nous ne souhaitons pas réduire la complexité des individus ou de leurs représentations à l'analyse d'une réponse ponctuelle. En revanche nous souhaitons étudier les corrélations éventuelles entre les formes de participation à la Cagette et les objectifs exprimés par les participants. L'objectif est exclusivement d'étudier les discours, les motivations, les justifications et les représentations sociologiques mobilisées par les participants à un instant donné.

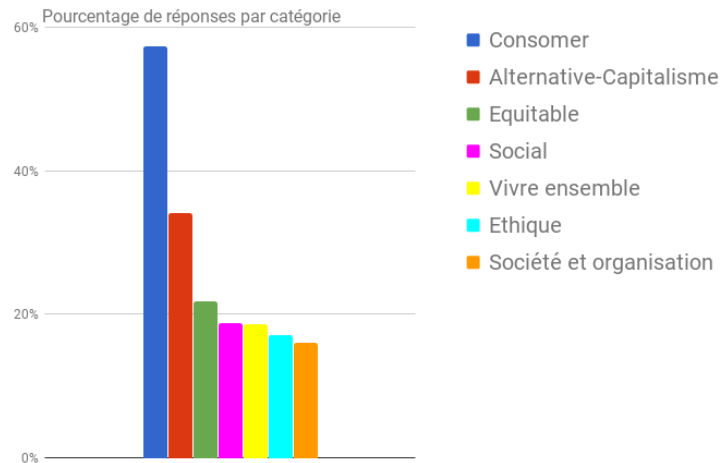
Il n'était pas non plus question de réduire l'expression des participants à des conceptions simplistes des objectifs de la Cagette, mais d'étudier s'il existait des corrélations entre les objectifs spontanément exprimés avec d'autres variables telles que la participation, ou certains déterminants sociologiques. L'utilisation d'un champ lexical pourra ainsi être croisée avec le degré d'implication des individus dans le projet ou avec leur appartenance à une catégorie sociale particulière.

Résultats

L'histogramme suivant montre la répartition des effectifs dans chacune des catégories :

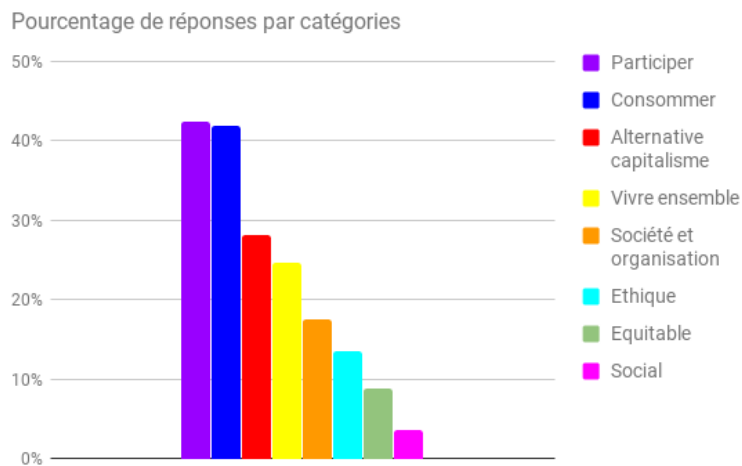
Réponses à la question ouverte N°1 :

« Selon vous, quel est l'objectif principal de la Cagette ? »



Réponses à la question N°2 :

« Pouvez-vous nous donner la raison principale de votre participation à La Cagette ? »



Il y a des différences significatives entre les réponses exprimées par les participants lorsqu'on leur demande de s'exprimer sur les objectifs généraux du projet ou sur les raisons de leur participation personnelle.

	Consommer	Alternative/Capitalisme	Vivre ensemble	Organisation et Société	Equitable	Ethique	Social
Objectif de la Cagette	225	134	73	63	86	67	74
Motivation personnelle	165	111	97	69	35	53	14

Par exemple, lorsqu'on interroge les participants à propos des objectifs généraux de la Cagette, ils sont 74 à mettre en priorité le registre « social ». En revanche, le « Social » n'est évoqué en tant que motivation personnelle que par 14 personnes.

De la même manière, le registre « Equitable » est prioritaire du point de vue des objectifs pour 86 personnes mais n'est cité comme motivation personnelle que par 35 d'entre elles.

Ce delta est particulièrement significatif en ce qui concerne la Consommation. Ils sont 225 à en faire un objectif de la Cagette mais seulement 165 à en faire un objectif personnel.

Ces observations viennent confirmer l'hypothèse selon laquelle les préférences individuelles sont contingentes aux conditions dans lesquelles elles sont exprimées. Une conclusion parfaitement en phase avec la démonstration de Julien Talpin. Les individus n'ont pas de préférences en tant que telles, ils expriment des préférences à un moment donné. En l'occurrence les individus n'appréhendent pas l'action de la même manière du point de vue personnel ou collectif.

Différence entre les catégories obtenues et la typologie issue de notre observation participante présentée dans notre première partie.

Les catégories imaginées dans la typologie présentée dans la partie Hypothèses ne correspondent pas aux catégories issues de nos questions ouvertes.

La première différence notable est l'émergence de manière très significative d'une catégorie à laquelle nous n'avions pas pensé : la catégorie « Consommateur » qui a été exprimée par 70% des participants ; celle-ci regroupe les personnes qui conçoivent la consommation en tant qu'objectif prioritaire du projet ou encore la consommation en tant que moteur de leur implication personnelle.

Les autres catégories ne correspondent pas non plus à notre typologie pour la raison suivante :

Notre typologie est le fruit de deux ans d'observations et procède d'une analyse assez fine des ressorts sociologiques de l'engagement. Elle a l'avantage d'être cohérente et complexe mais n'a pas pu être corroborée par les résultats de notre enquête et reste donc à l'état d'hypothèse. En effet, le questionnaire n'est pas un outil adapté pour conforter notre typologie de manière sérieuse puisque celle-ci se fonde sur la manière dont les individus articulent deux éléments :

1/ Leur approche critique du monde

2/ Leur prescription pour l'améliorer

Cette articulation complexe est insaisissable au travers d'un questionnaire. Les individus ont répondu au questionnaire en peu de temps et en peu de lignes. Le résultat permet de saisir des tendances statistiques de grande échelle, de mettre au jour quelques hypothèses mais n'a pas la subtilité d'une analyse sociologique qualitative.

Cependant nous pouvons relever des correspondances importantes entre notre typologie originelle et les registres issus du questionnaire :

La catégorie « Ethique » correspond, peu ou prou à la catégorie « militant régulier » de notre typologie. Elle met en avant le devoir moral du consommateur et souhaite imposer un cadre basé sur ses convictions personnelles.

Les catégories « Participer » et « Vivre ensemble » partagent beaucoup de points communs avec les catégories « Gestionnaire » et « Collectiviste » de notre typologie. Elles justifient toute les quatre leur participation par la participation elle-même. Le projet de la Cagette, le collectif sont devenus des objectifs « en soi ».

Les autres catégories issues de notre enquête (Consommateur, Alternative ; Equitable, Social ; Organisation et société) se répartissent parmi les différentes catégories de notre typologie.

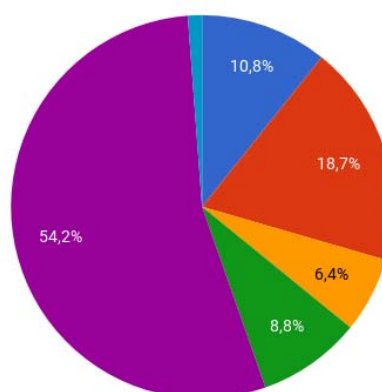
4.4.8. Questions fermées à choix multiples

Les réponses ont été utilisées telles quelles et n'ont nécessité aucun retraitement.

Première question :

Si vous deviez choisir, vous diriez que la priorité de La Cagette doit être :

- que tout le monde participe, y compris ceux qui ne consomment pas comme moi
- que notre coopérative soit économiquement viable et commercialement attractive
- de montrer l'exemple et qu'il y ait des produits irréprochables
- de créer du lien social, une communauté dans le quartier
- de construire une alternative au capitalisme
- Je ne souhaite pas répondre



La catégorie « construire une alternative au capitalisme » remporte une adhésion écrasante par rapport aux autres propositions. La majorité des répondants ont choisi cette réponse comme objectif prioritaire de la Cagette.

La catégorie « que notre coopérative soit économiquement viable et commercialement attractive » est choisie par près de 18% des répondants. Cette catégorie correspond à la posture « gestionnaire » que nous avons exposé dans notre hypothèse. Les personnes exposent la réussite du projet comme un objectif en soi qui précède toute autre considération politiques, morales, etc.

Les trois autres catégories se répartissent de manière assez équilibrée entre 6 et 11% de l'échantillon. Elles révèlent des postures représentatives mais largement minoritaires dans le projet.

Seconde question :

« Qu'est ce qui est important pour vous à la Cagette ? »

	Pas du tout important	Pas très important	Assez important	Très important
Trouver des bons produits à des bons tarifs	0 %	2 %	26 %	72 %
Défendre mes valeurs	1 %	3 %	38 %	58 %
Participer au projet collectif	1 %	5 %	41 %	54 %
Apprendre des choses	2 %	23 %	55 %	20 %
Rencontrer des gens	4 %	27 %	52 %	17 %

La motivation la plus partagée par les participants est très largement celle de « trouver de bons produits ». Seuls 2% des participants estiment que le fait de trouver de bons produits à des bons tarifs » n'est pas importante. Cette observation n'a rien d'étonnant puisque la Cagette est un projet de coopérative de consommateurs.

A l'inverse, les réponses « apprendre des choses » et « rencontrer des gens » passent au second plan par rapport à l'objectif « qualité-prix ». Environ un quart des répondants les considèrent même comme pas importantes.

Les motivations « défendre mes valeurs » et « participer au projet collectif » sont, elles, considérées comme très importantes par une majorité de participants mais un quart de l'échantillon estime que ce ne sont pas des motivations importantes.

La première conclusion que nous pouvons établir est que les objectifs identifiés dans l'enquête sont partagés par une immense majorité de participants. Dans le questionnaire « important/pas important », tous les items remportent l'adhésion d'une large majorité de participants. L'adhésion à la Cagette est multifactorielle pour tous les participants, en revanche, les effectifs

ne se répartissent pas de manière homogène lorsque l'on demande aux participants de choisir un objectif prioritaire de la Cagette.

Les deux types de questionnaires « fermés » révèlent des phénomènes différents et tout à fait complémentaires.

Par exemple :

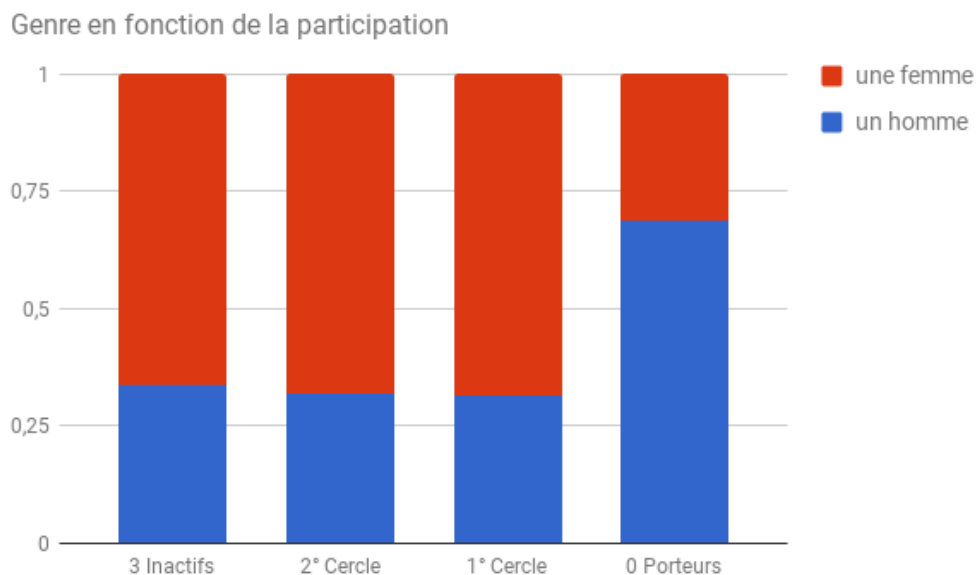
- 79% des répondants estiment que le fait de « rencontrer des gens » est une motivation personnelle importante de participer au projet, mais seulement 8,8% estiment que le lien social est l'objectif prioritaire de la Cagette.
-

L'une des critiques que nous apportons à la conception de ces deux questions fermées est que les réponses proposées dans le questionnaire n'étaient pas harmonisées l'une sur l'autre. Le fait que les catégories proposées ne soient pas identiques nous autorise à relever certaines tendances mais nous empêche de procéder à des croisements poussés.

4.4.9. Résultats croisés

4.4.9.1. Liens entre déterminants sociaux et participation

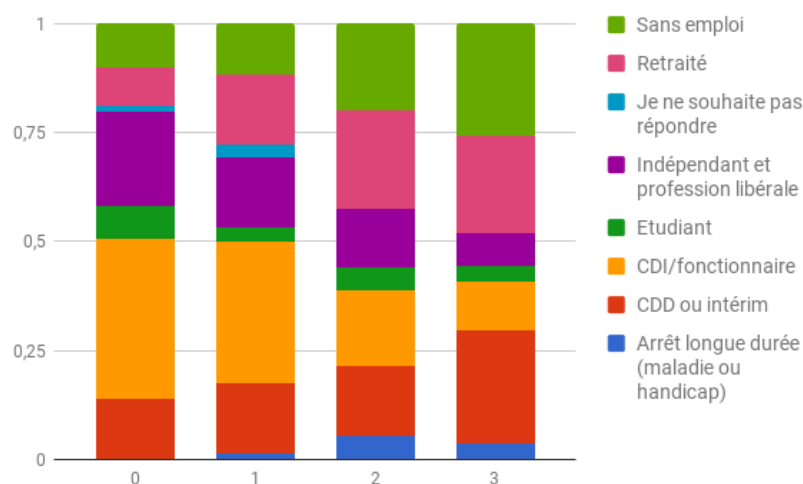
a/ Répartition en fonction du genre et du niveau de participation



Les femmes sont très largement majoritaires dans l'effectif global de l'association (63,8%), pourtant, ce graphique met en relief une particularité très significative : la proportion est inversée dans le groupe des « porteurs ».

Cette donnée se reflète dans les effectifs salariés de la coopérative : en effet, les cinq premiers salariés de la coopérative sont des hommes ce qui a conduit à des débats sur l'égalité homme/femme et à la création d'un comité de travail sur l'égalité homme/femme.

b/ Proportion des différentes catégories professionnelles parmi les quatre groupes de participants



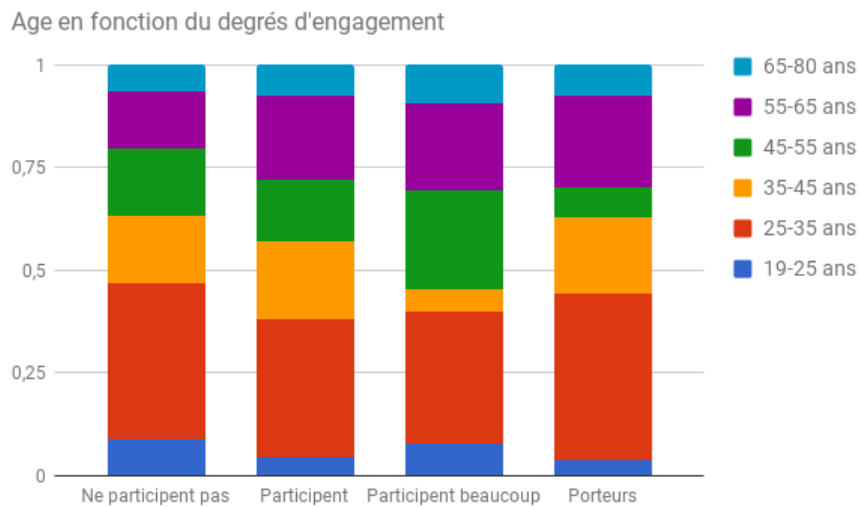
Dans le groupe des « porteurs », nous observons une surreprésentation de retraités, des sans-emplois, de personnes en CDD ou Intérim), par rapport aux autres catégories. A l'inverse nous observons une sous-représentation des indépendants et professions libérales, des CDI/fonctionnaire.

Dans le groupe des « inactifs » nous observons une surreprésentation des CDI/fonctionnaires, indépendant et professions libérale et des étudiants par rapport aux autres catégories.

Mais le graphique montre surtout que ces dynamiques sont linéaires : la proportion des différentes catégories professionnelles augmente ou diminue de manière continue en fonction du niveau de participation.

Ces observations n'ont rien de surprenant puisqu'elles révèlent que les personnes disposant de plus de temps libre participent plus que celles qui ont un emploi régulier.

c/ Répartition des différentes classes d'âge et les quatre groupes de participants



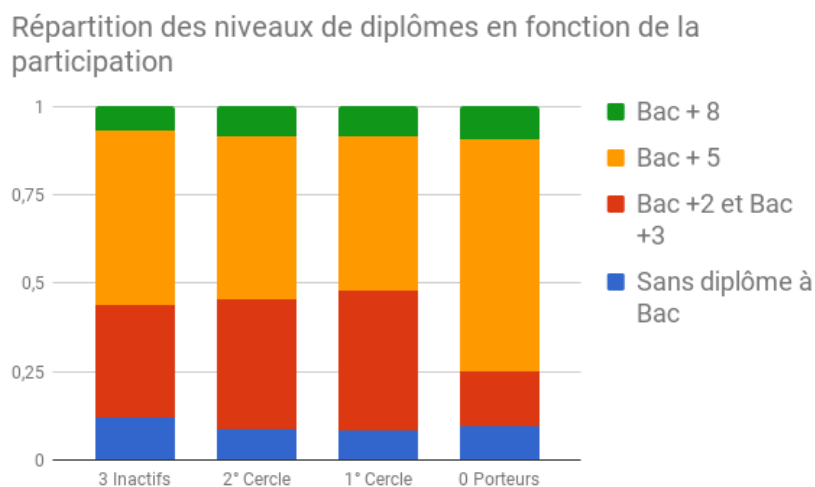
Le graphique ne révèle pas de dynamiques significatives relatives à l'intensité de la participation des individus.

La participation des classes d'âge 65-80 ans et 13-25 ans 25-35 ans est quasi-similaire, quelle que soit le niveau de participation.

On remarque une sous-représentation des 45-55 ans dans le groupe des porteurs.

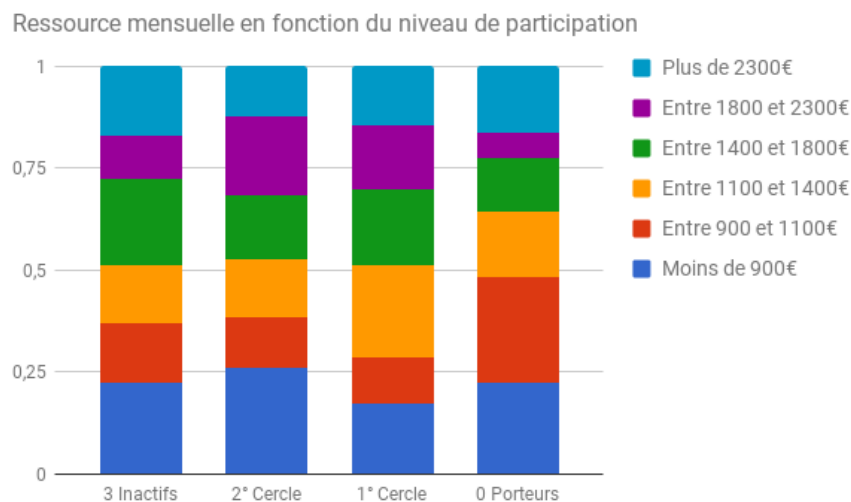
On constate une sous-représentation des 35-45 ans et une sur-représentation des 45-55 ans dans le « premier cercle ».

d/ Répartition des différents niveaux de diplômes et les quatre groupes de participants



Il ne semble pas y avoir de corrélation entre le niveau de diplôme et le niveau de participation. Les niveaux de diplômes sont répartis de manière homogène dans les groupes de participation. Une seule « anomalie » statistique apparaît dans le groupes des porteurs où les Bac + 5 sont largement surreprésentés par rapport aux autres groupes.

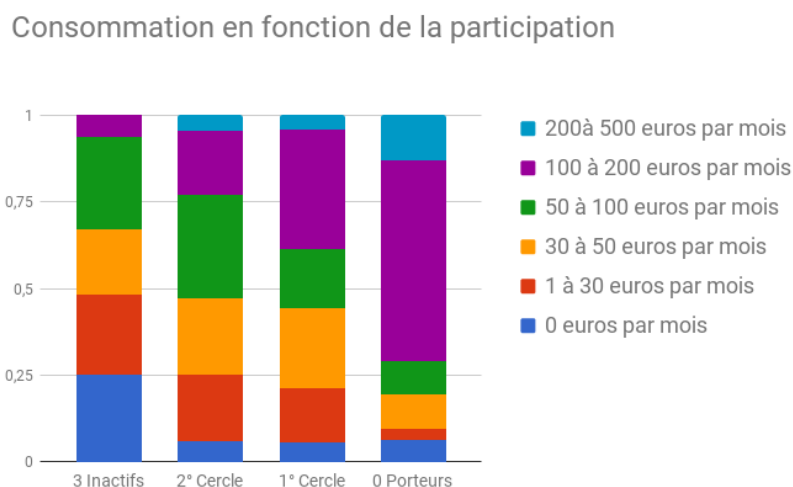
e/ Répartition des différentes catégories de revenus dans les quatre groupes de participants



Nous constatons une surreprésentation des personnes gagnant entre 900 et 1100 euros parmi les porteurs de projets.

Dans l'ensemble, les niveaux de ressources sont répartis de manière relativement homogène parmi les quatre groupes de participants.

f/ Consommation en fonction de la participation

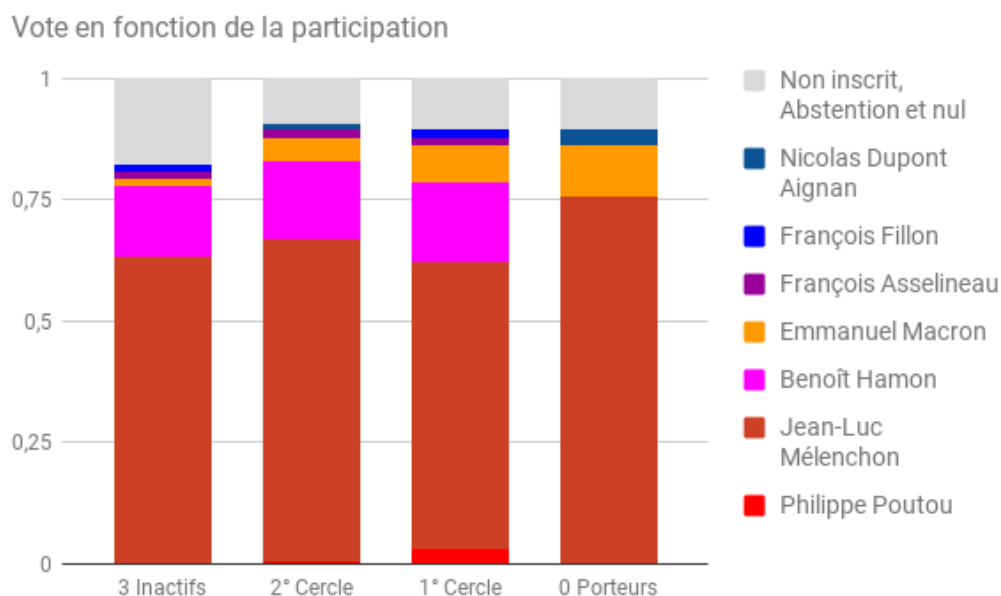


Nous constatons que 59 personnes sont de véritables « clients » de la Cagette. Ils consomment et ne participent pas du tout.

Nous constatons également que deux des porteurs ne consomment pas.

Enfin, si nous nous concentrons sur les dynamiques globales, nous remarquons que le volume de consommation individuelle augmente en fonction de la participation.

g/ Répartition des votes à la présidentielle en fonction de la participation



Nous remarquons une surreprésentation du vote Mélenchon dans le groupe des « porteurs » par rapport aux autres groupes. On constate également une disparition totale du vote Hamon dans le groupe des porteurs.

Nous émettons l'hypothèse d'un effet de sociabilité de groupe qui aurait conduit les « porteurs » intéressés par le vote Hamon à basculer vers un vote Mélenchon. En effet, cette présidentielle a été l'objet de beaucoup de discussions parmi les porteurs. Il semble que l'argument d'un vote « utile » Mélenchon lui permettant d'accéder au second tour ait porté ses fruits dans le groupe des porteurs. Cependant cette hypothèse mériterait d'être confirmée par une enquête qualitative.

Chez les « inactifs », le groupe « vote nul, abstentionniste et non-inscrits » est surreprésenté. Nous constatons donc que les personnes actives à la Cagette sont plus attachées au vote que celles qui ont une implication lointaine.

Nous observons également une augmentation linéaire du vote « Macron » en fonction de la participation. Cette observation doit être tempérée par le très faible score de Macron relativement aux scores obtenus à l'échelle nationale.

Enfin, si l'on compare ces résultats aux chiffres obtenus dans le scrutin national, nous observons un tropisme extrêmement puissant vers la gauche de l'échiquier politique. Les candidats de droite et d'extrême droite sont quasiment absents parmi les participants de la Cagette.

4.4.9.2. Liens entre déterminants sociaux et représentations

Dans cette partie nous tâcherons d'établir de corrélations entre deux éléments :

D'une part les déterminants sociaux (genre, âge, niveau de diplômes...) et d'autre part les représentations sociologiques des participants vis-à-vis du projet. Pour étudier ces fameuses représentations sociologiques, nous avons mis au point une grille de lecture ainsi qu'un indicateur individuel.¹²

Pour rappel, la grille de lecture a été élaborée d'après les réponses ouvertes des participants. Cette grille de lecture comprend huit « registres » qui ont pu être évoqués par les personnes au cours de leurs réponses :

Consommer, Alternative, Equitable, Social, Vivre ensemble, Organisation et société, Ethique, Participer.

- Les personnes ayant fait référence à l'un des registres de notre « grille de lecture » à deux reprises obtiennent deux points.
- Les personnes ayant fait référence à l'un des registres de notre « grille de lecture » à une reprise obtiennent un point.
- Les personnes n'ayant fait référence à aucun registre de la grille de lecture n'obtiennent pas de point.

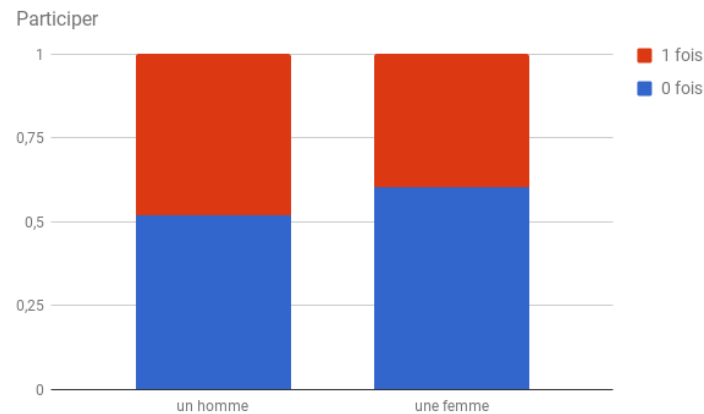
Dans cette partie nous croiserons cet indicateur avec les données concernant les déterminants sociologiques des adhérents.

Nous avons choisi de ne présenter que les tableaux présentant des données significatives et d'exclure les graphiques qui ne révèlent pas de tendance suffisamment parlante. C'est la raison pour laquelle le nombre de graphiques varie selon les paragraphes de ce chapitre.

¹² La méthodologie de construction de cet indicateur et de la grille de lecture sont expliqués à la page 68.

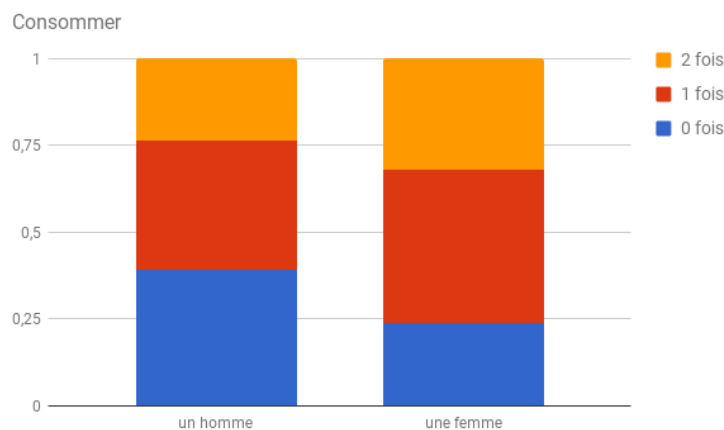
Représentations sociologiques en fonction du genre

« Participer »



L'objectif de « participer » est moins employé dans les réponses des femmes que dans celles des hommes.

« Consommer »



Le registre « Consommer » est lui plus utilisé par les femmes que par les hommes.

Ces deux observations doivent être mises en corrélation avec les observations faites dans la partie « 1/ Répartition des genres parmi les quatre groupes de participants ». En effet, bien que majoritaires dans l'association, les femmes sont sous-représentées dans le groupe des porteurs. Cette observation statistique laisse transparaître un lien de cause à effet entre représentation sociologique, genre et modes de participation. Les Hommes ont-ils tendance à favoriser une implication intense ? Les femmes ont-elles tendance à délaissier les fonctions de responsabilité ? Les Hommes ont-ils tendance à surinvestir des fonctions « entrepreneuriales », de risque ou de pouvoir. Inversement, ont-ils tendance à délaissier une participation à vocation sociale ou désintéressée ? Les femmes sont-elles toujours les principales vectrices de la consommation ?

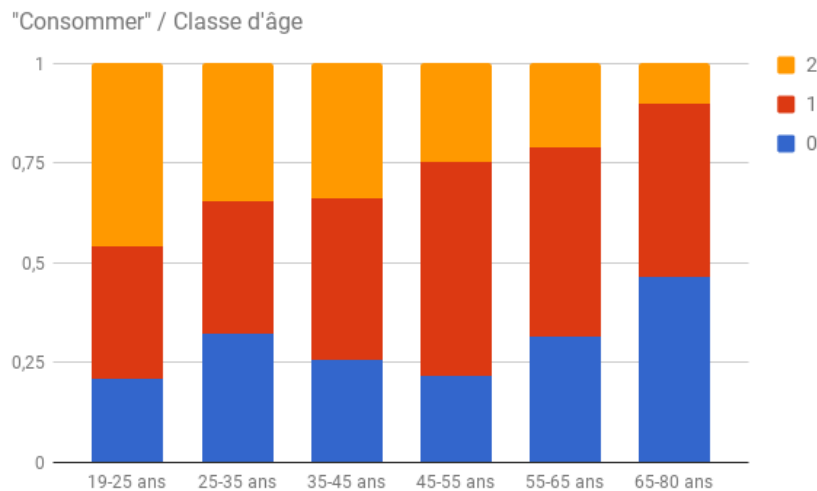
Il serait intéressant de confronter ces hypothèses simplistes par une enquête qualitative complémentaire au sein de la Cagette. En effet notre enquête dessine de grandes tendances

statistiques et ouvre des pistes de réflexions et mais ne permet pas de saisir des nuances subtiles relatives aux représentations sociologiques.

Représentations sociologiques en fonction des classes d'âge

« Consommer »

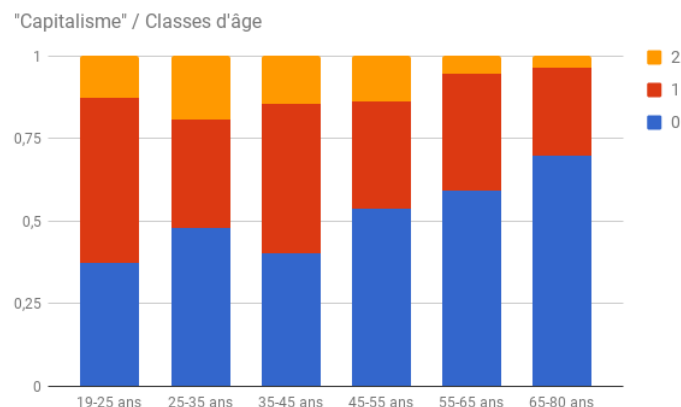
D'un point de vue global, nous constatons que l'objectif de « Consommer » a été le plus mobilisé de notre grille de lecture puisque 70% des participants y ont fait référence au moins une fois. Si l'on croise cette donnée avec les différentes classes d'âge de notre échantillon nous obtenons l'histogramme suivant :



L'histogramme ci-dessus révèle une tendance très nette. Plus on appartient à une classe d'âge élevée moins on considère la consommation comme un objectif prioritaire.

« Alternative/ Capitalisme »

Nous constatons que l'objectif « Alternative/capitalisme » a été mobilisé par 49% des participants. Si l'on croise cette donnée avec les différentes classes d'âge de notre échantillon nous obtenons l'histogramme suivant :

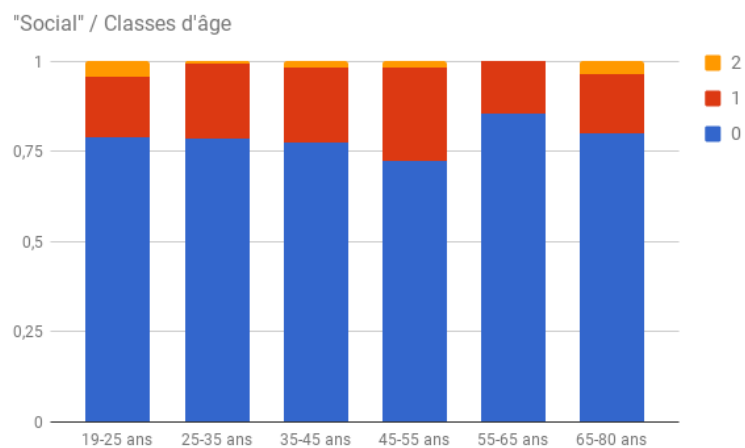
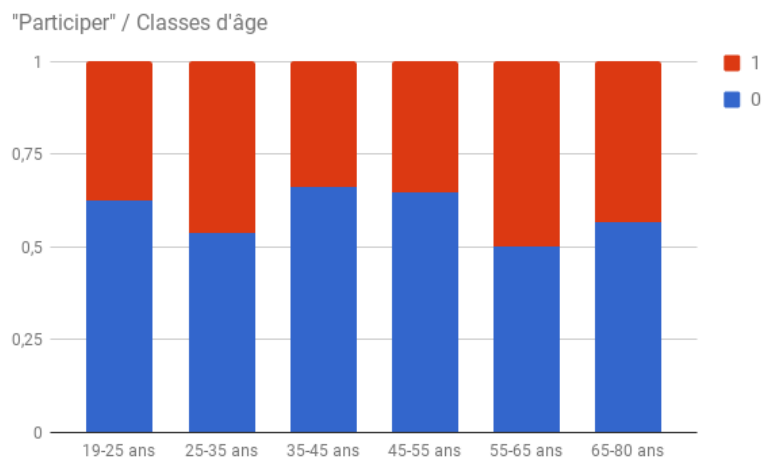


L'histogramme ci-dessus révèle une tendance très nette. Plus on appartient à une classe d'âge élevée moins on évoque la construction d'une alternative au capitalisme ou au libéralisme en tant qu'objectif prioritaire.

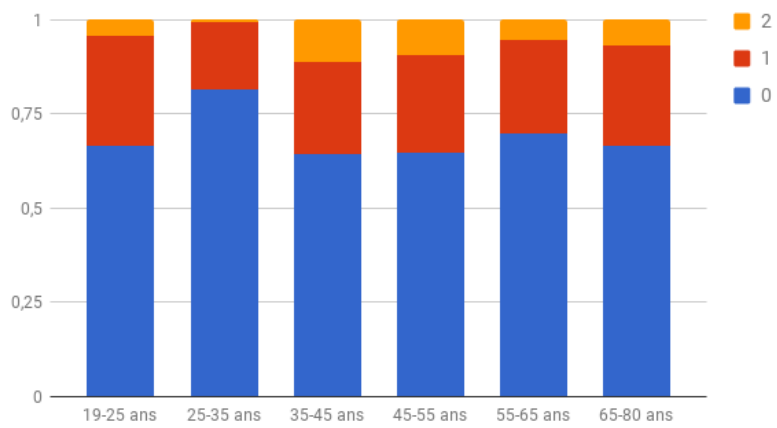
Les classes d'âge les plus jeunes placent majoritairement la construction d'une alternative comme une priorité. Nous passons de 63% pour la classe 19-25 ans à seulement 30% pour la classe 65-80 ans.

« Participer »

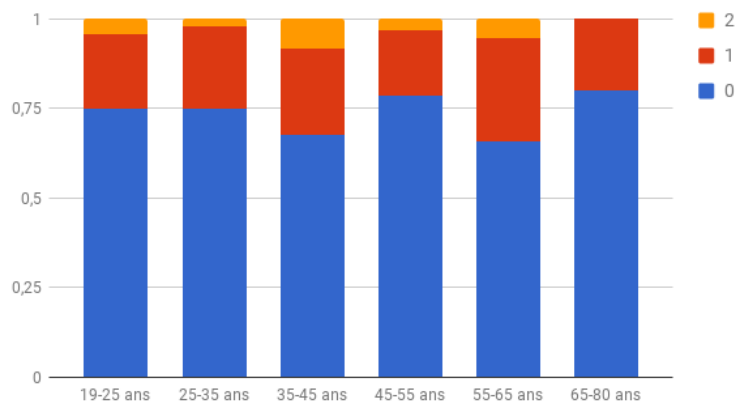
Nous constatons que le croisement des registres « Participer » (42%); « Social » (21%); « Organisation et société » (38%); « Equitable » (27%) et « Ethique » (26%) avec l'appartenance à une classes d'âge ne révèlent pas de corrélation suffisamment significative pour être analysé.



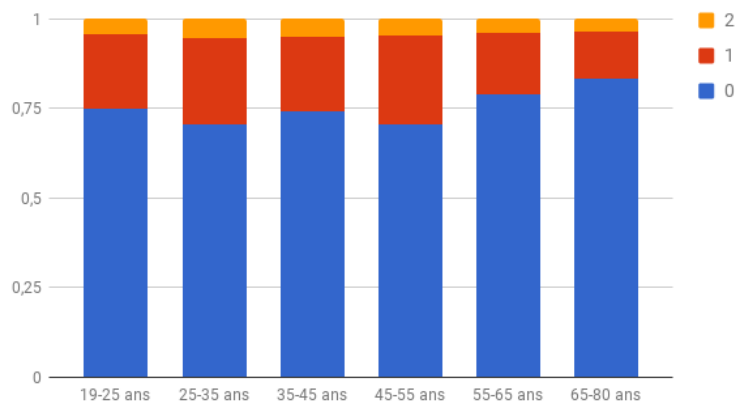
"Organisation et société" / Classes d'âge



Equitable / Classes d'âge

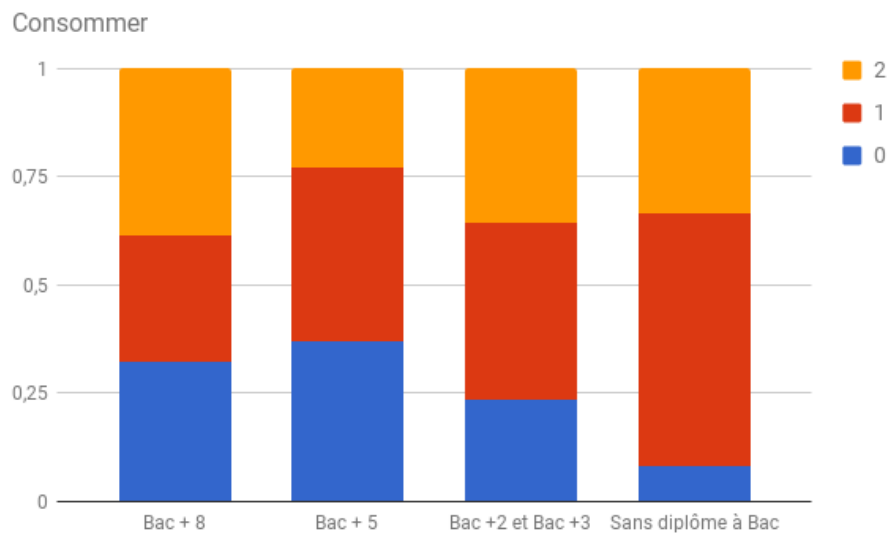


Ethique / Classes d'âge



Représentations sociologiques en fonction du niveau de diplôme

« Consommer »



Le seul registre qui révèle une corrélation significative lorsqu'on le croise avec le niveau de diplôme est « Consommer ».

Nous constatons que moins les personnes sont diplômées, plus elles font référence à l'objectif de « consommer ».

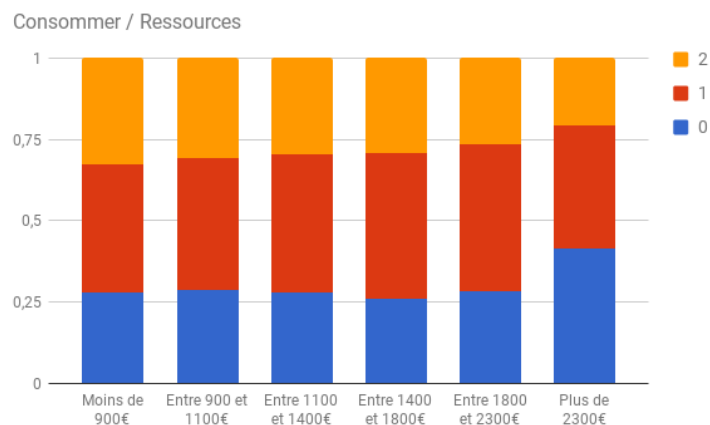
Ainsi, 92% des personnes non diplômées ou ayant un diplôme inférieur ou égal au bac ont mentionné au moins une fois l'objectif de consommation.

A l'opposé, 64% des personnes disposant d'un Bac + 5 ou supérieur ont évoqué l'objectif de « consommer ».

Représentations sociologiques en fonction des revenus individuels

« Consommer »

« Consommer » est le seul registre qui révèle une corrélation significative lorsqu'on le croise avec la situation économique ressentie.



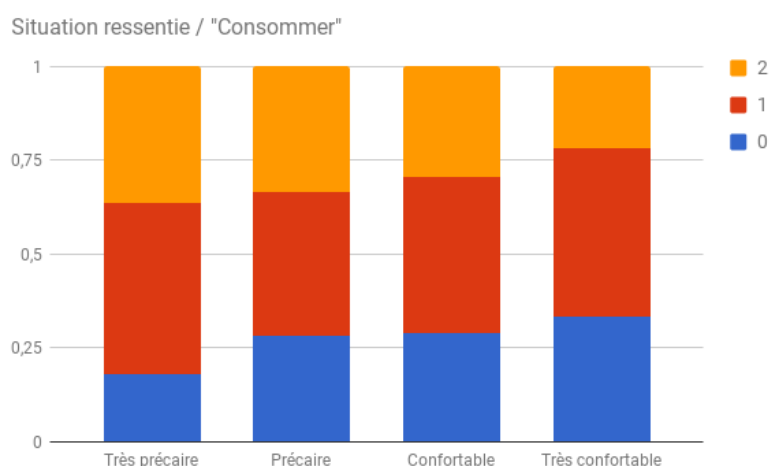
Nous constatons que plus le revenu est bas, plus les personnes évoquent l'objectif de « consommer ». A l'inverse plus le revenu est haut, moins les personnes n'utilisent le registre de la consommation. Cette tendance est très légère sur toute la courbe de salaire sauf à partir de 2300 euros où elle s'accroît plus fortement.

Ainsi, nous passons de 72% d'expression de l'objectif « Consommer » chez les personnes gagnant moins de 900 euros à 58% chez les personnes gagnant plus de 2300 euros.

Représentations sociologiques en fonction de la situation économique ressentie

« Consommer »

« Consommer » est encore une fois le seul registre qui révèle une corrélation significative lorsqu'on le croise avec la situation économique ressentie.



Nous constatons ici que plus la situation ressentie est confortable, moins les personnes évoquent la consommation en tant qu'objectif.

4.4.9.3. Liens entre participation et représentations

Dans cette partie nous tâcherons d'établir des corrélations entre deux éléments :

D'une part le niveau de participation en utilisant les quatre groupes de participation utilisés jusque-là : le groupe des « porteurs » ; le « premier cercle », le « second cercle » ; le groupe « inactif ». D'autre part nous utiliserons la synthèse des réponses ouvertes sur les représentations sociologiques : les participants ont-ils fait référence, 0, 1 ou deux fois à chacun des huit « registres » de notre grille de lecture : « Consommer », « alternative », « Equitable », « social », « vivre ensemble », « organisation et société », « éthique », « participer ».

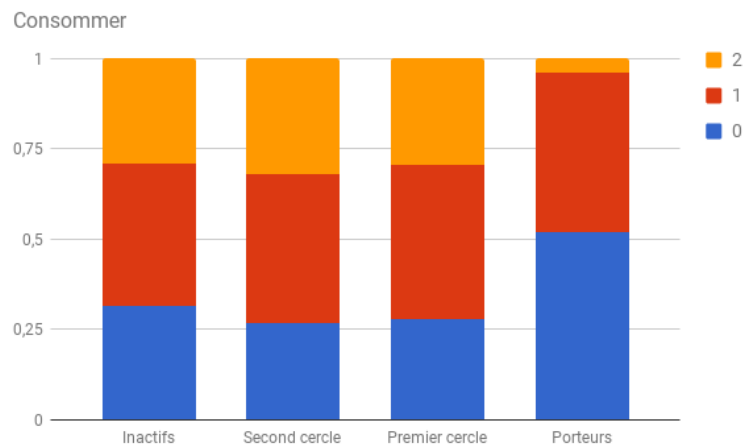
- Les personnes ayant fait référence à un des registres de notre grille de lecture à deux reprises obtiennent deux points.

- Les personnes ayant fait référence à un registre de la grille de lecture à une reprise obtiennent un point.
- Les personnes n'ayant pas fait référence à un registre de la grille de lecture n'obtiennent pas de points.

Nous avons choisi de ne présenter que les tableaux révélant des données significatives.

Nombre de références à un « registre » en fonction de son niveau de participation

« Consommer »



D'un point de vue global, nous constatons que l'objectif de « Consommer » a été le plus mobilisé de notre grille de lecture puisque 70% des participants y ont fait référence au moins une fois. En revanche, il existe une vraie rupture entre le groupe des « porteurs » et les autres.

L'objectif de « consommer » est également réparti parmi tous les groupes sauf parmi les « porteurs » qui y ont beaucoup moins fréquemment fait référence.

En moyenne, 71% des trois premiers groupes ont fait référence à la consommation.

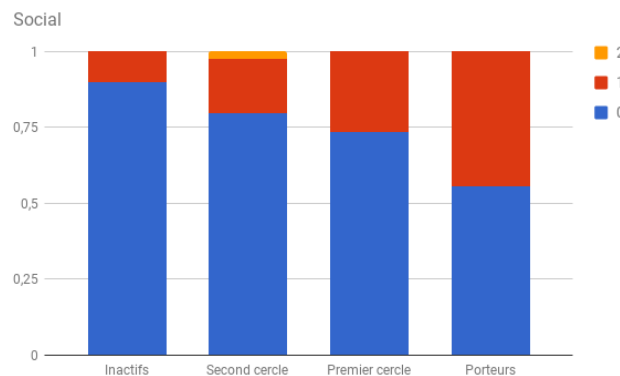
Cette proportion chute à 48% dans le groupe des porteurs.

La différence est encore plus parlante si on se concentre sur les personnes ayant fait référence à la consommation à deux reprises :

Celle-ci est de 7% chez les porteurs contre 42% chez les autres.

En définitive, nous pouvons considérer que les porteurs de projets définissent d'autres objectifs prioritaires que la Consommation. C'est un élément qui peut sembler étonnant si l'on considère que la Cagette est une coopérative de consommateurs.

« Social »



Le registre « Social » regroupe les personnes ayant mobilisé le champ lexical de la justice sociale, de l'assistance, de « l'accès à tous » et de la répartition des richesses, en d'autres termes tout ce que Robert Castel regroupe sous la dénomination de « la question sociale ».

De manière générale, nous remarquons que l'objectif « Social » est peu mobilisé par les coopérateurs en comparaison avec les autres registres de notre grille de lecture. Seuls 21% d'entre eux ont cité cet objectif au moins une fois contre 70% pour l'objectif « consommer ». L'objectif « Social » est le plus clivant de tous les registres de notre grille de lecture puisque les « porteurs » mobilisent quatre fois plus l'objectif « social » que les « inactifs ».

10% des « inactifs » ont mobilisé le registre « Social »

20% du second cercle.

27% du premier cercle.

44% des « porteurs ».

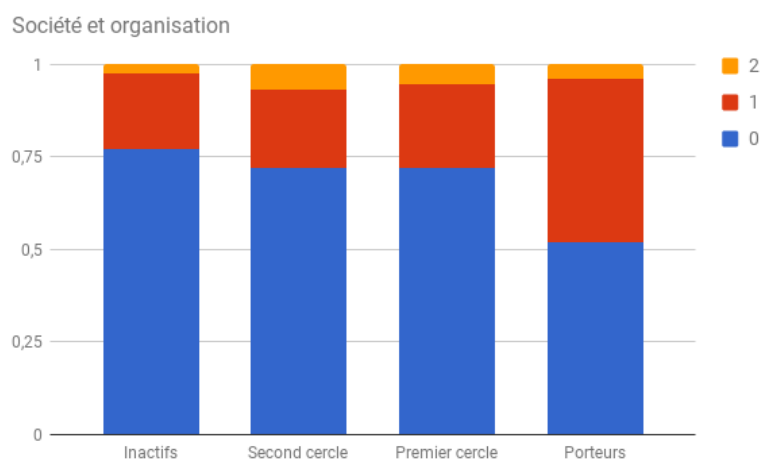
Nous pouvons émettre une hypothèse afin d'expliquer cette tendance mais celle-ci mériterait d'être corroborée par des entretiens qualitatifs :

L'objectif « social » n'est pas l'objectif le plus évident dans un projet de coopérative de consommateurs. En revanche c'est une préoccupation particulièrement mise en avant par le groupe très restreint de personnes à l'origine du projet. Celles-ci ont participé à la conception des éléments de communication depuis le départ. Nous pensons que l'augmentation linéaire de l'emploi du registre « Social » en fonction de la participation est due à la diffusion d'éléments de langage parmi les participants de l'association. Tous les adhérents de l'association ont notamment assisté à une réunion de présentation du projet au cours de laquelle nous explicitons les enjeux « sociaux » de la Cagette, en premier lieu, la nécessité d'être financièrement accessible à toutes les bourses.

En conclusion, cet histogramme révèle une tendance très claire : plus les individus participent, plus ils évoquent l'objectif « Social ». Nous percevons ce résultat comme une réussite de la conduite de projet de la Cagette en termes de communication. Cela dit, cette réussite est à relativiser puisque l'objectif « Social » est l'un des moins mobilisés par les participants. Il arrive

largement derrière les objectifs « Equitable » ou « Ethique » qui sont des référentiels secondaires dans la communication du projet. Ces référentiels sont en revanche des éléments de langage actuellement très répandus dans la société française en général (« consommation responsable, éthique, circuits courts). Nous constatons d'ailleurs que contrairement à l'objectif « social », l'emploi de ces référentiels exogènes à la Cagette (Equitable et Ethique), n'augmente pas en fonction de la participation à la Cagette. Le registre « éthique » est utilisé également quel que soit le niveau de participation. Le registre « Equitable » diminue lui fortement en fonction du niveau de participation.

« Société et organisation »



Dans la grille de lecture que nous avons mise au point, le registre « Société et organisation » regroupe les personnes ayant fait référence à des modes d'organisations, de gouvernance ou autrement dit d'une conception des structures sociales. Elles évoquent les modes de gestion ou de coordination comme un objectif prioritaire.

Nous constatons que l'objectif « Organisation et Société » est l'un des moins utilisés de notre grille de lecture.

En revanche, nous constatons que la proportion de personnes faisant référence au registre « société et organisation » va croissante en fonction de l'engagement dans le projet. Plus les personnes participent, plus elles font référence à la structure sociale.

Deux hypothèses peuvent être posées pour expliquer ce phénomène :

- Les personnes qui sont le plus intéressées par les modes d'organisation, par les structures sociales ou par la gouvernance ont tendance à s'impliquer de manière plus intense dans un projet comme la Cagette. Nous avons remarqué au cours des deux années passées que le groupe des porteurs est investi par un nombre important de « têtes de réseau » de l'économie sociale locale (salariés ou membre très actifs d'associations, de coopératives). Celles-ci possèdent déjà les codes, connaissent les mécanismes et les enjeux inhérents à ce type de structures. Elles étaient déjà dans une dynamique militante avant d'arriver à la Cagette et souhaitent faire profiter le projet de

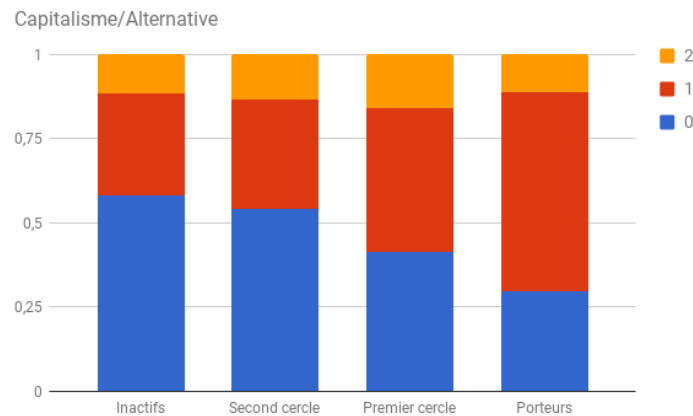
leur expérience passée. Ces individus partagent des habitudes, des convictions et leur intégration est donc aisée.

- Certaines personnes acquièrent une connaissance nouvelle sur les enjeux de gestion en participant au projet. Au fur et à mesure qu'ils s'impliquent ils se retrouvent confrontés à des enjeux de coordination et de gouvernance. Elles finissent donc nécessairement par se construire un corpus théorique afin de parer aux problématiques rencontrées. Ces personnes auront tendance à évoquer les enjeux de gestion de manière plus fréquente que des personnes qui restent dans une position d'utilisateurs.

A peine 23% des inactifs ont fait référence au moins une fois au champ lexical dénommé « Organisation et société » contre 48 % chez les porteurs.

Nous constatons que la préoccupation « Organisation et société » est presque deux fois plus répandue chez les porteurs que chez les autres (48% contre 26%).

« Capitalisme/Alternative »



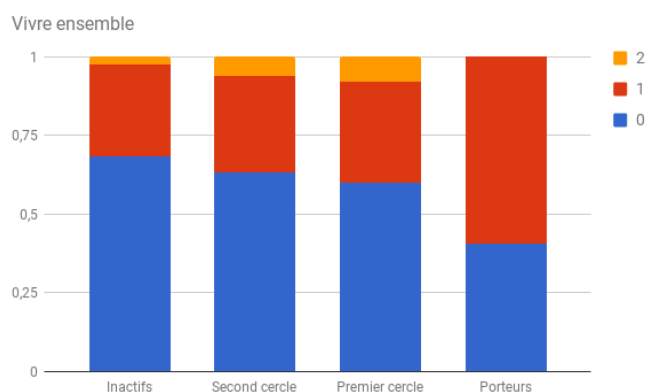
Dans la grille de lecture que nous avons mise au point, le registre « Capitalisme/Alternative » regroupe les personnes ayant évoqué la construction d'une alternative au capitalisme ou au libéralisme, en tant qu'objectif.

Nous constatons que cet objectif est globalement très mobilisé par les participants puisqu'ils sont 49% à y avoir fait référence au moins une fois.

L'histogramme révèle une tendance très claire : plus les individus participent, plus ils évoquent l'objectif de construire une alternative au capitalisme ou au libéralisme.

Cet objectif est partagé par 70% des porteurs contre 49% pour le reste des participants.

« Vivre ensemble »



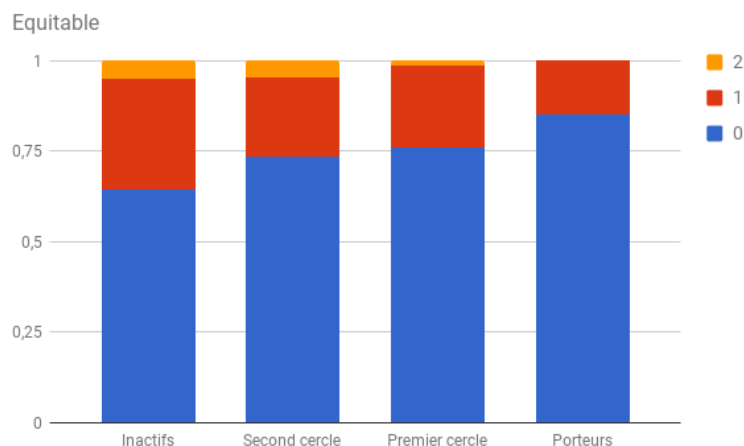
La catégorie « Vivre ensemble » regroupe les personnes ayant évoqué comme objectif de tisser de nouvelles sociabilités, de créer une communauté ou de renforcer les liens sociaux entre les participants. Elle regroupe les personnes ayant mobilisé des concepts tels que : lien, convivialité, proximité, ambiance, collectif, communauté, commun.

Nous constatons que cet objectif est mobilisé de manière significative par les participants puisqu'ils sont 38% à en faire une priorité de la Cagette. C'est le quatrième registre le plus utilisé.

Nous constatons que la proportion de personnes ayant fait référence à ce registre augmente en fonction de la participation. Ainsi, 36% des personnes y ont fait référence dans les trois premiers groupes contre 59% chez les porteurs.

Nous proposons l'hypothèse que les porteurs de projet sont plus fortement préoccupés par cet objectif car ils bénéficient d'ores et déjà de ses bienfaits. En effet le noyau de la Cagette a permis la naissance de sociabilités fortes et nombreuses (amitié, relations amoureuses...). Le souhait de voir cette communauté s'étendre est donc répandu « parmi les porteurs » qui en font un objectif important du projet.

« Equitable »



Le registre « Equitable » regroupe les personnes ayant évoqué comme objectif la nécessité de réorganiser la filière afin de répartir les profits de manière plus juste, plus particulièrement au profit des producteurs. Elle regroupe les personnes ayant évoqué les principes de « juste prix », « responsable », « circuit court », ou de la mise en place d'une organisation favorable au producteur.

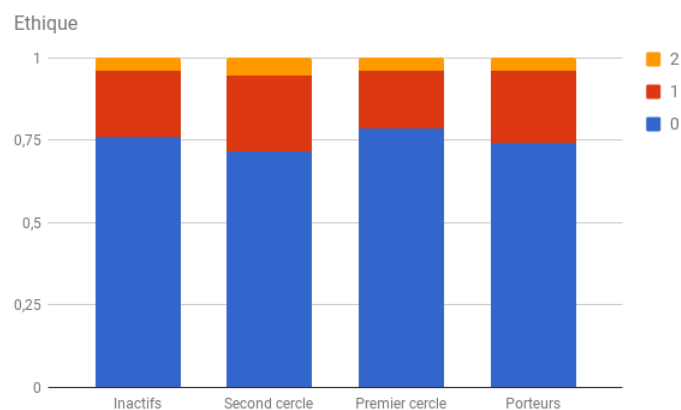
Nous constatons que cet objectif est globalement peu mobilisé par les participants puisqu'ils sont seulement 25% à y avoir fait référence contre 70% pour l'objectif de « Consommer ».

Cette catégorie nous a permis de percevoir la diffusion importante dans la société française d'éléments de langage tels que le « circuit court ». Ces concepts sont exogènes au projet de la Cagette puisque nous n'y faisons jamais référence dans notre communication. Nous nous attachons même à en déconstruire certains lors des réunions de présentation du projet. Par exemple, le concept de « circuit court » nous semble simpliste et contreproductif pour la mise en œuvre de filières agro-alimentaires cohérentes dans une zone urbanisée. Comment imaginer que les consommateurs urbains ou les producteurs aient intérêt à se passer de grossistes ou d'intermédiaires ? Comment imaginer qu'un producteur ait le temps d'assurer le transport, le stockage, la vente de ses produits dans de multiples points de ventes répartis sur le territoire ? Comment imaginer qu'il ait le temps de serrer la main et d'expliquer individuellement à chacun de ses consommateurs les problématiques de son travail ? Comment imaginer que les consommateurs aient les moyens de s'approvisionner en direct chez tous les producteurs ? Comment imaginer que ces différentes solutions soient écologiquement plus efficaces qu'une filière composée d'acteurs intéressés par la logistique et la rationalisation ?

L'histogramme présenté ci-dessus permet de remarquer que le registre « Equitable » est de moins en moins répandu en fonction de la participation à la Cagette, signe que les adhérents se débarrassent peu à peu des concepts simplistes dont ils étaient imprégnés en arrivant. Nous espérons que les participants acquièrent une perception plus complexe des problématiques liées à l'approvisionnement au fur et à mesure de leur implication dans le projet.

Nous remarquons par exemple que la notion de circuit-court disparaît totalement dans le groupe des « Porteurs ».

« Ethique »



La catégorie « Ethique » regroupe les personnes ayant évoqué les « devoirs du consommateur » comme objectif prioritaire de la Cagette. Ce registre regroupe les références à des conceptions morales, éthiques, ésotériques.

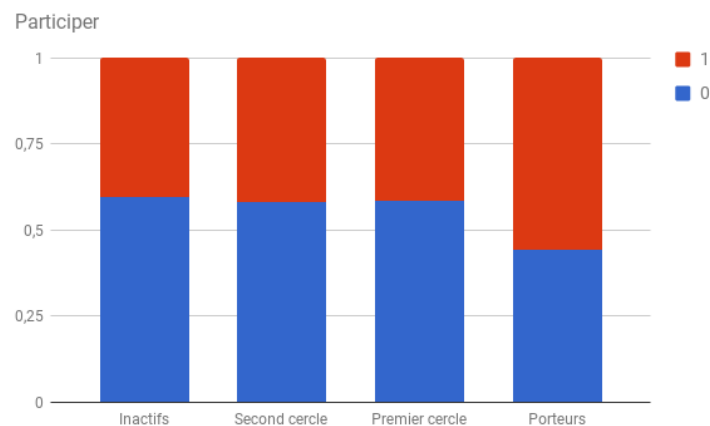
Nous constatons que cet objectif est mobilisé de manière relativement marginale puisqu'ils sont 26% à en faire une priorité de la Cagette.

L'histogramme ne révèle aucune dynamique particulière ce qui nous permet de produire l'analyse suivante :

Les questions d'éthique ne sont pas corrélées au niveau de participation au projet.

Nous proposons l'hypothèse suivante qui gagnerait à être confrontée avec des entretiens qualitatifs. Les « valeurs », « principes moraux », « convictions » varient selon les individus et peu d'entre eux estiment qu'ils constituent des bases suffisamment claires pour les énoncer en tant qu'objectifs prioritaires de l'action collective.

« Participer »



Une catégorie supplémentaire est apparue de manière significative dans les réponses à la question « Pouvez-vous nous donner la raison principale de votre participation à la Cagette ? » sans être présente dans les réponses à la question « Selon vous, quel est l'objectif principal de La Cagette ? ». Il s'agit de la catégorie « Participer » que nous avons par conséquent traitée à part. Les résultats présentés sont donc binaires : soit les personnes ont employé le registre « Participer », auquel cas elles ont obtenu 1 point, soit elles ne l'ont pas évoqué et ont obtenu 0 point. Les deux groupes créés sur cette base ont été croisés avec le niveau de participation.

La catégorie « Participer » regroupe les personnes ayant évoqué le fait de participer au projet comme un objectif prioritaire « en soi ». Le but de leur participation n'a d'autre finalité que d'apporter leur contribution à l'action collective. Elle regroupe les personnes ayant mobilisé des concepts tels que : lien, convivialité, proximité, ambiance, collectif, communauté, commun.

Nous constatons que cet objectif a été mobilisé de manière significative par les participants puisqu'ils sont 42% à en faire une raison prioritaire de leur participation à la Cagette.

Il est important de signaler que ce chiffre ne doit pas être comparé aux résultats obtenus par les autres « registres » puisque cette réponse « Participer » n'était compatible qu'avec l'une des deux questions ouvertes. Par conséquent la probabilité que les gens aient évoqué au moins une fois le concept était deux fois moins importante que pour les autres registres.

Si on analyse l'histogramme, nous pouvons constater que l'objectif « Participer » est assez bien réparti entre les différents groupes (42% en moyenne), sauf chez les « Porteurs » où il représente une proportion beaucoup plus importante de 56%.

Afin d'expliquer ce phénomène, nous proposons l'hypothèse suivante :

Les « porteurs » sont particulièrement préoccupés par la réussite du projet et sont par conséquent dépendants de la participation des autres. Il est donc logique que ce registre apparaisse comme un objectif prioritaire plus fréquemment dans leurs réponses.

Conclusion

Le croisement entre niveau de participation et « registres » mobilisés de manière spontanée par les coopérateurs à propos des objectifs de la Cagette permet de faire ressortir des dynamiques intéressantes à l'œuvre dans le projet.

D'abord, nous avons pu prendre connaissance des préoccupations prioritaires des participants.

- L'objectif de « Consommer » reste de loin le plus cité (70%).
- Les objectifs, « Construire une Alternative » (49%), « Participer » (42%) et « Vivre ensemble » (38%) sont des objectifs très diffusés parmi les participants.
- Enfin les objectifs « Organisation et société », « Equitable », « Ethique » et « Social »

Le croisement de ces données avec le niveau de participation a permis de mettre au jour des tendances intéressantes. Certains registres ont tendance à être plus ou moins mobilisés selon le degré d'implication des individus à la Cagette.

Certains registres sont employés plus fréquemment par les personnes les plus investies dans la Cagette. Par exemple l'objectif « social » est de plus en plus mobilisé au fur et à mesure qu'on se rapproche du noyau de « Porteurs ». Il en est de même pour les registres « Société et Organisation » ; « Alternative/Capitalisme » et « Vivre ensemble ».

A l'inverse, certains registres ont tendance à être moins fréquemment employés par les personnes les plus investies. Par exemple l'objectif « Equitable » a tendance à devenir secondaire au fur et à mesure que les individus participent au projet.

Il existe certaines ruptures entre objectifs mobilisés par les « Porteurs » et objectifs mobilisés par les autres. Ces ruptures peuvent être significatives de divergences d'intérêts et de préoccupations entre « Porteurs de projet » et « Base des participants ». Il serait essentiel pour la bonne gestion du projet de s'y pencher plus précisément.

Le registre « Participer » est partagé équitablement par tous les groupes sauf par les « Porteurs » qui y font référence beaucoup plus souvent.

Le registre « Consommer » est également partagé par tous les groupes sauf par les « Porteurs » qui y font plus rarement référence.

Enfin, le registre « Ethique » est équitablement réparti parmi les quatre groupes (autour de 25%). Le degré d'implication à la Cagette n'a donc aucune influence sur l'utilisation du registre « Ethique ».

Ces analyses nous ont permis de soulever des hypothèses sur les ressorts qui pourraient expliquer les dynamiques à l'œuvre.

Est-ce que l'implication conduit à modifier la perception que les individus ont du projet ? Ou est-ce que les individus partageant les mêmes modes d'implication dans le projet, les mêmes habitus ou les mêmes convictions ont tendance à se regrouper ?

Il serait intéressant de confronter ces différentes hypothèses lors d'entretiens qualitatifs avec des membres de la Cagette.

5. Conclusion générale

5.1 Cadre théorique

La première partie de ce mémoire nous a permis de confronter les présentations « officielles »¹³ de la Cagette (moyens et objectifs affichés), avec un corpus théorique de sciences sociales. Nous y avons présenté le modèle de la Cagette comme le dernier maillon de deux lignées historiques de mouvements sociaux : d'une part l'associationnisme - mouvement d'initiative citoyenne ayant vocation d'influer sur la structure sociale - d'autre part les alternatives alimentaires – mouvements sociaux ayant vocation à réorganiser une filière vertueuse du champ à l'assiette.

Nous avons également dressé les objectifs politiques que nous attribuons à la Cagette de notre point de vue très particulier de porteur de projet et y avons apporté une lecture critique au regard d'un corpus théorique de sciences sociales. La Cagette aurait pour objectif de mettre en œuvre des solutions concrètes correspondant à la fois aux enjeux sociaux et environnementaux de son temps, en mettant en œuvre une plateforme citoyenne, ouverte et participative, capable de reformuler perpétuellement son projet politique.

Nous avons tâché d'assumer notre double rôle de « porteur de projet » et « d'apprenti chercheur » ce qui nous a posé de grandes difficultés. Nous avons été perpétuellement pris dans une dialectique entre nos fonctions de participant et d'observateur et il a été particulièrement difficile de trouver la distance nécessaire. En effet nous avons conçu la plupart des idées et des pratiques que nous étions censés critiquer. Pour y remédier, nous avons pris soin de fonder nos analyses sur des éléments tangibles ou « objectivables », c'est-à-dire sur des documents publiés au nom de la Cagette (statuts juridiques, flyers, site web...), cela dit, le caractère objectif, ou scientifique, de cette première partie reste largement contestable. Néanmoins, nous avons balayé certains enjeux constitutifs du projet.

5.2. Résultats

Nous avons pu identifier des tendances significatives en termes de composition sociologique, de degrés de participation ou de représentations :

5.2.1. Déterminants sociologiques

La sociologie de la Cagette révèle des traits très particuliers par rapport au reste de la population française mais des traits courants des mouvements associatifs ou militants :

¹³ Par objectifs officiels, nous entendons les objectifs exprimés dans des documents publiés par la structure (documents officiels, documents de communication...).

- **Une très forte surreprésentation de femmes** (63,8%).
- **Une surreprésentation du nombre de jeunes retraités ou pré retraités « dynamiques »** (19,2%).
- **Une population très largement surdiplômée** : à l'échelle nationale, les personnes ayant obtenu un diplôme supérieur au niveau Bac +2 représentent 15,8% alors que cette proportion monte à 77,6 % à la Cagette (55% ont au minimum un Bac + 5).
- **Une très forte surreprésentation du vote de gauche**. L'homogénéité du vote est assez impressionnante puisque Jean-Luc Mélenchon et Benoît Hamon récoltent à eux deux 70% des votes. En tout et pour tout, les personnes déclarant se positionner « à gauche » ou « très à gauche » représentent 78,5% de l'échantillon.

On relève cependant des traits particuliers à la composition sociologique de la Cagette :

- **Une très forte représentation de la classe d'âge 26-35** (34,3%).
- **Des ressources financières individuelles globalement plus faibles que celle des Français**. La Cagette se compose à 70 % de personnes appartenant aux classes moyennes et très majoritairement aux classes inférieures. 24,1% des personnes ont un revenu net mensuel individuel inférieur ou égal à 900 euros contre 10% à l'échelle nationale. Fait intéressant, les participants de la Cagette déclarent pourtant très majoritairement se sentir dans une situation économique confortable.
- **La faible proportion d'étudiants** relativement aux chiffres de la comptabilité nationale. 5% d'étudiants dans la population de la Cagette que nous pouvons comparer de manière approximative avec les 19% d'étudiants de la population de plus de 20 ans décomptés par l'INSEE en 2015, à l'échelle nationale.

Discussion

Ce premier état des lieux sur la composition sociologique de la Cagette a permis de préciser certaines représentations construites a priori et d'en écarter d'autres.

De nombreux traits sociologiques expliquent l'emploi par certains de l'expression « Bobo » pour stigmatiser La Cagette. La Cagette constitue très nettement un entre soi du point de vue de la culture politique de gauche. Ses participants sont surdiplômés. Enfin, une très large majorité d'entre eux déclarent se sentir dans une situation économique « confortable » ou « très confortable ».

Cependant une analyse plus précise permet de proposer une présentation plus complexe et plus fidèle à la réalité. La Cagette se compose à 70% de personnes appartenant aux classes « moyennes où inférieures » avec des revenus, en moyenne, largement inférieurs au reste de la population française. Un quart d'entre eux sont même en situation de précarité avec moins de 900 euros de revenus mensuels.

La surreprésentation d'une catégorie spécifique de participants de la Cagette a attiré notre attention et nous semble être une particularité significative du projet. Il existe un groupe important de 25-36 ans, surdiplômés, qui se déclarent « de gauche », financièrement en situation précaires. Leur proportion augmente en fonction de l'intensité de la participation au

projet. Nous notons que cette catégorie correspond à la sociologie du petit groupe qui a fondé le projet à l'origine et qui constitue encore aujourd'hui la « locomotive » du projet. En d'autres termes nous émettons l'hypothèse que la sociologie des « fondateurs » du projet a pu influencer la sociologie du projet au sens large.

Le déclassement social (au sens où la situation sociale n'est pas au niveau de celle promise par son niveau de formation) apparaît donc comme un moteur puissant de l'investissement militant individuel. Les personnes dont le revenu et l'insertion professionnelle espérés ne correspondent pas au niveau de diplôme sont un socle important de la Cagette et plus particulièrement dans le groupe des « porteurs » du projet.

Nous avons également constaté un élément frappant mais malheureusement bien connu de la sociologie des organisations. Les espaces de « pouvoir » ou de décision sont très majoritairement occupés par les hommes. A la Cagette, les femmes représentent près de 65% des effectifs des groupes « premier cercle », « second cercle » et « inactifs » mais cette proportion est littéralement inversée dans le groupe des « porteurs ». De la même manière, nous constatons que les cinq premiers salariés de la Cagette sont des hommes. Ces statistiques sont d'autant plus choquantes que l'on étudie un projet de l'Economie Sociale et Solidaire qui revendique des valeurs de justice et d'équité.

5.2.2. Représentations sociologiques sur les objectifs de l'action collective et les motivations personnelles

Les deux objectifs invoqués le plus fréquemment par les participants sont « Consommer » et construire une « Alternative au capitalisme ». Six autres objectifs sont exprimés de façon significative : « Vivre ensemble », « Organisation et Société », « Equitable », « Ethique », « Social » et « Participer », ce dernier n'apparaissant que dans les motivations personnelles.

Représentations et déterminants sociologiques

Nous avons observé plusieurs relations statistiques entre la composition sociologique de la Cagette et les différents registres mobilisés par les participants pour exprimer les objectifs de la Cagette. Nous ne présentons ici que les résultats les plus significatifs.

« Consommer »

C'est l'objectif le plus fréquemment invoqué par les participants et qui révèle des tendances très significatives.

Genre

- Les femmes se réfèrent plus fréquemment à l'objectif « Consommer »

Les hommes se référant plus fréquemment à l'objectif « Participer ».

Age

- Plus on est jeune, plus on parle de « Consommer ». La période de 19 à 35 ans correspond à la phase d'insertion professionnelle et souvent dans une phase de difficultés financières où la

question de la consommation est plus prégnante et préoccupante. Cette constatation peut être tempérée par le croisement entre « Consommer » et niveau de ressources : sensiblement la même proportion d'individus évoque l'objectif « Consommer » quelque soit le niveau de ressources, à l'exception des plus riches qui s'y réfèrent beaucoup moins.

- Plus on est âgé, moins on parle de « Consommer ». Deux hypothèses : il s'agirait d'une question de ressources : les personnes plus âgées sont souvent propriétaires de leur logement et donc moins affectées par le problème de la sécurité matérielle. Ou bien en se rapprochant de la mort, on se soucie moins des contingences matérielles.

Situation économique

Si 'on étudie le niveau de ressources, on constate que la même proportion de personnes parle de « Consommer » dans toutes les catégories excepté les plus aisées. Mais la donne change si on considère la situation économique ressentie. La tendance est très claire : plus on se sent en état de précarité, plus on invoque l'objectif « Consommer ».

Niveau de diplôme

- Moins on est diplômé, plus on parle de « Consommer ».

« Alternative au capitalisme »

Age

Une tendance très claire se dégage : plus on est jeune, plus on parle d' « Alternative au capitalisme ». Plus on est âgé, moins on en parle.

Représentations et niveau de participation

Nous avons observé plusieurs relations statistiques entre le niveau de participation à la Cagette et les différents registres mobilisés par les participants pour exprimer les objectifs de la Cagette. Nous ne présentons ici que les résultats les plus significatifs.

« Consommer »

Cet objectif est également partagé quel que soit le niveau de participation (70%) excepté chez les porteurs de projet qui en parlent beaucoup moins (48%).

« Alternative au capitalisme »

Plus on participe, plus on évoque cet objectif (40 % pour les inactifs contre 70 % pour les porteurs).

« Vivre ensemble »

Plus on participe, plus on évoque cet objectif (30 % pour les inactifs contre 60 % pour les porteurs).

« Participer »

Cet objectif est également partagé quel que soit le niveau de participation (40%) excepté chez les porteurs de projet qui en parlent plus (55%).

« Société et organisation »

Cet objectif est également partagé quel que soit le niveau de participation (25%) excepté chez les porteurs de projet qui en parlent plus (48%).

« Social »

Plus on participe, plus on évoque cet objectif (5% pour les inactifs contre 47 % pour les porteurs).

« Equitable »

Plus on participe, moins on évoque cet objectif (35 % pour les inactifs contre 12 % pour les porteurs).

« Ethique »

Cet objectif est également partagé quel que soit le niveau de participation (25%).

Ces analyses nous ont permis de soulever des hypothèses sur les ressorts qui pourraient expliquer les dynamiques à l'œuvre.

Est-ce que l'implication conduit à modifier la perception que les individus ont du projet ? Ou est-ce que les individus partageant les mêmes modes d'implication dans le projet, les mêmes habitus ou les mêmes convictions ont tendance à se regrouper ?

Il serait intéressant de confronter ces différentes hypothèses lors d'entretiens qualitatifs avec des membres de la Cagette.

Différence entre la typologie initiale et les catégories de « représentation sociologique » issues de l'enquête

Il y a des différences significatives entre les réponses des participants selon qu'on leur demande de s'exprimer à propos des objectifs généraux du projet ou sur les raisons de leur participation personnelle. Par exemple, lorsqu'on interroge les participants à propos des objectifs généraux de la Cagette, ils sont 74 à mettre en priorité le registre « Social ». En revanche, le « Social » n'est évoqué en tant que motivation personnelle que par 14 personnes.

De la même manière, le registre « Equitable » est prioritaire du point de vue des objectifs pour 86 personnes mais n'est cité comme motivation personnelle que par 35 d'entre elles.

Ce delta est particulièrement significatif en ce qui concerne le registre « Consommer ». Ils sont 225 à en faire un objectif de la Cagette mais seulement 165 à en faire un objectif personnel.

Ces observations viennent confirmer l'hypothèse selon laquelle les préférences individuelles sont contingentes aux conditions dans lesquelles elles sont exprimées. Une conclusion parfaitement en phase avec la démonstration de Julien Talpin. Les individus n'ont pas de

préférences en tant que telles, ils expriment des préférences à un moment donné. En l'occurrence les individus n'appréhendent pas l'action de la même manière du point de vue de leur investissement personnel ou du point de vue des objectifs généraux de l'action collective. Cette conclusion corrobore l'idée selon laquelle il existe une décorrélation entre le discours des individus lorsqu'on les place dans une posture individuelle de critique du monde extérieur ou lorsqu'on les place dans une posture individuelle de participant.

Nous confirmons donc ici le postulat qui a conduit à la production de notre typologie originelle (Schéma, p.49). En revanche notre questionnaire n'a pas permis d'observer les catégories de notre typologie (posture émancipatrice, collectiviste, gestionnaire, caritative, posture du régulier).

Notre typologie est le fruit de deux ans d'observations et procède d'une analyse assez fine des ressorts sociologiques de l'engagement. Elle a l'avantage d'être cohérente et complexe mais n'a pas pu être corroborée par les résultats de notre enquête et reste donc à l'état d'hypothèse. En effet, le questionnaire n'est pas un outil adapté pour confronter notre typologie de manière sérieuse puisque celle-ci se fonde sur la manière dont les individus articulent deux éléments :

1/ Leur approche critique du monde

2/ Leur prescription pour l'améliorer

Cette articulation complexe est insaisissable au travers d'un questionnaire. Les individus ont répondu au questionnaire en peu de temps et en peu de lignes. Les résultats permettent de saisir des tendances statistiques de grande échelle, de mettre au jour quelques hypothèses passionnantes mais ils n'ont pas la subtilité d'une analyse sociologique qualitative. Notre enquête révèle de grandes tendances à propos des motivations des individus et des objectifs qu'ils attribuent au projet mais elle ne permet donc pas de rentrer dans des analyses complexes et de démontrer des corrélations entre les trois grandes variables de notre problématique (représentations sociologiques, déterminants et niveau de participation). Cependant ces résultats constitueraient le point de départ idéal pour réaliser une enquête sociologique qualitative sur la participation de la Cagette ou d'autres mouvements coopératifs de consommateurs.

Nous nous sommes intéressés au fait que les mouvements sociaux peinent à articuler des conceptions écologiques avec des problématiques d'ordre social. Nous avons émis l'hypothèse que cette difficulté soit en partie due à la difficulté qu'éprouvent les individus à mettre en cohérence leur « posture critique sur le monde » et « leurs motivations individuelles ». Les individus seraient disposés à s'approprier des principes d'écologie mais beaucoup moins à les mettre en œuvre dans leur vie personnelle. Dans le champ de la consommation, cette mise en cohérence entre principes et pratiques serait beaucoup plus accessible à des personnes disposant des moyens économiques correspondants. Dans cette perspective, l'écologie serait :

- Soit une préoccupation inaccessible aux personnes en état de précarité.

- Soit un principe général, mais que l'on aurait tendance à mettre au second plan. En d'autres termes, un principe souhaitable, « mais surtout pour les autres. »

L'écologie serait une question d'ordre politique/conceptuelle/ésotérique, tandis que les problématiques sociales auraient une implication concrète ou directe sur la vie des gens et dès lors un impact beaucoup plus important lorsqu'ils s'expriment du point de vue de leurs motivations personnelles. L'écologie apparaîtrait donc comme un objectif important du point de vue de la posture critique mais passerait au second plan du point de vue de la motivation personnelle. Ce constat permet d'envisager l'action collective sous un autre angle plus opportun qui permettrait d'articuler efficacement les questions sociales et écologiques :

Une approche en terme « d'écologie pour tous » permet de poser le débat de manière systémique plutôt que de faire peser la responsabilité de manière aveugle sur chacun des individus (paradigme du « consommateur »). Il s'agit de poser les problématiques écologiques du point de vue de la répartition des richesses et non pas du point de vue des choix individuels.

Notre hypothèse sur la corrélation entre difficulté d'articuler question sociale et environnementale et la décorrélation entre posture critique et participation reste donc entière.

En revanche, notre enquête ne nous permet pas de prouver l'hypothèse selon laquelle le degré de participation influe sur l'expression des objectifs de l'action collective. Effectivement la méthodologie quantitative ne permet pas de révéler de lien de cause à effets. Le degré d'implication pourrait influencer la formulation des objectifs, mais il est envisageable que l'inverse soit également vrai : les personnes ayant, a priori, une conception semblable des objectifs de la Cagette se réuniraient dans les différents groupes. Par exemple, le groupe des « consommateurs » serait surreprésenté parmi les personnes les moins investies puisqu'il s'agirait de personnes ayant une conception différente du projet.

Nous voyons ici s'affronter deux approches sociologiques antagonistes. La première, dynamique, se fonde sur le principe que les postures individuelles sont contingentes du moment et des conditions dans lesquelles elles s'expriment. L'autre, essentialiste, considère que les personnes arrivent dans le projet avec des idéaux et qu'elles ont tendance à se réunir par groupe sociaux partageant différents modes d'investissements dans le projet.

Ces nouvelles hypothèses concernant les liens de causalité ne peuvent être perçues avec suffisamment de précision par le biais d'un questionnaire et nécessiteraient d'être corroborées par des entretiens qualitatifs.

En définitive, il est probable que les corrélations entre degré d'implication individuelle et expression des finalités du projet soient le fruit d'une combinaison de facteurs. Certaines personnes adoptent la « grammaire » du groupe au gré de leur implication dans le projet. D'autres ont rejoint le groupe car elles y ont trouvé une sociabilité conforme à leurs idéaux. Enfin, une proportion d'entre elles a participé fortement à la conception de cette « grammaire » du groupe et il est difficile de distinguer dans quelle mesure la participation a modifié la manière dont elles expriment les enjeux du projet.

L'étendue des données récoltées lors de cette enquête seront d'une grande utilité pour la gestion de notre coopérative naissante. Elle nous offre un recul sur la composition de notre collectif et sur les attentes de ses participants. De nombreuses pistes se dégagent pour ouvrir l'accès à de nouvelles populations, présentes dans notre quartier mais absentes dans notre coopérative. Enfin l'outil d'analyse que nous avons créé avec le questionnaire pourra être amélioré et réutilisé afin de réactualiser notre enquête dans le temps.

Bibliographie

- Agassi, Joseph. 1960. « Methodological Individualism ». *The British Journal of Sociology* 11 (3): 244. doi:10.2307/586749.
- Arendt, Hannah, et Marie Berrane. 2013. *De la révolution*. Paris: Gallimard.
- Autès, Michel. 2013. *Les paradoxes du travail social*. Paris: Dunod.
- Barber, Benjamin R. 1997. *Démocratie forte*. Paris: Desclée de Brouwer.
- Boltanski, Luc, et Ève Chiapello. 1999. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard.
- Brauman, Rony. 2000. *L'action humanitaire*. Paris: Flammarion.
- Broad, Garrett. 2016. *More Than Just Food: Food Justice and Community Change*. Oakland, California: University of California Press.
- Caillé, Alain, et France) Mouvement anti-utilitariste dans les sciences sociales (Paris. 2003. *Critique de la raison utilitaire: manifeste du Mauss*. Paris: La Découverte.
- Castel, Robert. 1998. *Les métamorphoses de la question sociale: une chronique du salariat. L'espace du politique*. Paris: Fayard.
- Charmettant, Hervé, et Julien Reysz. 2012. « L' « individualisme institutionnel » de Joseph Agassi : une via media entre individualisme et holisme méthodologiques ». *Economia. History, Methodology, Philosophy*, no 2-4 (décembre): 475-85. doi:10.4000/oeconomia.1214.
- Chessel, Marie, et Franck Cochoy. 2004. « Autour de la consommation engagée : enjeux historiques et politiques ». *Sciences de la Société*, no 62: 3-14.
- Chessel, Marie-Emmanuelle. 2012. *Histoire de la consommation*. <http://www.cairn.info/histoire-de-la-consommation--9782707171658.htm>.
- Chiffolleau, Yuna, et Dominique Paturel. 2016. « Les circuits courts alimentaires « pour tous », outils d'analyse de l'innovation sociale ». *Innovations* 50 (2): 191. doi:10.3917/inno.050.0191.
- Chiffolleau, Yuna, et Benoît Prevost. 2012. « Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires ». *Noréis*, no 224 (septembre): 7-20. doi:10.4000/norois.4245.
- Co-op Handbook Collective, éd. 1975. *The food co-op handbook: how to bypass supermarkets to control the quality and price of your food*. Boston: Houghton Mifflin.
- Crozier, Michel, et Erhard Friedberg. 2014. *L'acteur et le système: les contraintes de l'action collective*. Paris: Seuil.

- Daviron, Benoit. 2010. « Le commerce équitable, à la croisée des chemins ». *Agriculture*, no s1 (mars): 003–004. doi:10.1684/agr.2010.0386.
- Doucet, Laval, et Louis Favreau, éd. 1991. *Théorie et pratiques en organisation communautaire*. Sillery, Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Dubuisson-Quellier, Sophie. 2009. *La consommation engagée*. *Contester* 5. Paris: Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Dubuisson-Quellier, Sophie, et Claire Lamine. 2008. « Consumer Involvement in Fair Trade and Local Food System: Delegation and Empowerment Regimes ». *GeoJournal* 73 (1): 55-65.
- Favreau, Louis, et Benoît Lévesque. 1996. *Développement économique communautaire: économie sociale et intervention*. Collection Pratiques et politiques sociales. Sainte-Foy, Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Fischler, Claude. 2010. *L'omnivore: le goût, la cuisine, le corps*. Paris: O. Jacob.
- Gide, Charles. 1889. *De la Coopération et des transformations qu'elle est appelée à réaliser dans l'ordre économique, discours d'ouverture du congrès international des sociétés coopératives de consommation, tenu à Paris, au palais du Trocadéro, le 8 septembre 1889, par M. Charles Gide*. L. Larose et Forcel.
- Hély, Matthieu. 2009. *Les métamorphoses du monde associatif. Le lien social*. Paris: Presses universitaires de France.
- Hély, Matthieu, et Pascale Moulévrier. 2009. « « Économie sociale et solidaire » : quand les sciences sociales enchantent le travail ». *Idées économiques et sociales* 158 (4): 30. doi:10.3917/idee.158.0030.
- Hirschmann, Albert O. 1970. *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Kramer, Ralph M., et Harry Specht, éd. 1983. *Readings in Community Organization Practice*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall College Div.
- Lamine, Claire, et Nathalie Perrot. 2008. *Les AMAP: un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs? Société civile*. Gap, France: Yves Michel.
- Larrère, Catherine. 1992. *L'Invention de l'économie au XVIIIe siècle: du droit naturel à la physiocratie*. Presses Universitaires de France.
- Lascoumes, Pierre. 1994. *L'éco-pouvoir: environnements et politiques. Textes à l'appui*. Paris: La Découverte.
- Laville, Jean-Louis. 2014. « Innovation sociale, économie sociale et solidaire, entrepreneuriat social ». In *L'innovation sociale*, par Juan-Luis Klein, Jean-Louis Laville, et Frank Moulaert, 45. ERES. doi:10.3917/eres.moula.2014.01.0045.

- Laville Jean-Louis. 2016. *L' économie sociale et solidaire: pratiques, théories, débats*. Nouvelle édition. Points Économie E73. Paris: Éditions du Seuil.
- Marx, Karl, Friedrich Engels, Gérard Noiriel, et Jean-Jacques Barrère. 2010. *Manifeste du Parti communiste*. Paris: Nathan.
- Mauss, Marcel, et Florence Weber. 2010. *Essai sur le don: forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. 1. éd, 4. tirage. Quadrige Grands Textes. Paris: Presses Universitaires de France.
- Nonjon, Magali. s. d. « Professionnels de la participation : savoir gérer son image militante ». *Politix*, no 70: 89-112.
- Orsi, Fabienne. 2013. « Elinor Ostrom et les faisceaux de droits : l'ouverture d'un nouvel espace pour penser la propriété commune ». Édité par J.P. Chanteau, B. Coriat, A. Labrousse, et Fabienne Orsi. *Revue de la Régulation* 14. <http://www.documentation.ird.fr/hor/fdi:010061135>.
- Paugam, Serge. 2013. *Le lien social*. <http://proxy.bibliotheques.uqam.ca/login?url=http://www.cairn.info/le-lien-social--9782130620310.htm>.
- Pinto, Louis. 1990. « Le consommateur : agent économique et acteur politique ». *Revue française de sociologie* 31 (2): 179-98. doi:10.2307/3322426.
- Polanyi, Karl. 2011. *La grande transformation: aux origines politiques et économiques de notre temps*. Paris: Gallimard.
- Pontier S. & Sieriex L, *Les préoccupations éthiques des consommateurs et leur expression dans la consommation de produits biologiques*, Actes du Congrès de l'Association Française de Marketing, Tunis, 2003.
- Renault, Emmanuel. 2004. *L'expérience de l'injustice: reconnaissance et clinique de l'injustice*. Armillaire. Paris: Découverte.
- Richez-Battesti, Nadine, et Delphine Vallade. 2012. « Éditorial. Innovation sociale, normalisation et régulation ». *Innovations*, no 38 (juin): 5-13.
- Sainsaulieu, Renaud. 1993. *L' identité au travail: [les effets culturels de l'organisation]*. Reimpr. de la 3. éd. Références: académiques 18. Paris: Presses de la Fondation nationale des sciences politiques.
- Salamone, Frank. 2017. « Construction sociale de la réalité coloniale: l'émirat de Yauri ». Consulté le septembre 3. <http://www.jstor.org/stable/4391962?seq=1#>.
- Schlager, Edella, et Elinor Ostrom. 1992. « Property-Rights Regimes and Natural Resources: A Conceptual Analysis ». *Land Economics* 68 (3): 249-62.
- Schumpeter, Jose. (reed. 2006). 1943. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge. <http://trove.nla.gov.au/work/10549257>.

- Selod, Harris. 2008. *La mixité sociale : le point de vue des sciences économiques*. Montréal, Qué.: Centre de recherche sur les innovations sociales.
<http://www.deslibris.ca/ID/220993>.
- Sen, Amartya. 2007. *Un nouveau modèle économique: développement, justice, liberté*. Paris: O. Jacob.
- Simmel, Georg. 2009. *Le pauvre*. Paris: Allia.
- Simonet, Maud. 2010. *Le travail bénévole: engagement citoyen ou travail gratuit? Travail et salariat*. Paris: La Dispute.
- Talpin, Julien. 2009. « Jouer les bons citoyens, Playing the good citizen ». *Politix*, no 75 (juin): 11-31.
- Tilly, Charles. 1984. « Les origines du répertoire d'action collective contemporaine en France et en Grande-Bretagne ». *Vingtième Siècle. Revue d'histoire* 4 (1): 89-108.
 doi:10.3406/xxs.1984.1719.
- Vodoz, Luc. 2010. « Fracture numérique, fracture sociale : aux frontières de l'intégration et de l'exclusion ». *SociologieS*, décembre. <https://sociologies.revues.org/3333>.
- Weber, Max, et Jean-Pierre Grossein. 2016. *Concepts fondamentaux de sociologie*. Paris: Gallimard.

Rapports/ institutionnel :

- FNAB, <http://www.fnab.org/nos-actions/filieres-de-commercialisation/585-organisation-economique-des-producteurs-bio-et-partenariats-2-nouvelles-boites-a-outils>
- CREDOC. « Évolution des représentations sociales du bien manger ». *Cahiers de recherche*. Paris : CREDOC, 2014.
- CREDOC, F. Delpal, et G. Hatchuel. « Représentations et pratiques de la consommation engagée Evolution 2002-2006 ». *Cahiers de recherche*. CREDOC, 2006.
<http://www.credoc.fr/publications/abstract.php?ref=C231>.
- DGCCRF, Arnaud, Benjamin et Hanne, Hugo. « Panorama de la grande distribution alimentaire en France ». Février 2014.
- GRESEA, « Distribution : Concentration dans les centrales d'achats européennes ». Consulté le 16 juin 2016. <http://www.gresea.be/spip.php?article1423>.
- Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, « Rapport annuel au parlement français », Dir. Chalmin, Philippe. 2015.

Ressources Internet

Bruno Lasserre, président de l’Autorité de la concurrence, « Le niveau de concentration des centrales d’achats devient préoccupant ». In lsa-conso.fr. Consulté le 16 juin 2016. <http://www.lsa-conso.fr/le-niveau-de-concentration-des-centrales-d-achats-devient-preoccupant-bruno-lasserre-president-de-l-autorite-de-la-concurrence,207700>.

France Culture, « Les coopératives : quand les citoyens prennent leur vie en main ». France Culture. Podcasté le 1 mai 2016. <http://www.franceculture.fr/emissions/le-magazine-de-la-redaction/les-cooperatives-quand-les-citoyens-prennent-leur-vie-en-main>.

Slate.fr, « Si votre travail est répétitif, il va probablement disparaître ». Consulté le 7 mai 2016. <http://www.slate.fr/story/100257/emploi-travail-repetitif-disparaitre>.

Politis.fr, « Un petit projet utile ». Politis.fr, 20141211 08:25. <http://www.politis.fr/articles/2014/12/un-petit-projet-utile-29312/>.

Hély, Michel, « L’économie sociale et solidaire n’existe pas » : in laviedesidees.fr. Consulté le 17 juin 2016. <http://www.laviedesidees.fr/L-economie-sociale-et-solidaire-n.html>.

Lexpress.fr. « La marge de la grande distribution: “entre 30 et 50%” ». 28 juin 2011. http://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/la-marge-de-la-grande-distribution-entre-30-et-50_1006868.html.

Graeber, David, « On the Phenomenon of Bullshit Jobs », in Strikemag.org. 17 août 2013. <http://strikemag.org/bullshit-jobs/>.

Observatoire des inégalités, « Revenus : qui gagne combien ? ». 20 octobre 2016. http://www.inegalites.fr/spip.php?page=article&id_article=2222&id_groupe=9&id_mot=130&id_rubrique=1.

Table des matières

Préambule	4
Introduction	5
1. L'Economie Sociale et Solidaire	7
1.1. L'ESS, un secteur hétérogène	7
1.2. Une conception associationniste de l'ESS	8
1.3. Le "fait associatif", vecteur d'innovation sociale ou véhicule du néolibéralisme	8
1.4. Le fait associatif, innovation sociale issue d'une revendication collective	9
1.5. L'association en tant qu'instrument de légitimation de l'ordre établi	11
1.6. L'innovation en tant que produit du rapport de forces	12
1.7. Pour une approche méthodologique individualiste institutionnelle	13
2. Les CCPBNL, actrices de la filière agro-alimentaire	14
2.1. Les origines de la crise de confiance entre consommateur et distributeur.	14
2.2. Représentations symboliques autour de la transaction	16
2.3. Les différents circuits de commercialisation alimentaire	17
2.4. Quel positionnement dans la filière pour des coopératives de consommation de type Louve/Cagette	18
2.5. Les coopératives de production ou associations de producteurs	18
2.6. Intermédiaires, grossistes et metteurs en marchés	19
2.7. Les Marchés d'Intérêts Nationaux (MIN)	20
2.8. Le poids de la grande distribution dans le commerce alimentaire	21
2.9. La question de la répartition du bénéfice entre producteur/distributeur et capital/travail	21
2.10. Les mouvements sociaux alimentaires - AMAP, groupements d'achat, épiceries solidaires - ou l'impensé logistique	22
2.11. Voice ou Exit	23
2.12. Les labels et la notion de consom'acteur	24
3. La Cagette de Montpellier	26
3.1. Bref historique du projet	26
3.2. Le modèle Park Slope Food Coop	28
3.3. Les objectifs de la Coopérative La Cagette : un malentendu opératoire	29
3.4. Une approche institutionnelle ouverte	31
3.5. Comment la Cagette s'inscrit-elle dans le champ de l'ESS ?	34

3.6. Le positionnement de la Cagette face à la question sociale _____	34
3.7. Diversité des engagements militants _____	36
3.8. Mixité sociale _____	36
3.9. Remise en cause des professionnalités de l'intervention sociale _____	37
3.10. Approche en termes de désaffiliation (Castel) _____	37
3.11. Approche capabilisante de l'empowerment (Sen). _____	38
3.12. Processus délibératif, jouer le bon citoyen. _____	39
3.13. Le paradoxe du militant des « alternatives citoyennes » _____	41
3.14. Démocratie vs. Alternatif _____	42
3.15. Les registres de justification – (Boltanski et Thévenot) _____	42
4. Analyse sociologique _____	45
4.1. Problématique _____	45
4.2. Construction des hypothèses sur les déterminants sociologiques et le degré de participation au projet _____	46
4.3. Hypothèses _____	50
4.4. Le questionnaire _____	51
4.4.1. Les thématiques du questionnaire _____	52
4.4. Résultats et analyse _____	53
4.4.1. Pertinence de l'échantillon récolté _____	53
4.4.2. Taux de réponse _____	53
4.4.3. Représentativité de l'échantillon _____	54
4.4.4. Déterminants sociologiques des participants de la Cagette _____	57
4.4.5. Intensité de la participation au projet de la Cagette _____	65
4.4.6. Représentations des participants à la Cagette _____	67
4.4.8. Questions fermées à choix multiples _____	74
4.4.9. Résultats croisés _____	76
5. Conclusion générale _____	97
5.1 Cadre théorique _____	97
5.2. Résultats _____	97
5.2.1. Déterminants sociologiques _____	97
5.2.2. Représentations sociologiques sur les objectifs de l'action collective et les motivations personnelles _____	99
Bibliographie _____	105
Table des matières _____	110

Résumé :

Le 6 septembre 2017, la coopérative « La Cagette de Montpellier » a ouvert son premier supermarché de 400m², après deux ans de préparation sous la forme d'une association de préfiguration. Cette coopérative de consommateurs, participative, à but non-lucratif, a vu le jour grâce aux milliers d'heures de bénévolat et plus de 150 000 euros de capital levé auprès de ses membres. Un investissement remarquable qui questionne sur la composition sociologique d'une telle entreprise collective :

- Qui sont les 515 personnes qui constituent la coopérative au jour de son ouverture ?
- Avec quel degré d'implication ont-ils participé à la construction du projet ?
- Quelles sont leurs attentes vis-à-vis du projet et quelles sont les motivations de leur investissement personnel ?

Telles sont les questions auxquelles nous avons tenté de répondre dans ce mémoire. Nous avons ainsi analysé un échantillon représentatif de 393 réponses, obtenues auprès des participants du projet, via une enquête contenant 111 questions. Soit un excellent taux de réponse.

Ces cinq dernières années, pas moins de 25 projets de coopératives de consommateurs du même modèle que la Cagette ont vu le jour en France et en Belgique. Après la Louve à Paris, et la Bees Coop à Bruxelles, la Cagette est le troisième projet à aboutir. Ce document constitue donc une source d'informations précieuse pour ceux qui s'intéressent au mouvement des coopératives de consommation et plus largement aux « mouvements sociaux alimentaires ».

Ce mémoire a été rédigé pendant les deux années de construction du projet et son auteur fait partie du petit groupe de personnes à l'origine du projet. Il permet donc également de proposer une prise de recul critique par rapport aux idées qui ont encadré la naissance du projet.

Enfin, dans une perspective de gestion de projet, cette enquête permettra aux coopérateurs de la Cagette de mieux percevoir les enjeux de leur participation.

Identification de l'organisme d'accueil :

Les Amis de la Cagette

11 rue Balard – 34000 Montpellier

Nom du responsable : GUILLAUME-SCHMITT Julien

Mots clés : Coopérative de consommation, Associationnisme, Consommateurs, AMAP, Groupement d'achats, Alimentaire, Alimentation, Communs, Cagette, Louve, Bees Coop, Park Slope Food Coop.