

9th International Conference

Marketing Trends

Venice, January 21-23 2010

" Nouveaux mouvements sociaux, ancien esprit : une étude des structures anthropologiques de l'imaginaire des Amapiens "

" New social movements, old spirit : the anthropological structures of the CSAs imaginary "

Auteur

Philippe Robert-Demontrond, Professeur des Universités

philippe.robert@univ-rennes1.fr

CREM – UMR CNRS 6211

Université de Rennes 1 – IGR

11, rue Jean Macé, 35 000 Rennes

Résumé

La recherche entreprise par Kozinets et Handelman (2004) sur les actions collectives des consom'acteurs, cadrée par la théorie des nouveaux mouvements sociaux élaborée par Touraine, met en évidence un arrière-plan idéologique ancien, religieux. Celui-ci constituerait une singularité américaine. L'identité évangélique serait plus précisément le moteur de l'activisme. Une micro-mythanalyse de l'imaginaire de consommateurs adhérents d'AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) montre une situation plus complexe. Il n'y a pas de particularisme américain : le même imaginaire est observé en France, qui ne relève pas d'une religion instituée mais de structures anthropologiques profondes.

Abstract

Searching on activists' collective identity through Touraine's "new social movements" theory, Kozinets et Handelman (2004) find that it has religious roots. According to them, this would be a U.S. specificity. More exactly, an evangelical collective identity would be the motor of consumer activism. The facts are more complex. A micro-mythanalysis of the imaginary of french consumers, members of CSA (Community Supported Agriculture) shows that there is no U.S. particularism. The same imaginary is observed in France, which is not function of an instituted religion but of deep, archaic, anthropological structures of imaginary.

Mots-clés

Résistance, Théorie de la culture du consommateur, AMAP, structures anthropologiques de l'imaginaire

Key-words

Resistance, Consumer Culture Theory, CSA, anthropological structures of imaginary

" Nouveaux mouvements sociaux, ancien esprit : une étude des structures anthropologiques de l'imaginaire des Amapiens "

New social movements, old spirit : the anthropological structures of the CSAs imaginary

Introduction

De plus en plus de recherches en marketing abordent, depuis peu, le phénomène des "comportements de résistance" (Roux, 2007) - entendant par là soit des comportements aversifs à la consommation (Grayson & Martinec, 2004 ; Moiso & Aaskegaard, 2002 ; Penaloza & Price, 1993 ; Rumbo, 2002), soit des comportements créatifs, d'émancipation par la consommation (Firat & Venkatesh, 1995 ; Holt, 2002 ; Kozinets, 2002 ; Thompson, 2004 ; Toumajian, 2003). Si la plupart des travaux entrepris se sont jusqu'à présent focalisés sur l'étude des antécédents, des déterminants de ces comportements, un mouvement se dessine depuis peu qui en interroge également la portée socio-politique. Dans cette perspective, le concept de "consommérisme politique" (Micheletti, 2003), fédère un ensemble de recherches examinant la capacité des comportements de boycott et de buycoot à assurer une auto-régulation marchande des problèmes socio-économiques (Micheletti et al., 2004). En contrepoint à ces études, quelques recherches s'intéressent aux "nouveaux mouvements sociaux" comme vecteurs de changement culturel - porteurs de projets socio-économiques plus alternatifs ou révolutionnaires que simplement réformistes (d'auto-régulation). Il en est ainsi, notamment, de Kozinets & Handelman (2004) qui, mobilisant la théorie sociologique d'A. Touraine pour analyser le référentiel idéologique des "consommateurs activistes" (ou "consom'acteurs", pour reprendre une terminologie *emic*, devenue usuelle), concluent : *i*) à l'existence de fortes spécificités culturelles américaines, typant historiquement leur "identité collective", les différenciant significativement de celles européennes ; et *ii*) à l'existence d'ambivalences idéologiques qui, liées à ces singularités, seraient dirimantes pour le succès de leurs projets.

Il s'agit ici de tester ces idées en retenant pour terrain, dans l'espace culturel européen (plus précisément, en France), les mouvements altermondialistes œuvrant, selon l'expression d'Attac (acteur devenu central en ce champ, depuis sa création en 1999), à "l'invention d'un autre monde". Si ces mouvements activistes ont dernièrement fait l'objet de nombreux travaux

sociographiques (Agrikoliansky & Sommier, 2005 ; Agrikoliansky et al., 2005 ; Ancelovici, 2002 ; Della Porta & Tarrow, 2005 ; Fillieule, 2005 ; Mathieu, 2005 ; Mouchard, 2005 ; Smith & Johnston, 2002 ; Wieviorka, 2003), peu de recherches ont investigué leurs actions en matière de consommation. L'une d'entre elles, en France, s'avère pourtant d'importance, qui tient au soutien de la création, en 2001, du mouvement des Amaps ("Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne"). Relativement aux trois terrains étudiés par K & H (consom'acteurs s'opposant au marketing, à la publicité et aux marques, ou s'opposant aux pratiques managériales inéquitables, ou s'opposant encore à l'industrialisation de l'agro-alimentaire, via l'exploitation des OGM), les Amaps présentent pour premier intérêt heuristique de cumuler ces activismes en un seul terrain. Conçues sur la base d'une formule socio-économique originellement développée au Japon, dans les années 1960-70, et très diversement amendée depuis (Lamine, 2008), les Amaps connaissent actuellement une croissance exponentielle. Se présentant en 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, des consommateurs (plus précisément, des "consom'acteurs") avec des producteurs. Lesquels développent alors leurs activités en circuit court, par souscription de leurs produits. Dans ce nouveau cadre relationnel ("révolutionnaire"), acheteurs et vendeurs 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) et finalement environnemental (les produits sont "bio", formellement ou non).

THÉORIE

L'époque contemporaine, selon tous ou presque les travaux sociologiques qui lui sont consacrés, présente des singularités impliquant pour sa désignation une innovation lexicale : société "post-moderne", "hypermoderne", "post-fordiste" ou de "modernité avancée", il s'agit en tous les cas d'affirmer l'émergence de nouveautés impliquant un renouvellement des

catégories conceptuelles. Pour A. Touraine (1993), la nouveauté essentielle tient à des changements économiques et culturels déconstruisant les problématiques traditionnelles de la domination sociale en termes de rapports de classes opposant employeurs et employés. La société serait devenue "post-industrielle", ou "programmée". La figure du travailleur tendrait à s'effacer de l'espace des luttes sociales, au profit de celle du consommateur - et ce, à mesure que la sphère économique de la production serait progressivement marginalisée au profit de celle de la consommation. Les luttes contemporaines opposeraient en conséquence nouvellement managers et consommateurs, ne s'organiseraient plus autour des "mouvements ouvriers et syndicaux" (MOS), mais de "nouveaux mouvements sociaux" (NMS). Lesquels se caractériseraient, en première instance, par : *i*) des formes d'organisation plus décentralisées et des répertoires d'action plus diversifiés ; *ii*) des valeurs et des revendications visant à résister à tout contrôle social et valorisant l'autonomie individuelle ; *iii*) un rapport au politique ne cherchant pas à s'opposer à l'Etat, ou à s'en emparer, mais plutôt à s'affirmer relativement à lui ; et finalement *iv*) une identité collective des acteurs ne se limitant plus à l'appartenance à une classe sociale, mais se définissant par des styles et des modes de vie. Pour être plus précisément étiqueté comme NMS, un mouvement se doit, en seconde instance : *i*) d'identifier "qui lutte", retenant qu'un mouvement social ne part pas "de la conscience de lui-même, de ses intérêts et de ses buts, avant d'entrer en lutte avec l'adversaire (...). L'identité de l'acteur ne peut pas être définie indépendamment du conflit réel avec l'adversaire et de la reconnaissance de l'enjeu de la lutte" (Touraine, 1993, p. 322) ; *ii*) d'identifier l'adversaire - retenant que si un mouvement social ne s'organise que s'il peut nommer son adversaire, "son action ne présuppose pas cette identification. Le conflit fait surgir l'adversaire, forme la conscience des acteurs en présence" (ibid.) ; *iii*) de se doter d'un projet social, visant à orienter ou réorienter l'historicité - entendue comme ensemble "des modèles de conduite à partir desquels une société produit ses pratiques" (id.).

Exploitant ce cadre conceptuel pour l'étude du référentiel idéologique des consom'acteurs américains, Kozinets & Handelman (2004) y pointent la prégnance : *i*) d'une représentation manichéenne du monde, opposant Bien et Mal ; *ii*) d'une conception valorisante de soi, comme facteur de Bien ; *iii*) d'une conception des firmes comme figures essentielles du Mal ; *iv*) d'une représentation dévalorisante, méprisante, des consommateurs "passifs" (estimés ignorants, inconscients, défailants dans leur responsabilité "d'éveil", et égoïstes) ; *v*) d'une absence de tolérance pour ceux ne manifestant pas un accord avec leurs conceptions du

monde, leurs idéaux, et avec leur actions. Si ce glissement idéologique, d'une opposition première aux firmes à la disqualification finale des consommateurs, constitue pour Kozinets & Handelman (plus après K & H) le principal résultat de leur recherche (que l'on note P1), il en est une autre d'importance qui tient au rôle pris dans leur modèle par la religion (P2) - particularisme américain qui échapperait aux théories "européennes" des NMS, dont celle d'A. Touraine (P3). Les mouvements religieux et sociaux américains auraient beaucoup en partage, "historiquement, structurellement et idéologiquement". La religion serait, directement ou indirectement, le moteur du militantisme américain. Les consom'acteurs tireraient notamment leur identité collective de la religion - plus précisément de ce que, dans les années 1930, aux États-Unis, un style particulier d'évangélisation protestante, caractérisé par un fort activisme, visant au changement de la société par la conversion des individus, s'est progressivement imposé en norme d'expression spirituelle. En conséquence de quoi, les activistes américains présenteraient aujourd'hui une "identité évangélique", singulière (P4). Le fait est, comme l'ont également souligné Mick (2003) et Young (2002), que les premiers mouvements sociaux américains ont été inspirés et cadrés par le christianisme. Ces mouvements ont été marqués par le souci d'échapper au matérialisme, appréhendé comme un destin tragique ; ils ont été consciemment structurés par des convictions religieuses "escapistes", affirmant l'idée d'un salut individuel, contre le Mal, et plaçant ce salut dans l'ascétisme puritain. En conséquence de cette trame historique, les mouvements de consom'acteurs étudiés par K & H présenteraient une "orientation néo-conservative" et non pas celle révolutionnaire, romantique, notamment dépeinte par Gabriel et Lang (1995). Combinant préoccupations environnementales et sociales avec des injonctions morales, les consom'acteurs américains promouvraient un éthos "communautaire et holistique" et rejetteraient finalement plusieurs des valeurs occidentales les plus fondamentales, dont l'individualisme (P5) et le progrès (P6). La pertinence de ce corpus d'idées est à présent testée : il s'agit de déterminer si, hors du contexte socio-culturel américain, les mêmes imaginaires sont observables.

MÉTHODOLOGIE

La recherche entreprise dans cette perspective s'inscrit pour partie dans le cadre épistémologique de l'anthropologie textualiste (Savy & Schreiber, 2005). Conceptualisant tout système culturel comme un agrégat textuel, celle-ci retient en axiématique à ses travaux l'idée

selon laquelle, fondamentalement, la réalité sociale est d'ordre symbolique (Ricœur, 1986), et l'idée que les comportements, plus précisément les "actions sensées", peuvent être étudiées comme des textes. Dans cette perspective donc, l'herméneutique fournit un paradigme opérationnel et conceptuel intéressant pour l'interprétation des faits et phénomènes socio-culturels (Ricœur, 1986). L'enquête, de type finalement philologique (Calame, 2003), revient à essayer de lire un "manuscrit étranger" (que l'on appellera ici "texte amapien"), "plein d'ellipses, d'incohérences, de corrections suspectes et de commentaires tendancieux" (Geertz, 2000).

Pour la constitution du matériau informatif (l'explicitation de ce texte amapien), diverses méthodes ont été mobilisées : *i*) 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) ; *ii*) entretiens centrés, dialogués (enregistrés et retranscrits), conduits 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) ; *iii*) recherche nethnographique, finalement, investiguant différents 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, pour l'étude des systèmes culturels, sur la conduite d'entretiens auprès d'informateurs soigneusement sélectionnés. De nombreux propos colligés, relevant du registre de la communication ordinaire, s'avèrent effectivement cruciaux pour l'analyse des imaginaires. 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 (à l'imprégnation de leur

imaginaire). L'importance heuristique du travail d'archives tient à ce que les discours sont ici structurés par une forte intertextualité. Celle-ci tient au développement d'une "littérature indigène" (aux contours indéfinis) 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, 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'interprétation du texte amapien a été conduite selon les canons méthodologiques (philologiques) de la micro-mythanalyse (Auteur, 2006, 2008). 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). On retient ainsi, en axiématique de ce travail herméneutique sur le "texte amapien", cinq principes essentiels.

i) La cognition (la production des représentations mentales) est narrativement conditionnée. L'organisation cognitive des événements, l'élaboration continue de modèles explicatifs des expériences de vie, 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 imagés, ceux-ci 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 (Lévi-Strauss, 1996). Il s'agit donc, à la manière des linguistes qui décomposent (analysent) le langage en morphèmes, d'isoler dans les textes 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, 1994, 1996).

iv) L'explicitation des mythèmes mobilisés dans un discours et l'étude 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) Tout 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 Amapiens en identifiant les diverses fonctions prédicats mobilisées. La formation de l'imaginaire relève ainsi notablement du corporel (Blumenberg, 2005, 2006 ; Thomson & Varela, 2002). Trois dominantes comportementales (DC) sont identifiées (Durand, 1996, 1998, 2000) : 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). Ces trois dominantes fondent six principaux modes de structuration de l'imaginaire (leur désignation étant ici suffixée "P-", pour marquer l'accomplissement du programme, et "N-" pour marquer son inversion). Soit : *i*) le schème P-héroïque (d'hétérogénéisation), qui s'appuie sur la DC de position (de verticalisation ascendante) et organise les images et l'imaginaire de redressement, d'ascension, d'affirmation de soi, de combat, de rupture, de coupure avec le milieu, mais aussi de luminosité (activant un "registre diurne" d'images) ; *ii*) celui N-héroïque organise ainsi les images et l'imaginaire de verticalisation descendante, d'effondrement, de chute ; *iii*) le schème P-mystique (d'homogénéisation), qui s'appuie sur la DC de nutrition (d'inclusion et d'intégration) et organise les images et l'imaginaire d'avalement, de blottissement, de refuge et d'obscurité (activant un "registre nocturne" d'images) ; *iv*) celui N-mystique organise les images centrifuges d'expulsion et d'échappement, de sortie ; *v*) le schème P-synthétique, enfin, qui s'appuie sur la DC cyclique et organise les images (horizontales) de médiation, de transfert et de mise en relation, de communication ; *vi*) celui N-synthétique organise finalement les images de figement, d'immobilisation.

RÉSULTATS

Différents programmes sémio-narratifs ont été identifiés dans le texte amapien. Seuls ceux ayant un lien direct avec la problématique sont ici rapportés, étiquetés du nom des récits mythiques avec lesquels on observe une homologie structurelle et sémantique. Deux types d'imaginaires sont distingués : ceux constitutifs du texte amapien (définissant son cadre programmatique, son corpus idéologique) et ceux constitutifs du méta-texte amapien (correspondant aux interprétations développées par les Amapiens sur leur engagement).

Les imaginaires constitutifs du texte amapien

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 indigène, 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).

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 "petits producteurs", de "jeunes agriculteurs", 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>i</i>) l'opposition du faible au fort (du petit au grand) ; <i>ii</i>) l'aide, le soutien, l'engagement solidaire ; <i>iii</i>) le don de soi, le sacrifice ; <i>iv</i>) l' <i>empowerment</i> , comme construction de l'autonomie des bénéficiaires du don ; <i>v</i>) l'intelligence prospective, le discernement.
Exemples de verbatim
Etre Amapien, c'est ainsi, typiquement, " <i>soutenir quelqu'un. Avec toutes les difficultés qu'il y a aujourd'hui en agriculture, c'est soutenir les petites productions</i> " (Anna). " <i>C'est un acte volontaire. Mais ça coûte. C'est vrai que ça coûte du temps. Enfin, faut vraiment vouloir le faire</i> " (Martine). " <i>Y'a un effort quand même, à faire. (...) C'est un effort. Mais, c'est un effort pour les jeunes quoi</i> " (Marie-Eve). " <i>Il faut donner du temps. (...). Il faut être militant, c'est pas toujours évident de donner son temps</i> " (Jeanine). " <i>Ça prend du temps, beaucoup de temps</i> " (Aude). " <i>On est prêt à payer le prix pour que les producteurs puissent, euh... puissent</i>

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).

Tableau 1 : l'imaginaire prométhéen

L'imaginaire prométhéen est profondément allocentré, est marqué par le souci du bien-être d'autrui – et ce, dans une perspective éminemment paternaliste (Valabrega, 2001). Le script anthropologique, diversement mis en récit ici, édicte ainsi 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.), dont il s'agit d'assurer l'émancipation des opprimés. Le but orientant les comportements est de faire advenir ceux-ci à la lumière (de les amener au diurne, contre leur actuelle aliénation dans des univers obscurs, nocturnes). L'aide apportée dans cette perspective s'inscrit alors dans une logique anthropologique d'ordre sacrificiel : le modèle comportemental n'est 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 : le texte amapien insiste sur le temps investi (le "don de soi") et le différentiel de prix consenti - opérant symboliquement comme garanties de pureté du geste d'entraide.

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'intérêt, 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 mytheme 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
"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" (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

Tableau 2 : l'imaginaire gaïen

L'imaginaire gaïen 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 (sacralisée), 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). 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 menace l'humanité (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 indigène étiquette comme étant de type "simplicité ou frugalité volontaire", "décroissance harmonique, soutenable ou conviviale", "sobriété heureuse", etc.. Tous programmes aversifs à la consommation 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, qui permettent la restauration de liens ontologiques à la Terre. Le respect dû à celle-ci implique 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, qui fondent tous les mouvements socio-économiques s'inscrivant dans le cadre programmatique du développement durable (Auteur, 2008), le texte amapien en ajoute originalement quatre autres. Deux sont de type "descriptif" (tableau 3),

traçant un autre portrait du monde, dans ce qui fait en lui problème (énonçant d'autres faits et phénomènes aversifs que la souffrance de la Nature et des hommes de la "petite agriculture"). Les deux autres imaginaires sont de type "normatif" (tableau 4), établissant le modèle comportemental des consom'acteurs (les types d'action permettant la résolution de ces problèmes).

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
"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). "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).

Tableau 3 : l'imaginaire icarien-golemique

Ces imaginaires sont très prégnants dans la littérature indigène. 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 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 al.*, 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 retrouve ainsi pleinement ici l'observation faite par K & H, sur leur terrain, d'une "orientation néo-conservatrice" de l'activisme.

<p>Programme sémio-narratif</p> <p>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 <i>ii</i>) 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.</p>
<p>Mythèmes mobilisés</p> <p>Sur cette trame, les énoncés produits ici associent les mythèmes <i>i</i>) de l'englobement, de l'enserrement dans un système clos ; <i>ii</i>) de la réduction à l'impuissance (de l'enchaînement ou de l'engrenage) ; <i>iii</i>) 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.) ; <i>iv</i>) 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) ; <i>v</i>) de l' "engraissement" des individus, servant à la Méga-Machine.</p>
<p>Exemples de verbatim</p> <p>"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,</p>

<i>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).</i>

Tableau 4 : l'imaginaire de la Matrix

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 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 techno-science 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. Par ses imaginaires descriptifs/explicatifs du mal du monde, le texte amapien relève ainsi typiquement de l'idée avancée par Touraine d'une "société programmée". Son discours procède largement de la philosophie "cyberpunk" (O'Hara, 2003) - de ce registre narratif, contestataire, qui délivre 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 définitivement "suspect". Le rapport des Amapiens à ce monde oppressif suit dès lors un script que l'on étiquette ici comme "néoïste" (tableau 5).

<p>Programme sémio-narratif</p> <p>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.</p>
<p>Mythèmes mobilisés</p>

Relativement aux imaginaires prométhéen et apollonien, les récits composés sur ce script mobilisent des mythèmes spécifiques : *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) ; *ii*) le retour à la réalité, à la vérité, à l'authenticité ; *iii*) le mythème de la libération, de la liberté retrouvée ; *iv*) 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). "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 salutaire" (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).

Tableau 5 : l'imaginaire néoïste

Le script de Néo - qu'observent Kozinets et Handelman (2004), puis Giesler (2008), lui attribuant cette même étiquette -, entremêle étroitement un imaginaire immanentiste et un imaginaire escapist (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, contre la grande distribution, dénoncée comme facteur de désocialisation et d'aliénation, prévalent des circuits logistiquement courts, des relations d'interconnaissance. Relativement au modèle prométhéen, focalisé sur des actions

individuelles visant à la libération d'autrui, les récits développés ici insistent sur une dynamique émancipatoire (de libération de soi). Avec un souci de transformation des consommateurs en consom'acteurs qui implique le déploiement d'un imaginaire morphéusien (tableau 6).

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" (Michel). "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" (Aude). Il s'agit "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" (Martine). "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" (Nicole).</i>

Tableau 6 : l'imaginaire morphéusien

Au total, trois dimensions essentielles structurent la "résistance" des Amapiens : la faiblesse matérielle des hommes face aux puissances industrielles et commerciales (imaginaire prométhéen), la faiblesse de la Terre face aux hommes et des hommes face à la Terre (imaginaire gaïaen) et, finalement, la faiblesse spirituelle des hommes face aux puissances industrielles et commerciales (imaginaires de Néo et Morphéus contre la Matrix). Sous une apparence de nouveau, ces derniers scripts sont eux-mêmes archaïques.

Les imaginaires constitutifs du méta-texte amapien

A ces premiers imaginaires viennent s'ajouter d'autres qui, ne procédant pas du corpus doctrinal des Amaps, ne configurant pas son cadre idéologique institutionnalisé, relèvent d'interprétations variées du texte amapien et permettent de typer les consom'acteurs. Le

premier d'entre ces imaginaires est de type apollonien (tableau 7) – hypertrophiant la dimension agonistique du programme prométhéen au détriment de sa dimension altruiste.

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 consomm'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).

Tableau 7 : l'imaginaire apollonien

Le schème P-héroïque qui structure l'imaginaire apollonien n'est pas orienté dans une perspective altruiste, mais dans une perspective égotiste. On retrouve ainsi les observations de Kozinets et Handelman (1998), relatives aux comportements de boycott : l'action devient autotélique ; ce qui la motive essentiellement est l'estime de soi et le geste d'expression de soi. Le programme sémio-narratif n'est ici pas orienté par une thématique (constructive) d'élaboration de liens avec autrui et d'élévation d'autrui (comme dans l'imaginaire prométhéen), 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 perversi); 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 l'abat à distance (de sorte que le Bien ne porte pas la souillure du Mal). Sur ce modèle anthropologique, donc, les discours sont, comme ceux rapportés par Mick (2003), ou Kozinets et Handelman (2004), saturés 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 final, relativement au socle idéologique du mouvement amapien, l'imaginaire apollonien induit une forte ambiguïté mythanalytique. Il y a contradiction entre cet imaginaire héroïque (profondément "chevaleresque") et l'engagement "terre-à-terre" de l'Amap. Il y a contradiction, également, comme ce qu'ont observé K & H, dans le système de représentations développé par les consom'acteurs relativement aux consommateurs : ceux-ci seraient à la fois à convaincre et à vaincre. Ce sont des victimes du système et, simultanément, ils en sont les complices. Il y a contradiction, finalement, entre cet imaginaire et un autre constitutif du méta-texte amapien, de type "thalien" (tableau 8). Lequel, en rupture avec tous les précédents, se déploie dans une perspective hédonique, aut centrée.

<p>Programme sémio-narratif</p>
--

<p>L'imaginaire thalien, en contradiction avec celui prométhéen, cadre le don dans une logique "réciprocaire", 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</p>

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 consom'acteurs – 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 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).</i>

Tableau 8 : l'imaginaire thalien

Si le concept de consom'acteur est toujours 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 effectivement pas pensée, ici, comme un geste économique au service d'une fin socio-politique. L'action (définie par l'adhésion à l'Amap), est au service, ici, d'une fin économique égocentrée : de maximisation de la consommation en termes qualitatifs et quantitatifs. L'adhésion à l'Amap est ainsi 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 d'aménités sociales). *"Donc, c'est assez égoïste, par rapport à moi, quoi"* (Marie-Eve)...

DISCUSSION

Le phénomène des Amaps ne bénéficie jusqu'à présent que de relativement peu d'études, au regard du développement actuel de ce système (Lamine, 2008). Les travaux réalisés sont qui plus est le plus souvent centrés sur l'analyse des performances de cette innovation socio-économique, pour les producteurs (e.g., Berg, 2006 ; Goland, 2001 ; Lamine, 2005 ; 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). L'explicitation de l'imaginaire des adhérents constitue en cela seul un premier apport théorique, par les éclairages ainsi délivrés sur cette forme originale de "résistance". Elle permet d'appréhender les significations que peut prendre, pour les consommateurs, une participation à un système s'opposant à la grande distribution et à l'industrialisation de l'agro-alimentaire pour proposer, en alternative, le déploiement de circuits courts d'approvisionnement. Tous les imaginaires observés dans l'enquête n'ont pas été rapportés : seuls ceux intéressant la problématique retenue ont été mentionnés (existent ainsi, également, des récits de type sisyphien et de type janusien). Au regard des questions posées en amorce à cette recherche, la micro-mythanalyse entreprise permet de montrer que le texte amapien constitue : *i*) un Grand récit, dont les caractéristiques ne cadrent pas avec les propositions de K & H notées P5 et P6 ; et *ii*) un palimpseste, dont les caractéristiques cadrent avec les propositions notées P1 et P2 mais ne cadrent pas avec celles notées P3 et P4.

Le texte amapien comme Grand récit

Porté par l'altermondialisme, institutionnellement et culturellement, le texte amapien relève typiquement des NMS, selon la définition qu'en donne A. Touraine. Il en respecte effectivement ses trois principes : *i*) d'identité (identifiant un acteur universel - le mouvement raisonnant effectivement sur le mode d'un "consommateurs, unissez-vous", faisant écho au "travailleurs, unissez-vous" des anciennes luttes sociales) ; *ii*) d'opposition (identifiant un adversaire singulier, la grande distribution - à la fois signifiant métonymique des problèmes socio-économiques et culturels en général, acteur et facteur essentiel des circuits économiques identifiés comme "pathogènes" au plan environnemental et social : ceux géographiquement et logistiquement longs) ; et finalement *iii*) de totalité (de recherche d'une orientation générale

de la société : recentrée sur le local, le "proximal" contre le global et le "distal"). Relativement aux mouvements étudiés par K & H, ce dernier point est distinctif. Pour la plupart d'entre elles, comme le note Cours-Salies et Vakaloulis (2003), les actions collectives s'avèrent "indignes de recevoir l'appellation contrôlée de « mouvement social »" - en ce que, soit la conflictualité ne concernerait pas les orientations culturelles de la société, soit la contestation ne proposerait pas d'alternatives. Il n'en va pas ainsi avec le texte amapien. Celui-ci participe effectivement des "Grands récits" - de ces formations discursives dont la spécificité cognitive tient à ce qu'ils s'inscrivent dans un canevas récurrent (syncrétique et transhistorique), de topiques et de narratèmes (de mythèmes) millénaristes et messianiques (Angenot, 2005). Le développement de ces dispositifs argumentatifs et narratifs permet à la société : *i*) d'énoncer et de dénoncer le "scandale du monde", tel qu'il va (d'amener à s'en indigner, à se faire protestataire et contestataire) ; *ii*) de le déchiffrer (de faire l'étiologie du mal) ; *iii*) de montrer comment, collectivement, il est possible de s'en défaire (de 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 progressive 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 (Lyotard, 1994). Comme tous les Grands récits modernes, le texte Amapien répond à une espérance (prométhéenne) d'émancipation, de justice sociale 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 sont mobilisés pour l'avènement d'un autre monde - les idéologèmes modernes de l'individualisme (contre P5) et du Progrès (contre P6) sont toujours exploités.

C'est ainsi, quant à l'individualisme, que le texte amapien 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. "Si vous voulez changer la société, recommande ainsi très significativement Rabhi (2008), l'un des plus importants "Oracles" des Amaps, commencez à vous réconcilier avec vous-mêmes". En souscrivant à ce principe éthique, le texte amapien s'appuie implicitement sur deux des idées les plus prégnantes de l'imaginaire occidental, affirmant : *i*) que la lutte

contre le Mal est au final une lutte contre soi-même ; et *ii*) qu'il est en tout homme un "soi" authentique et pur, que la société altère, déforme, dénature, et qu'il convient de retrouver pour atteindre la plénitude (Flahaul, 2005, 2006). Le consomm'acteur doit ainsi s'émanciper de la société marchande (schème escapiste), pour s'affirmer (schème immanentiste). Ce désir de réalisation de soi passe ici par un style et un mode de vie (une esthétique de l'existence) commandant : *i*) une maîtrise des compulsions de consommation, en vainquant le mal *en soi*, au travers une discipline de l'existence, le suivi scrupuleux d'une orthopraxie ; et *ii*) une consommation alimentaire toute particulière, de produits "existentialistes" - produits dont l'essence précède *par trop* l'existence (trop parfaitement calibrés, trop préconçus, préformatés). Le Grand récit amapien commande donc un ascétisme - lequel est, ceci dit incidemment, bien plus stoïcien que chrétien. Il se déploie effectivement sur des modes analogues à ceux hellénistiques identifiés par Foucault (2001), dans ses travaux sur l'herméneutique du sujet - travaux repris par Touraine (2007). Le "souci de soi" domine cet ascétisme qui, impliquant des opérations de conversion personnelle (de retour de soi sur soi), détourne le sujet de la futilité des apparences, lui assurant ainsi le salut. Ceci, à la différence de l'ascétisme chrétien, qui récuse la subjectivation (la visée d'une constitution de soi-même) pour promouvoir le renoncement à soi et la soumission à la loi (l'assujettissement). Contre ce holisme, le Grand récit amapien incline les consomm'acteurs à l'adoption des aliments "échappant à la Matrix" : produits non industrialisés, non uniformisés, non standardisés, produits "authentiques", "biscornus", "ayant du caractère", "qui n'entrent pas dans les cagettes", "qui ne tiennent pas dans les cageots... Produits singuliers donc, participant à ce réenchantement du monde qu'appellent les NMS (Touraine, 2005), et produits singularisant, selon cette inclination anthropologique des mangeurs à se penser être ce qu'ils mangent (Fischler, 2001 ; Poulain, 2005). L'absorption de ces produits, si fortement naturels (tellement "eux-mêmes"), permet à l'Amapien, "Néo-consommateur", d'être hors des cases (ou cages) de la Matrix socio-culturelle.

Quant au Progrès : le texte amapien est certes 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 encore que d'une "fin d'un monde"). Pour autant, l'idée moderne de Progrès n'a pas ici 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 légitime l'espérance en affirmant la possibilité de

"retournements positifs", faisant d'un mal un bien. De sorte que, dialectiquement, la crise présente un bénéfice (soit une bienfaisance). Sous cette forme, le texte amapien actualise ainsi pleinement le concept de Progrès. Lequel, à la différence des Grands récits modernes, 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 essentiellement par le sujet. Il s'agit au travers sa lutte contre le Mal, en lui, de contribuer à l'avènement d'une "civilisation qualitative" (et spirituelle) contre la "civilisation quantitative" (et matérielle) actuellement dominante. Il s'agit bien toujours de *progresser* : mais dans l'être à présent, contre l'avoir. Le projet est toujours révolutionnaire, par delà ses accents nostalgiques. C'est bien toujours un "autre monde" qui est visé.

Outre ces deux premières distances au modèle de K & H (quant à sa portée universelle), une critique formelle s'impose, qui est relative à une problématique essentielle aux NMS - notablement soulignée par "l'école de Touraine" (Shen, 2007) et négligée par K & H. Pour se déployer, les NMS doivent prendre conscience d'eux-mêmes. Ce qui, pour Touraine, implique une absence de neutralité scientifique : les chercheurs doivent s'investir, doivent "intervenir". Leur maïeutique des idées permet effectivement que les acteurs sociaux, en ébullition, saisissent ce qu'ils sont, ce qu'ils font, appréhendent pleinement la signification de leur lutte. Elle permet ainsi la naissance des NMS. Lors même que l'on ne retienne pas comme étant légitime cette norme d'engagement politique, il faut noter l'impossibilité d'une neutralité méthodologique : les chercheurs participent du Grand récit qu'ils étudient. La littérature indigène n'est ainsi pas seulement une "littérature endogène", produite par des acteurs engagés, elle comprend aussi une "littérature endogénéisée" : les recherches produites sur les Amaps (ou, plus largement, sur l'altermondialisme). La réflexivité des consom'acteurs est extrêmisée. En "condensant" symboliquement les récits parcourant les NMS, et en les mettant en perspective, les chercheurs soutiennent ainsi délibérément ou non leur "storytelling" et participent à la construction de leurs identités collectives. Le marketing doit en conséquence penser plusieurs boucles : non pas seulement celle "positive", qu'observent Boltanski et Chiapello (1999), Marion (2003), ou encore Holt (2002) et Rumbo (2002), notant que la résistance au marketing sert le marketing (lui serait fonctionnellement indispensable) ; mais aussi celle "négative", telle que la recherche, en marketing, portant sur la résistance au marketing sert cette résistance en ce qu'elle l'organise conceptuellement.

Le texte amapien comme palimpseste

Les composants discursifs de tout Grand récit sont transhistoriques (Angenot, 2000, 2005). Pour filer la métaphore de Geertz (2000), figurant toute culture étudiée comme "un manuscrit étranger", le texte amapien s'avère ainsi à l'image d'un palimpseste : il se présente à l'analyse comme quelque vieux parchemin délavé où des textes anciens viennent toujours percer, sous ceux nouveaux. Ce qui amène à repenser les propositions P1 à P4 de Kozinets et Handelman. Les deux premières s'avèrent ici valables. On retrouve bien, dans le texte amapien, ce que K & H ont découvert dans le contexte américain : l'existence de discours de disqualification morale des consommateurs (P1), et l'importance prise par les "identités spirituelles et religieuses" dans l'engagement activiste (P2). La critique faite par K & H de l'explication usuelle des NMS par des traits de la modernité issus des Lumières s'applique ainsi pleinement ici : l'arrière-plan spirituel est essentiel. Mais il faut comprendre ce fait comme une loi anthropologique : une société ne peut émerger sans s'appuyer sur des bases relevant du religieux (Godelier, 2007). Un projet de société ne peut s'affirmer sans assises relevant du religieux, sans définition d'un espace du sacré (Carrier, 2005 ; Auteur, 2007). Cela-même amène à rejeter les deux autres propositions de K & H, qui imputent le profil d'activisme observé à des spécificités américaines échappant aux théories européennes des NMS (P3) - dont une "identité évangélique" propre au puritanisme protestant (P4). La micro-mythanalyse du texte amapien montre bien l'existence, en Europe, de comportements de consom'acteurs identiques à ceux rapportés par K & H - comme le prédit la théorie anthropologique. Ce n'est pas à une religion singulière que l'on doit ces comportements. Ceux-ci relèvent d'une identité collective transhistorique, d'archétypes. S'ils signent bien une spiritualité, ils ne relèvent pas tant d'une religion instituée (le protestantisme) que d'une religiosité instituante. Si, comme K & H le montrent, les consom'acteurs déploient des schémas anciens sous une apparence de nouveau, ce que montre la micro-mythanalyse du texte amapien, c'est que ces schémas sont archaïques. Soit encore : K & H interprètent une corrélation comme une causation, alors qu'il s'agit de deux modes d'expression d'une structure anthropologique fondamentale de l'imaginaire.

L'idéal de pureté qu'il porte déstabilise le mouvement amapien - comme le sont ceux observés par K & H. Il induit effectivement un "athlétisme de l'orthopraxie" qui se traduit par un processus de bi-polarisation continue : 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". Significativement, Apollon est le "dieu des couteaux" (Détienne, 1998), qui sépare le pur et l'impur. 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 qui problématise significativement le "vivre ensemble". L'orthopraxie interdit effectivement (comme le fait, dans le judaïsme, la consommation kasher) certains comportements d'achat et de consommation alimentaire. Elle trace une frontière entre "licite" et "illicite", entre "pur" et "impur". Elle sacralise certains types d'aliments, certains modes et lieux d'approvisionnement, et génère pour d'autres une logique de tabous telle que la transgression des règles édictées suscite des sentiments de culpabilité, mais aussi des sentiments de souillure. Ce qui induit au final des difficultés relationnelles avec "l'autre monde", notamment dans la commensalité.

Quant au second point, l'effort économique qu'exige l'engagement amapien 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*" (Nicole)... L'appartenance à l'Amap n'étant pas seulement un signe de supériorité morale, la non-appartenance à l'Amap n'est pas nécessairement le signe d'une infériorité morale. Cette complexité sémantique déstabilise le script apollonien. Tout effort de réduction de ce problème de "barrière à l'entrée" par démonstration d'une absence de surcoût (ou par son euphémisation), responsabilisant/culpabilisant ainsi les non-Amapiens en délégitimant les justifications économiques de leur non-engagement, fait effectivement 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 également violence à l'idéal apollonien de distinction sociale. On retrouve là, typiquement, la tension observée par K & H entre un projet institutionnel d'expansion des mouvements activistes et une exploitation de ceux-ci comme supports de différenciation personnelle, contribuant à l'estime de soi.

Un autre point différencie le tableau de l'activisme amapien de celui dressé par K & H, trop binaire (opposant trop simplement consom'acteurs et consommateurs) : l'imaginaire apollonien induit parmi les consom'acteurs eux-mêmes un problème de hiérarchisation spirituelle. Une bipolarisation des Amapiens apparaît effectivement, différenciant

progressivement les "purs d'entre les purs" (les "vrais militants", les consom'acteurs apolloniens) et les "impurs" (les consom'acteurs thaliens, restant ancrés dans le matérialisme). Le mécanisme à l'œuvre au plus profond du mouvement, "l'athlétisme de l'orthopraxie", est un comparatisme continu, un aristocratie qui, classant les meilleurs, et les meilleurs d'entre les meilleurs, déclassé ceux qui ne réalisent pas l'idéal - qui portent en eux la souillure des mondes industriels et marchands (Boltanski & Thévenot, 1991). Les Amaps se structurent ainsi progressivement en castes, produisant finalement des rapports de domination spirituelle entre Amapiens et induisant parfois des comportements d'exit. Le même processus s'observe au niveau des Amaps, comme le note Lamine (2008) : nombre de celles s'étiquetant telles ne sont pas reconnues "dignes d'en être", et sont rejetées du mouvement. Ce que prédit la théorie anthropologique : la création progressive de castes est une constante (Godelier, 2007). Elle s'opère toujours à partir de groupes d'individus s'appropriant l'exclusivité de pratiques religieuses, gérant le pur et l'impur (Auteur, 2007). Cette historicité amène à nuancer l'idée (P1) de K & H, selon laquelle l'imaginaire apollonien nuit au développement des mouvements activistes - conclusion les amenant à leur recommander, pour ne pas perdre en attractivité, d'adopter "une conception non-hiérarchique de la différence". On peut considérer qu'au contraire "l'athlétisme de l'orthopraxie" est positif en ce que son extrémisme, induisant notamment l'attention des médias, construit une sensibilité collective à certaines problématiques, facilite la diffusion de l'orthodoxie et, *in fine*, rend attractives des formes d'action plus accessibles au grand nombre. Par effet de cadrage de la cognition, cet extrémisme peut définir un référentiel de jugement qui, par contraste, accroît la pertinence perçue d'arrangements socio-économiques moins impliquants. Ainsi de tous ceux qui, également soucieux d'un ré-encastrement territorial de l'économique et de son ré-encastrement social, relèvent de la même logique de désintermédiation que les Amaps, mais n'impliquent pas un engagement contractuel et restent ainsi dans une logique transactionnelle ordinaire. En ce sens, le "nouveau monde", l' "autre monde" qu'entreprennent d'actualiser les Amaps peut constituer un modèle régulateur et inspirateur de nouvelles formules et pratiques managériales.

BIBLIOGRAPHIE

Agrikoliansky E., Fillieule O., Mayer N., dir., (2005), *L'altermondialisme en France. La longue histoire d'une nouvelle cause*, Paris, Flammarion.
Agrikoliansky E., Sommier I. (dir.), (2005), *Radiographie de l'altermondialisme*, Paris, La Dispute.

- Ancelovici M. (2002), Organizing against Globalization : The Case of Attac in France, *Politics & Society*, 30, 3, 427-463.
- Berg P. (2006), CSAs: Marketing and Herb Production, *Small Farm Today*, 23, 3, 34-37.
- Blumenberg H. (2005), *La Raison du mythe*, Paris, Gallimard.
- Blumenberg H. (2006), *Paradigmes pour une métaphorologie*, Paris, Vrin.
- Boltanski L., Chiapello E. (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- Boltanski L., Thévenot L. (1991), *De la justification : les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.
- Brandon L. K. (2005), Expanding Our Understanding of Community Supported Agriculture (CSA): An Examination of Member Satisfaction, *Journal of Sustainable Agriculture*, 26, 2, 61-79.
- Bruner J. (2002), *Pourquoi nous racontons-nous des histoires ?*, Paris, Ed. Retz.
- Calame C. (2003), Interprétation et traductions des cultures. Les catégories de la pensée et du discours anthropologiques, *L'Homme*, 163, 51-78.
- Carrier M. (2005), *Penser le sacré. Les sciences humaines et l'invention du sacré*, Montréal, Liber.
- Chauvin D., Siganos A., Walter P., eds (2005), *Questions de mythocritique*, Paris, Imago.
- Cours-Salies P., Vakaloulis M. (2003), *Les mobilisations collectives. Une controverse sociologique*, Paris, PUF.
- Courtès J. (1993), *La sémiotique narrative et discursive : méthodologie et application*, Paris, Hachette.
- Della Porta D., Tarrow S. (eds) (2005), *Transnational Protest and Global Activism*, Lanham, Rowman & Littlefield.
- Detienne M. (1998), *Apollon, le couteau à la main*, Paris, Gallimard.
- 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.
- Fillieule O. (dir.) (2005), *Devenirs militants. Approches sociologiques du désengagement*, Paris, Belin.
- Firat A., Venkatesh A. (1995), Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption, *Journal of Consumer Research*, 22, juin, 239-267.
- Fischler C. (2001), *L'Homnivore*, Paris, Odile Jacob.
- Flahaul F. (2005), *Le paradoxe de Robinson*, Paris, Mille et une nuits.
- Flahaul F. (2006), *Be yourself ! » Au-delà de la conception occidentale de l'individu*, Paris, Mille et une nuits.
- Foucault M. (2001), *L'Herméneutique du sujet*, Paris, Gallimard-Seuil.
- Geertz C. (2000), *Available Lights. Anthropological reflections on philosophical topics*, Princeton University Press.
- Geertz C. (2000), *The Interpretation of Cultures*, New York, Basic Books.
- Giesler M. (2008), Conflict and Compromise: Drama in Marketplace Evolution, *Journal of Consumer Research*, 34, avril, 739- 753.
- Godelier M. (2007), *Au fondement des sociétés humaines. Ce que nous apprend l'anthropologie*, Paris, A. Michel.
- Goland C. (2001), Community Supported Agriculture, Food Consumption Patterns, and Member Commitment, *Culture and Agriculture*, 24, 1, 14-25.

- Grayson K., Martinec R. (2004), Consumer Perceptions of Iconicity and Indexicality and Their Influence on Assessments of Authentic Market Offerings, *Journal of Consumer Research*, 31, septembre, 296-312.
- Greimas A. (1970), *Du sens*, Paris, Seuil.
- Holt D. B. (2002), Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding, *Journal of Consumer Research*, 29, juin, 70-90.
- Kolodinsky J., Pelch L. (1997), Factors Influencing the Decision to Join a Community Supported Agriculture (CSA) Farm, *Journal of Sustainable Agriculture*, 10, 2-3, 129-141.
- Kozinets R. V. (2002), Can Consumers Escape the Market: Emancipatory Illuminations from Burning Man, *Journal of Consumer Research*, 29, juin, 20-38.
- Kozinets R. V., Handelman J. (2004), Adversaries of Consumption: Consumer Movements, Activism, and Ideology, *Journal of Consumer Research*, 3, décembre, 691-704.
- Lamine C. (2005), Settling the shared uncertainties: local partnerships between producers and consumers, *Sociologia ruralis*, 45, 4, 324-345.
- Lamine C. (2008), *Les AMAP, un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs*, Paris, Michel.
- 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.
- Lévi-Strauss C. (1996), *Anthropologie structurale*, Paris, Plon.
- Lytard J.-F. (1994), *La Condition postmoderne*, Paris, Éd. de Minuit.
- Marion G. (2003) Idéologie et dynamique du marketing : quelles responsabilités ?, *Décisions Marketing*, 30, avril, 87-91.
- Mathieu L. (2005), La constitution du mouvement altermondialiste français, *Critiques internationales*, 147-161.
- 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.
- Moisio R. J., Aaskegaard S. (2002), Fighting culture-mobile phone consumption practices as means of consumer resistance, *Asia Pacific Advances in Consumer Research*, 5, 24-29.
- Mouchard D. (2005), Altermondialismes, *Critiques internationales*, 129-130.
- O'Hara C. (2003), *La Philosophie du Punk*, St Mury-Monteymond, Rytrut.
- Penaloza L., Price L. (1993), Consumer resistance: A conceptual overview, *Advances in Consumer Research*, 20, 123-128.
- Poulain J-P. (2005), *Sociologies de l'alimentation*, Paris, PUF.
- Prost A. (1996), *Douze leçons sur l'histoire*, Paris, Seuil.
- Rabhi P. (2008), "La sobriété heureuse", *Biocontact*, 182, 32-38.
- Ricoeur P. (1986), *Du texte à l'action. Essais d'herméneutique*, Paris, Seuil.
- Roux D. (2007), La résistance du consommateur : proposition d'un cadre d'analyse, *Recherche et Applications en Marketing*, 22, 4, 59-80.
- Rumbo J.D. (2002), Consumer resistance in a world of advertising clutter : the case of Adbusters, *Psychology & Marketing*, 19, 2, 127-148.
- Savy P., Schreiber D. (2005), Traduction et interprétation, *Labyrinthe*, 8, 27-35.
- Sharp J., Imerman E., Peters G. (2002), Community Supported Agriculture (CSA) : Building Community Among Farmers and Non-farmers, *Journal of Extension*, 40, 3, www.joe.org/joe/2002june/a3.html
- Shen Y. (2007), "Intervention forte" et "intervention faible" : deux voies d'intervention sociologique, *Cahiers internationaux de sociologie*, 1, 122, 73-104.

- Smith J., Johnston H. (eds) (2002), *Globalization and Resistance*, Lanham, MD, Rowman & Littlefield.
- Thompson C. J. (2004), Marketplace Mythology and Discourses of Power, *Journal of Consumer Research*, 31, juin, 162-180.
- Thompson C. J., Coskuner-Balli G. (2007), Enchanting Ethical Consumerism. The case of Community Supported Agriculture, *Journal of Consumer Culture*, 7, 3, 275-303.
- Thomson E., Varela F. J. (2002), *Lived body : why the mind is not in the head ?*, Harvard University Press.
- Toumajian D. (2003), Analyzing the Discourse of Liberation Through Consumption, *European Advances in Consumer Behavior*, 6, 242-248.
- Touraine, A. (1993), *La production de la société*, Paris, Seuil.
- Touraine A. (2005), *Un nouveau paradigme. Pour comprendre le monde d'aujourd'hui*, Paris, Fayard.
- Touraine A. (2007), *Penser autrement*, Paris, Fayard.
- Valabrega J.P. (2001), *Les Mythes, conteurs de l'Inconscient*, Paris, Payot.
- Wieviorka M. (dir.) (2003), *Un autre monde... Constestations, dérives et surprises dans l'antimondialisation*, Paris, Balland.
- Zepeda L. Lin J. (2006), Who Buys Local Food ?, *Journal of Food Distribution Research*, 37, 3, 1-11.