

Fabrice Ripoll

Université Paris Est Créteil (UPEC), Lab'URBA

L'économie « solidaire » et « relocalisée » comme construction d'un *capital social de proximité*

Le cas des Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP)

En avril 2001 naissait la première Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP). Si le sigle est aujourd'hui bien connu, c'est que les AMAP ont bénéficié d'un développement rapide, d'abord en Provence-alpes-côte-d'azur puis à travers une bonne partie de la France¹ – sans doute en partie parce qu'elles se présentent comme une réponse à la disparition des paysans mais aussi à « l'insécurité alimentaire » puis « environnementale » qui ont marqué le champ politico-médiatique des quinze dernières années. Parfois fédérées dans des associations régionales (comme Alliance Provence, Alliance Ile-de-France...), les AMAP rassemblent en général quelques dizaines de ménages passant commande auprès de producteurs « locaux » pour la fourniture régulière (hebdomadaire, mensuelle...) d'un « panier » ou « colis » de produits de leur cru (légumes, viande, pain, œufs, produits laitiers...) souvent, mais pas toujours, en « agriculture biologique »². Surtout, les membres du collectif acceptent théoriquement de suivre des principes et règles de fonctionnement inscrits dans une « charte des AMAP » qui sont autant « d'engagements » réciproques, comme le fait de contractualiser sur des durées assez longues (plusieurs mois). Ce sont d'ailleurs ces exigences ainsi que la

nature collective de l'action qui distinguent le « concept AMAP » de la plupart des autres systèmes de « vente directe » ou de « circuits courts », plus ou moins « alternatifs », qui se sont multipliés ces dernières années et qui ont un air de famille plus ou moins prononcé avec lui : des « groupements d'achats » ayant des durées d'engagement plus courtes voire inexistantes, aux « abonnements à des paniers » ne donnant pas lieu à un collectif de consommateurs, en passant par les Jardins de Cocagne, associations d'insertion proposant des abonnements à des « paniers bio » produits par des « jardiniers » en contrat aidé. Bien entendu, il ne faut pas prendre le mot pour la chose : plusieurs enquêtes, dont celle que j'ai menée en Basse-Normandie³, montrent que les

¹ Un article récent annonce plus de 1200 AMAP en France à la mi-2009 (*Politis*, 26 nov. 2009), chiffre qui sous-estime sans doute la réalité du fait de collectifs informels et d'absence d'organisation nationale unique les intégrant.

² Les principaux termes indigènes sont notés entre guillemets et en italique pour souligner cette origine, à l'exception notable de « producteurs » et « consommateurs », expressions omniprésentes qui ont en outre le mérite de dénoter la fonction d'abord économique de la relation instaurée (si ce n'est sa nature plus complexe) et ce, sans avoir à choisir entre « paysan », « agriculteur » ou « exploitant agricole » qui sont autant d'armes dans les luttes symboliques.

³ Il s'agissait d'une étude pour la Mission Ethnologie du Ministère de la Culture menée en 2007-2008. Basée sur une enquête de terrain de type ethnographique (de moyenne durée) portant essentiellement sur le réseau d'interconnaissance des principaux acteurs de la dynamique bas-normande (avec quelques excursions ailleurs dans l'Ouest français), elle a combiné une trentaine d'entretiens avec des producteurs, des consommateurs et les animateurs associatifs ayant joué un rôle important (Réseau Bio, Association Régionale pour le Développement de l'Economie Solidaire : ARDES), et des observations directes de la plupart des moments qui marquent la vie des collectifs comme tels (distributions, assemblées générales et autres réunions de bilan et/ou d'organisation, visites d'exploitation, réunions inter-AMAP...), mais aussi de quelques réunions internes des organisations militantes qui leur sont liées (assemblées générales de l'ARDES et de la Confédération paysanne, réunion pour la constitution de Terres de Liens Normandie...) ainsi que diverses manifestations publiques qui comportaient des stands et/ou des débats sur les AMAP ou l'agriculture (Fête régionale de la bio, Fête de l'agriculture paysanne, Rencontres du développement durable...), débats dans lesquels j'ai d'ailleurs été invité à intervenir à plusieurs reprises. Voir : Ripoll Fabrice (avec la collab. de Michaël Bermond et Maxime Marie), *De la vente directe à la solidarité ? Les collectifs locaux de consommateurs et producteurs agricoles en Basse-Normandie*, rapport final pour la Mission Ethnologie –

motivations et surtout le degré d'implication des « *amapiens* » peuvent être très divers, que toutes les associations reprenant le sigle ne suivent pas toutes les règles à la lettre, et inversement que tous les collectifs qui ne reprennent pas ce sigle ne sont pas nécessairement très différents et moins « *engagés* » pour autant. Il n'en reste pas moins que, pour leurs promoteurs, les AMAP ont vocation à soutenir les paysans en inventant une forme d'économie à la fois « *solidaire* » et « *relocalisée* »¹, ce qu'elles tendent à faire effectivement.

Travailler sur ces systèmes d'échange, tout en menant une réflexion sur la dimension spatiale des différentes espèces de capitaux, a fait émerger l'hypothèse que c'était une forme de capital social – au sens de Pierre Bourdieu² – que les AMAP visaient et tendaient effectivement à construire, du capital social qu'on pourrait dire « de proximité » pour souligner que sa production s'opère dans un espace géographique relativement circonscrit. Ce qui suppose d'interroger la relation entre cette « proximité spatiale » et la « proximité

sociale » mais aussi de se demander si ce n'est pas une forme de « capital d'autochtonie » qui se construit à cette occasion³.

Pourtant, malgré le sentiment d'évidence que provoque cette rencontre entre le terrain étudié et ces différents concepts, reprendre l'approche bourdieusienne semble entrer en contradiction avec les usages dominants dans le champ de l'économie solidaire voire du monde associatif en général. C'est en tout cas ce qui ressort de deux textes ayant vocation à faire référence sur la question : l'introduction d'un ouvrage collectif sur *Le capital social* et la définition du concept proposée par le *Dictionnaire de l'autre économie* qui dresse un bilan lexical et théorique sur l'économie solidaire⁴. L'expression capital social y a bénéficié d'un succès fulgurant ces dernières années sur la base d'approches théoriques diverses, mais surtout pas de celle de Bourdieu qui y est malmenée voire semble fonctionner comme un repoussoir. C'est à l'inverse une lignée partant de Mark Granovetter et plus encore Robert Putnam⁵ qui est évoquée et valorisée, usant de l'expression dans un sens d'ailleurs assez flou, plus ou moins synonyme de lien social, fondé sur la réciprocité, la confiance, etc., autant de notions considérées comme incompatibles avec la sociologie de la domination de Bourdieu. Il faut dire que ce dernier est classé avec James Coleman (figure de la « théorie de l'acteur rationnel ») du côté des postures individualistes et utilitaristes, évidemment rejetées au profit d'une conception insistant sur les biens

Ministère de la Culture et de la Communication, CRÉCET / CRESO – UMR ESO, 2008. Sur les autres régions françaises, voir : Amemiya Hiroko (dir.), *L'agriculture participative. Dynamiques de la vente directe en Bretagne*, Rennes, PUR, 2007 ; Dubuisson-Quellier Sophie, Lamine Claire, « Faire le marché autrement. L'abonnement à un panier de fruits et légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs », *Sciences de la société*, n°62, 2004, pp. 144-167 ; Lamine Claire, « Settling the shared uncertainties : local partnerships between producers and consumers », *Sociologia Ruralis*, vol. 45, n°4, 2005, pp. 324-345 ; Lamine Claire (avec la collab. de Nathalie Perrot), *Les AMAP : un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs ?*, Gap, Y. Michel, 2008 ; Mundler Patrick (dir.), *Fonctionnement et reproductibilité des AMAP en Rhône-Alpes*, ISARA-Lyon, rapport final, 2006 ; Mundler Patrick, « Les Associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) en Rhône-Alpes, entre marché et solidarité », *Ruralia*, n°20, 2007, <http://ruralia.revues.org/document1702.html> ; Rigo Julie, *Les consommateurs en Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP) : des trajectoires différentes mais un collectif malgré tout*, mémoire de Master II, Université de la Méditerranée, 2006.

¹ Laville Jean-Louis (dir.), *L'économie solidaire. Une perspective internationale*, Paris, Hachette Littérature, 2007.

² Bourdieu Pierre, « Le capital social. Notes provisoires », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°31, jan. 1980, pp. 2-3.

³ Retière Jean-Noël, « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », *Politix*, vol. 16, n°63, 3^e trim. 2003, pp. 121-143. Voir aussi : Renahy Nicolas, *Les gars du coin. Enquête sur une jeunesse rurale*, Paris, La Découverte (coll. Textes à l'appui), 2005 ; ainsi que son texte dans ce dossier.

⁴ Bévort Antoine, Lallement Michel, « Introduction. Le capital social : territoires et tribulation », in Bévort Antoine, Lallement Michel (dir.), *Le capital social. Performance, équité et réciprocité*, Paris, La Découverte/M.A.U.S.S. (coll. Recherches), 2006, pp. 19-28 ; Bévort Antoine, Bucolo Elisabetta, « Capital social », in Laville Jean-Louis, Cattani Antonio David (dir.), *Dictionnaire de l'autre économie*, Paris, Desclée de Brouwer, 2005, pp. 79-85.

⁵ Son principal texte, comme celui de Bourdieu, est d'ailleurs reproduit dans l'ouvrage collectif : Putnam Robert, « *Bowling Alone* : le déclin du capital social aux Etats-Unis », in Bévort Antoine, Lallement Michel (dir.), *op. cit.*, pp. 35-50.

collectifs, le don, etc. On retrouve ici la critique déjà ancienne d'Alain Caillé, qu'il renouvelle d'ailleurs dans la préface de l'ouvrage collectif¹. Par ailleurs, une deuxième critique importante, apparaissant notamment dans le *Dictionnaire*, affirme que l'identité de statut social entre les individus concernés serait chez Bourdieu une condition de possibilité du capital social².

De ce point de vue, le fait qu'il n'y a pas d'identité de statut social entre ceux qui bénéficient de ce capital social (les producteurs) et ceux à travers qui il est constitué (les consommateurs), peut effectivement surprendre les familiers de l'approche bourdieusienne, habitués à le voir associé aux travaux sur telle ou telle classe ou groupe social, et plus encore sur les groupes dominants, au point peut-être de considérer qu'il doit être réservé à ce terrain. Vues de loin, ou de tel collectif rencontré dans son propre quartier de résidence, les AMAP peuvent en outre être facilement assimilées à ces nombreux dispositifs de vente de paniers, par Internet ou autres, qui se développent en parallèle ces dernières années sans toujours chercher à sortir de la logique du marché. N'en déplaise à certains de leurs promoteurs, aveuglés par leur militantisme, les agriculteurs ne trouveraient ici qu'un simple débouché commercial pour leurs produits, sur le dos de citadins « bobos » d'autant plus disposés à se laisser faire qu'ils trouveraient là le prix, finalement peu élevé, d'une distinction sociale par le retour à la « nature » et à « l'authentique » évidemment mystifié. Et l'on peut penser, à juste titre, que la construction d'un capital social et la logique marchande ou

consommériste (c'est-à-dire la loi de l'offre et de la demande, le donnant-donnant, etc.) s'accordent mal voire sont contradictoires. Cela dit, il est difficile de rejeter d'un revers de la main le fait que, comme son nom l'indique, cette démarche a explicitement vocation à mobiliser des groupes de consommateurs pour soutenir des producteurs, pas simplement pour acheter des produits alimentaires. Et loin d'en rester à de simples discours de justification, les entrepreneurs de cette nouvelle cause ont mis en place des dispositifs normatifs et pratiques pour y parvenir, et tendent à le faire, même si c'est inégal selon les collectifs.

Tout autant que la dimension spatiale du capital social, cette supposée incompatibilité doit donc aussi être discutée, à partir d'une recherche certes encore en cours, mais que ses premiers résultats mettent sérieusement en doute³.

Appeler les consommateurs à la rescousse : du boycott à la production de capital social au service des producteurs

Peut-on si facilement affirmer que le concept de capital social doit être dégagé de toute référence à la production d'un « bien individuel » pour des « finalités utilitaires », et cela parce que les actions concernées, collectives et altruistes, seraient parfaitement étrangères à ces considérations ? D'une part, la question de l'intentionnalité et du caractère utilitariste des relations sociales instituées est toujours à poser et non à trancher *a priori*.

¹ Caillé Alain, « Préface », in Bévort Antoine, Lallement Michel (dir.), *op. cit.*, pp. 7-17. Voir aussi, entre autres : Caillé Alain, « La sociologie de l'intérêt est-elle intéressante ? (à propos de l'utilisation du paradigme économique en sociologie) », *Sociologie du travail*, n°3, juil.-sept. 1981, pp. 257-274.

² « Dans les hypothèses théoriques de Bourdieu ou Coleman, les réseaux relationnels, dégageant du capital social rassembleraient surtout des individus aux statuts semblables pour des finalités utilitaires. Or, dans le cas des expériences de l'économie solidaire, la similarité des références ne s'accompagne pas nécessairement d'une similarité de statut entre les acteurs. La diversité des réseaux relationnels représente même une ressource au service de tous » (Bévort Antoine, Bucolo Elisabetta, *art. cit.*, p. 83).

³ Passons sur l'idée que le capital social n'aurait « pas fait l'objet d'investigations empiriques comme les autres formes de capital » et cela « probablement parce qu'il redouble les effets de la domination du capital économique et du capital culturel » (Bévort Antoine, Bucolo Elisabetta, *art. cit.*, p. 81). Remarque plus qu'étonnante quand on sait que les fameuses « notes provisoires » de Bourdieu introduisait un numéro des *Actes de la recherche en sciences sociales* regroupant quatre « investigations empiriques » ayant comme point commun de travailler sur les « grandes familles » ou les liens de parenté. Sans parler des travaux de Bourdieu lui-même, notamment sur la noblesse d'Etat et l'esprit de corps, ou de tous ceux qui ont usé de cette notion ou l'ont retravaillé, comme Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot sur la grande bourgeoisie, sans parler des travaux cités plus haut de Jean-Noël Retière puis Nicolas Renahy sur le capital d'autochtonie des classes populaires.

D'autre part, si la réponse peut être négative dans nombre de relations sociales, ou difficile à donner, le débat n'a pas vraiment lieu d'être dans le cas des expériences relevant de « *l'économie solidaire* » : le fait est qu'il s'agit d'actions intentionnellement utilitaires, pensées pour constituer un bien économique au profit du bénéficiaire de la dite solidarité. Cela ne veut pas dire qu'aucun bien collectif n'est recherché et produit à l'occasion de ces échanges. Mais cela n'exclut pas non plus que des biens (ou profits) individuels soient aussi recherchés ou obtenus par les participants, à commencer par le profit proprement symbolique de l'action altruiste comme digne de reconnaissance sociale, mais aussi comme mise en conformité et donc en cohérence des actes avec les principes explicites. D'ailleurs, le concept de capital social ne limite en aucun cas la liste des raisons et moyens pour et par lesquels on peut y avoir accès et le mobiliser : altruisme, sentiments personnels, relations institutionnelles, alliances plus ou moins contraintes, renvois d'ascenseurs...

Dans le cas particulier des AMAP, comme leur nom l'indique, il s'agit de « *maintenir l'agriculture paysanne* », autrement dit de soutenir certains producteurs pour qu'ils puissent s'installer et vivre correctement de leur activité. Dans le matériel militant (sites Internet, brochures, film documentaire...) comme dans les réunions observées et entretiens effectués, ce soutien est moins présenté comme une cause en soi que comme un moyen de servir d'autres causes, de défendre d'autres intérêts, allant des plus individuels (le goût des aliments, la santé personnelle...) aux plus universels (l'environnement à l'échelle mondiale...), en passant par des intérêts communs aux membres du collectif (la sociabilité, la convivialité...) ou encore aux collectivités dans lesquelles il s'inscrit (l'environnement local, le tissu social dans les campagnes...). La motivation première de l'engagement peut donc varier d'un collectif à l'autre, et d'un participant à l'autre. Mais par delà cette diversité des objectifs poursuivis, ce qui définit l'action collective est la mise en œuvre d'un moyen commun : pour sauver les « *paysans* » menacés, il faut que les consommateurs s'impliquent dans des AMAP en tant que

dispositif permettant de sortir d'une stricte économie de marché, et cela en transformant l'échange marchand en relation de solidarité, la confrontation entre une offre et une demande en un partenariat entre membres d'un même collectif, et donc – c'est la thèse défendue ici – certaines ressources des consommateurs en capital social au service des producteurs. Les AMAP ne font pas autre chose que de chercher à construire un ensemble de « ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à un *réseau durable de relations* plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'interreconnaissance [...], des *liaisons* permanentes et utiles [...] fondées sur des échanges inséparablement matériels et symboliques »¹.

Si les AMAP se définissent avant tout comme des systèmes d'échanges économiques entre consommateurs et producteurs agricoles, elles ne se résument pas à une simple forme distinguée de vente directe. Mais la « *sortie du marché* » tant espérée et revendiquée par certains promoteurs des AMAP en particulier et de « *l'économie solidaire* » en général, n'est pas si facile à opérer. D'ailleurs, pour Laurent Gardin et Jean-Louis Laville, après une période post-soixante-huitarde marquée par les tentatives de développement de services de proximité non monétaires, les expériences relevant de « *l'économie solidaire* » tendent aujourd'hui à opérer diverses formules d'hybridation entre économie non monétaire (dominée par la réciprocité), économie monétaire non marchande (dominée par la redistribution) et économie de marché – ces trois types d'économie n'étant donc plus considérées comme des réalités opposées et séparées par une frontière étanche mais comme des pôles entre lesquels se situent les différents systèmes d'échanges existant ou pouvant exister². Selon cette grille, si l'Etat et le principe de redistribution sont absents du « *concept AMAP* » tel qu'il a été pensé en Provence³, on peut analyser les

¹ Bourdieu, *op. cit.* (souligné par P.B.).

² Gardin Laurent, Laville Jean-Louis, « L'économie solidaire en Europe : initiatives locales et services de proximité », in Laville Jean-Louis (dir), *L'économie solidaire. Une perspective internationale*, Paris, Hachette Littérature, 2007, pp. 77-104.

³ Cela dit, Alliance Provence a bénéficié de subventions pour son activité de promotion et d'encadrement des AMAP. En outre, la question de l'intégration des

dispositifs mis en place comme une forme d'hybridation entre des pratiques encore proches de la logique purement marchande et d'autres plus proches d'une économie non monétaire. On peut aussi considérer que, monétaire ou pas, c'est surtout une économie des pratiques dominée par la logique du capital social qui s'oppose de façon polaire à la logique marchande (comme « l'esprit de corps » à « l'esprit de marché »), le passage de celle-ci à celle-là s'analysant graduellement par divers degrés et diverses durées d'engagement des consommateurs envers les producteurs.

Du boycott au « partage des risques »

Un premier degré d'engagement réside dans le simple fait d'acheter les produits de ces producteurs plutôt que d'autres avec la claire intention de les soutenir, ce qui correspond à une forme de boycott (appelé ainsi car son principe est symétrique du boycott¹). Ce type d'action peut être considéré comme minimaliste, se plaçant pleinement dans le cadre du marché et relevant des « actions collectives individualisées » pour reprendre la formulation de Michele Micheletti². Il est vrai qu'il ne nécessite pas la construction d'un collectif de consommateurs auto-organisés pour fonctionner : la connaissance personnelle du producteur (permise par la vente directe) ou l'existence d'un label suffisent pour orienter correctement l'achat. C'est d'ailleurs le cas de certaines formules de vente de « paniers » qui ne reprennent pas le sigle AMAP et pour lesquelles on ne peut pas toujours parler de capital social³. Malgré tout, il est important de ne pas négliger ce niveau du fait des intentions

et significations conférées aux échanges qui sont, comme le dit Bourdieu, « inséparablement matériels et symboliques » : les consommateurs prennent leur responsabilité individuellement mais savent que cela ne peut avoir un effet concret que si d'autres font de même et forment donc ensemble un acteur collectif. Plus encore, ils ne sont pas censés rechercher le prix le plus bas ni mettre en concurrence les producteurs pour l'obtenir, ce qui constitue rien moins qu'un refus de la règle de base officielle du marché. Ils prennent en compte le rapport social caché derrière le rapport aux choses, ce qui permet de comprendre qu'ils puissent accepter de payer une « juste rémunération » potentiellement supérieure au prix de marché (principe du « commerce équitable »), et surtout, dans le cas des AMAP et autres collectifs apparentés, des conditions financières et pratiques que des acteurs dits « rationnels » devraient refuser catégoriquement si l'on en croit Mancur Olson et ceux qui s'en inspirent⁴, mais qui sont précisément ce qui construit symboliquement l'engagement et la solidarité comme tels.

Plusieurs principes et règles de fonctionnement, inscrits dans la charte des AMAP et repris dans les documents internes et les pratiques mises en œuvre par la plupart des collectifs étudiés, constituent en effet un deuxième degré d'engagement. Financier d'abord : les consommateurs doivent commander et payer les produits à l'avance (d'où le terme « d'abonnement » parfois utilisé). Mais aussi pratique : ils doivent prendre en charge la gestion des commandes (centraliser l'information et les chèques à transmettre aux différents producteurs) et la distribution hebdomadaire ou mensuelle (ce qui peut impliquer la confection des « paniers »), voire participer à la production – sans parler des assemblées générales (AG) et autres tâches de fonctionnement de l'association elle-même⁵. Les consommateurs

ménages à bas revenus fait débat dans certains collectifs et réseaux régionaux, et a déjà donné lieu à des expérimentations dont certaines font intervenir des subventions publiques pour financer des paniers.

¹ Dubuisson-Quellier Sophie, *La consommation engagée*, Paris, Presses de la FNSP (coll. Contester), 2009.

² *Ibid.*

³ Dans une certaine mesure, la labellisation réalise même l'idéal du marché car, en organisant la traçabilité du produit, elle doit permettre « l'information parfaite » des acheteurs, fiction des modèles économiques rarement réalisée et souvent combattue par les acteurs économiques réels.

⁴ Olson Mancur, *Logique de l'action collective*, Paris, PUF (coll. Sociologies), 1978. [éd. orig. *The Logic of Collective Action. Public Goods and The Theory of Groups*, 1966].

⁵ La « charte des AMAP » rappelle que « les responsabilités couramment reconnues dans les AMAP sont : le secrétariat, la comptabilité, la distribution, la communication interne, la communication externe, le recrutement, les animations, l'évaluation, la coordination

acceptent ainsi des conditions incongrues dans le cadre du mode de consommation dominant puisqu'il s'agit de faire une partie du travail généralement dévolu aux distributeurs voire aux producteurs, ce qui permet de faire gagner du temps à ces derniers, ou plutôt de leur en faire perdre le moins possible dans l'activité de commercialisation de façon à le concentrer sur la production (ou diminuer leur temps de travail). Les entretiens effectués confirment que, même si la participation à la production n'est pas toujours possible ou effective, les autres caractéristiques du dispositif lui confèrent déjà un avantage très important par rapport aux autres formes de vente directe¹. Ils révèlent aussi l'importance d'une autre pratique, étonnamment absente de la charte des AMAP alors qu'elle semble fondamentale pour les producteurs (notamment les maraîchers qui en sont les piliers) et qu'elle bouleverse les habitudes des consommateurs : si la liste des produits est discutée et définie conjointement par les producteurs et les consommateurs lors des AG, ceux-ci ne peuvent pas choisir ni même connaître à l'avance la composition de chaque panier ou colis finalement livré, dont le contenu est déterminé par le producteur. Pour celui-ci, cela représente quelque chose de rare : la possibilité de faire varier la part respective des différents produits en fonction des niveaux de production atteints. Couplée au principe de l'abonnement, cette pratique du « *panier surprise* » donne au producteur la certitude de vendre toute la récolte voire toute la production, et pas seulement les produits phare ou les plus belles pièces, et cela à prix constant le temps de l'abonnement – contrairement aux autres formes de vente directe, certes rémunératrices mais plus incertaines.

Ce rapport moins insécurisé à l'avenir est encore renforcé par un troisième degré d'engagement, d'ordre pratique ou financier, qui a la particularité d'être à la fois ponctuel mais

décisif. D'abord, les consommateurs peuvent participer à des travaux collectifs sur l'exploitation, comme le montage de serres, les récoltes longues et difficiles pour un maraîcher seul, ou tout autre « coup de main » appréciable dans les moments difficiles. Ensuite, le prépaiement a un avantage important : « l'objectif est de permettre au producteur de disposer d'un fonds de roulement ou une trésorerie suffisante pour réaliser ses investissements [au moment opportun] ou acquitter certaines dépenses [en cas de problème] » (Charte des AMAP). C'est une sécurité financière et donc psychologique particulièrement importante, qui ne réside pas tant dans le fait d'avoir de l'argent déposé en avance sur son compte, que de savoir qu'il est possible de le mobiliser en cas de besoin : elle assure contre un risque, aide à contourner une difficulté qui peut apparaître d'un jour à l'autre sans prévenir. Pour certains maraîchers rencontrés, l'argent n'a d'ailleurs pas à être encaissé à l'avance sans raison valable, l'usage du chèque ayant justement ceci d'intéressant, et de spécifique, qu'il permet au producteur d'avoir (virtuellement) une somme d'argent importante sous la main, mobilisable dans l'urgence et sans condition, sans pour autant priver (réellement) les consommateurs de ces liquidités. Enfin, l'AMAP modèle attend des consommateurs qu'ils fassent preuve de solidarité financière avec les producteurs en « partageant » les risques « dans les aléas de la production » : quand ces derniers sont « ponctuellement en incapacité de fournir les produits dans des quantités suffisantes et cela pour des raisons indépendantes de sa volonté (gel, grêle, parasites...) » (charte des AMAP), ils s'engagent à ne pas réclamer de remboursement ni d'avoir, et cela même si le panier est vide. L'enquête a certes montré que ce principe n'était pas toujours mis en œuvre, mais aussi que cela ne provenait pas toujours des consommateurs : plusieurs maraîchers rencontrés ont ainsi souligné qu'il était hors de question pour eux d'être payés « *pour un panier vide* »². Au final, le point commun de ces trois types de pratiques réside dans le fait que les producteurs peuvent compter sur les consommateurs en cas de besoin, ou plutôt sur

avec ALLIANCE PROVENCE et avec les autres AMAP. » L'enquête montre néanmoins que toutes ces tâches ne sont pas toujours prises en charge.

¹ Si elle permet de « récupérer de la valeur ajoutée », la vente directe a en effet la particularité de réclamer beaucoup de temps aux producteurs. Cf. Le Caro Yvon, « Les motivations des agriculteurs d'après une enquête auprès des vendeurs directs en Bretagne », in Amemiya Hiroko (dir.), *op. cit.*, pp. 95-124.

² Pour un développement et une interprétation théorique de ce refus, voir : Ripoll *et al.*, *op. cit.*

la mobilisation de leurs ressources (force de travail et capital économique notamment), pour les aider à passer un éventuel mauvais cap. C'est bien avec ce type de pratiques que l'on s'éloigne le plus du marché pour se rapprocher d'un collectif « *solidaire* », autrement dit d'une logique de production/mobilisation de capital social au service des producteurs. Au fond, on peut considérer que ce qui s'échange ici est avant tout une sécurisation économique contre une sécurisation alimentaire et environnementale.

Organiser la durabilité des relations

Si l'on suit Bourdieu, au moins autant que le contenu des échanges et le type de pratiques, c'est aussi leur durabilité qui peut rapprocher les relations instaurées dans les AMAP d'une forme de capital social et les éloigner d'un simple face à face ponctuel et marchand. Là aussi, on peut différencier plusieurs niveaux de temporalité, qui sont aussi différents rapports au temps.

Le cœur du dispositif, ce qui les différencie de la plupart des autres formes de vente directe ou d'une simple labellisation, est bien entendu le principe d'un engagement des consommateurs sur la durée. Si l'on met à part certains producteurs, comme les éleveurs qui, pour des raisons notamment techniques, proposent des commandes ponctuelles et relativement espacées, les consommateurs passent commande à l'avance pour des distributions régulières (hebdomadaires pour ce qui est des légumes) sur des périodes de plusieurs semaines voire plusieurs mois. Dans la charte des AMAP, la durée d'engagement évoquée est la « *saison* », ce qui correspond à environ 6 mois (d'avril à septembre ou d'octobre à mars). Certaines AMAP supposent des engagements d'un an. Les collectifs rencontrés durant l'enquête de terrain fonctionnent quant à eux avec des périodes plus courtes : 3 mois pour certains, 10 semaines pour d'autres, et même un mois pour certains groupements d'achats qui ne reprennent pas le sigle AMAP à leur compte. Outre la sécurité économique, cette durée plus ou moins longue permet aux producteurs de planifier au moins en partie leur production annuelle et surtout de limiter voire

d'éviter les pertes. D'autres règles existent pour renforcer ce dispositif, comme le fait de s'engager à trouver un remplacement en cas d'impossibilité ponctuelle de venir chercher sa commande.

Plus encore, la charte demande une formalisation de toutes ces règles dans un « *contrat* » qui doit être signé par les deux parties à chaque renouvellement de l'engagement. Mais le fait est que ce n'est pas toujours mis en œuvre. On pourrait d'ailleurs se demander si cette stratégie d'inscription des échanges dans la durée par l'engagement contractuel est réellement un critère pour éloigner un peu plus les AMAP de la logique purement marchande. La réponse est positive si l'on considère que cette logique se résume en une confrontation de l'offre et de la demande qui commence et se termine avec la transaction – une transaction éventuellement reproduite mais qui ne se transforme jamais en relation durable. Cela dit, ce marché-là est plus un modèle idéal et normatif qu'une description objective du réel, comme le montrent les multiples stratégies d'évitement de la concurrence (constitution de monopole ou oligopole, par la recherche de niches, la fidélisation voire la captation des consommateurs...). C'est donc un modèle trompeur, y compris dans des situations qui devraient en être les incarnations parfaites, comme les « *marchés* » qui se déroulent chaque semaine sur les places des villes. C'est ce que montrent les entretiens effectués avec les producteurs qui soulignent tous que « *faire les marchés* » a des inconvénients non négligeables, à commencer par le temps que cela réclame, les aléas de la météo, mais surtout l'incertitude de vendre la récolte et donc le risque de repartir avec des cageots pleins... C'est d'ailleurs l'une des raisons essentielles évoquées pour justifier l'engagement en AMAP ou dans un collectif apparenté. Mais un marché reste de la vente directe, et en tant que telle, ce dispositif permet une sociabilité avec les consommateurs que la régularité des rencontres peut transformer en confiance et en fidélisation... réciproque : certains producteurs soulignent ainsi qu'ils peuvent compter sur « *leurs* » clients du marché, et qu'ils ne veulent donc pas les abandonner.

On comprend ainsi que, si la formalisation n'est pas toujours mise en pratique, c'est qu'elle n'est peut-être pas nécessaire. En adoptant un point de vue utilitariste, on peut considérer que, une fois le collectif lancé, le producteur est plutôt en position de force. D'une part, le prépaiement garantit le revenu, que les consommateurs viennent chercher leur commande ou pas. D'autre part, ces formules connaissent un succès tel que des listes d'attente se constituent dans la plupart d'entre eux : dans le contexte actuel d'une demande très supérieure à l'offre, les producteurs peuvent donc s'attendre à un remplacement immédiat des éventuels désistements. Mais la lecture économiciste, qui déduit la pratique du seul intérêt économique, n'est pas forcément plus pertinente que la lecture juriste, qui la déduit de la règle : quels que soit le contexte de l'offre et la durée des contrats d'engagement (formels ou moraux), les producteurs peuvent largement compter sur la pérennité du collectif en tant que tel car, s'il arrive que quelques ménages décident de ne pas renouveler leur engagement pour diverses raisons (plus souvent pour déménager que par insatisfaction semble-t-il), la probabilité que la totalité ou même la majorité des membres quittent le collectif en même temps est assez faible. D'abord, beaucoup de collectifs se sont constitués en association avec dépôt des statuts et demandent aux consommateurs une adhésion annuelle, ce qui participe à inscrire symboliquement l'engagement dans la durée même quand les périodes de commande sont plus courtes. Ensuite, le sentiment d'engagement que les consommateurs impliqués doivent partager à un degré ou un autre pour pouvoir considérer les règles instaurées comme des actes de justice à accepter voire à revendiquer, entraîne une certaine indifférence à leur degré de formalisation. Tout porte à croire que les consommateurs qui les perçoivent au contraire comme de pures contraintes subies à contrecœur ne se lancent tout simplement pas dans l'aventure, ou quittent le navire très rapidement. Et ceux qui passent ce cap n'ont pas de raisons de partir. L'enquête révèle ainsi l'existence d'un noyau dur de membres très impliqués et portant la dynamique au profit de ceux qui ne prennent pas de responsabilité, ne participent pas aux

activités collectives, etc. Ces derniers peuvent en outre avoir suffisamment de moyens financiers pour ne pas considérer le prépaiement comme un souci particulier, ce qui réduit la dimension *a priori* contraignante de leur participation à peu de chose.

Mais ce qui éloigne sans doute le plus les AMAP du marché idéal réside dans son mode de gestion des insatisfactions. Pour qu'un déclin brutal du nombre de membres puisse s'observer, il faut plus en effet qu'une addition de déménagements et de refus des contraintes : il faut des mécontentements significatifs, partagés et persistants. Or, même si tous les collectifs ne fonctionnent pas comme des AMAP certifiées conformes, ils relèvent non seulement de la vente directe et régulière mais aussi de la logique associative et collective, qui offre la possibilité d'échanger avec le producteur non seulement lors des distributions ou des visites d'exploitations, mais aussi lors des AG et autres réunions spécialement organisées pour discuter des problèmes rencontrés et exprimer ses éventuels mécontentements. Bref, tout est fait pour que les producteurs soient rapidement au courant des insatisfactions et donc des risques de départ, et plus encore pour qu'ils puissent s'expliquer et éventuellement réagir, dans la mesure de leurs moyens, et limiter ainsi les risques de départ. Pour reprendre la typologie et l'analyse d'Albert Hirschman¹, tout est fait pour que les consommateurs insatisfaits, déjà incités à la loyauté par la construction même de l'échange comme engagement solidaire, optent pour la prise de parole et non la défection, cette réaction de sortie de la relation qui est le propre du marché.

« Relocaliser » l'économie (solidaire) : un capital social de proximité interclassiste ?

Le second point appuyant la thèse de l'incompatibilité du concept de capital social selon Bourdieu avec l'objet économie solidaire

¹ Hirschman Albert, *Face au déclin des entreprises et des institutions*, Paris, Les éditions ouvrières (coll. Economie humaine), 1972. [éd. orig. *Exit, Voice and Loyalty. Responses to Decline in Firms, Organizations and States*, 1970]; *Vers une économie politique élargie*, Paris, Minuit (coll. Le sens commun), 1986; « Vertus et limites de la prise de parole », *Politix*, n°31, 1995, pp. 20-29.

réside dans la question des « statuts sociaux » : « Dans les hypothèses théoriques de Bourdieu ou Coleman, les réseaux relationnels, dégageant du capital social rassembleraient surtout des individus aux statuts semblables pour des finalités utilitaires. Or, dans le cas des expériences de l'économie solidaire, la similarité des références ne s'accompagne pas nécessairement d'une similarité de statut entre les acteurs. La diversité des réseaux relationnels représente même une ressource au service de tous »¹. Passons rapidement sur le fait que, si Bourdieu parle « d'appartenance à un groupe », il ne semble pas qu'il ait considéré la « similarité des statuts » comme nécessaire : ici comme ailleurs, fidèle à sa théorie positionnelle, il y parle surtout de propriétés communes et de proximité sociale. En outre, le texte en question a le statut de « notes provisoires » et non de « définition » (à l'inverse de la notice du *Dictionnaire*), ce qui indique que le concept était encore à construire, et autorise à (et même suppose de) le faire travailler avec des objets différents.

Qu'est-il des AMAP, si ce n'est de l'économie solidaire en général ? On ne peut pas nier que les « statuts sociaux » des membres des AMAP et collectifs apparentés ne sont pas « similaires ». Par définition, l'objectif de ces associations est de construire des relations entre des (petits) paysans et des non-paysans et donc de réunir indépendants et salariés, manuels et intellectuels, sans parler des différences de revenus. En outre, la dimension volontariste de l'action et la nature des enjeux construits comme universels (l'alimentation, la santé, l'environnement...) doivent même, en théorie, permettre le regroupement de toute personne interpellée, convaincue et disposée à passer à l'acte, quelle que soit sa position sociale. Au fond, du côté des consommateurs tout au moins, la seule proximité demandée, qui représente le seul critère de sélection des participants, est spatiale. Est-ce à dire que ce capital social est franchement « interclassiste », contrairement aux travaux qui ont donné naissance au concept ? Face à cette tentative de construire un capital social de proximité pour soutenir des

producteurs parfois plus près des classes populaires que des classes moyennes, on ne peut manquer de penser au concept de capital d'autochtonie. Peut-on considérer que c'est un tel capital qui se construit dans et par les AMAP ?

La proximité spatiale comme cohérence et condition de réussite de l'action

Si résister à la fin des paysans est l'objectif premier de ce type d'action collective, et la production/mobilisation d'un capital social le principal moyen utilisé, la dimension locale des relations instaurées semble être sa condition de réussite la plus importante. Elle n'est peut-être pas absolument nécessaire, ni d'ailleurs toujours réalisée aux yeux des premiers intéressés, mais elle est pour beaucoup vécue comme un horizon à atteindre, une mise en cohérence de l'action, de ses fins et moyens. Il faut dire que la « relocalisation de l'économie » est de plus en plus présente et fondamentale pour certains tenants de « l'économie solidaire »², comme d'ailleurs pour ceux qui se réclament de « l'écologie (politique) » et plus encore de la « décroissance »³. C'est même l'une des visées stratégiques sur lesquelles leurs différents arguments semblent converger sans se contredire. Un rapprochement semble ainsi s'opérer ces dernières années, à l'image du « commerce équitable » dont certains promoteurs créent des liens avec « l'agriculture biologique » et s'interrogent de plus en plus sur la pertinence de ne développer que des « rapports Nord-Sud » au détriment des rapports « Sud-Sud » ou « Nord-Nord » et en particulier des « circuits courts »⁴.

² Voir par exemple : Prades Jacques, Costa-Prades Bernadette, *L'économie solidaire. Prendre sa vie en main*, Toulouse, Milan (coll. Les essentiels), 2008. L'introduction est ainsi titrée : « des initiatives locales face à la mondialisation » (p. 3). Si Gardin et Laville affirment que la « proximité » ne relève pas tant de la distance objective que de la « subjectivité des acteurs », ils font tout de même des « services de proximité [un] modèle d'action collective » et d'économie solidaire et donnent une importance majeure à ces mêmes « initiatives locales » (Gardin Laurent, Laville Jean-Louis, *art. cit.*).

³ Voir par exemple : Latouche Serge, *Petit traité de la décroissance sereine*, Paris, Mille et une nuits, 2007.

⁴ Bucollo Elisabetha, « L'économie solidaire entre Sud et Nord : le commerce équitable », in Laville Jean-Louis

¹ Bévort Antoine, Bucolo Elisabetta, *art. cit.*, p. 83.

Il n'est donc pas étonnant de retrouver cette double préoccupation dans le cas des AMAP, qui peuvent même être considérées comme exemplaires de ce type de rapprochement. Contrairement à ce que le sigle indique, les documents militants soulignent clairement qu'il faut défendre une agriculture non seulement « paysanne » mais surtout « locale », les petits producteurs du « Nord » en ayant autant besoin que ceux du « Sud ». C'est ce que montre bien la « définition générale » des AMAP qui est donnée dans la charte, en même temps qu'elle expose les différents arguments sur lesquels peuvent s'appuyer ceux qui portent ce type d'action collective, qui sont aussi les enjeux auxquels il s'agit de s'attaquer :

« Une AMAP est une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne ayant pour objectif de préserver l'existence et la continuité des fermes de proximité dans une logique d'agriculture durable, c'est-à-dire une agriculture paysanne, socialement équitable et écologiquement saine, de permettre à des consommateurs d'acheter à un prix juste des produits d'alimentation de qualité de leur choix, en étant informés de leur origine et de la façon dont ils ont été produits, et de participer activement à la sauvegarde et au développement de l'activité agricole locale dans le respect d'un développement durable. »

L'importance du local apparaît plus clairement encore dans le titre du *Guide pratique* publié par Alliance PEC à partir du premier « colloque international » organisé à Aubagne en 2004 : *Initier des contrats locaux*. Le réseau URGENCI a d'ailleurs opté pour un nouveau sigle rassembleur : les Partenariats Locaux Solidaires entre Producteurs et Consommateurs (PLSPC) – où la référence au type d'agriculture défendue a tout simplement disparu, au profit du lexique d'une économie solidaire relocalisée.

Bien entendu, parler d'agriculture « locale » et de « proximité » exprime un point de vue situé, en l'occurrence celui des consommateurs du « Nord », et en particulier ceux qui résident non loin des producteurs à défendre. Et

pour ce faire, il s'agit de produire un capital social lui-même « local » ou « de proximité », contrairement aux formes traditionnelles du « commerce équitable » qui créent des liens à longue distance. Ainsi, l'un des principes généraux de la charte, souvent repris par les collectifs rencontrés même quand ils ne reprenaient pas le sigle à leur compte, est « la proximité du producteur et des consommateurs [...] indispensable pour assurer le lien direct entre eux et pour favoriser le circuit le plus court entre producteur et consommateurs ». Mais comme la proximité n'existe pas spontanément, il faut la produire. Les consommateurs qui veulent se constituer en collectif doivent donc chercher des producteurs qui travaillent au plus près de chez eux. Et inversement, les producteurs qui cherchent à lancer un collectif AMAP essaient d'abord de trouver des consommateurs, si ce n'est dans les environs de leur exploitation, tout au moins dans la ville la plus proche. Au fond, l'idéal serait que tout le monde réside à côté de l'exploitation, surtout pour le maraîcher dont les produits sont distribués toutes les semaines. Ainsi, l'un des animateurs du réseau d'économie solidaire bas-normand, qui est aussi fondateur d'une AMAP, rêve de projets d'urbanisme qui associeraient à chaque nouveau quartier périurbain l'installation d'au moins trois producteurs pour alimenter ses habitants au quotidien sans avoir à prendre la voiture : un maraîcher, un paysan boulanger et un producteur d'œufs de poules.

A défaut d'un tel voisinage, une certaine proximité permet au moins aux consommateurs d'économiser le temps du producteur en venant prendre les « paniers » sur l'exploitation, mais aussi en les confectionnant voire en participant aux récoltes – comme nous avons pu le constater dans un collectif de la Sarthe. Inversement, quand la distance devient trop importante (quelques dizaines de kilomètres), c'est au producteur de se déplacer dans la zone de résidence des consommateurs, tant cela paraît plus rationnel à tous sur un plan à la fois pratique (temps de transport), économique (coût) et écologique (pollution). Et de fait, les conditions morphologiques (l'importance de l'espace urbanisé, mais aussi le faible nombre de producteurs concernés) poussent souvent à cette seconde option : le cas le plus évident est

(dir), *op. cit.*, pp. 189-214 ; Cotera Fretell Alphonso, Ortiz Roca Humberto, « Commerce équitable », in Laville Jean-Louis, Cattani Antonio David (dir.), *op. cit.*, pp. 95-110.

celui de la région parisienne, mais la région caennaise, pour prendre un exemple étudié, ne permet pas plus aux consommateurs de fréquenter l'exploitation du fait notamment d'une plaine céréalière importante et d'un marché foncier périurbain difficile d'accès. Cette situation rend d'autant plus importante une proximité maximale entre les consommateurs eux-mêmes, ce qui explique les processus « *d'essaimage* » observés en Basse-Normandie : un premier groupe se constitue d'abord sur une base souvent plus militante que géographique ; le nombre de ses membres augmente ensuite par le « *bouche à oreille* », autrement dit par les réseaux de sociabilité tous azimuts (familiaux, amicaux, professionnels, résidentiels...) ; quand le nombre de ménages résidant dans un rayon plus restreint atteint un seuil considéré comme suffisant, un nouveau collectif, plus ou moins autonome selon les cas, peut alors se constituer sur une base plus géographique que militante.

Outre les arguments écologiques ou économiques, l'éloignement est vécu comme regrettable car un « *lien social* » et « *direct* » est aussi recherché et rendu possible par des interactions de face à face fréquentes et régulières. « L'interconnaissance et l'interreconnaissance » dont parle Bourdieu ont en effet été pensées par les promoteurs des AMAP comme un enjeu important de cette démarche, comme l'une de ses conditions de réussite si ce n'est de possibilité, mais aussi comme une fin en soi. C'est d'abord un moyen pour favoriser la transparence de l'information, la confiance et finalement la solidarité. Multiplier les rencontres de face à face, c'est aussi multiplier les opportunités de prise de parole en cas d'insatisfaction. C'est encore favoriser le développement de relations interpersonnelles non seulement avec les producteurs mais aussi entre tous les membres, qui peuvent certes aboutir à des conflits pour « incompatibilité d'humeur » mais tendent malgré tout à renforcer la loyauté de chacun envers le groupe. Bref, c'est un moyen d'inscrire les relations dans la durée, de construire le groupe comme tel et ainsi de produire du capital social : si l'on sait depuis longtemps que la proximité physique ne produit évidemment pas de la proximité sociale ni même à elle seule de

l'entente¹, elle « permet à la proximité dans l'espace social de produire tous ses effets en favorisant ou en facilitant l'accumulation du capital social »². Mais ces rencontres sont aussi une fin en soi car il s'agit de « *créer du lien social* » et de la « *convivialité* » qui ont valeur en elles-mêmes au présent : outre les distributions qui sont aussi des moments d'échange (plus ou moins importants selon les collectifs et leurs membres), les assemblées générales et autres réunions de gestion ou de débat de l'association sont proprement impensables sans un « *pot* », de même que les visites d'exploitations, pensées comme une étape indispensable au lancement et à « l'entretien » d'un collectif – le producteur s'y présente et présente son exploitation, ses difficultés, ses projets, etc. – sont généralement accompagnées d'un « *pique-nique* ». En devenant des moments partagés au présent, enrichissants ou simplement agréables à vivre, ces rencontres peuvent faire du temps passé dans le collectif un « gain » là où la théorie de l'acteur rationnel ne peut y voir qu'un « coût ». Elles peuvent même, peut-être, faire oublier l'utilitarisme originel des relations instaurées. Certains promoteurs des AMAP ont d'ailleurs conscience du risque qu'il peut y avoir à ne pas créer et entretenir ce lien direct et désintéressé entre tous les membres, et prônent pour cette raison une limitation volontaire de leur nombre – ce qui indique que si le volume de capital social dépend « de l'étendue du réseau des liaisons », c'est-à-dire de leur quantité, son existence peut dépendre de leur qualité, voire de leur faible nombre.

Une indifférence aux propriétés et proximités sociales à nuancer

Est-ce une tentative de retour à la communauté locale qui s'observe (si tant est qu'elle ait jamais existé) ? Peut-on seulement dire que les logiques de construction de ces collectifs sont dominées par le couple

¹ Chamboredon Jean-Claude, Lemaire Madeleine, « Proximité spatiale et distance sociale. Les grands ensembles et leur peuplement », *Revue française de sociologie*, vol. XI, n°1, 1970, pp. 3-33.

² Bourdieu Pierre, « Effets de lieu », in Bourdieu Pierre (dir.), *La misère du monde*, Paris, Seuil (coll. Libre examen), pp. 159-167.

localisme/interclassisme ? Au vu des enquêtes existantes, et notamment de celle que j'ai menée dans l'Ouest français, la réponse sera plutôt négative.

Il faudrait une enquête extensive à grande échelle, encore à faire, pour connaître précisément les propriétés sociales des consommateurs, mais plusieurs éléments viennent tout d'abord nuancer l'idée d'une forte hétérogénéité sociale au sein des collectifs. Le fait est connu : les acteurs et observateurs en parlent en toute généralité comme étant un truc de/pour « *classes moyennes* », « *citadins* » voire « *bobos* » (comme certains le disent avec un certain autodénigrement), évoquant même parfois l'exclusion des classes populaires pour des raisons de coût trop élevé des produits et/ou d'habitudes culturelles. Les quelques enquêtes existantes en PACA et Rhône-Alpes et mes observations personnelles dans l'Ouest montrent que ce n'est pas tant le volume de capital économique ou la résidence citadine que l'importance relative du capital scolaire qui définit le mieux les catégories surreprésentées¹. Un capital élevé qui ne va pas sans une probabilité plus forte d'avoir un emploi qualifié et une position plus intermédiaire qu'inférieure, mais qui va surtout avec les professions et secteurs d'activité connus pour leur propension à fournir les gros bataillons des associations (éducation, culture, santé, social...). Si certains de ces emplois relèvent de la fonction publique et sont donc particulièrement stables, ce qui peut favoriser un rapport à l'avenir relativement serein et donc le principe de l'avance financière, d'autres sont tout à fait précaires (intermittents du spectacle, salariés d'associations dépendants de subventions elles-mêmes incertaines, etc.). Quant à la résidence, dans une région comme la Basse-Normandie tout au moins, elle est tout autant périurbaine que citadine.

Mais au-delà de ces évaluations globales, c'est à l'échelle de chaque collectif en particulier qu'il faudrait poser la question de la plus ou moins grande proximité sociale entre les membres car c'est d'abord à ce niveau que se construisent les relations entre consommateurs. Et de ce point de vue, tout semble

indiquer que l'on assiste plutôt à un renforcement de l'homogénéité sociale relative. Ce que l'on doit expliquer par le mode de constitution des collectifs : fondé en grande partie sur l'existence de petits groupes militants puis sur le « *bouche à oreille* » et donc les réseaux de sociabilité préexistants, il combine la proximité physique et l'interconnaissance préalable, que les tendances ségrégatives ou agrégatives à l'œuvre dans les localisations résidentielles comme dans les activités professionnelles ou de loisirs, mais aussi dans les relations familiales et amicales, ne rendent pas synonymes de mixité sociale. Ainsi, la forte présence des personnels travaillant dans la santé dans tel collectif provient sans doute d'une localisation résidentielle au nord de Caen, non loin du CHU où beaucoup travaillent, alors que tel autre collectif est plutôt marqué par des personnels de l'éducation du fait d'une présentation et invitation à participer menée dans une réunion syndicale. Et si l'un des collectifs est caractérisé par une omniprésence des ménages à bas revenus, cela s'explique largement par sa naissance dans un quartier d'habitat social très populaire de la périphérie cherbourgeoise, où, sous les auspices de promoteurs de l'économie solidaire, des habitants ont ainsi tenté de faire revivre le quartier.

Les proximités sociales ne s'arrêtent pas au seul groupe des consommateurs : ces derniers ne sont pas toujours si éloignés des producteurs qu'ils soutiennent, ceux-ci ayant eux-mêmes des propriétés souvent proches et spécifiques². Outre l'homologie de structure du capital (plus scolaire qu'économique) et de position (relativement dominée), qui peut expliquer certaines affinités de dispositions (critique de la recherche de l'argent, importance du « *sens* » conféré à l'emploi), ce sont aussi des trajectoires professionnelles et/ou des aspirations sociales incertaines, marquées par le déclassement ou le refus de l'héritage, le passage d'un statut de salarié ou d'indépendant à l'autre, que les uns et les autres peuvent partager. Quand ce n'est pas un même métier que certains peuvent avoir, au

² Sans oublier le fait que ces deux catégories ne sont pas exclusives : certains producteurs participant aussi aux collectifs en tant que consommateurs.

¹ Voir notamment Mundler Patrick, *op. cit.*

moins provisoirement, adopté à un moment donné ou à un autre de leur vie.

C'est le cas bien entendu des agriculteurs « néo-ruraux », ces citoyens plus ou moins éloignés du monde agricole qu'ils ont décidé d'adopter alors qu'ils ne sont pas enfants d'agriculteurs, ne possèdent donc pas de capital spécifique hérité (terre et savoir faire) et n'ont d'ailleurs souvent aucun capital économique quand ils se lancent dans l'aventure. Si le grand mouvement d'installations date des années post-soixante-huit, elles n'ont pas cessé pour autant et sont peut-être même devenues plus sérieuses et significatives par la suite¹. Et c'est parmi elles que l'on trouve une partie des producteurs participant au lancement des AMAP et autres formules apparentées, notamment des maraîchers qui ont besoin de moins de surface et donc de capital économique pour démarrer. Ainsi de cet ancien travailleur social, fréquentant les militants de l'économie solidaire, devenu « *maraîcher bio* » en combinant les marchés, la restauration et un système d'abonnement à des paniers livrés aux consommateurs avant même l'invention des AMAP (en s'inspirant d'un article d'*Alternatives rurales* sur un collectif Suisse) : l'entretien fera ressortir à la fois ses difficultés à convaincre une banque et à trouver de la terre (de même que ses suspicions envers la SAFER d'avoir favorisé un producteur voisin pour l'achat d'une parcelle), et le fait de « *[tablér] sur son réseau de connaissances* » pour lancer la vente des produits.

Mieux : il n'est pas rare que certains consommateurs membres des AMAP ou collectifs apparentés, parmi leurs animateurs notamment, ne se contentent plus eux aussi d'actions hors travail et fassent le projet d'une autre activité professionnelle qui puisse être le moteur d'une autre vie, et se tournent vers certains types de commerce ou d'artisanat et plus encore vers diverses professions liées aux réseaux agricoles « *alternatifs* », y compris celle d'agriculteur elle-même, et cela par conviction politique ou parce qu'elle s'oppose en tous points à la vie menée jusque-là (métier manuel, avec un rapport à la nature, au saisons,

au temps considérés comme plus sains, etc.). Cela ne veut pas dire que tous passent à l'acte, du fait même qu'ils ne sont pas issus du monde agricole et ne possèdent pas de capital spécifique – leur éventuel capital économique n'étant pas si facilement convertible en capital foncier agricole, et leur capital scolaire n'ayant pas grand-chose à voir avec ce qu'exigent ces métiers. Mais la participation à ce genre de collectif peut justement favoriser le passage à l'acte : elle permet d'apprécier concrètement le métier, les conditions de travail voire d'installation, les savoirs et savoir-faire nécessaires (ou la manière de les acquérir), mais aussi de s'insérer dans un réseau comprenant aussi bien des producteurs, des consommateurs que des animateurs associatifs ou syndicaux, bref de se constituer un premier capital social spécifique qu'il sera possible d'augmenter en fondant un nouveau collectif au moment de l'installation. Ainsi cet ancien pharmacien, cofondateur d'une AMAP avant de mettre son projet d'installation en maraîchage biologique à exécution, et cela en bénéficiant de ces soutiens récemment acquis, en particulier du maraîcher de son AMAP (sous forme de conseils, d'aide pour trouver de la terre, et même de travail en commun sur une exploitation louée au même éleveur biologique de ses amis), et prévoyant de lancer sa propre AMAP le jour venu.

Réciproquement, plusieurs producteurs rencontrés, pourtant enfants d'agriculteurs, ont d'abord tenté d'autres métiers, parfois en salariat, avant de se lancer dans un projet d'installation qui ne passait d'ailleurs pas forcément par une reprise de l'exploitation des parents. Il faut dire que les producteurs qui ont opté pour un mode de production « *durable* » ou « *biologique* », déjà très minoritaires dans leur champ professionnel et ne bénéficiant donc pas des aides institutionnalisées, sont parfois aussi très isolés voire ostracisés par leurs pairs et voisins². Plusieurs producteurs

¹ Selon Hervieu-Léger Danièle, Hervieu Bertrand, *Le retour à la nature. « Au fond de la forêt... l'Etat »*, Paris, Editions de l'Aube, 2005.

² Leroux Benoît, « Stratégies, innovations et propriétés spécifiques des agriculteurs biologiques. Eléments d'analyse sociologique du champ professionnel agrobiologique », *Innovations agronomiques*, n°4, 2009, pp. 389-399 ; Prével Maxime, *L'usine à la campagne. Une ethnographie du productivisme agricole*, Paris, L'Harmattan (coll. Sociologies et environnement), 2007 et « La difficile conversion à l'agriculture biologique », in Juan Salvador (dir.), *Actions et enjeux spatiaux en*

rencontrés ont évoqué cette situation difficile à vivre au quotidien. La parenté elle-même n'est pas une garantie : alors qu'on les croirait avantagés par rapport aux « néo-ruraux », les enfants d'agriculteurs ne peuvent pas toujours compter sur leurs parents, ou ne veulent pas le faire, en partie du fait de divergences sur le mode de production. Plus largement, on ne peut pas dire que « *l'agriculture biologique* » soit toujours favorablement accueillie à la campagne. Un producteur de cochon, fils d'agriculteur et enfant du pays (« *j'dors dans la chambre où j'suis né moi* »), raconte ainsi son choix de vendre ses produits en région parisienne du fait du mauvais accueil qu'il a reçu sur les marchés de sa région, soulignant le problème du rapport au prix mais aussi de l'image du bio : « *ça, en campagne, le AB ne les intéresse pas. Quand vous prenez les gens locaux, le AB euh, c'est de la connerie, c'est tout ce que vous voulez. [...] Après y'a des, des approches assez simplistes et... ça marche très mal* ». Bref, on comprend que le soutien doit venir d'ailleurs, en l'occurrence de réseaux professionnels et militants fonctionnant à une autre échelle, départementale voire régionale, que les AMAP sont venues élargir. Plusieurs exemples montrent comment une installation a pu se faire avec des soutiens combinés venus de la Confédération Paysanne (CP) et/ou du Réseau Bio (qui ne se confondent pas mais s'entrecroisent), mais aussi des réseaux de l'économie solidaire, des AMAP ou autres collectifs existants, sans oublier les consommateurs prêts à s'engager dans un nouveau collectif.

Soulignons enfin que si l'appartenance ancienne aux réseaux professionnels de la région favorise l'accumulation d'un capital social important, le fait d'être un producteur « du coin »¹ ne suffit pas toujours pour accéder à ce type particulier de capital social que constitue une AMAP : ce qui compte le plus aux yeux de la plupart des porteurs de la dynamique, et donc ce qui vaut capital symbolique, n'est pas tant « l'autochtonie » que le mode de production effectivement mis en œuvre. Le local sans

le localisme donc. Dans les AMAP, comme dans les associations d'économie solidaire et la CP elle-même, des tensions peuvent apparaître entre ceux pour lesquels la préservation des producteurs locaux est un objectif en soi, et ceux qui exigent une production « *durable* » ou « *biologique* »². Le champ agrobiologique lui-même est marqué par une « tendance à la dualisation entre une pratique qui, tout en respectant le cahier des charges officiel, reproduit les schèmes productivistes (spécialisation des cultures, agrandissement des surfaces, recherche du meilleur marché...) et celle défendue par les partisans d'une bio cherchant à dépasser le cadre productif et mercantile »³. Et c'est à ce dernier pôle, historique et militant, que se positionnent les porteurs de la dynamique des collectifs rencontrés dans l'Ouest français. En fait, même si la proximité est décisive, nul besoin d'être un autochtone pour être soutenu, ou pour chercher à soutenir un producteur, comme le montrent les cas de producteurs venant d'autres régions immédiatement soutenus par les réseaux militants régionaux, ou celui d'une « *amapienne* » venant de la région parisienne et lançant un collectif dès son arrivée dans sa nouvelle commune. Si certains promoteurs des AMAP parlent de retrouver un lien au « *territoire* » ou au « *terroir* », ce n'est pas l'identité locale ou l'ancienneté de l'ancrage qui priment, mais les dispositions actualisées dans des pratiques tangibles, le sens conféré à l'action, c'est-à-dire le rapport à un avenir vécu comme construit en commun⁴.

² C'est aussi un thème évoqué par un fondateur d'Alliance Provence lors d'un entretien.

³ Leroux Benoît, « Entre la bio et le bio... Quelles normes alimentaires ? Le projet transversal de l'agrobiologie française depuis l'après-guerre », *Journal des anthropologues*, n°106-107, juin 2006, pp. 43-60. Voir aussi : Van Dam Denise, « Les agriculteurs biologiques : la réappropriation de l'identité de fermier », communication au colloque *Faire Campagne. Pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui*, organisé par l'UMR ESO, Rennes, 2005.

⁴ Ce qui permet de douter, une fois de plus, des travaux qui ont cherché à faire du territoire le concept phare de la recherche, en l'associant systématiquement à ceux d'identité et de mémoire collectives, de patrimoine, etc., et en négligeant les différences et inégalités internes aux groupes localisés. Voir : Ripoll Fabrice, Veschambre Vincent, « Face à l'hégémonie du territoire : éléments

De ce point de vue, les producteurs et consommateurs qui portent la dynamique ont encore en commun de partager un même « engagement militant », dans l'AMAP mais aussi pour certains dans d'autres associations qui gravitent autour et qui en sont parfois à l'origine (comme le Réseau bio) : outre le fait que certains « amapiens » en sont salariés, le temps passé à y travailler, même bénévolement, et le capital culturel spécifiquement militant¹ qu'ils y acquièrent ou construisent en commun, ne participent-ils pas à les définir socialement, et donc à les rapprocher encore un peu ?

Conclusion : refaire l'autochtonie ou apprendre à s'en passer ? Le capital comme construction située

Si cette enquête demande à être poursuivie, par de nouvelles études de cas mais aussi par une étude extensive des personnes impliquées², il me semble malgré tout que rien ne vient étayer l'incompatibilité déclarée entre l'économie solidaire (pour ne rien dire du monde associatif en général) et le concept bourdieusien de capital social – même s'il est ici retravaillé en intégrant notamment la question de la dimension spatiale.

On peut, comme Alain Caillé, souligner que le problème est plus fondamentalement dans l'usage du lexique économique en général, et de la notion de « capital » en particulier. Bien entendu, comme tout autre concept, il faut éviter d'en faire usage de façon

incontrôlée et inappropriée. On peut (et doit) qualifier une ressource de capital uniquement en tant qu'elle est à la fois valorisable et inégalement distribuée dans un champ social caractérisé par des rapports de concurrence ou de pouvoir. Ce qui est parfaitement justifié dans le cas des AMAP et autres collectifs apparentés : la concurrence est bien entendu entre les producteurs agricoles, que ce soit pour la vente des produits de leur travail mais aussi pour « l'accès à la terre » comme condition première de l'installation, autrement dit pour l'appropriation de l'espace physique en tant que moyen de production. Si les AMAP semblent se concentrer sur la vente des produits et n'agir ainsi qu'indirectement sur l'accès à la terre (par le maintien dans l'activité), certains producteurs ont pu s'appuyer sur le principe de « l'abonnement » et l'existence d'un nombre suffisant de ménages prêts à contracter pour présenter des dossiers d'installation plus faciles à défendre, notamment devant les banques. Certains consommateurs décident même de prendre plus directement en charge cet enjeu, en constituant des sociétés civiles immobilières (comme la fameuse association Terres fertiles dans le sud de la région parisienne) ou en participant à Terre de liens, mouvement d'ambition nationale lancé par un collectif d'organisations et ayant vocation à acheter la terre pour la louer à moindre coût pour des projets ciblés tels que l'installation de producteurs en agriculture biologique.

C'est pourquoi l'on peut dire que si Alain Caillé a le droit d'assumer une position et une réflexion normative, il refuse peut-être un peu de voir la réalité en face : il souhaite que les rapports sociaux fonctionnent différemment, sur la base d'une logique de « don » généralisé, que les diverses ressources sociales ne soient pas utilisées tels des capitaux dans des rapports de concurrence, de force ou de domination, et propose même des pistes pour cela. On peut et on doit (selon moi) imaginer un monde social qui soit débarrassé de toute inégalité et domination, mais il me semble que les concepts construits par Bourdieu et d'autres en termes de capitaux sont des outils particulièrement pertinents pour décrire la réalité d'aujourd'hui. Cela ne veut pas dire qu'il y a des rapports de force partout, que tous les rapports sociaux sont et

pour une réflexion critique », in Yves Jean et Christian Calenge (dir.), *Lire les territoires*, Tours, Publications de la MSH (coll. Perspectives « Villes et territoires »), 2002, pp. 261-287 et « Le territoire des géographes. Quelques points de repère sur ses usages contemporains », in Cursente Benoît et Mousnier Mireille (dir.), *Les territoires du médiéviste*, Rennes, PUR (coll. « Histoire »), 2005, pp. 271-291.

¹ Matonti Frédéric, Poupeau Franck, « Le capital militant. Essai de définition », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°155, 2004, pp. 4-11.

² Un nouveau travail de terrain a commencé en Ile-de-France et un questionnaire est en cours d'élaboration avec comme objectif d'être distribué dans plusieurs régions françaises aux caractéristiques contrastées. Enfin, une étude de la dynamique de construction d'un « mouvement des AMAP » aux échelles supra-locales doit aussi être menée.

surtout seront toujours et partout dissymétriques. Il ne faut donc pas voir du capital partout. Mais quand il y en a, il ne faut pas refuser de le voir. Et pour repérer son existence ou son absence, il faut au moins le chercher.

Inversement, le fait de faire travailler ce concept avec un objet tel que les AMAP et l'économie solidaire permet de rappeler quelques points parfois négligés voire de dégager quelques pistes théoriques, intéressant la théorie de l'action collective en particulier, mais sans doute aussi la théorie de la pratique. Ces pistes ont à voir en effet avec les processus de construction des ressources sociales qui supposent de mieux prendre en compte leur contexte historique mais aussi géographique de réalisation.

Le cas des AMAP permet tout d'abord de rappeler qu'un capital n'est pas réductible à une « dotation initiale » dont il faudrait se contenter, qu'il est en effet possible d'inventer et d'utiliser de nouveaux types de ressources dans un champ social dont ils étaient jusque là absents, donc de les transmuter en nouveau capital spécifique. Ce qui montre une fois de plus qu'il n'y a pas d'incompatibilité entre la théorie bourdieusienne et l'analyse du changement social, mais aussi que les « capacités des acteurs » face au « système » ne se pensent pas uniquement, voire pas principalement, en termes de « marge de liberté » – expression qui n'a même ici aucun sens.

Il permet aussi de souligner qu'il faut toujours un travail (social) plus ou moins volontariste et important pour mener à bien cette opération d'importation et surtout d'accumulation de ressources, qu'elles soient nouvelles ou anciennes, car il s'agit toujours d'une activité de production. Ce qui permet de comprendre qu'elles ne sont pas seulement un moyen d'action, mais aussi un enjeu voire une fin de l'activité militante, supposant que certains y consacrent une part plus ou moins importante de leur temps et de leur énergie. La confusion de la fin et du moyen est ici particulièrement frappante du fait que ces actions collectives n'ont pas pour objectif premier de contester telle ou telle politique publique, ni de revendiquer quoi que ce soit auprès des pouvoirs publics, mais de produire du capital social pour contrer les effets

combinés du marché et des politiques publiques. Certes, il est évident que le sens conféré au terme « production » et le genre de travail nécessaire à cette activité varient notamment en fonction de la nature des ressources à produire, autrement dit de l'espèce de capital concernée. Dans le cas du capital social, sorte de capital au second degré, de transfert voire de socialisation plus ou moins poussée des autres espèces de capitaux, on comprend que l'objectif premier puisse être de « faire du lien ». Mais on peut poser l'hypothèse que toute cause peut exiger de produire tout ou partie des ressources que ses entrepreneurs et défenseurs cherchent à mobiliser, d'où le caractère un peu réducteur voire trompeur de l'expression « mobilisation des ressources » utilisée par la sociologie des mouvements sociaux¹.

Outre du travail, cette activité de production des ressources nécessite elle aussi des ressources, ce qui la rend parfois improbable en ce qu'elle nécessite un investissement conséquent de la part d'entrepreneurs déjà dotés et acceptant de participer voire de prendre à leur charge le processus « d'accumulation initiale ». Si les AMAP doivent compenser le manque de capital hérité chez les producteurs à défendre, du fait que le trio formé par le marché, l'Etat et les organisations professionnelles agricoles (OPA) ne facilite pas leur installation ni leur survie, il ne s'y invente et ne produit pas un nouveau type de capital social *ex nihilo*. Aussi innovantes et volontaristes qu'elles puissent être, les AMAP ne se seraient sans doute pas développées sans la rencontre entre les organisations d'agriculteurs impliquées – CP et Réseau bio en tête – et des petits groupes de militants déjà sensibilisés à tel ou tel des multiples enjeux auxquels les AMAP tentent de répondre concrètement : collectifs ATTAC, écologistes, associations de consommateurs, de commerce équitable, système d'échange local et autres formes d'économie solidaire, etc., parfois par

¹ Pour une exposition de ce courant, voir par exemple : Neveu Erik, *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris, La Découverte (coll. Repères), 2002 (1^{ère} éd. 1996) ; Mathieu Lilian, *Comment lutter ? Sociologie et mouvements sociaux*, Paris, Textuel (coll. La discorde), 2004.

l'entremise d'animateurs associatifs jouant le rôle de passeurs.

Enfin, cette idée de rencontre doit être prise au pied de la lettre tant elle se réalise dans des lieux spécifiques qui ne doivent pas plus au hasard que leur date de naissance. Les AMAP montrent en effet que, quelle que soit l'importance réelle d'Internet dans la diffusion du « *concept AMAP* », son appropriation et sa traduction concrète effective par la mise en route d'une activité collective de production de capital social peuvent d'autant moins se faire « hors sol » que la « *relocalisation* » est l'un de leurs principes directeurs¹. Ce qui invite à prendre toute la mesure de la dimension spatiale des actions collectives². Sans doute faut-il se méfier de la notion de réseau qui peut laisser penser que des relations sociales pourraient exister non seulement de façon purement horizontale, sans centre ni périphérie, mais aussi sans inscription dans des lieux bien circonscrits. Inversement, le concept de capital d'autochtonie dénote clairement cet ancrage. Mais quel que soit l'intérêt de ce concept, il faut souligner que tout capital « local » ou « de proximité » n'est pas nécessairement un capital d'autochtonie. Seul l'avenir dira si c'est une forme de capital d'autochtonie qui est en train de se construire dans ces AMAP et autres collectifs apparentés, ou s'il s'agit plutôt pour ces producteurs d'apprendre à s'en passer, mais pour rester au plus près de ce concept, une telle

construction supposerait un enracinement de leurs membres, une imbrication des sphères de sociabilité (des relations multiplexes), et plus encore leur mobilisation sur les scènes locales³ – autant de processus dont le degré d'avancement est très variable selon les collectifs. Mais dire qu'il ne s'agit pas de capital d'autochtonie ne veut pas dire que la dimension locale n'est pas importante. Et cela parce que, hypothèse à développer, tout type de capital a une dimension spatiale qui demande à être dégagée et spécifiée. On le voit bien ici dans le cas du capital social comme du capital foncier, mais plus fondamentalement, ne doit-on pas considérer que tout capital a son espace de production, d'accumulation et d'usage, un espace de validité ou de référence où il possède une valeur qu'il n'a pas ailleurs, dont l'échelle peut aller du local à l'international⁴ ? De ce point de vue, la dimension spatiale n'apparaît donc pas uniquement dans les « effets de lieu », quand un fait social est local, et réciproquement elle ne disparaît pas quand il est structuré à une autre échelle ou selon des spatialités plus réticulaires et labiles. De même que la mondialisation, ou les mouvements qui cherchent à s'y opposer frontalement, se construisent jour après jour, un échange « relocalisé » ou une relation sociale « de proximité » ne sont pas donnés à l'avance, et l'une comme l'autre se construisent par des actions situées jouant d'échelles multiples.

¹ Sur la production des AMAP comme nouvelle norme nationale et sa diffusion/réappropriation locale, voir : Ripoll Fabrice, « Le « *concept AMAP* » : promotion et mise en pratique(s) d'une nouvelle norme d'échange entre consommateurs et producteurs agricoles », *Géographie et cultures*, n°72, 2010, pp. 99-116.

² Question que j'ai travaillée dans le cadre de ma thèse de doctorat : Ripoll Fabrice, *La dimension spatiale des mouvements sociaux. Essais sur la géographie et l'action collective dans la France contemporaine à partir des mouvements de « chômeurs » et « altermondialistes »*, thèse de doctorat, Université de Caen Basse-Normandie, 2005 ; « Du « rôle de l'espace » aux théories de « l'acteur » (aller-retour). La géographie à l'épreuve des mouvements sociaux », in Séchet Raymonde, Veschambre Vincent (dir.), *Penser et faire la géographie sociale. Contributions à une épistémologie de la géographie sociale*, Rennes, PUR (coll. Géographie sociale), 2006, pp. 193-210 ; « Espaces et stratégies de résistance. Répertoires d'actions collectives dans la France contemporaine », *Espaces et sociétés*, n°134, 2008, pp. 83-97.

³ Sur le concept de scène, voir : Weber Florence, *Le travail à-côté. Etude d'ethnographie ouvrière*, Paris, Editions de l'EHESS, 2001.

⁴ Pinçon Michel, Pinçon-Charlot Monique, *Grandes fortunes. Dynasties familiales et formes de richesses en France*, Paris, Payot et Rivages (coll. Petite bibliothèque), 1998 ; Poupeau Franck, « Sur deux formes de capital international. Note de recherche : les élites de la globalisation en Bolivie », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°151-152, mars 2004, pp. 126-133 ; Wagner Anne-Catherine, *Les classes sociales dans la mondialisation*, Paris, La Découverte (coll. Repères), 2007. C'est aussi ce que montrent tous les textes de ce dossier.