

**Micro-mythanalyse de l'imaginaire des Amapiens :
Néo, Morphéus et l'Oracle contre la Matrix**

Philippe Robert-Demontrond

CREM UMR CNRS 6211

Université de Rennes 1

11 rue J. Macé

35 000 Rennes

philippe.robert@univ-rennes1.fr

Micro-mythanalyse de l'imaginaire des Amapiens :

Néo, Morphéus et l'Oracle contre la Matrix

Résumé

Le mouvement des Amaps ("Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne"), connaît depuis peu un développement d'importance. Une micro-mythanalyse de l'imaginaire de consommateurs adhérents est entreprise. Il s'agit d'examiner le champ de significations qu'ils développent, fondant leur engagement. On montre que l'imaginaire amapien présente des différences conséquentes par rapport à celui du commerce équitable.

Mots-clés

Résistance, AMAP, structures anthropologiques de l'imaginaire

A micro-mythanalysis of csa consumer participants' imaginary :

Neo, Morpheus and the Oracle against the Matrix

Abstract

Community Supported Agriculture (CSA) is a growing social and agricultural movement. We proceed to a micro-mythanalysis of the imaginary of participants of this form of political consumerism. We show that this imaginary differs significantly from the fair trade consumers' imaginary.

Keywords

Resistance, CSA, anthropological structures of imaginary

De plus en plus de recherches en marketing abordent, depuis peu, le phénomène (le problème) des comportements de résistance (Roux, 2007). Comportements qui relèvent non seulement de logiques de boycott (de produits, de producteurs, de modes de production et/ou de distribution, ou plus largement encore "du système"), mais aussi de logiques de buycott, s'inscrivant alors dans les mouvements de consommation "citoyenne" (Canfin, 2005), "engagée" (Chessel & Cochoy, 2004), "responsable" (Lachèze, 2005), ou encore "éthique" et "politique" (Ferrando Y Puig & Giamporcaro-Saunière, 2005), etc. Tous mouvements qui portent des attentes, variées, auxquelles répondent de plus en plus d' "entrepreneurs du Bien collectif". De nouveaux marchés se constituent ainsi - de nouvelles filières de production et de distribution. L'une d'entre celles-ci, se définissant comme "Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne" (Amaps), connaît depuis peu un développement d'importance (Lamine, 2008). Conçues dans une perspective d'alternative à l'économie conventionnelle (aux circuits longs des filières agro-alimentaires, couplant un système de production industrialisée avec la grande distribution), ces associations construisent des partenariats de proximité liant formellement, contractuellement, un groupe de consommateurs (plus précisément, de "consom'acteurs") avec un producteur. Lequel développe alors ses activités en circuit court, par souscription de ses produits. Dans ce nouveau cadre relationnel, acheteurs et vendeur co-déterminent le prix de l'offre, en fonction des coûts réels de production et non pas des cours du marché, et co-définissent les modalités de distribution des produits (en termes de fréquence, de lieu, d'horaires). L'engagement des consommateurs est ainsi financier (les paniers sont pré-payés), et solidaire (les risques et bénéfices naturels sont partagés, la transaction se veut équitable), également social (du fait de la participation requise à la vie de la structure - de la gestion des souscriptions à la distribution des paniers, en passant souvent par une aide ponctuelle à la production). Partie du Japon, au cours de années 1960-70, et diversement amendée, la formule s'est développée en France à partir de 2001, sous l'impulsion notamment d'ATTAC (Association pour la Taxation des Transactions pour l'Aide aux Citoyens) - connaissant depuis une croissance exponentielle. Pour autant, le phénomène ne bénéficie jusqu'à présent que de relativement peu d'études. Celles-ci sont qui plus est le plus souvent centrées sur l'analyse des performances de cette innovation socio-économique, pour les producteurs (e.g., Abel et al. 1999 ; Berg, 2006 ; Goland, 2001 ; Sharp et al., 2002), ou pour les consommateurs (e.g., Brandon, 2005 ; Kolodinsky & Pelch, 1997 ; Lea et al. 2006 ; Thompson & Coskuner-Balli, 2007 ; Zepeda & Lin, 2006) - avec, alors, une recherche d'identification de leurs attentes, de leurs représentations et de leurs motivations. Problèmes

que traitent plus incidemment des travaux de sociologie économique (Dubuisson-Quellier & Lamine, 2004, 2008 ; Lamine, 2005, 2008). Dans le prolongement et en complément de ces diverses études, il s'agit ici d'analyser la sémantique de ce système, du point de vue des consom'acteurs. Il s'agit d'examiner le champ de significations qu'ils développent, fondant leur engagement.

METHODOLOGIE

La recherche entreprise dans cette perspective s'inscrit dans le cadre épistémologique de l'anthropologie textualiste (Geertz, 2000 ; Savy & Schreiber, 2005). Conceptualisant tout système culturel comme un assemblage de textes, celle-ci retient en axiématique à ses travaux l'idée selon laquelle, fondamentalement, la réalité sociale est d'ordre symbolique (Ricoeur, 1986, p. 209), et l'idée que les comportements, plus précisément, les "actions sensées", peuvent se lire comme des textes. Dans cette perspective, donc, la méthodologie de l'interprétation des textes, l'herméneutique, fournit un paradigme théorique pleinement valable pour l'interprétation des faits et phénomènes socio-culturels (Ricoeur, 1986, p. 183). De sorte que l'enquête, de type finalement philologique, revient à "essayer de lire (au sens de « construire une lecture de ») un manuscrit étranger, défraîchi, plein d'ellipses, d'incohérences, de corrections suspectes et de commentaires tendancieux, et écrit non à partir de conventions graphiques normalisées mais plutôt de modèles éphémères de formes de comportement" (Geertz, 1973, cité par Calame, 2003).

Sur le cadre socio-anthropologique de la production des données

Pour la constitution du matériau informatif, diverses méthodes relevant de la socio-anthropologie sont ici mobilisées : observations ethnographiques, dans l'ordre des épistémologies "baptistes" (Geertz, 2000), commandant l'immersion dans le milieu d'étude pour en optimiser la compréhension (en observant les pratiques des acteurs, leurs manières de faire, afin de maîtriser les systèmes de valeurs et de sens) ; entretiens centrés, dialogués (enregistrés et retranscrits), conduits d'une part auprès d'Amapiens (n = 36), sélectionnés en fonction d'une logique de diversité des profils (intégrant des critères d'âge, de genre et de situation socio-économique) et conduits d'autre part auprès de consommateurs et de distributeurs de produits équitables (n = 61), tous enquêtés lors d'une précédente étude (Robert-Demontrond, 2008) ; recherche nethnographique (Hine, 2000), investiguant les sites

produits par les Amaps pour la présentation publique de leur projet (de leur système de valeurs et de sens) et parcourant les blogs et forums de discussion en ligne consacrant des débats sur les Amaps. Cette diversité des méthodes exploitées tient notablement à ce que le paradigme textualiste implique de tenir comme dénuées de pertinence : *i*) les différences classiquement établies entre recherche de terrain et recherche d'archives (Lévi, 2005) ; et *ii*) la préférence pour les "communications exogènes" (les interactions verbales, plus ou moins planifiées, plus ou moins centrées, entre le chercheur et les acteurs) contre celles "endogènes" (les conversations entre acteurs, non-contrôlées, les bavardages, les "actes de langage en action"). Ceci, au contraire de ce que tend notamment à faire prévaloir l'anthropologie dialogique, focalisée sur la conduite d'entretiens auprès d'informateurs soigneusement sélectionnés (Clifford & Marcus, 1986). Deux raisons essentielles fondent ici l'objection à ce type d'option méthodologique : *i*) de nombreux propos colligés, relevant du registre de la communication ordinaire, s'avèrent cruciaux pour l'analyse des imaginaires ; *ii*) de nombreux autres propos, non enregistrés et non consignés dans le carnet de terrain, ne se transformant donc pas en corpus textuel, mais inconsciemment mémorisés, ont une incidence indirecte sur l'analyse en ce qu'ils participent (comme un apprentissage linguistique) à la familiarisation du chercheur avec le système de sens des Amapiens. Les discours colligés sur le terrain sont structurés par une forte intertextualité, qui tient au développement d'une "littérature endogène" dont la prégnance idéologique est d'importance. Les Amapiens s'y réfèrent de fait très régulièrement, souvent non explicitement. Divers auteurs, de référence, faisant autorité, opèrent auprès d'eux comme les guides d'une orthodoxie et d'une orthopraxie. Une orthodoxie est ainsi dessinée, ici, formalisant les valeurs du mouvement et formulant divers énoncés "eschatologiques" ou "apocalyptiques" - descriptifs et explicatifs des évolutions du monde, de ses devenir. Une orthopraxie est également élaborée, définissant la "grammaire du faire", déterminant précisément les prescriptions et proscriptions comportementales permettant d'éviter les devenir catastrophiques. L'étude de cette littérature endogène est d'importance, son ignorance induisant le risque, pour le chercheur, de traiter comme "de conviction" des discours de convenance, fonctionnant sur le registre superficiel de la citation et de la récitation. Lesquelles occultent les imaginaires personnels - les "hétérodoxies", les "hétéropraxies". La mise en récit des communications exogènes est alors d'importance : elle permet effectivement d'installer les sujets dans une logique d'énonciation personnalisée. "Ce qui m'intéresse, c'est votre expérience de l'Amap, que vous me racontiez ce que ça représente,

pour vous, de faire partie d'une Amap". "Ce qui m'intéresse, c'est que vous me racontiez votre histoire, par rapport à l'Amap".

Sur le cadre micro-mythanalytique du traitement des données

Dans la continuité du cadrage paradigmatique de l'enquête, le matériau qualitatif a été traité selon les canons méthodologiques de la micro-mythanalyse (Robert-Demontrond, 2006). Laquelle, s'appuyant sur l'étude des structures anthropologiques de l'imaginaire - telles qu'on peut les déchiffrer à travers les mythologies constituées -, définit une méthode d'interprétation des textes y révélant la présence de figures archétypales. Avec alors, en fondements théoriques, les travaux en mythocritique et en mythanalyse notamment développés par Durand (1994, 1996), Brunel (1992, 1995) et Fischer (2006, 2007). On retient ainsi, en axiomatique de ce travail herméneutique sur le "texte amapien", cinq principes essentiels.

i) La cognition (la production des représentations mentales) est narrativement conditionnée. Le "tournant narratologique" des recherches en sciences humaines, opéré après le "tournant linguistique", a pour fondement l'idée que "l'esprit persiste à penser en termes de récits" (Anderson, 1990), de sorte que l'élaboration continue de modèles explicatifs des expériences de vie, l'organisation cognitive des événements, relève de la production de fictions narratives (Bruner, 2002). Soit encore : "expliquer, c'est raconter" (Prost, 1996). Expliquer ce qu'est une Amap, en définir le projet institutionnel, expliquer l'adhésion à une Amap, en définir les raisons, les motivations, c'est toujours, pour les consommateurs interrogés, raconter une histoire, tracer sous le discours argumentatif des parcours narratifs.

ii) Ces parcours mobilisent un système de représentations mentales dans lequel des structures élémentaires, dites "mythèmes", peuvent être mises en évidence. Correspondant à des scénarios d'action, codés, puis imagés (Gérôme, 1994), ces mythèmes s'avèrent en nombre limité. Autrement dit, l'imaginaire n'est pas ouvert à l'infini, mais se répète au contraire - idée qui fonde l'anthropologie structurale. Il s'agit donc, à la manière des linguistes qui décomposent (analysent) le langage en morphèmes, d'isoler dans les discours colligés ces unités significatives élémentaires - ces mythèmes.

iii) La combinatoire de ces mythèmes n'est pas non plus infinie. La dynamique de l'imaginaire tient fortement à la combinaison des mythèmes - autrement dit, à leur grammaire (Chauvin et

al., 2005). Celle-ci détermine un nombre restreint de constructions narratives - qui présentent ainsi non seulement des homogénéités syntaxiques, structurelles (Courtès, 1993 ; Greimas, 1986), mais aussi sémantiques (Durand, 1992 ; Miguet-Ollagnier, 1992 ; Vierne, 1993).

iv) L'explicitation, dans un discours, des mythèmes mobilisés et de leur organisation syntaxique, de leur agencement narratif, permet d'étiqueter l'imaginaire qui sous-tend ce discours - en identifiant un "mythe encyclopédique", présentant une homologie structurelle avec ce qui est dit.

v) Le récit, comme le note Greimas (1970), "doit être considéré comme un algorithme, c'est-à-dire une succession d'énoncés dont les fonctions prédicats simulent linguistiquement un ensemble de comportements orientés vers un but". Dans cette perspective, la micro-mythanalyse du discours procède à l'explicitation des programmes narratifs activés par les consommateurs en identifiant les diverses figures et fonctions mobilisées. La formation de l'imaginaire relève notablement du corporel (Blumenberg, 2005, 2006 ; Thomson & Varela, 2002). Et ce, selon notamment trois dominantes réflexologiques : respectivement de position et de motilité (coordonnant les mouvements du sujet lorsqu'il se redresse ou se dresse à la verticale), de nutrition (dominante ingestive et digestive), et cyclique (dominante sexuelle). Sur le fondement de ces trois dominantes, la mythanalyse dégage trois types de schèmes fondamentaux, trois principaux modes de structuration de l'imaginaire (Durand, 1994, 1996). Typologie empiriquement fondée (Durand, 1998, 2005) : l'expérimentation montre bien une organisation des images mentales selon trois intentions actanciennes, gravitant autour de trois archétypes verbaux essentiels. On sous-différencie les trois schèmes fondamentaux exploités usuellement dans la mythanalyse afin de tenir compte de leur négation et de leur inversion (Robert-Demontrond, 2008). On obtient ainsi : *i)* le schème P-héroïque (d'hétérogénéisation), qui s'appuie sur la dominante-réflexe de position (de verticalisation ascendante) et organise les images et l'imaginaire de redressement, d'ascension, d'affirmation, de combat, de rupture, de coupure, mais aussi de luminosité (activant un "registre diurne" d'images) ; *ii)* le schème P-mystique (d'homogénéisation), qui s'appuie sur la dominante réflexe de nutrition (d'inclusion et d'intégration) et organise les images et l'imaginaire d'avalement, de blottissement, de refuge et de négation, d'obscurité (activant un "registre nocturne" d'images) ; *iii)* le schème P-synthétique, enfin, qui s'appuie sur la dominante-réflexe cyclique et organise les images (horizontales) de médiation, de transfert et de mise en relation, de communication. Le suffixe

"P-" signifie l'expression positive du schème (l'accomplissement du programme). L'emploi du suffixe "N-" marque son inversion. Le schème N-héroïque organise ainsi les images et l'imaginaire de verticalisation descendante, d'effondrement, de chute. Le schème N-mystique organise les images centrifuges, d'expulsion et d'échappement, de sortie. Le schème N-synthétique organise les images de figement, d'immobilisation.

MICRO-MYTHANALYSE DES DISCOURS

Différents programmes sémio-narratifs ont été identifiés dans les discours des consommateurs - et ont été étiquetés des noms des récits mythiques avec lesquels on observe une homologie structurelle et sémantique. Deux types d'imaginaires sont ici distingués : ceux transversaux au mouvement amapien et au commerce équitable, et ceux spécifiques au mouvement amapien.

Imaginaires transversaux

Deux imaginaires, respectivement prométhéen et gaïaen (tableaux 1 et 2), définissent (non spécifiquement) le régime d'encastrement culturel des Amaps (leur conception institutionnelle de "l'action juste", en matière économique). Leurs constituants se repèrent ainsi dans les différents textes qui configurent la littérature endogène, mais aussi dans les divers documents internes, rédigés à l'intention des adhérents, dans les "manifestes" produits et diffusés à l'intention des non-adhérents (dans une perspective explicative-argumentative-persuasive) et, finalement, dans les productions discursives des Amapiens (qu'elles relèvent de communications exogènes ou endogènes).

Tableau 1 : l'imaginaire prométhéen

Programme sémio-narratif
Les récits prométhéens décrivent l'histoire de vie d'un sujet indissolublement contempteur d'un privilège et bienfaiteur de l'humanité. Prométhée (nom composé sur un adjectif homonymique grec, signifiant littéralement "qui s'inquiète par avance" et, par suite, "prévoyant") est le voleur de feu, dérobé aux dieux, et son donateur généreux aux hommes. Son action est désintéressée, lui est même coûteuse. Elle relève ainsi du sacrifice librement consenti.
Mythèmes mobilisés
Sur cette trame, que marque la domination cognitive d'un schème P-héroïque, les énoncés composés ici tracent le portrait d'un individu qui se dresse, se rebelle contre le système, lui prend de ses ressources essentielles au profit de " <i>petits producteurs</i> ", de " <i>jeunes agriculteurs</i> ", lesquels se redressent (s'accomplissent) - le

consom'acteur consentant à cet effet un sacrifice (un surprix, et du temps). L'imaginaire prométhéen commande ainsi l'énonciation de discours qui composent : i) l'opposition du faible au fort (du petit au grand) ; ii) l'aide, le soutien, l'engagement solidaire ; iii) le don de soi, le sacrifice ; iv) l'*empowerment*, comme construction de l'autonomie des bénéficiaires du don ; v) l'intelligence prospective, le discernement.

Exemples de verbatim

Etre Amapien, c'est ainsi, typiquement, "*soutenir quelqu'un. Avec toutes les difficultés qu'il y a aujourd'hui en agriculture, c'est soutenir les petites productions*" (Anna). "*C'est un acte volontaire. Mais ça coûte. C'est vrai que ça coûte du temps. Enfin, faut vraiment vouloir le faire*" (Martine). "*Y'a un effort quand même, à faire. (...) C'est un effort. Mais, c'est un effort pour les jeunes quoi*" (Marie-Eve). "*Il faut donner du temps. (...). Il faut être militant, c'est pas toujours évident de donner son temps*" (Jeanine). "*Ça prend du temps, beaucoup de temps*" (Aude). "*On est prêt à payer le prix pour que les producteurs puissent, euh... puissent vivre de leur production*" (Yves). "*C'est une association. Donc, c'est des réunions et toute une prise en charge. C'est lourd aussi, hein. Enfin, c'est lourd. Enfin, c'est du temps, quoi*" (Joseph). "*Je pense que dans mes 15€, dans mes paniers, il y a 10€ pour mes produits et il y a 5€ qui sont... J'en ai conscience, hein. Ou il y en peut être pas autant, il y en a peut être que 3€ qui sont dans euh, euh... un soutien à l'agriculteur et à son agriculture. Et en fait, c'est comme si je donnais 3€ (...). C'est une bonne action (...), une bonne action quand même, parce qu'on favorise le travail de l'agriculteur. Je me dis qu'il peut se faire une marge peut être plus importante, s'il nous le vend à nous, en direct. Plutôt que s'il les vend à un supermarché qui va lui dire : « allez, baisse tes prix, baisse tes prix, baisse tes prix »" (Tiphaine).*

L'imaginaire prométhéen est transversal aux diverses innovations socio-économiques qui, dans l'ordre notamment du développement soutenable et/ou de l'économie solidaire, s'inquiètent de problématiques sociales liées aux conditions de production des biens marchands (ainsi du commerce éthique et du commerce équitable). En cela donc, cet imaginaire est profondément allocentré, est marqué par le souci du bien-être d'autrui – et ce, dans une perspective éminemment paternaliste. Le script anthropologique, diversement mis en récit ici, édicte effectivement une attention particulière aux "*petits producteurs*", aux "*jeunes paysans*", "*démarrant dans la vie*", aux exploitants "*en difficulté*", "*en reconversion*", tous en bute à des puissances extérieures, supérieures, puissances oppressives, aversives - maléfiques. Puissances systémiques ("*la globalisation*", "*le capitalisme*", "*l'ultralibéralisme*", etc.) qui, identifiées et analysées dans la littérature endogène, se concrétisent tout particulièrement dans des entités "de contact" : les supermarchés, les hypers, etc. Il s'agit d'assurer l'émancipation des opprimés, de les faire advenir à la lumière (de les amener au diurne, contre leur actuelle aliénation dans des univers obscurs, nocturnes). L'aide apportée dans cette perspective ne

s'inscrit pas dans une logique anthropologique de don/contre-don (d'échange social). Cette aide est effectivement d'ordre sacrificiel : le modèle comportemental n'est ainsi pas seulement altruiste, solidariste, il est aussi doloriste (à l'identique de l'imaginaire chrétien, la différence essentielle tenant à la dimension agonistique de l'imaginaire prométhéen). Le soutien procuré présente en conséquence une dimension de peine/pénalité d'importance : l'Amapien engage de son temps et consent à surpayer l'offre, supportant ainsi volontairement de réduire son propre niveau de vie en vue d'accroître celui des autres. La perte financière acceptée, consciemment, délibérément, est entendue profiter exclusivement à autrui, dans un rapport d'égal à égal - d'homme debout à homme debout, où voulant se tenir et se maintenir debout.

Tableau 2 : l'imaginaire gaïaen

Programme sémio-narratif
Les récits de type gaïaen se déploient quant à eux sur l'idée d'étroits liens de dépendance mutuelle entretenus par l'humanité avec la terre-mère, Gaïa. Un lien systémique est ainsi conçu, qui est aussi un lien génésique. L'humanité a en conséquence une obligation de respect envers son environnement naturel. Respect qui relève de la piété filiale (de l'évidence d'un devoir inconditionnel). Ce qui ne signifie cependant pas l'absence d'utilité égotiste, comme l'établit le récit mythologique d'un contre-modèle comportemental : celui d'Érysichthon (de <i>Erusikhthôn</i> , "qui fend la terre"). Ayant abattu un chêne sacré, délibérément, et donc fait violence à la Nature, il est puni par elle d'une faim insatiable. Ce qui l'amène à finalement se dévorer lui-même.
Mythèmes mobilisés
L'imaginaire gaïaen fonde des énonciations déployant le mythème de l'interdépendance systémique des actants. Les produits "exotiques" sont dévalorisés et contestés, négativement jugés en ce qu'ils signent une atteinte à Gaïa. Toujours, des allers-retours sont évoqués. Toujours, le schème P-synthétique, sous-tendant cet imaginaire de mouvement, est contesté. La domination axiologique du schème P-mystique (d'englobement), commande l'activation discursive d'un schème N-synthétique (de non-mouvement).
Exemples de verbatim
<i>"Je pense que c'est un lien à la vie (...), que la Terre ne nous appartient pas, que nous sommes les fils et les filles de la Terre. (...), que nous avons besoin de la planète pour vivre, de la Terre, pas seulement de l'espace, des forêts" (Christine). "Ce que l'on fait à la Terre, c'est assez monstrueux (...). L'agriculture productiviste, industrielle, ça détruit les sols, ça on le sait, ça pollue l'eau, pollue les nappes souterraines (...). En faisant partie d'une Amap, j'ai l'assurance de pas participer à tout ça" (Christiane). "C'est un système de ré-appropriation de la production locale (...). Quand on pense, quand on pense qu'on... qu'on récolte des pommes de terre en Hollande pour les faire... Le camion qui a brûlé dans le tunnel du Mont Blanc, là, c'était un camion qui transportait des pommes de terre pour aller les faire transformer en chips, en Italie. Et après, de l'Italie, les chips repartaient vers le nord de l'Europe. Tout ça en camion. C'est, c'est... c'est aberrant"</i>

(Roger). *"C'est fou, hein ? Et puis des exemples comme ça, on en a plein. Je pense, là, aux pommes de terres pour faire des frites, produites en Hollande ou en Allemagne, qui vont ensuite en Italie pour être épluchées et qui reviennent en France pour faire des frites, quoi. Donc elles ont fait le tour d'Europe avant d'arriver chez moi, quoi"* (Yvonig) *"Faut peut être avoir une certaine logique, hein. Ben la mienne, de logique, c'est de pas consommer ce genre d'articles. (...) La planète en a besoin, déjà. C'est tout"* (Blandine).

L'imaginaire gaïaen est transversal aux innovations socio-économiques qui, dans l'ordre notamment du développement soutenable et/ou de l'agriculture biologique s'inquiètent de problématiques écologiques - qu'elles traitent, comme plus avant, par l'engagement d'une logique de responsabilisation socio-politique (d'enrôlement) des consommateurs-citoyens. Dans cette perspective, l'imaginaire gaïaen développe un système de représentations cognitives transhistoriques soulignant, relativement à la Terre, l'existence d'interdépendances vitales, déclinées sur le modèle paradigmatiques des relations familiales. Le script anthropologique d'Érysichthon est ici très prégnant, comme contre-modèle existentiel : il faut respecter la Nature, ne pas la défier. Elle se venge sinon, et l'emporte toujours. Or, justement, pour les Amapiens, le système économique actuel ne la respecte pas, lui fait au contraire violence, devenant pour cela même inacceptable (insoutenable). *"Ce que l'on fait à la Terre, c'est assez monstrueux"* (Christine). *"Ça va pas, on souille la Terre. On ne peut pas continuer comme ça"* (Jacques). *"On peut pas, on peut pas consommer de la planète comme on fait là, nous. (...) On est en train de consommer 3-4 planètes (...). Ça se peut pas, on peut pas continuer comme ça, quoi. Enfin, je veux dire, on va à notre perte"* (Tiphaine). Dans la perspective des Amapiens, l'humanité a défié la Nature, l'a bafoué. Elle se condamne en conséquence. Il faut d'urgence lutter contre la "faim insatiable" qui la menace (le déchaînement des compulsions de consommation, l'amenant à se consommer finalement elle-même). Ce qui incline les Amapiens à l'adoption de programmes existentialistes que la littérature endogène étiquette comme étant de type : "simplicité ou frugalité volontaire" (Boisvert, 2005 ; Burch, 2003 ; Elgin, 1981), "décroissance harmonique, soutenable ou conviviale" (Besson-Girard, 2005 ; Latouche, 2006), "sobriété heureuse" (Rabhi, 2008), etc. Tous programmes qui, pour les Amapiens, visent à encadrer l'économique, au plan structurel et institutionnel, dans un monde domestique. Il faut faire prévaloir les circuits courts, géographiquement courts. Ceux-ci permettent effectivement, pour les Amapiens, la restauration de liens ontologiques à la Terre. Chacun doit prendre conscience de sa dépendance à la Terre, contraignant ses comportements en se décentrant de problématiques égotistes. Chacun doit apprendre à penser de manière systémique les lointaines incidences de

ses comportements, au quotidien. "*L'homme et la nature, c'est un peu la même chose. C'est pas l'homme à côté de l'environnement. (...) On fait partie de tout cet équilibre-là et donc si on perturbe tout, ça va nous retomber dessus, comme ça va retomber sur la nature*" (Caroline). Le respect dû à la Terre implique donc, pour les Amapiens, de refuser la mondialisation des échanges, de s'en tenir à des développements socio-économiques auto-centrés, territorialisés, minimisant les externalités négatives liées aux transports de marchandises. Il faut refuser l'organisation de ces flux à l'échelle internationale, en venir à un rétrécissement volontaire du champ des transactions commerciales jusqu'au local. L'idéal comportemental est ainsi l'enracinement - composant les schèmes P-mystique et N-synthétique d'enfouissement (d'insertion, d'enchâssement) et d'immobilité (*versus* de transport, de circulation). L'idéologie sous-tendue est "immanentiste" : il s'agit de ne marquer aucune distance à Gaïa (de respecter les saisons, les cycles naturels, de refuser l'artificiel, le génie génétique, les produits chimiques, etc.).

A ces deux premiers imaginaires, prométhéen et gaïaen, qui définissent pour les consom'acteurs des modèles de comportements sinon allocentrés, du moins non égocentrés, sont liés d'autres imaginaires, qui ne relèvent pas du corpus doctrinal des Amaps, qui ne configurent pas son cadre idéologique institutionnalisé. Le premier d'entre eux est de type apollonien (tableau 3) – hypertrophiant la dimension agonistique de l'imaginaire prométhéen.

Tableau 3 : l'imaginaire apollonien

Programme sémio-narratif
Les récits agonistiques s'organisent régulièrement sur un mythe héroïque de type "St Georges ou St Michel terrassant le Dragon" - construit sur le modèle antique d' "Apollon terrassant Python". Apollon donc : le dieu de la lumière, qui vainc les ténèbres et les puissances maléfiques, archaïques (le serpent, le dragon). Apollon : figure archétypale de la perfection morale, dont la symbolique est indissociable : <i>i</i>) d'un principe d'intelligence prophétique des problèmes à venir (<i>cf.</i> la pythie delphique, du temple d'Apollon) ; <i>ii</i>) d'un principe de conscience et de réflexivité (<i>cf.</i> l'apophtegme delphique, sur le temple d'Apollon : "connais-toi toi-même") ; <i>iii</i>) d'un principe de supériorité sociale (Apollon se tient au-dessus de la multitude) ; et <i>iv</i>) d'un principe de supériorité sur les pulsions animales (Apollon se tient au-dessus de Python, qu'il combat et terrasse).
Mythèmes mobilisés
L'imaginaire apollonien fonde l'énonciation de discours présentant l'Amapien comme un consom'acteur, un individu ayant "pris conscience", à la différence des consommateurs "ordinaires" - conçus, quant à eux, comme étant soumis à l'univers "maléfique" des marques, subissant leur séduction, cédant aux apparences. Les

discours s'inscrivent ainsi dans une trame archétypale où le Mal l'emporte sur les naïfs en se présentant à eux caché sous les meilleurs atours. Contre le Mal, être Amapien est un acte héroïque, d'auto-affirmation, de résistance et de libération, une "*croisade contre tout le système*", qu'il faut "*mettre à bas*". C'est un acte éclairé, et de lumière. Et c'est un acte différenciateur, qui marque une supériorité sociale (qui "classe").

Exemples de verbatim

"*On a du pouvoir. Et je pense que c'est intéressant de ... je trouve que les gens, en général, beaucoup de gens ne se rendent pas compte du pouvoir qu'ils ont, qu'ils peuvent, qu'ils peuvent décider de leur vie*" (Dominique).
"*Il faut faire très attention. Faut faire très attention, faut être très vigilant. (...). Il faut être très vigilant, parce que... C'est pour ça que les gens se sont faits piéger au début : c'était la simplicité, la facilité à trouver tout sous la main, tout de suite. Donc, ils se sont faits au début piéger comme ça, je pense. Et puis après, c'est devenu une habitude, hein, une habitude de consommation. Ils imaginent pas que... ils imaginent pas qu'ils peuvent vivre mieux en faisant pas leurs courses là. Ça semble pas concevable. Or, je pense que c'est une erreur. De mon point de vue, c'est une erreur*" (Blandine). "*Y'a, y'a comme une fierté quand même, de... une fierté de... [silence]. Ben on est, ouais, on est content de faire, de faire partie d'une Amap. Ben l'idée de, d'aider à faire marcher, à faire vivre un couple de producteurs, comme ça*" (Yves). "*C'est pas une fierté de, de, de consommer comme ça. Mais je trouve que moi, j'ai plus l'impression de mener ma vie. Ouais, de, de faire plus mes choix. (...) Alors, c'est cette fierté là pour moi, pas pour les autres. (...) Après, les gens font ce qu'ils veulent. J'ai pas... J'essaye pas, j'essaye pas de convaincre les gens (...). Chacun fait ce qu'il veut. Mais, mais je trouve dommage que justement les gens ne prennent pas le pouvoir, à ce niveau là. On a un pouvoir, c'est certain et si on décide de ne pas consommer, ben personne ne nous forcera à le faire*" (Dominique).

Au contraire de l'imaginaire prométhéen, celui apollonien est profondément "schizoïde". Le schème P-héroïque qui le structure n'est pas orienté dans une perspective altruiste, mais dans une perspective égotiste. Le programme sémio-narratif qu'il déploie n'est pas orienté par une thématique (constructive) d'élaboration de liens avec autrui et d'élévation d'autrui, mais par une thématique (libératoire, émancipatoire) de coupure de liens (d'entraves), de détachement, de désencastrement de tout ce qui s'oppose à l'élévation de soi-même. Le composant transcendantal de ce script anthropologique s'exprime dans des représentations discursives qui figurent les Amapiens comme quelque élite se tenant : soit *i) au-dessus* de la multitude (de la masse des consommateurs, qui vit dans l'erreur, dans un monde perverti) ; soit *ii) devant* la multitude (en avant-garde progressiste, apportant la lumière) ; soit *iii) entourée* d'ignorants – engluée dans une masse d'individus aveugles aux évidences (de même qu'un mytheme essentiel de Python tient à ce qu'il entoure de ses anneaux ses victimes, les Amapiens se figurent souvent enveloppés dans un système dont il leur faut des efforts continus pour s'abstraire). Au total, le discours apollonien stigmatise les styles de vie contemporains, qu'il

place sous le signe métaphorique de "la chute" et caractérise le développement des Amaps comme l'engagement d'une bataille entre le Bien et le Mal. "Apollon terrassant Python", ou "St Georges terrassant le Dragon" - le Bien se tient au dessus du Mal, et le fixe sous lui. Sur ce modèle anthropologique, donc, les discours sont emplis d'images exprimant une recherche de rectitude, d'élévation, au-dessus de la masse des gens - la lumière (l'esprit) l'emportant sur la matière (sur l'hédonisme consommatoire), le diurne l'emportant sur le nocturne. Le composant transcendantal du programme sémio-narratif apollonien s'exprime, par ailleurs, dans l'insistance des Amapiens à mettre en évidence les difficultés à réaliser leur engagement (en terme, notamment, de surcoûts à consentir, mais aussi de contributions personnelles au système de production et de distribution). Au total, relativement au "socle idéologique" du mouvement amapien, l'imaginaire apollonien induit une forte ambiguïté mythanalytique. Il y a de fait contradiction, d'une part, entre le transcendantalisme que porte cet imaginaire (inclinant à l'idéalisme et l'intellectualisme) et l'immanentisme que porte au contraire l'imaginaire gaïaen (inclinant au sensualisme et à l'hédonisme). Et il y a contradiction, d'autre part, entre cet imaginaire héroïque (chevaleresque) et l'engagement "terre-à-terre" de l'Amap. Sans qu'il y ait ambiguïté mythanalytique, un autre imaginaire, sisyphien, module les scripts anthropologiques qui sous-tendent le modèle amapien (tableau 4).

Tableau 4 : l'imaginaire sisyphien

Programme sémio-narratif
Les récits sisyphiens concatènent, sur un mode cyclique, un schème P-héroïque et un schème N-héroïque. Condamné pour s'être rebellé contre les dieux (comme Prométhée), il faut à Sisyphes pousser un rocher jusqu'au sommet d'une montagne, d'où il retombe toujours, jusqu'au bas du versant parcouru – et ainsi de suite, incessamment.
Mythèmes mobilisés
Sur cette trame, les discours tenus par les enquêtés intègrent régulièrement les mythèmes : <i>i</i>) de la montagne, de l'ascension ; <i>ii</i>) de la progression pas à pas, petit à petit ; <i>iii</i>) de l'effort au final insuffisant ; <i>iv</i>) de la chute (que rendent diverses expressions comme "retomber", "effet de mode", "phénomène de mode", etc.) ; <i>v</i>) de l'espérance, finalement, et de la question du sens de l'effort effectué.
Exemples de verbatim
"Puisque les décisions viennent pas du haut (...) je me dis que ça peut commencer par venir du bas. Qu'on peut favoriser un tout petit agriculteur, qui peut s'étendre (...), puis petit à petit faire des petits, et puis bouger un petit peu ça" (Tiphaine). "Il y a des Amaps qui se créent tout le temps (...) je pense qu'on est vraiment dans un mouvement ascendant (...) ça progresse, ça progresse" (Sébastien). "Faut essayer à son petit niveau d'oeuvrer, pour que ça change progressivement. Mais en même temps, on est obligé de subir et de changer à

son petit niveau, de changer petit à petit les choses. C'est comme ça que je vois ça fonctionner" (Roger), "à ma petite échelle" (Tiphaine), "à mon échelle" (Blandine). "J'espère que ça va se développer et qu'il va y en avoir de plus en plus après je sais pas si c'est pas un effet de mode, suite à tous ces mouvements écologiques. (...) Après, je sais pas si c'est un effet de mode, ça peut perdurer mais en même temps, je me dis pourquoi pas ? Parce que là, nous, ça à l'air de marcher" (Valérie). "C'est pas un phénomène de mode. (...) Ça peut changer à petite échelle, en en parlant autour de nous, petit à petit. Moi, je sais que je fais évoluer. (...) Je me dis : "petit à petit, ben, les esprits vont changer". (...) Il faut que les esprits changent, que ça se fasse petit à petit, que ça fasse son chemin" (Tiphaine). "Y'en a de plus en plus, partout en France. (...) Et c'est pas fini. Y en aura d'autres, parce que il y a de la demande. Donc, ça, ça s'arrêtera pas comme ça. Parce que, il y a des gens qui auront pris conscience de ça. Ça, ça va diffuser, c'est sûr. Ça restera. Ouais, je pense. Faut quand même avoir de l'espoir, hein" (Blandine). "Faut pas non plus espérer que ça soit une solution pour tout le monde et à grande échelle, et à long terme. Mais c'est pas une raison pour abandonner non plus" (Nicole). "Enfin après ça, c'est des vœux pieux et des... et peut être une utopie" (Sébastien).

Les récits de type sisyphien sont caractéristiques des mouvements socio-politiques de "gouvernance", d'auto-régulation systémique (versus de "gouvernement", de régulation planifiée, statocentrée) - mouvements de type "*bottom up*", assis sur l'engagement dans l'espace public, pour le bien commun, d'individus "responsables", "citoyens", décidant de se décentrer de la poursuite d'intérêts égoïstes pour viser, par agrégation de petites décisions et actions locales, la résolution de problématiques globales. Ces récits sisyphiens développent ainsi typiquement la problématique du sens ou du non-sens de l'action individuelle (et plus précisément encore, de l'effort, de la lutte), et ce, en questionnant sa performance, son efficacité (Brunel & Bastian, 2004). Problématique de l'absurde, de l'utile et de l'inutile, liée au schème cyclique du retour à néant, au terme d'efforts à toujours recommencer : les récits sont régulièrement marqués par une incertitude et une inquiétude sur le mouvement. L'interprétation de cet imaginaire sisyphien ne doit pas être ici bornée à la perspective de simples questionnements de type "sentiment d'efficacité personnelle". Il est des cas effectivement où les locuteurs rapportent l'existence d'un renforcement intrinsèque de leur engagement. Tout se passe alors comme si l'acteur, incertain des effets de son action, restreignait l'horizon de ses attentes à cette action même (ce à quoi l'on a dès lors affaire est, ainsi, ici, un geste éthique au sens kantien du terme, d'obligation inconditionnelle). Ce qui compte essentiellement en ce cas est l'engagement dans l'Amap : les locuteurs mobilisent régulièrement ici, dans leurs productions discursives, la topique socio-culturelle, rassurante, selon laquelle au final, "*l'important, c'est de participer*". Il est d'autres cas où un renforcement extrinsèque paraît attendu, de type imitation par autrui (en contradiction, donc,

avec l'imaginaire apollonien). Si le consommateur pense le mouvement amapien en terme de "tendance", il s'en espère l'ouvreur. S'il "pousse sa pierre", c'est dans l'espérance d'un "effet d'avalanche". *"Mon implication dans l'Amap peut faire effet "boules de neige", quoi. J'en parle. Les autres vont en parler. Ça va peut être amener des gens à fonctionner de plus en plus comme ça"* (Valérie). *"C'est quelque part, enfin, faire boule de neige, quoi. Moi, je consomme comme ça. Et puis mon voisin, en me voyant, y va changer ses habitudes. (...) Ça peut faire boule de neige"* (Yvonig). *"Cette façon de faire, c'est de changer soi-même. En espérant que ça fasse boule de neige. Et apparemment, ça fait un peu boule de neige quand même"* (Blandine). *"Ça fait boule de neige et on peut espérer que ça prenne des dimensions intéressantes"* (Roger).

Le dernier des imaginaires transversaux identifiés est de type "thalien" (tableau 5). En rupture avec les précédents, celui-ci se déploie dans une perspective hédonique, aut centrée. Ce qui, comme l'imaginaire apollonien, instruit une forte ambiguïté mythanalytique avec les représentations sous-tendant le socle idéologique du mouvement amapien.

Tableau 5 : l'imaginaire thalien

Programme sémio-narratif
L'imaginaire thalien, en contradiction avec celui prométhéen, cadre le don dans une logique "réciprocitaire", reposant sur une trilogie d'actions : donner-recevoir-rendre. Ce que figure l'allégorie antique des Charites (ou trois Grâces). Respectivement nommées Aglaé, Euphrosine et Thalie, celles-ci incarnent la bienfaisance dans ces trois actes. La symbolique, dans les diverses représentations plastiques de cet imaginaire, est d'importance : les Charites sont euphoriques, leurs mains sont entrelacées, le groupe qu'elles forment se replie sur lui-même - celle centrale tournant ainsi le dos à l'observateur pour marquer que le don (Aglaé), et le contre-don (Thalie), sont ici l'essentiel.
Mythèmes mobilisés
Les Amapiens associent à l'accroissement du bien-être du producteur (résultant de leurs contributions, en temps et en argent), un accroissement substantiel de la qualité des produits (en contre-prestation matérielle). Le schème dominant ici les récits est relationnel (P-synthétique). L'Amap est conçue comme une structure relationnelle (et non pas transactionnelle), entrelaçant producteur et consommateurs – les producteurs étant incités ainsi à donner le meilleur d'eux-mêmes.
Exemples de verbatim
<i>"Le but, c'est pas d'enrichir qui que ce soit. C'est d'enrichir tout le monde, que tout le monde y gagne. Donc lui [le producteur], il y gagne. Nous, on y gagne. Alors lui, il gagne pas forcément en argent, par contre en qualité de vie, il y gagne. (...) Il gagne en qualité de vie. Pour nous, c'est pas indifférent. Pour nous, si lui il va</i>

bien, il nous fournira des bons légumes (...) Je fais une bonne action pour moi, oui, oui. Ah oui. Oui, oui. Je... je trouve que, je suis gagnant à plein. C'est une vraie bonne action pour moi, là. Pour les autres [silence], c'est pas, non, y'a pas de générosité là dedans" (François). "Je n'ai pas le sentiment de faire une bonne action, enfin... Non ! Je me dis : "on aide un jeune et voilà, qui essaye de..." Mais non, je ne le prends pas comme une bonne action, ni comme un... Sincèrement, si j'y trouve plus d'inconvénients que d'avantages, j'arrêterai. Oui, j'arrêterai si j'y trouve plus d'inconvénients que d'avantages (...). Et puis, s'il y a trop de contraintes, j'arrêterai. (...) Donc non, j'ai pas l'impression de faire ma B.A., quoi. Je veux en avoir pour mon argent" (Jeanine). "Je n'ai pas le sentiment de réaliser une bonne action (...). C'est donnant-donnant, quoi" (Aude). "Il y a quand même un contrat. C'est pas au bon vouloir. On est gentil et tout, c'est un marché aussi. Certes, c'est pas dans le système libéral" (François).

Si le concept de consomm'acteur est toujours ici pertinent, il faut l'entendre en un sens particulier, qui subordonne la partie "action" de l'engagement amapien à la partie "consommation". Celle-ci n'est alors pas pensée comme un geste économique au service d'une fin socio-politique. L'action, définie par l'adhésion à l'Amap, est au service d'une fin économique égocentrée : de maximisation de la consommation en termes qualitatifs et quantitatifs. L'adhésion à l'Amap est ainsi, ici, conçue comme un arrangement institutionnel permettant d'optimiser les réponses à diverses attentes individuelles. Il est attendu des paniers qu'ils délivrent aux Amapiens des bénéfices : *i*) fonctionnels (relatifs à la qualité nutritionnelle des produits, d'une part, et à leur nocivité minimale, d'autre part) ; *ii*) thymiques ou affectifs (relatifs à la capacité de ces produits à générer du plaisir - notamment au plan organoleptique et esthétique) ; *iii*) épistémiques ou cognitifs (relatifs à la capacité de ces produits à satisfaire le désir de nouveauté des consommateurs, d'une part, et à étendre leurs savoirs en matière de production agricole, d'autre part) ; *iv*) psychosociaux (déterminés par l'association conventionnelle des produits bio avec une position valorisée dans l'espace social) ; *v*) holistiques (que définit la cohérence de la consommation de ce type de produits avec un projet existentiel). Il est en parallèle attendu de l'Amap même qu'elle procure des bénéfices : *i*) fonctionnels (correspondant à la construction d'un capital social,) ; *ii*) thymiques (résultant d'un flux attendu d'aménités sociales). "*Donc, c'est assez égoïste, par rapport à moi, quoi*" (Marie-Eve)...

Imaginaires idiosyncrasiques

Relativement aux autres innovations socio-économiques "de résistance", le mouvement amapien se singularise par le déploiement de deux imaginaires caractéristiques, de type

respectivement "descriptif" traçant le tableau du monde dans ce qui fait en lui problème (les faits et phénomènes aversifs), et "normatif", établissant le modèle comportemental (les types d'action permettant la résolution de ces problèmes).

Tableau 6 : l'imaginaire icarien-golemique

Programme sémio-narratif
Le premier type des imaginaires descriptifs s'organise sur une critique de la volonté de puissance, de la recherche de toute-puissance défiant les lois de la nature. Deux schèmes sont mobilisés, ainsi, composés sur la même structure que le mythe sisyphien : l'un est P-héroïque, énonçant un projet de désaliénation, de libération de soi, par le déploiement d'inventions techniques, le développement de créations artificielles permettant de dépasser les contraintes naturelles ; le second schème est N-héroïque, annonçant l'échec de ce projet. Qui veut échapper à la Terre s'y écrase finalement. Qui veut dicter sa loi à la terre se fait finalement écraser par elle. Le parcours narratif est ainsi de type "énantiodromie catastrophique" : en l'un et l'autre cas, c'est l'idée de la réalisation d'un effet contraire à celui visé qui est ici mise en récit.
Mythèmes mobilisés
Sur cette trame, les énoncés composés ici tracent : soit <i>i</i>) l'imaginaire (icarien) d'une création qui "tourne mal" ; soit <i>ii</i>) l'imaginaire (golemique) de la créature artificielle qui s'autonomise, et se retourne au final contre son créateur (le récit de l'émancipation de la créature induisant une transformation du Bien en Mal). En l'un et l'autre cas, la Nature l'emporte sur les prétentions humaines - les récits glissent du diurne au nocturne.
Exemples de verbatim
<p>"Le système de distribution, je pense que ça a voulu favoriser... au tout départ, je pense que c'était bien. Des coûts pas très élevés pour que des gens peu aisés puissent acheter à bas prix des produits courants, de consommation courante. (...) Donc, je pense que ça a été fait dans un bon esprit. Maintenant, on est arrivé à une aberration, où c'est plus du tout des produits de qualité. (...) On est arrivé à des aberrations" (Tiphaine).</p> <p>"La grande distribution devient le maître tout puissant, par rapport à ce que le producteur doit produire, par rapport aux prix auxquels ils doivent vendre, et la quantité qu'ils doivent produire. (...) On se rend bien compte du désastre" (Roger). "Moi, je n'aime pas du tout les OGM. J'aime pas du tout les transformations génétiques que l'homme a pu faire. J'aime bien les choses qui sont, qui existent, mais qui sont naturelles. (...) J'ai pas envie de manger des choses qui ont été dopées, des choses qui ont été désherbées, des choses qui ont été désinsectisées" (Blandine), "des aliments qui sont chimiquement modifiés en permanence" (Aude), "des produits qui sont irradiés. Vous avez vu comment ils pourrissent maintenant, les fruits ? On le voit pas, hein. C'est caché, la pourriture. Ils sont maintenus artificiellement sous emballage frais, et tout d'un coup, chlak ! En une journée, tout pourri" (Joseph). "Donc du coup, on peut développer des maladies, comme j'en ai développé une, parce que... parce qu'on est bourrés de conservateurs, d'additifs ou de choses qui sont nocives pour notre santé" (Tiphaine).</p>

Ces imaginaires sont très prégnants dans la littérature endogène. Ils définissent un arrière-plan mythologique central dans l'orthodoxie des Amapiens, induisant : *i*) une caractérisation négative des technosciences, une hostilité à tout ce qui n'est pas naturel, absolument naturel ; *ii*) une perception de l'économie comme système désencastré du social – comme ensemble de pratiques et d'institutions qui se sont progressivement autonomisées, se développant finalement, actuellement, en un monde "gouverné par un nomos spécifique" (Convert et alii, 2008). La réaction commandée par ces imaginaires est de type "*nostos*" – retour immanentiste à un univers idéalisé, d'avant les technosciences, retour à un univers de "l'authentique", du naturel (*versus* de l'artificiel), de l'artisanal (*versus* de l'industriel), de la communauté rurale, à forte densité de relations interpersonnelles (*versus* de la société urbaine, que domine l'imaginaire des relations impersonnelles). Le préfixe "re-" tapisse ainsi les discours, marquant la nostalgie et une orientation temporelle "passé" (*versus* "futur") du référentiel axiologique des Amapiens, mais aussi, au plan des représentations spatiales, une prévalence régressive du petit sur le grand, du local sur le global. "*On redécouvre le produit de base*" (Sébastien), "*les bons goûts d'antan*" (Jeanine). "*On retrouve de vieux légumes. Ça, c'est génial. On retrouve. Ouais, moi, je me rappelle, ma grand-mère me faisait ça*" (Sébastien). L'idéal dessiné est alors "*proche de ce que qu'avait nos arrières grands-parents ou nos grands-parents. C'est-à-dire, des petits villages, avec des petits commerces, des gens qui produisent eux-mêmes, et puis nous, qui aurions le temps de faire nos courses, et qui aurions le temps de nous déplacer, à vélo ou à pied, et en rentrant du chemin de l'école d'aller euh, d'aller acheter nos produits et de rentrer chez nous, quoi. Beaucoup plus petit et beaucoup moins loin. Quelque chose comme ça, mon idéal au niveau consommation. (...) Le monde idéal, ce serait un petit peu ça... ça serait revenir à des choses plus locales*" (Tiphaine).

Tableau 7 : l'imaginaire de la Matrix

Programme sémio-narratif
Le second type des imaginaires descriptifs appréhende le monde comme un système clos dans lequel les humains, prisonniers, enfermés (englués) dans des alvéoles, sont élevés et utilisés comme autant de "ressources énergétiques" par une Méga-Machine - que l'on étiquette ici "la Matrix", d'après le méta-mythe contemporain des Wachowski (1999), construit comme un analyseur des fantasmes de l'époque. Celle-ci les maintient, pour leur exploitation, dans l'illusion d'une autre réalité, en les plongeant dans un monde virtuel. Cet imaginaire, cyberpunk, est composé en extension et variation narratologique sur : <i>i</i>) le mythe de Python - et de son avatar biblique, le Léviathan (<i>Liwyathan</i> , dans le texte hébreu), "serpent tortueux" (Isaïe, 27:1), ou encore "dragon dans la mer" (Isaïe, 27:1), hostile au genre humain (la racine hébraïque <i>lawah</i> de <i>Liwyathan</i> signifiant "plier",

"replier", "envelopper", l'image du Léviathan pointe ainsi, avec insistance, sur cet aspect de "force enveloppante-étouffante-engloutissante"); et *ii*) le mythe platonicien de la Caverne - développant un imaginaire que domine également un schème P-mystique (d'avalement). Les hommes sont figurés pris au piège, prisonniers de puissances maléfiques, qui bornent leur corps et bernent leur esprit.

Mythèmes mobilisés

Sur cette trame, les énoncés produits ici associent les mythèmes *i*) de l'englobement, de l'enserrement dans un système clos ; *ii*) de la réduction à l'impuissance (de l'enchaînement ou de l'engrenage) ; *iii*) de la fascination hypnotique, de l'illusion, de l'irréel, du faux tenu pour le vrai (et par extension, de la tromperie, de la duperie, de la manipulation, etc.) ; *iv*) de la société comme "Méga-Machine" - de l'ordre mécanique, technique et scientifique, du machinal (des automatismes programmés), du formatage (de la standardisation) et du clonage (de l'uniformisation) ; *iii*) de l' "engraissement" des individus, servant à la Méga-Machine.

Exemples de verbatim

"Les gens sont pas libres (...). Ils sont esclaves, hein (...) C'est une prison" (Blandine). "On est dans une société qui ne respecte absolument pas l'être humain (...). Les individus sont enfermés dans un modèle. Et on se rend compte que les gens souffrent" (Christine). "On en a trop dans la tête... Et les supermarchés aussi, ils normalisent les gens. On crée des besoins. Donc, les gens sont démunis. Ils sont démunis de leur pouvoir quelque part. On leur retire leur pouvoir" (Dominique). "On est dans un monde de nouvelles technologies, du virtuel" (Yvonig). "Les gens sont pris dans un système, depuis longtemps. On n'a plus appris à réfléchir" (Gwenaëlle). "On est pas prêt d'en sortir" (Sébastien). "Le souci formidable qu'on a, c'est la désinformation" (Sébastien). "On nous bassine d'informations téléguidées." (Joseph). "Les gens savent très peu de choses en fait. Ils sont vaguement au courant. (...) Donc, c'est ça le problème. (...) Ils manquent d'information. Tout le monde manque d'information. (...) Le problème, c'est l'information, la véritable information" (Sébastien). "Il faut faire fonctionner la machine" (Christine). "On n'est pas vraiment maître" (François). L'humain "est devenu agent économique, rouage » de la « Méga Machine » (...). La « Méga Machine » doit être l'horizon indépassable de « l'homme rouage » intégré. Sa vie doit dépendre entièrement de la croissance et du perfectionnement de la « Méga Machine ». Point de salut pour l'homme en dehors d'une intégration et d'une dépendance croissante à la « Méga Machine ». (...). La recherche de débouchés passe par l'optimisation de la consommation. Elle relève désormais d'industries spécialisées. Des hommes et des femmes par dizaines de milliers sont formés, éduqués, motivés voire même « fanatisés » dans des écoles spécialisées. Ils étudient et passent des diplômes pour éduquer à leur tour d'autres personnes à la consommation. (...) L'anthropologie s'atomise en sciences de l'homme qui à leurs tours se perfectionnent, se spécialisent, deviennent techniques, s'industrialisent et se monnayent pour adapter l'homme à la « Méga Machine »". "Je sais qui je fais vivre, je fais vivre un gros circuit commercial" (Joseph). "Les gens mangent trop, quoi. On mange, on mange. C'est fou tout ce qu'on dépense en bouffe. En mal-bouffe, ouais. On y est poussé par la consommation. Pas le choix, quoi. On dit le "le consommateur-roi", mais on est le roi de rien du tout ! On engraisse, on engraisse. Et on engraisse aussi le système, ouais" (Philippe). "J'ai vraiment l'impression d'être un poulet de batterie, quoi, quelque part. Quoique le poulet de batterie, il est pas obligé de payer son alimentation, quoi !" (Nicole).

La concaténation de ces imaginaires descriptifs dessine au final un tableau du monde où dominant les idées : *i*) de l'aliénation socio-politique de l'humain, subordonné à un système, à une puissance transcendantale, totalitaire, qui le domine et le commande, qui détermine ses actions, qui l'agit, le fait agent (tandis qu'il se croit acteur) ; *ii*) de l'autonomie de la technoscience et du désencastrement de l'économie - induisant un glissement des représentations métaphoriques de la société comme "mère-nourricière" à l'imaginaire de la Matrix ; *iii*) de l'hétéronomie de l'humanité, de son encastrement dans un système qui s'est autonomisé, qui ne s'adapte plus à l'homme, mais l'adapte à lui. Le rapport des Amapiens à ce monde oppressif suit dès lors un script que l'on étiquette ici comme "néoïste" (tableau 8).

Tableau 8 : l'imaginaire néoïste

Programme sémio-narratif
Contre le schème P-mystique de la Matrix, le modèle "néoïste" se déploie sur un schème P-héroïque et N-mystique (s'agissant, dans ce script anthropologique, de se dresser contre la Matrix et de s'en dégager, de s'en désengluer). Quelques rebelles, irréductibles, sont imaginés lutter contre la Méga-Machine, s'organisant collectivement dans une cité d'hommes libres (Zion). Néo en est le héros archétypal - son nom pointe sur un imaginaire de rupture, de nouveauté, ouvrant une "nouvelle ère" (selon l'anagramme "Eon") ; et sur un imaginaire d'élitisme, de distinction (selon l'anagramme "One", donnant ici "l'Elu") ; mais aussi sur un imaginaire de salut de l'humanité de ses propres péchés (selon l'anagramme "Noé"). Toutes idées qui se retrouvent ici.
Mythèmes mobilisés
Relativement aux imaginaires prométhéen et apollonien, les récits composés sur ce script mobilisent des mythèmes spécifiques : <i>i</i>) l'éveil à un autre monde, parallèle – un changement de vision du monde, correspondant à la prise de conscience de l'existence d'un autre monde (au-delà de la prise de conscience des problèmes du monde) ; <i>ii</i>) le retour à la réalité, à la vérité, à l'authenticité ; <i>iii</i>) le mythème de la libération, de la liberté retrouvée ; <i>iv</i>) la communauté contre la société (l'organique contre le mécanique).
Exemples de verbatim
L'Amap, "c'est une « vision des choses » (...). C'est un état d'esprit. Ouais, un monde, un monde parallèle, un monde" (Yves). "C'est un autre monde, hein" (Joseph). Typiquement, les non-Amapiens "passent à coté de quelque chose" (Yves). "Dans les réseaux de distribution classique, en particulier les légumes, les fruits, on est complètement coupé, mais complètement coupé du milieu et de la réalité. [L'Amap] nous ramène à cette idée que l'on est dépendant des conditions climatique, et que, avoir des pommes ou des fraises toute l'année, c'est uniquement parce qu'il y a des manipulations derrière, et que il y a un monde artificiel auquel, moi, j'adhérais avant, sans réfléchir, et qui maintenant me semble absurde. Donc, euh... voilà, progressivement, c'est ça qui m'a plu. C'est de me retrouver en lien avec les origines, avec la Terre, j'ai envie de dire. Et euh... c'est ce lien, ce lien quoi, que j'avais complètement perdu ou que je n'avais peut être jamais eu qui revient, et qui est très,

très, très salubre" (Aude). "C'est quand même une grande liberté. C'est vrai, hein. Et c'est le début du bonheur, hein. (...) Il y a un esprit de liberté en soi. Moi, je me sens libre, mais libre, vous pouvez pas savoir. Donc, déjà, je pense que, quand on... quand on est pas dans ce circuit, où on est des pions qui servent à faire fonctionner un système, quand on le regarde de dehors, on se sent très, très libre. Vraiment. (...) Il y a vraiment un sentiment de liberté, hein. C'est, c'est un grand, c'est un réel, c'est... une vraie réjouissance, hein. Vraiment" (Blandine). "C'est une façon nouvelle de concevoir le rapport entre les producteurs et les consommateurs (...). C'est plus local, avec un rapport humain entre les producteurs et les consommateurs. La convivialité au niveau de l'Amap, elle est réelle hein. Ce qui fait qu'on se connaît entre nous, on a des activités ensemble, on va cueillir des pommes. Il y a une convivialité qui s'installe spontanément. (...) On partage certaines valeurs (...). Et en même temps, les rapports avec [le producteur] sont proches quoi, ils dépassent largement le rapport producteur-consommateur, hein (...) ça dépasse largement le, le simple rapport commerçant et client quoi. C'est une façon nouvelle de voir peut être les rapports économiques aussi" (Roger). "Ce n'est pas seulement un système de consommation. Il y a déjà le lien avec l'agriculteur. Il y a le lien. (...) Les gens créent des liens entre eux" (Christine). "C'est le lien, c'est le lien vraiment avec l'agriculteur. Plus aussi la communauté qui s'est formée autour de lui. C'est un lien plus humain" (Aude).

Le script néoïste est complexe en ce qu'il entremêle étroitement un imaginaire immanentiste et un imaginaire escapistes (tourné vers une problématique de salut par arrachement au monde, tel qu'il est, pour un "autre monde"). A l'identique des religions escapistes, le credo amapien compose le récit d'un "au-delà" du monde, d'un "arrière-monde", de félicité. A leur différence, cet "autre monde" en question est accessible ici et maintenant. Ce n'est pas d'un au-delà existentiel dont il s'agit mais d'un au-delà perceptuel : ce qui se donne comme réel est une réalité virtuelle. L'autre-monde est terrestre. Il s'atteint dans, justement, le retour à la terre ; il se réalise dans des pratiques terre-à-terre : des comportements d'achat alimentaire, des comportements culinaires. Ce en quoi un imaginaire immanentiste est donc également mobilisé. Le texte amapien commande ainsi l'encastrement structurel et institutionnel de l'économique dans un "monde domestique" où prévalent des circuits logistiquement courts. Relativement aux modèles P-héroïques de type prométhéen et apollonien, focalisés sur des actions individuelles, les récits développés ici insistent sur une dynamique émancipatoire de type "tribal". Cette dimension communautaire (Zion) est d'importance. *"C'est vraiment collectif, quoi. Tout seul en fait on peut pas faire grand-chose [sourire]. Enfin, c'est partout pareil, tout seul on ne peut pas aller bien loin"* (Nicole). La désignation anglo-saxonne de l'arrangement socio-économique, *"Communaity Supported Agriculture"*, marque d'ailleurs très explicitement l'importance institutionnelle de cette dimension. Cette thématique est très prégnante dans la littérature endogène, se trouvant significativement portée par la formule

d'Attac, "*un autre monde est possible*". Ce qui est programmatique : cet idéologème, typique du texte amapien, implique de transformer ce monde en "l'autre monde"; et ce, en transformant les consommateurs en consom'acteurs. L'imaginaire sisyphien devient alors morphéusien.

Tableau 9 : l'imaginaire morphéusien

Programme sémio-narratif
Contre la Matrix, l'imaginaire morphéusien (de "Morphéus" pour, notamment "Morphe-us", "forme-nous") se déploie sur un schème P-synthétique (de transmission, de communication, d'information). Plus précisément, c'est de prosélytisme dont il s'agit ici, prosélytisme non pas passif (sur le mode de l'exemplarité, de l'incitation, silencieuse, à l'imitation), mais actif.
Mythèmes mobilisés
Sur cette trame, les récits amapiens mobilisent les mythèmes : <i>i</i>) de diffusion de la "bonne parole" - d'annonce, visant à faire prendre conscience, à dévoiler la réalité ; <i>ii</i>) d'initiation, d'introduction à cette réalité ; <i>iii</i>) de conversion, suscitant des vocations (des adhésions).
Exemples de verbatim
" <i>Ce qu'il faut, c'est arriver à convaincre suffisamment de monde autour de soi, que c'est pas la réalité. La réalité, c'est euh... le marché, moins cher que la grande surface, les petites courses, moins chères que les grosses courses</i> " (Michel). " <i>Je peux pas me contenter de manger mes produits et de rien... et de ne pas en parler. Je cherche à diffuser de l'information, du mieux possible, de manière, comme ça, d'expliquer comment ça se passe. (...) La diffusion auprès de son entourage, j pense même que c'est la chose la plus importante qu'un adhérent peut faire. D'en parler, et de dire combien ces produits sont bons</i> " (Aude). Il s'agit " <i>de parler des principes qu'on défend et de convertir les gens (...). Ça fait prendre conscience aux gens. Et ben moi, ça me plaît bien de faire prendre conscience aux gens</i> " (Martine). " <i>J'en parle. Je sais que ça fait adhérer certains, parce que bon, quand on vend bien le produit, il y a des gens que ça intéresse, d'autres pas. Alors effectivement, le rôle, c'est d'essayer de faire en sorte que le système se développe. (...) Le rôle des adhérents, c'est peut être pas de développer son Amap parce que ça vient assez vite, mais au moins de susciter des vocations pour qu'il y en ait d'autres qui se créent</i> " (Nicole).

DISCUSSION

Au total, le système amapien et le commerce équitable présentent des différences d'importance au plan sémantique, dans les imaginaires qu'ils portent et que déploient les consommateurs s'y engageant (outre leurs différences syntaxiques, liées à la désintermédiation et à l'engagement, ou non, dans un rapport contractuel entre producteur et consommateurs). Ces spécificités sont plus profondément analysées à présent, l'étude concluant sur l'examen de

problèmes également spécifiques, susceptibles de perturber le développement de cette innovation socio-économique.

Lumières

La micro-mythanalyse de l'imaginaire des Amapiens délivre des éclairages intéressants sur le mouvement consumériste auquel ils participent.

Le texte amapien comme Grand récit

Le texte amapien participe des "Grands récits" - de ces formations discursives (Leimdorfer, 2008), dispositifs narratifs et argumentatifs dont la spécificité cognitive tient à ce qu'ils s'inscrivent dans un canevas récurrent (syncrétique et transhistorique), de topiques et de narratèmes (de myèmes) millénaristes et messianiques (Angenot, 2005), conçus pour : *i*) énoncer et dénoncer le "scandale du monde", tel qu'il va (amener à s'en indigner, à se faire protestataire et contestataire) ; *ii*) le déchiffrer (faire l'étiologie du mal) ; *iii*) montrer comment, collectivement, il est possible de s'en défaire (proposer un programme de changement révolutionnaire). Les Grands récits sont ainsi fonctionnellement en charge de déployer, dans l'espace socio-discursif, une "herméneutique historique" (Angenot, 2000), balayant les horizons du passé, du présent et de l'avenir, développant une critique radicale de la société pour l'invention au final d'un "autre monde" - par la conversion des représentations collectives. Ce que, typiquement, accomplit le texte amapien. Et ce qui, pratiquement, falsifie l'idée selon laquelle ce type de discours serait propre aux temps modernes, aurait aujourd'hui disparu, induisant l'idée que l'époque contemporaine serait "post-moderne" (Lyotard, 1994).

Comme les Grands récits modernes, donc, le texte Amapien répond à une espérance d'émancipation, de justice et de bonheur, et répond à une demande de sens, propose une vision manichéenne du Bien et du Mal, et une représentation conflictuelle (dynamique, dialectique) de leur opposition. Comme dans ces Grands récits, des programmes sémio-narratifs héroïques, de type prométhéen et apollonien, sont mobilisés, pour l'avènement d'un autre monde. Ceci étant, le texte amapien déploie des singularités d'importance : *i*) il est empreint d'une atmosphère crépusculaire, que génère le sentiment, très vif, de l'imminence d'une catastrophe universelle, systémique - le pressentiment d'une prochaine "fin du monde" (plus que d'une "fin d'un monde") ; *ii*) il est marqué par l'anticipation de "retournements négatifs", corrompant

régulièrement la réalisation des meilleurs desseins, et n'est pas investi, en conséquence, dans l'élaboration d'une "solution globale" aux problèmes identifiés ; *iii*) il développe une conception de la confiance envers les produits qui ne s'appuie pas sur des signifiants abstraits, impersonnels, désincarnés, sur des techniques socialement désencastrées (des dispositifs de jugement de type normes, labels, etc.), mais qui s'ancre (comme dans les sociétés prémodernes), dans des engagements interpersonnels, dans un relationnel en face-à-face (ce que signe notablement le terme "*Teikei*" qui, exploité au Japon pour désigner les Amaps, est couramment traduit dans la littérature endogène par l'expression "visage du paysan sur l'aliment"). Au plan de ses composants descriptifs/explicatifs du mal du monde, le Grand récit amapien relève typiquement du "cyberpunk" (O'Hara, 2003). Ce registre narratif, contestataire, délivre effectivement des récits dystopiques, caractérisant le monde, selon une vision paranoïde, comme un système dominé par : *i*) le développement des technosciences, s'autonomisant contre l'humanité ; *ii*) le déploiement d'un processus de fusion/confusion catastrophique entre le naturel et l'artificiel, le réel et le virtuel ; *iii*) le développement des méga-firmes - lesquelles, ayant acquis un pouvoir hégémonique, au sens de Gramsci, assurent une emprise sur l'humanité de type "gouvernementalité" (Foucault, 2001) - gouvernement subreptice ("subliminal") des mentalités. Le texte amapien reprend ces divers narratèmes (au travers notamment la question des OGM), et incline à une défiance hyperbolique envers tout ce qui n'est pas "immédiatement sensible" : tout ce qui n'est pas de proximité et tout ce qui a subi un processus de transformation. Tout cela est "suspect".

Si l'idée moderne de Progrès n'a pas véritablement disparu, elle prend ici de nouvelles figures. Et ce, notamment au travers l'activation du concept hypermoderne de "résilience". Lequel, s'appliquant originellement aux phénomènes de retour à l'équilibre après l'irruption d'un événement critique, la survenue d'une crise, légitime l'espérance en affirmant la possibilité de "retournements positifs", faisant d'un mal un bien. De sorte que, dialectiquement, cette crise présente un bénéfice (soit une bienfaisance). Le texte amapien actualise donc le concept de Progrès. Avec quelques singularités : à la différence des Grands récits modernes, le Progrès n'est ici pas pensé se réaliser au travers l'évolution des objets (par la technique, par la science). Tout au contraire, il s'agit pour les Amapiens de mettre à distance la technique et la science, et de se dépouiller des objets. Le Progrès, dans le texte amapien, passe par le sujet. Là est finalement le mandat conféré aux consom'acteurs : il s'agit pour eux de contribuer à

l'avènement d'une "civilisation qualitative" contre la "civilisation quantitative" actuellement hégémonique. Et ce, par de petits gestes, ancrés dans le local, transfigurant le banal.

Le texte amapien relativement aux autres formes de résistance consumériste

Si le texte amapien se différencie de celui du commerce équitable par l'incorporation d'un imaginaire singulier, de type "Néo contre la Matrix", celui-ci ne lui est aucunement spécifique. En cela, donc, le texte amapien s'apparente à d'autres formes de résistance - dont, notamment, les mouvements contre-hégémoniques s'opposant à la mondialisation, à la globalisation (Rhoads, 2003 ; Venter & Swart, 2002), aux méga-firmes (Crossley, 2002), englobantes. Quelques recherches ont explicitement mis en évidence la présence de cet imaginaire dans les productions narratives de consommateurs "en résistance" à ces firmes. Ainsi de ceux étiquetés comme "cyberpunks" par Giesler (2008) : consommateurs qui, identifiant l'offre iTunes comme "une illusion", captieuse, mystifiante, refusent (comme Néo) "d'avalier la pilule bleue" qui leur est proposée, choisissent "la pilule rouge" et, se positionnant dès lors en héros, luttent contre le "totalitarisme" de l'entreprise Apple en matière de téléchargement musical. Encore faut-il ici noter que s'il y a bien une logique d'émancipation, de désaliénation, de décillement également, les comportements visés sont individualistes et ne présentent pas la dimension communautariste du texte amapien.

Relativement aux compositions narratives que produisent les consommateurs de produits équitables, celles colligées ici s'avèrent, à l'analyse, marginaliser plusieurs imaginaires - de type respectivement : *i*) dionysiaque (que caractérise la préférence esthétique et éthique pour les produits exotiques, contre ceux endotiques) ; *ii*) antéen (que caractérise la résistance aux marques "exogènes", transnationales - par leur boycott et par le buycott, a contrario, des produits et marques "indigènes") ; *iii*) herculéen (que caractérise la résistance aux grandes firmes, hégémoniques, "globales", par leur boycott et par le buycott, a contrario, des offres "locales", indigènes ou exogènes pourvu qu'elles proviennent de "petits producteurs") ; *iv*) thémisien (que caractérise la résistance à la règle économique, court-termiste, du choix à qualité égale des produits proposés à prix minimal, et ce par anticipation, long-termiste, de risques socio-politiques et/ou écologiques) ; et *v*) narcissique finalement (que caractérise ici les bénéfiques, en terme d'estime de soi, qui résultent des bienfaits dispensés à autrui). La

marginalisation de ces divers imaginaires tient tout entier aux spécificités de l'encastrement structurel et institutionnel des Amaps. Ainsi, pour ce qui est de celui narcissique, la marginalisation s'explique par l'importance des efforts qu'exige en continu l'engagement amapien - impliquant un don de soi, différant en conséquence significativement de toute logique de "charité" (de don monétaire, occasionnel, circonstanciel, donnant "bonne conscience"). Si les bénéfiques égotistes, en termes d'estime de soi, ne sont pas pour autant absents, ils n'apparaissent guère ici qu'insérés dans l'imaginaire apollonien, comme une conséquence incidente de la lutte engagée. La marginalisation des imaginaires agonistiques de type herculéen et antéen s'explique, quant à elle, par le fait que ce contre quoi luttent les Amapiens est la Matrix, dans sa globalité - et non pas l'un ou l'autre de ses constituants.

Le texte amapien comme redéfinition politique du "bon goût"

La disqualification de l'imaginaire dionysiaque s'inscrit en contradiction avec les résultats d'un programme de recherche qui, amorcé en sociologie et anthropologie, pointe l'émergence, ces dernières décennies, de nouvelles homologues structurelles entre l'espace des classes sociales et l'univers du goût. Le "bon goût" (postmoderne) des classes culturellement dominantes ne serait ainsi plus défini par un consumérisme puriste, exclusif et intensif, mais par un consumérisme pluraliste, inclusif et extensif (Bellavance et al., 2004 ; Van Eijck & Bergmann, 2004). Soit encore : le bon goût se caractériserait aujourd'hui par une inclination des comportements de consommation à "l'omnivorité", *versus* "l'univorité" (Peterson, 1992, 2004), par une "hybridation de la culture cultivée" (Donnat, 2004), que marquerait l'évolution du référentiel axiologique des classes culturellement dominantes vers l'"éclectisme" et le "cosmopolitisme" (Thompson & Tambyah, 1999 ; Warde et al., 1999 ; Warde & Martens, 2000 ; Warde et al., 2005, 2007). Tous traits qui sont typiques de l'imaginaire dionysiaque (Robert-Demontrond, 2008). Le cosmopolitisme, notamment, opérerait comme un signal de distinction sociale, pointant la possession d'un haut niveau de capital économique et/ou culturel, tandis que la fermeture au global, à la mondialisation, serait indésirable, signant la possession d'un bas niveau de capital économique et/ou culturel (Caldwell et al., 2006 ; Cannon & Yaprak, 2002 ; Helms, 1988 ; Holt, 1998). Une formation discursive se serait ainsi déployée, ces dernières décennies, définissant un nouvel habitus de classe, avec des jugements glissant de l'esthétique à l'éthique en catégorisant toute action, attitude ou revendication semblant aller à l'encontre du principe d'omnivorité comme relevant du Mal. Et inversement, de sorte que plus grande serait la distance entre lieux de production et de consommation d'un

objet, plus celui-ci serait finalement "investi d'un pouvoir mythique" (Fridman & Ollivier, 2004), positif, valorisant socialement celui qui l'acquiert. Ce qui se retrouve, typiquement, dans le cas des produits équitables ethniques (Diaz-Pedregal, 2005 ; Robert-Demontrond, 2008) ; mais pas dans le cas des Amaps. La micro-mythanalyse de l'imaginaire des Amapiens complexifie ainsi fortement ce modèle des comportements de consommation. Les quelques études statistiques réalisées jusqu'à présent sur ce mouvement consumériste décomptent effectivement parmi les Amapiens une majorité d'individus à fort capital culturel (Brandon, 2005 ; Kolodinsky & Pelch, 1997 ; Rigo, 2006 ; Zepeda & Lin, 2006). Ce qui s'avère en ligne avec le profil observé des militants altermondialistes (Havard Duclos & Nicourd, 2005 ; Mathieu, 2005 ; Nicourd, 2008). Or, contre les prédictions du modèle, les Amapiens dévalorisent le cosmopolitisme (l'ethnique, le "local exotique") et valorisent (sacralisent) *a contrario* le vernaculaire (le local de proximité). Certes, l'hégémonisme idéologique du cosmopolitisme génère des difficultés à reconnaître explicitement ce positionnement. Ce qui transparaît notamment dans le fait, comme le note Taguieff (2005), que des mouvements pourtant à l'évidence antimondialistes s'étiquettent "altermondialistes" - comportement typique des Amaps. Sans le revendiquer donc, celles-ci participent à l'invention révolutionnaire, aujourd'hui, d'un nouveau "bon goût", qui disqualifie la consommation d'aliments venant d'ailleurs (en ce que leur transport contribue au "cataclysme écologique", fait violence à la nature et aux générations futures en accentuant l'empreinte environnementale de la société). "Bon goût" qui redéfinit en conséquence l'espace du luxe (en y situant des produits comme le café, le chocolat, etc.), et qui perturbe le commerce équitable, dans ses définitions mondialistes, Nord-Sud, en l'associant à des problèmes affectant ce qui devient identifié comme un Bien collectif primordial : le respect de Gaïa, la Terre-mère..

Le texte amapien comme forme d'action communautaire

La plupart des recherches portant actuellement sur le "consumérisme politique" (Micheletti, 2003 ; Micheletti et al., 2004) ne l'envisagent que sous l'angle de "l'action collective individualisée". Tout au contraire de ce type de mouvement, procédant de l'agrégation faiblement coordonnée des comportements de consommation, l'Amap propose un cadre collectif ("Zion"), organisant formellement l'engagement socio-politique. Cette innovation socio-économique relève ainsi d'une logique de type "action individuelle collectivisée". Ce qui la différencie fortement du commerce équitable ou du commerce éthique. L'Amap est effectivement, structurellement et fonctionnellement, un "sous-monde institutionnel", qui se

veut un "alter-monde", un "néo-monde institutionnel". L'appartenance à celui-ci engendre divers processus d'acculturation et de socialisation secondaire - différents processus de "conversion", d'intériorisation du référentiel axiologique amapien, impliquant une identification subjective aux rôles que définit l'imaginaire amapien. Cette socialisation secondaire est opérationnellement soutenue : *i*) par la distribution des paniers, ayant une fonction de rituel socio-culturel permettant de concrétiser l'institution (le "néo-monde") ; *ii*) par la mobilisation continue de la littérature endogène (des "Oracles"), qui permet l'acquisition de l'orthodoxie et de l'orthopraxie (des compétences requises en termes de savoir, de savoir-faire et de savoir-être) ; *iii*) par le jeu des interactions personnelles (éventuellement médiatisées par le Web). Lesquelles communications stabilisent les représentations subjectives - les réalités non abordées perdant en intensité (en saillance et en prégnance), au contraire de celles régulièrement abordées (Berger & Luckmann, 2003). Ce qui détermine au final une vision du monde progressivement homogénéisée. Ces communications permettent par ailleurs l'intériorisation continue des topiques et des mythèmes qui structurent le Grand récit amapien. Les parcours de vie sont ainsi tels que les Amapiens évoluent souvent dans leurs comportements, tendant à se conformer à l'orthopraxie. *"Ça a changé mon mode de consommation (...) Je vais beaucoup moins dans les supermarchés du coup, et même à la biocoop, quoi. Et j'y vais beaucoup moins parce que j'ai tout ça qui est sous la main. Et puis, du coup, je me force à les utiliser et donc j'achète moins de choses. (...) Ah ouais, ça a carrément changé mon mode de consommation"* (Tiphaine). *"Je suis en conversion [sourire]. C'est-à-dire que j'étais "en traditionnel" il y a encore trois ans, et que je suis en conversion pour devenir complètement bio [rires]. J'ai le corps qui petit à petit s'habitue à manger beaucoup plus de bio (...). Mon corps a commencé à être en conversion, à vouloir rechercher des choses un petit peu plus... un peu plus saines"* (Tiphaine). Au total, le Gand récit amapien renverse le schéma de valeurs associé, depuis la première modernité, à la "société ouverte" (au sens de Popper), contre la "société close". La société ouverte, pour les Amapiens, c'est la mondialisation, le capitalisme et l'ultra-libéralisme, la marchandisation du monde, etc. L'ouverture est une menace, au contraire de la communauté, de la clôture existentielle dans des circuits courts, producteur-consommateurs.

Nuages

L'élitisme que porte l'imaginaire apollonien est déstabilisant, pour ce mouvement, en induisant un "athlétisme de l'orthopraxie". Ce qui se traduit par un processus de bi-polarisation : entre

ceux qui "en sont" et ceux qui "n'en sont pas", puis entre ceux qui "en sont vraiment" et ceux qui "n'en sont pas vraiment".

Les problèmes de gestion de l'altérité extérieure à l'Amap

Relativement aux non-Amapiens, l'imaginaire apollonien induit deux problèmes essentiels, respectivement : *i*) de ségrégation socio-culturelle ; et *ii*) de discrimination socio-économique. C'est ainsi, quant au premier point, qu'être Amapien signifie développer un mode de consommation problématisant le "vivre ensemble". L'orthopraxie interdit effectivement certains comportements d'achat et de consommation alimentaire. Elle trace une frontière entre "licite" et "illicite". Elle sacralise certains types d'aliments et génère pour d'autres une logique de tabous telle que la transgression des règles édictées suscite les sentiments de culpabilité évoqués plus avant, mais aussi des sentiments de souillure. Ce qui induit, au final, des difficultés relationnelles avec "l'autre monde", dans la commensalité. *"On ne mange pas que chez nous. On est aussi invité. Quand... quand on est amené à manger du poulet de supermarché, on se dit... on préfère s'abstenir, quoi"* (Yves). Quant au second point, être Amapien implique un effort économique qui n'est pas toujours d'évidence. Ce qui instruit de fortes ambivalences, nuit au déploiement de l'imaginaire apollonien. Ceux en dehors de l'Amap ne sont effectivement pas tous des "pêcheurs", en ce que tous n'ont pas la possibilité matérielle de changer leurs comportements de consommation. *"Moi, je leur jette pas la pierre, hein. (...) Non, je porte pas de jugement"* (Nicole). Les tensions psychiques sont accentuées par le fait que ceux économiquement défavorisés se voient exclus d'un système "salvateur" - notamment vertueux pour la santé des consommateurs. Or, tout effort de réduction de cette tension, par démonstration d'une absence de surcoût (ou par son euphémisation) fait violence à l'imaginaire apollonien (aux représentations héroïques de soi). Tout effort de croissance, d'ouverture de chaque Amap à plus d'adhérents pour réduire les coûts, dans une logique d'économie d'échelle, fait violence à l'idéal .

Les problèmes de gestion de l'altérité intérieure à l'Amap

L'idéal communautaire animant les Amaps en fait des systèmes de transaction originaux, que caractérise notablement la réalisation d'espaces relationnels en rupture avec les divers rapports d'inégalité et de domination régissant la vie en société. L'effacement provisoire des statuts, la

désactivation ponctuelle des déterminismes socio-économiques, doit instituer un champ de rapports interpersonnels spécifiques, où les hiérarchies sociales extérieures n'ont plus cours. En cela, finalement, chaque Amap met en scène, lors des distributions de paniers, ce que M. de La Pradelle (1996, p. 245), travaillant sur l'anthropologie de l'échange marchand, identifie comme "un vieux mythe fondateur" des petits marchés de quartier : celui de lieux où se joue, régulièrement, rituellement, l'utopie de rapports domestiques, familiaux, entre individus libres et égaux. L'intimité des consom'acteurs avec les producteurs, et entre consom'acteurs, "l'amitié généralisée" entre Amapiens, est ainsi manifestée, lors de la distribution des paniers : *i*) par le déploiement de divers signaux comportementaux de familiarité (embrassades, accolades, faible distance corporelle, lors des interactions, sourires et rires appuyés, démonstratifs du plaisir pris à l'événement, marques de prévenance, pendant la distribution, gestes d'entraide), et par différents signaux verbaux de familiarité (tutoiement immédiat, salutations et interpellations personnalisées par l'emploi des prénoms, plaisanteries) ; *ii*) par des demandes d'information sur la sphère privée - énoncés dont la fonction est essentiellement phatique, pointant l'importance de l'interconnaissance et visant à renforcer la qualité des relations interpersonnelles en démontrant une fine attention au vécu de chacun ; *iii*) par l'éclipse du prix et des dimensions monétaires de la transaction (du fait du prépaiement), ce qui met finalement en ellipse le cadre fondamentalement marchand de la rencontre (sa vocation pécunière, économique), et confère à la distribution des paniers l'aspect d'un "don", d'un "cadeau". Lorsqu'ils pénètrent l'espace de distribution des paniers, les consom'acteurs investissent ainsi des rôles sociaux, des manières de faire, de présentation de soi, qui s'inscrivent dans une "économie de confraternité". L'égalité (l'unité) programmatique entre les consom'acteurs est renforcée par l'identité des paniers : l'Amap, s'opposant à tous les lieux marchands où s'actualisent les hiérarchies sociales, se veut composée d'individus semblables, les différences de statuts sociaux et de fortunes étant provisoirement obliérées.

Contre cet idéal communautaire, une bipolarisation des Amapiens apparaît au cours du temps, différenciant (opposant) les "purs" (les consom'acteurs allocentrés, "prométhéens-gaïaens") et les "impurs" (les consom'acteurs égocentrés, "thaliens", requalifiés en "consommateurs"). *"Il n'y a qu'une poignée d'Amapiens qui sont réellement engagés, en terme de participation"* (Aude). *"Il y a deux types de personnes qui viennent aux Amaps. Ceux qui sont convaincus. (...) Et puis, il y a ceux qui le font un peu par effet de mode"* (Nicole). *"Il y a beaucoup de gens qui viennent juste consommer, comme ça, quoi. (...) Enfin, qui viennent juste prendre un*

panier et qui trouvent ça chouette de venir soutenir un petit peu un paysan. (...) Il y a quand même pas mal de gens qui viennent juste comme ça, quoi. (...) Y'en a qui viennent juste pour consommer. (...) Qui viennent juste, voilà, acheter parce que c'est tendance" (Anna). "Y'en a certains, effectivement, on se demande un peu. (...) C'est pas ça, quoi. Ils sont pas vraiment consom'acteurs. Ils sont pas complètement acteurs" (Aude). La viabilité du système étant fondée sur le bénévolat, sur le don de soi, le défaut d'engagement de certains Amapiens est un problème d'importance. Celui-ci résulte notablement de l'importance prise, dans la rhétorique des Amaps, par la dimension don/contre-don de l'engagement, au détriment de sa dimension sacrificielle. Des consommateurs sont attirés ainsi par cette formule, qui l'appréhendent avant tout comme un arrangement transactionnel intéressant, leur permettant d'accéder de manière optimale à des produits satisfaisant leurs attentes consuméristes. Cette ambivalence induit des problèmes que permet de conceptualiser une approche socio-anthropologique des Amaps en termes de "formes institutionnelles d'échange".

Celles-ci sont classiquement définies, de manière stylisée, en deux classes essentielles, que l'on qualifiera ici "d'économique" et de "domestique". Les conditions nécessaires à la réalisation d'un échange économique se caractérisent notamment par : *i*) l'existence d'un accord préalable sur la légitimité de la transaction ; *ii*) l'exigibilité (en droit ou en fait) d'une contrepartie à la cession ; *iii*) la mise en équivalence de la cession et de la contre-cession (l'échange impliquant une contrepartie matérielle, et non pas, ou pas seulement, une contrepartie émotionnelle - comme la gratitude) ; *iv*) l'autonomie et l'anonymat des partenaires de l'échange - déterminant le primat des relations entre objets (Chantelat, 2004). Les conditions nécessaires à l'échange domestique sont quant à elles opposées à celles de l'échange économique. Elles se caractérisent par : *i*) l'absence de nécessité à l'existence d'un accord préalable sur l'objet de la transaction (sur ses qualités, sur sa quantité) ; *ii*) l'absence d'exigibilité en droit ou en fait d'une contrepartie (le manquement aux engagements n'expose le plus souvent qu'au risque d'être accusé d'ingratitude, et à une rupture relationnelle) ; *iii*) l'absence de mise en équivalence de la cession et de la contre-cession (la contrepartie peut être qualitativement tout autre, immatérielle et non pas matérielle - ainsi de la gratitude -, ou peut être quantitativement tout autre, "non proportionnelle") ; *iv*) l'existence d'un minimum d'interconnaissance et de dépendance entre les partenaires de la transaction, ainsi que le primat des relations entre sujets (le lien prévalant sur les biens). L'engagement dans un arrangement transactionnel donné (économique *versus* domestique) suppose la mise en scène des diverses

conventions et normes institutionnelles qui s'y rattachent (Goffman, 1991). Il s'agit, ce faisant, de typer l'arrangement en question - l'intérêt fonctionnel de l'effort de clarté tenant à la mise en évidence des "conditions de félicité" de la transaction. La reconnaissance de la forme institutionnelle détermine effectivement les attentes, l'évaluation des résultats, et la satisfaction des parties-prenantes. Typiquement, donc, dans un échange domestique, "tout effort patent pour donner un équivalent exact, ou pour faire connaître ce que l'on attend, constitue une violation de la base présumée de l'échange et le place sur un plan économique" (Goffman, 1968, p. 330). Or, cela s'observe justement parfois dans les Amaps, au travers des demandes consuméristes d'égalité stricte dans la composition du panier reçu (au plan qualitatif et quantitatif), ou des demandes, inversement, d'adaptation de ce panier selon les goûts personnels. Un glissement s'opère alors, d'un monde domestique vers un monde économique où prévalent les conventions industrielles et marchandes repérées comme formes de légitimité (Boltanski & Thévenot, 1991). *"Il y a des gens, et ça, ça m'a choquée aussi, au moment des distributions, des gens qui ne voulaient pas accepter ce qu'on leur donne. Par exemple, en principe, quand on est dans une Amap, par exemple, celui qui donne, il donne des carottes, et il y a des gens qui disaient : "euh, non, je ne veux pas de cette carotte-là parce qu'elle est trop petite, ou elle est trop grosse ou..." Vous voyez ? Voilà, ils choisissaient. Alors qu'en principe, c'est pas la philosophie de l'Amap. Mais je l'ai vu. (...) C'est pas la philosophie de l'Amap. L'Amap, vous prenez ce que l'on vous donne"* (Jeanine). Contre les déviances, l'Amap exerce, en tant que "sous-monde institutionnel", une fonction de contrôle social. Et ce, par la prescription et la proscription de comportements - la transgression des commandements étant idéalement "punie" : *i*) par un sentiment de culpabilité (liée à la perception des conséquences pour autrui, comprenant la nature et les générations futures, des défaillances personnelles à la Loi) ; et *ii*) par un sentiment de honte (liée à la perception d'une insuffisance de soi, relativement à l'idéal). Pour certains consommateurs, l'appartenance à l'Amap génère une pression normative, aliénante, dont le niveau vécu peut induire le développement de comportements de résistance - jusqu'à l'*exit*. La perte de liberté que présente le mode de distribution des paniers n'est pas le seul problème évoqué (relativement aux facilités offertes par la grande distribution). La facticité du "devoir de confraternité", la théâtralisation des relations, est également dénoncée. *"C'est beaucoup plus sympa et plus agréable que l'anonymat des grandes surfaces, mais ça peut aussi être très pénible. Moi, ça me plaît aussi d'aller dans un endroit où personne ne me pose de question sur ce que j'achète. J'veux dire, pour moi, oui, ça me plaît bien d'aller à un endroit où je peux choisir ce que je prends et de*

passer à la caisse et rien n'est dit, et voilà quoi. Mais ça, j'trouve que c'est du progrès social, ça. Des fois, euh... c'est un peu lourd, pardon, hein, mais après, tout le temps à l'écoute des autres, non, j'suis désolée, ça existe pas. C'est un mythe, complètement. C'est un mythe" (Véronika). Les Amapiens en viennent alors à repenser le composant néoïste du texte amapien ("Néo contre la Matrix"), sur un modèle couplant étroitement "Matrix-mécanique" (la société) et "Matrix-organique" (la communauté des Amapiens). L'Amap, donc, devient une autre forme de "Matrix". Ce qui induit des "déconnexions" - des sorties. Lesquelles peuvent être ressenties comme difficiles en ce qu'elles sont vécues comme une trahison : non pas comme la cessation, par simple non-renouvellement, d'une relation marchande contractualisée, mais comme la rupture d'un lien interpersonnel avec le producteur.

Les problèmes de gestion de l'altérité intérieure à soi-même

A "l'athlétisme éthique" qu'induit l'imaginaire apollonien correspond une obsession de pureté - et donc de cohérence, de perfection. Or, la dissidence est de réalisation plus difficile que la résistance. L'emprise de la société de consommation est difficile à rompre. *"Y'en a plein qui continuent à aller au supermarché, hein. Parce que, ils veulent pas baisser le voile. C'est un choix personnel, je veux dire. Ça regarde chacun, mais ils sont donc toujours un peu esclaves. Ils sont pas libres"* (Blandine). Les difficultés vécues (par tous les Amapiens, à des degrés variés) induit le développement d'un nouvel imaginaire, qui ne fait pas partie du Grand récit amapien. Si le schème schizoïde dominant ce dernier y est également marquant, il n'est ici plus relatif à un extérieur aversif et n'est plus positif ; il est lui-même aversif. La coupure n'est plus extérieure au sujet, entre lui et le monde, mais est intérieure au sujet : la figure archétypale de Janus transparaît alors dans les récits (tableau 10).

Tableau 10 : L'imaginaire janusien

Programme sémio-narratif
Gardien des entrées et des sorties, divinité du changement, des transitions, des "entreprises propices", aux fins heureuses, Janus présente deux visages opposés, l'un tourné vers le passé, l'autre vers l'avenir (d'où le nom donné à "janvier", qui clôt une année et en ouvre une autre).
Mythèmes mobilisés
Les récits de type janusien insistent sur : <i>i</i>) la dualité actuelle du sujet, ses ambiguïtés, ses ambivalences (tantôt consom'acteur, et tantôt consommateur - tantôt tourné vers le Bien, et tantôt vers le Mal) ; et <i>ii</i>) sur une idée de rémanence du Mal dans la dynamique du changement - la coupure s'installe dans le temps et une figure, se rattachant au passé, reste présente.

Exemples de verbatim

"On prône un certain type d'alimentation et on a un comportement paradoxal. En fait aujourd'hui, j'ai l'impression qu'on manque de cohérence dans nos choix, qu'ils soient alimentaires ou pas. (...) Peut-être qu'aujourd'hui on manque de valeurs pour être totalement cohérents" (Sophie). "C'est... c'est plein de contradictions, hein. C'est évident. Comme je vous ai dit, je vais faire mes courses au Carrefour, c'est évident. Donc, euh... c'est sûr, hein, on est en pleines contradictions... Je sais bien. Mais bon, il faut bien. Il y a la... la question du porte-monnaie, bien sûr. Et puis, euh... y'a la question de la facilité, y'a tout sur place, c'est moins cher et puis pour les produits d'entretien, pour les produits, etc., etc. C'est sûr, même si on... En même temps, on sait que c'est polluant, etc., etc. Je sais bien, je sais bien. Ah oui, oui, oui, c'est une contrainte. Et même si on a l'impression que... Mais ça, c'est... ça reste très intellectuel, très intellectuel. Quand on est, quand on est... quand on y réfléchit, on se dit qu'on pourrait faire autrement, etc., etc. Mais il y a la solution de facilité. On fait ses courses une fois par semaine. On prend un grand caddie. On est tranquille pour le reste de la semaine, en deux heures de temps. On a réglé la question. C'est sûr. Alors, je suis schizophrénique, c'est ça ? [rires] Oui, je.. [long silence] J'ai même pas de sentiment de culpabilité. J'ai même pas l'impression d'avoir ce sentiment. J'ai l'impression d'être un peu obligé de fonctionner comme ça" (Roger). "C'est vrai, ça fait parti du jeu. Le consom'acteur qui est aussi consommateur, hein. Et il y a des jours, il y a des jours où... il y a des moments où le consommateur l'emporte sur le consom'acteur. C'est-à-dire que, on vient, hop ! On prend son panier et on s'en va. On est bien content. On l'a eu, hop ! Et puis : "je pourrais pas avoir quelques fraises en plus ?" Bon. Donc, il y a cette dimension là. Bon, mais ça, c'est... Bon, ça fait parti du, du... des défauts qu'il faut connaître, qu'il faut savoir. Et puis dont il faut prendre conscience. Et puis après, ça fait parti des contradictions. C'est inhérent au fonctionnement des Amaps. Tout ne peut pas être parfait" (Roger). "Je n'aime pas et pourtant (...) j'achète des produits qui ne vont pas être bons, parce que je ne me suis pas déshabituée, désintoxiquée encore" (Christine).

La littérature endogène, en fournissant des règles d'orthopraxie, et les forums de discussion, en fonctionnant sur le modèle des "responsa" des religions institutionnelles, sont mobilisés pour répondre à cette problématique d'ingénierie d'un soi cohérent.

CONCLUSION

Le mouvement des Amaps s'inscrit dans un foisonnement d'initiatives qui, ancrées dans l'économie sociale et solidaire et/ou les programmes de développement soutenable, insérées dans les interstices de la modernité industrielle, relèvent d'un désir d'alternatives au modèle marchand conventionnel. Avec une spécificité opérationnelle : il ne s'agit pas seulement de renouveler le contenu sémantique de l'acte d'achat en y intégrant des inquiétudes éthiques, des problématiques d'ordre politique. Il s'agit aussi de modifier les modalités d'achat, d'en transformer la grammaire. Par leur engagement, les Amapiens défendent ainsi un projet

d'encastrement domestique de l'économique que définit notamment : *i*) au plan structurel, l'importance accordée à l'interpersonnel et au long termisme des logiques relationnelles, de réciprocité, de fidélité, d'interconnaissance, contre l'anonymat et le court-termisme des régimes transactionnels d'échange, contre la grande distribution ; *ii*) au plan culturel, l'importance accordée aux liens sociaux, contre les biens marchands, à l'épanouissement dans l'être et non pas dans l'avoir ; *iii*) au plan institutionnel, l'importance accordée au don (y compris au don de soi, dans les logiques de bénévolat), au statut d'adhérent, à l'engagement associatif, dans des projets collectifs.

La micro-mythanalyse de l'imaginaire des Amapiens apporte sur cette innovation socio-économique des éclairages permettant d'en connaître les singularités, et les lignes de faille. Relativement à d'autres formes de consumérisme politique, comme le commerce équitable, le mouvement des Amaps se caractérise ainsi par l'importance mise sur : *i*) l'idée de libération de soi, plus que de libération d'autrui ; *ii*) de fraternité, de confraternité, plus que de paternalisme ; *iii*) de dissidence, plus encore que de résistance. Toutes singularités qui problématisent l'inscription de ce mouvement dans le champ du commerce équitable, proclamée par les Amaps et par les tenants d'une déclinaison géographique Nord-Nord de ce système de transaction. Si les Amaps participent bien à repenser les formes de solidarité entre consommateurs et producteurs, c'est selon des logiques autres que celle du consumérisme politique caractérisant le commerce équitable. S'opposant radicalement à la grande distribution, optant pour la désintermédiation, valorisant les circuits courts, géographiquement et logistiquement courts, sur fond d'arguments écologiques et sociaux, le Grand récit amapien fait écho à "l'utopie déconnexionniste" (Amin, 1986) et s'inscrit dans la logique du "*political rescaling*" (Brenner, 2004), privilégiant les communautés locales dans les initiatives de développement économique et de réduction des inégalités sociales (Jessop, 2002). Les formes lexicales qu'il retient sont, dans cette perspective, très significatives. Dire "consom'acteur", et non pas "consommateur-citoyen", c'est effectivement porter un imaginaire critique, relativement aux pouvoirs publics; c'est choisir la "société incivile" contre la "société civile" (Jallon, 2003). Ici, l'Etat n'inspire pas confiance - comme tout ce qui est trop abstrait, trop distant, trop grand. L'Etat, pour les Amapiens, c'est le Léviathan - ce dont il faut sortir. Ce qui différencie encore leur mouvement du commerce équitable - lequel combine par ses "plaidoyers", par ses interpellations des pouvoirs publics, les logiques de régulation politique et d'auto-régulation économique du marché.

BIBLIOGRAPHIE

- Amin S. (1986), *La Déconnexion. Pour sortir du système mondial*, Paris, La Découverte.
- Angenot M. (2000), *Les Grands récits militants : religions de l'humanité et sciences de l'histoire*, Paris, L'Harmattan.
- Angenot A. (2005), *Le marxisme dans les grands récits. Essai d'analyse du discours*, Presses de l'Université Laval.
- Bellavance G., Valex M., Ratté M. (2004), Le goût des autres. Une analyse des répertoires culturels de nouvelles élites omnivores, *Sociologie et sociétés*, 36, 1.
- Berger P. L., Luckmann T. (2003), *La construction sociale de la réalité*, Paris, A. Colin.
- Blumenberg H. (2005), *La Raison du mythe*, Paris : Gallimard.
- Blumenberg H. (2006), *Paradigmes pour une métaphorologie*, Paris : Vrin.
- Brunel P. (1992), *Mythocritique. Théorie et parcours*, Paris, PUF.
- Brunel P. (1995), *Le Mythe d'Électre*, Paris, Champion.
- Bruner J. (2002), *Pourquoi nous racontons-nous des histoires ?*, Paris, Ed. Retz.
- Caldwell M., Blackwell K., Tulloch K. (2006), Cosmopolitanism as a consumer orientation: Replicating and extending prior research, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9, 2, 126-139.
- Cannon H., Yaprak A. (2002), Will the Real-World Citizen Please Stand Up! The Many Faces of Cosmopolitan Consumer Behavior, *Journal of International Marketing*, 10, 4, 30-52.
- Convert B., Jany-Catrice F., Sobel R. (2008), Prouver le mouvement en marchant. Contexte, enjeux et ambitions de la RFSE, *Revue Française de Socio-Économie*, 1, 1, 3-7.
- Courtès J. (1993), *La sémiotique narrative et discursive : méthodologie et application*, Paris, Hachette.
- Crossley N. (2002), Global Anti-corporate Struggle. A Preliminary Analysis, *British Journal of Sociology*, 53, 4, 667-691.
- Diaz-Pedregal V. (2005), Ethique et objets ethniques. Pratiques et représentations des consommateurs, *Consommations & Sociétés*, 5.

- Donnat O. (2004), Les univers culturels des Français, *Sociologie et sociétés*, 36, 1.
- Dubuisson-Quellier S. (2006), Pluralité des formes d'engagement des consommateurs sur les marchés : le cas des produits issus du commerce équitable, *GDR Economie & Sociologie*, « Les Marchés Agroalimentaires », Montpellier, 23-24 mars, <http://cemadoc.cemagref.fr/exl-doc/colloque/ART-00001962.pdf>.
- Dubuisson-Quellier S., Lamine C. (2004), Faire le marché autrement. L'abonnement à un panier de fruits et légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs, *Sciences de la Société*, 62, 45-168.
- Dubuisson-Quellier S., Lamine C. (2008), Consumer involvement in fair trade and local food systems : delegation and empowerment regimes, *Geojournal*, 73, 1, 55-65.
- Durand G. (1994), *L'Imaginaire. Essai sur les sciences et la philosophie de l'image*, Paris, Hatier.
- Durand G. (1996), *Introduction à la mythologie*, Paris, A. Michel.
- Durand Y. (1998), L'archétype-test à 9 éléments (AT.9), in J. Thomas (ed.), *Introduction aux méthodologies de l'imaginaire*, Paris, Ellipse, 289-215.
- Durand Y. (2005), *Une technique d'étude de l'imaginaire : L'AT.9*, Paris, L'Harmattan.
- Ferrando Y Puig J. & Giamporcaro-Saunière S. (eds), *Pour une « autre » consommation. Sens et émergence d'une consommation politique*, Paris, L'Harmattan
- Fischer H. (2006), *Nous serons des dieux*, Montréal, Vlb.
- Fischer H. (2007), *La société sur le divan. Éléments de mythanalyse*, Montréal, Vlb.
- Fridman V., Ollivier M. (2004), Ouverture ostentatoire à la diversité et cosmopolitisme. Vers une nouvelle configuration discursive?, *Sociologie et sociétés*, 36, 1, 105-126.
- Giesler M. (2008), Conflict and Compromise: Drama in Marketplace Evolution, *Journal of Consumer Research*, 34, avril.
- Greimas A.J. (1986), *Sémantique structurale*, Paris, PUF.
- Havard Duclos B., Nicourd S. (2005), *Pourquoi s'engager ? Bénévoles et militants dans les associations de solidarité*, Paris, Payot.
- Helms (1988), *Ulysses's Sail, An Ethnographic Odyssey of Power, Knowledge and Geographical Distance*, Princeton, Princeton University Press.
- Hine C. (2000), *Virtual ethnography*, Londres, Sage.
- Holt (1998), Does cultural capital structure American Consumption, *Journal of Consumer Research*, 25-1, 1-25.
- Greimas A.J. (1986), *Sémantique structurale*, Paris, PUF.

- Jallon H. (2003), De la résistance à la dissidence : les voies étroites de la contestation globale, *Mouvements*, 25, 1, 45-50.
- Johnston J. (2008), The citizen-consumer hybrid: ideological tensions and the case of Whole Foods Market. *Theory and Society*, 37, 3, 229-270.
- Johnston J., Baumann S. (2007), Democracy vs. Distinction: A Study of Omnivorousness in Gourmet Food Writing, *American Journal of Sociology*, 113, 165-204
- Kozinets R., Handelman J. (2004), Adversaries of Consumption : Consumer Movements, Activism, and Ideology, *Journal of Consumer Research*, 691-704.
- La Pradelle (de) M. (1996), *Les Vendredis de Carpentras, faire son marché en Provence ou ailleurs*, Paris, Fayard.
- Lachèze A. (2005), La consommation responsable : un nouveau point d'appui pour le commerce équitable ?, in Ferrando Y Puig J. & Giamporcaro-Saunière S. (eds), *Pour une « autre » consommation. Sens et émergence d'une consommation politique*, Paris, L'Harmattan, 43-54.
- Latouche S. (1995), *La mégamachine, Raison techno scientifique, Raison économique et mythe du progrès*, Paris, Ed. La Découverte
- Lea E., Phillips J., Ward M., Worsley A. (2006), Farmers' and Consumers' Beliefs about Community-Supported Agriculture in Australia: A Qualitative Study, *Ecology of Food and Nutrition*, 45, 2, 61-86.
- Leimdorfer F. (2008), Registres discursifs, pratiques langagières et sociologie, *Langage et société*, 124, 2, 5-14.
- Lyotard J.-F. (1994), *La Condition postmoderne*, Paris, Éd. de Minuit.
- Micheletti M. (2003), *Political virtue and shopping : individuals, consumerism, and collective action*, Palgrave, Macmillan.
- Micheletti M., Follesdal A., Stolle D., eds. (2004), *Politics, Products and Market. Exploring Political Consumerism Past and Present*, New Brunswick, Transaction Publishers.
- Miguet-Ollagnier M. (1992), *Mythanalyses*, Paris, Les Belles Lettres.
- Nicourd S. (2008), Qui s'engage aujourd'hui ? Regards sociologiques sur la participation, *Informations sociales*, 145, 1, 102-111.
- O'Hara C. (2003), *La Philosophie du Punk*, St Mury-Monteymond, Rytrut.
- Peterson R. A. (1992), Understanding audience segmentation. From elite and mass to omnivore and univore, *Poetics*, 21, 243-258.

- Peterson R. A. (2004), Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives, *Sociologie et sociétés*, 36, 1, 145-164.
- Rabhi P. (2008), La sobriété heureuse, *Biocontact*, 182, 32-38.
- Rhoads R. (2003), Globalization and Resistance in the United States and Mexico : The Global Potemkin Village, *Higher Education*, 45, 223-250.
- Prost A. (1996), *Douze leçons sur l'histoire*, Paris, Seuil.
- Robert-Demontrond P. (2006), *L'interprétation du discours*, Rennes, Apogée.
- Robert-Demontrond P. (2008), Les ambiguïtés sémantiques du commerce équitable : micro-mythanalyse des imaginaires de consommation, *Proceedings of the 3rd Fair Trade International Symposium*, Montpellier, 14-16 mai.
- Roux D. (2007), La résistance du consommateur : proposition d'un cadre d'analyse, *Recherche et Applications en Marketing*, 22, 4, 59-80.
- Thompson C. J., Tambyah S. K. (1999), Trying to Be Cosmopolitan, *Journal of Consumer Research*, 26, 3, 214-241.
- Thompson C. J., Coskuner-Balli G. (2007a), Enchanting Ethical Consumerism. The case of Community Supported Agriculture, *Journal of Consumer Culture*, 7, 3, 275-303.
- Thompson C. J., Coskuner-Balli G. (2007b), Countervailing Market Responses to Corporate Co-optation and the Ideological Recruitment of Consumption Communities, *Journal of Consumer Research*, 34, 2, 135-51.
- Thomson E., Varela F. J. (2002), *Lived body : why the mind is not in the head ?*, Harvard University Press.
- Van Eijck K. Bergmann B. (2004), The changing impact of social background on lifestyle: "culturalisation" instead of "individualisation", *Poetics*, 32, 439-461.
- Venter D., Swart I. (2002), Anti-Globalisation Organisation as a Fourth generation People's Movement, *Society in Transition*, 33, 1, 50-79.
- Vierne S. (1993), Mythocritique et mythanalyse, *IRIS*, 13, 43-56.
- Warde A., Martens L. (2000), *Eating Out : Social Differentiation, Consumption, and Pleasure*, Cambridge University Press.
- Warde A., Martens L., Olsen W. (1999), Consumption and the problem of variety: cultural omnivorousness, social distinction, and dining out, *Sociology*, 33, 1, 105-127.
- Warde A., Wright D., Gayo-Cal M. (2007), Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore, *Cultural Sociology*, 1, 2, 143-164.

- Warde A., Wright D., Gayo-Cal M., Bennett T., Silva E., Savage M. (2005), Understanding cultural omnivorousness, or the myth of the cultural omnivore, *European Sociological Association Conference*, Torun, Poland, septembre, www.sifo.no/files/Alanmfl.pdf
- Zepeda L. Lin J. (2006), Who Buys Local Food ?, *Journal of Food Distribution Research*, 37, 3, 1-11.