



<b>Nature</b>	Ouvrage publié
<b>Titre</b>	Du Teikei aux AMAP, le renouveau de la vente directe de produits fermiers locaux
<b>Auteurs</b>	Hiroko Amemiya
<b>Date de publication</b>	2011
<b>Nombre de pages</b>	354
<b>Pays</b>	France
<b>Editeur</b>	PU Rennes
<b>Lien internet</b>	
<b>Lieu de consultation ou mode d'accès</b>	Disponible en librairies

## Note argumentaire de la contribution

Le Japon n'est pas seulement précurseur d'innovations technologiques, il l'est aussi en matière d'innovations sociales, notamment agricoles. Autre élément singulier, l'innovation n'est pas l'apanage des grands laboratoires universitaires japonais ; elle vient aussi des femmes, des mères de famille soucieuses de la qualité de l'alimentation qu'elles donnent à leurs enfants. C'est ainsi que, dans un Japon alors jeune deuxième puissance économique mondiale, cherchant à "produire plus pour vendre plus" et déjà touché par des catastrophes écologiques et sanitaires, le système Teikei voit le jour dans les années 70, opposant la coopération à la concurrence.

Cet ouvrage est bien sûr destiné à toutes celles et tous ceux qui souhaitent agir pour une autre agriculture, il montre les pratiques actuelles au Japon issues de cette origine Teikei ainsi que celles mises en place dans des régions françaises et notamment en Bretagne. Il propose ensuite une interprétation des interactions entre paysans producteurs et citoyens consommateurs dans le cadre des théories de la coordination interindividuelle.

Il constitue aussi une excellente analyse des processus d'innovation (sociale), avec de nombreux exemples français, de tentative de transformation sociétale et de constitution d'un mouvement. Dans le contexte français, il pousse à réfléchir sur l'ordre des facteurs.

## Mots-clés

AMAP-AUTRE AGRICULTURE ( une) –BRETAGNE – CANTINE SCOLAIRE – CHARTE A L'AGICULTURE PAYSANNE – CONFIANCE MUTUELLE – COOPERATION CIVILE – COOPERATION INTERINDIVIDUELLE – COOPERATIVE - DON CONTRE DON – DE 1970 A 2011- ESPACE CONVIVIAL – FERME – FRANCE - GRAINES DE VITALITE SOCIETALE – INNOVATION SOCIALE AGRICOLE – JAPON – MAGASINS COLLECTIFS – MEDIATEUR ECOUMENAL –MERES DE FAMILLES CITADINES – MESSAGES D'ESPOIR –MOUVEMENT – NOUVELLES SOLIDARITES – PAYSANS – PRIX EQUITABLE – PRODUITS FERMIERS LOCAUX-REAPPROPRIATION DE LA QUESTION ALIMENTAIRE – RECUPERATION DE FRICHES – RELATION FRATERNELLE –ROLE EDUCATIF – SOLIDARITE – TEIKEI – TRANSFORMATEUR – TRANSFORMATION SOCIETALE – VENTE DIRECTE-

### SOMMAIRE

<i>Les auteurs</i> .....	11
<i>Avant-propos et remerciements.</i> .....	13
Hiroko AMEMIYA <i>Introduction.</i> .....	15

#### Première partie

#### **Fondements japonais du système Teikei**

Tatsurō SUEHARA <i>Contexte et évolution socio-économiques de l'agriculture japonaise</i> .....	23
Hiroko AMEMIYA <i>Genèse du Teikei – Organisations et groupes de jeunes mères citadines</i> .....	29
Kōichi IKEGAMI <i>Créer une variété de riz pour ses partenaires consommateurs. Le cas de la coopérative de la ville de Yuza</i> .....	55
Masako AMEMIYA <i>Mobiliser pour promouvoir le rôle éducatif de la cantine scolaire.</i> .....	73
Aki ANEHA <i>Pouvoirs publics locaux et organisation des cantines scolaires. Le cas de la ville de Gosen</i> .....	91
Kenjirō MURAMATSU <i>Pouvoirs publics locaux et intégration des personnes âgées : le cas de Nō-Life à Toyota</i> .....	103
Yōko YAMAZAKI, Tatsurō SUEHARA <i>Dynamiques de néo-ruraux. Le cas de la ferme « Okera »</i> .....	113

## Deuxième partie

**Analyses de structurations nouvelles en France**

Hiroko AMEMIYA <i>En Bretagne, un rôle nouveau pour les citoyens</i> .....	127
Yvon LE CARO <i>En Bretagne, un rôle renouvelé pour l'agriculteur vendeur direct : médiateur écoumental</i> .....	151
Frédéric LESCUREUX <i>En Nord-Pas-de-Calais, des réseaux tissés par des agriculteurs pratiquant le porte à porte</i> .....	175
Annie DUFOUR, Cécile BERNARD, Aurélie DUMONET <i>En Rhône-Alpes, l'amélioration des conditions de travail grâce à des magasins collectifs</i> .....	189
Bernard MONDY, Jean Louis VINCQ <i>En Midi-Pyrénées, différents types de coordination dans les points de vente collectifs et dans les AMAP</i> .....	203
Yuna CHIFFOLEAU <i>En Languedoc-Roussillon, émergence de solidarités nouvelles entre agriculteurs</i> .....	219
Barbara MONBUREAU Gabriel CHAUVEL <i>En pays de Redon, récupération de friches : l'expérience du « Transformateur »</i> .....	233

## Troisième partie

**Problématisations et caractérisations des nouvelles pratiques**

Hitoshi YAKUSHIIN <i>Le rôle théorique et potentiel des marchés organisés</i> .....	253
Hiroyuki TATENO <i>Le Teikei une loi de la valeur différente de celle du marché</i> .....	265
Gilles MARECHAL <i>La comparaison entre une pratique française – L'AMAP – et son inspirateur le Teikei</i> .....	275
Odile CASTEL <i>La territorialité des systèmes agricoles</i> .....	289
Danièle BENEZECH <i>La confiance entre les partenaires de l'échange, au-delà des labels</i> .....	303

Michel RENAULT <i>L'approche transactionnelle des espaces de la vente directe</i> .....	317
Marc HUMBERT <i>Le message d'espoir porté du Teikei aux AMAP, des fruits et des graines de vitalité sociétale</i> .....	337
<b>Annexes</b> .....	345

***Les dix principes de Teikei (1978)*** rédigé par Teruo Ichiraku

*1. Esprit fondamental du Teikei*

*L'esprit fondamental du Teikei entre les producteurs et les consommateurs réside dans une relation fraternelle entre les personnes qui ne soit pas du type d'une relation commerciale. Les deux partenaires sont égaux et ils entretiennent mutuellement une relation de compréhension et d'entraide. Elle doit être établie à partir d'une réflexion sur les modalités de la vie quotidienne du producteur et du consommateur.*

Commentaire :

L'esprit fondamental du Teikei est un engagement de coopération entre les producteurs et les consommateurs fondé sur une confiance mutuelle. La vente directe est souvent comprise comme un moyen de commerce avantageux en raison de la suppression des intermédiaires. Mais le système Teikei n'est pas un réseau de commerce direct. Les produits fermiers sont fournis par les producteurs aux consommateurs et les consommateurs doivent en remercier les producteurs et leur donner quelque chose en retour par quelque moyen.

Or ils ne disposent pas d'autre moyen que de leur donner de l'argent. Ce qui fait que les produits sont échangés contre de l'argent comme dans tout commerce. Mais dans le système Teikei cet échange n'est pas une action commerciale, il est de la nature du don contre don. Les produits ne sont pas évalués en tant que marchandises mais leur valeur résulte de la satisfaction qu'éprouvent les partenaires qui les reçoivent. L'argent qui passe d'une main à l'autre ne représente pas le prix des produits. C'est la rémunération et la récompense qui reviennent aux producteurs pour leur engagement accompli.

L'important c'est de nouer un lien fraternel d'entraide entre les producteurs et les consommateurs comme s'ils formaient une grande famille. Et pour bien entretenir ce lien il ne faut ni oublier de penser à la vie des partenaires ni négliger le respect mutuel. Ceci dit, il est nécessaire que chacun réfléchisse à travers cet échange fraternel du Teikei à ce qui compte dans sa vie. Ne sommes-nous pas incités sans cesse à la compétition ? Nous courons aveuglement sans savoir pourquoi ni vers quel but. (...) Comment peut-on donner priorité à la commodité sur la sécurité ? (...) les producteurs ont à poursuivre l'autosuffisance alimentaire et les citoyens doivent éliminer de leur cuisine les aliments déjà transformés.

H. AMEMIYA (dir), *Du Teikei aux AMAP*, PUR, 2011, annexe p. 345-348.

### **P350 Les rizières japonaises et la campagne bretonne : coopération et circuit court**

Si « la vente directe de produits fermiers locaux pour l'alimentation est une activité ancienne, voire très ancienne », comme le souligne dans son introduction Hiroko Amemiya, anthropologue à l'université de Bretagne-Rennes 2 et coordinatrice de l'ouvrage, le Teikei constitue un renouveau. L'esprit fondamental du Teikei entre les producteurs et les consommateurs réside, selon Teruo Ichiraku, père fondateur et leader du mouvement Teikei, « dans une relation fraternelle entre les personnes qui ne soit pas du type d'une relation commerciale. Les deux partenaires sont égaux et ils entretiennent mutuellement une relation de compréhension et d'entraide. Elle doit être établie à partir d'une réflexion sur les modalités de la vie quotidienne du producteur et du consommateur ».

L'ouvrage nous propose un regard international franco-japonais autour de vingt et une contributions qui reconstruisent le lien entre le Teikei japonais et les Amap françaises. Elles retracent leur parcours temporel et géographique. La première partie de l'ouvrage, consacrée au Japon, montre comment on est passé de pratiques disséminées à une conceptualisation et à son inscription dans une philosophie humaniste, à un mouvement. Il est important de noter que le « centre névralgique » du système Teikei est l'association Nihon yûkinôgyô kenkyûkai (association japonaise de recherche sur l'agriculture biologique), comme le montre Hiroko Amemiya dans son texte sur la genèse.

#### **Yûki au coeur des dix principes de Teikei**

La traduction courante du terme yûki est « organique », « biologique ». Mais pour Teruo Ichiraku, qui fut son introducteur, yûki signifiait « ce qui associe au dynamisme du cycle de la vie et de l'univers ». L'objectif d'Ichiraku était de « promouvoir l'agriculture yûki qui ne rendrait ni personne ni la terre malade et qui se situerait dans la continuité de l'évolution de l'agriculture paysanne », et ce à l'époque où l'agriculture sans entrants chimiques n'était « presque pas pratiquée » au Japon. C'est cette philosophie qui est inscrite dans les « dix principes de Teikei », reposant sur la promotion d'un « univers de coexistence équilibrée où “vivent toutes sortes d'existences, y compris des hommes qui luttent et s'entraident” ».

Le premier principe, comme nous l'avons vu, est la définition de l'esprit fondamental du Teikei. Viennent ensuite les notions de production planifiée et d'adaptation de la consommation à la production. Le quatrième principe porte sur les modalités de fixation des prix et le cinquième sur les efforts de consentement mutuel. Le sixième principe organise les modalités de la distribution. La question de la responsabilité de chacun des membres est traitée dans le septième principe. L'importance des activités d'étude, au-delà des questions d'agriculture biologique, est consacrée par le huitième principe, qui préconise l'étude de l'essence du mouvement de Teikei. Le neuvième principe consiste à maintenir une taille convenable des groupes. Le dixième principe, enfin, encourage à la persévérance pour un progrès évolutif.

Dans son commentaire, Teruo Ichiraku précise que, dans « la plupart des cas, il est difficile de démarrer dès le début avec les conditions idéales [...] que ce soit pour les producteurs ou pour les consommateurs. Il est pourtant important de bien choisir les membres partenaires et de persévérer pour améliorer ensemble, peu à peu les points sur lesquels il y a des insuffisances ».

#### **Harmonie, justice**

Dans sa contribution, Gilles Maréchal, agent de développement rural (FR-Civam), propose une comparaison point par point de l'Amap et du Teikei. Arrêtons-nous sur les points de divergence. La première porte sur l'esprit même des initiatives. Comme le souligne l'auteur, le Teikei est « une mise en relation mutuelle entre égaux », alors que, dans une Amap, ce sont les consommateurs qui « soutiennent un producteur, ce qui implique de facto une hiérarchie entre les aides et l'aidé ». Les Amap reposent sur un système de prix équitable et solidaire, alors que, comme le souligne Gilles Maréchal, le Teikei, selon son « père fondateur », « n'est pas un réseau de commerce direct [...], il est de nature du don contre don ». Autre

point important de différence, celui de la planification. Dans les Amap, on est dans une « double articulation contractuelle », alors que le Teikei est un « contrat moral qui pourrait être qualifié de léonin à l'égard des consommateurs, sur qui semble reposer l'essentiel des obligations ». Gilles Maréchal propose également une lecture transversale autour de plusieurs thématiques : la relation et la transaction ; le commerce et la production ; l'aliment et le produit ; le contrôle social et le contrat ; l'échange et l'engagement. Selon l'auteur, l'individu recherche le bonheur au sein du Teikei et la citoyenneté dans l'Amap. L'objectif pour la collectivité serait l'harmonie dans le cas du Teikei et la justice pour l'Amap.

### **Les fruits et les graines**

Dans le dernier texte, qui ne se veut pas conclusif, mais plutôt un commentaire des éléments marquants, Marc Humbert, économiste à l'université de Bretagne-Rennes 2, complète tout d'abord la contextualisation en enrichissant le terreau dans lequel sont nées et se sont développées ces deux formules. C'est ainsi qu'il souligne « qu'elles sont toutes deux issues de la vitalité de la société, elles en sont les fruits ». Mais il relève également des questions, en particulier sur la capacité transformatrice de toutes ces expériences, « chacune dans un concret micro-local, quasi individuel » avec le nécessaire changement d'échelle. Comment peuvent-elles « transformer la société tout entière, et tout d'abord [...] renverser la tendance jusqu'ici dominante de l'évolution de l'agriculture » ? Pour Marc Humbert, il faut associer d'autres types d'organisations « plus adaptées pour aider à développer une agriculture et une économie différentes, comme celles présentées dans la première partie de l'ouvrage (magasins collectifs, coopératives, associations) ». La question de la participation et celle de la confiance sont liées. L'auteur suggère ainsi le développement des « systèmes participatifs de garantie » (SPG), alternatives aux labels et certifications. Les SPG sont « des systèmes d'assurance qualité ancrés localement. Ils certifient les producteurs sur la base d'une participation active des acteurs concernés et sont construits sur une base de confiance, de réseaux et d'échanges de connaissances ». Pour Marc Humbert, on est ici dans « une logique de coopération pour faire progresser le bien-être de tous collectivement et non le contrôle pour faire fonctionner la compétition de type industriel ». Et de conclure que « toutes ces nouvelles formes de vente directe témoignent d'un renouveau de vitalité sociales et qu'elles sont à la fois les fruits et les graines pour son futur ».