

# Une diversité de profils d'engagement des mangeurs dans Légulm

Maximilien Bernard et Théophile Hazoumé

Malgré un renouvellement régulier des étudiants, le collectif Leg'Ulm existe et perdure depuis une dizaine d'années. Dans cette courte étude, notre but est d'expliquer cette capacité du collectif Leg'Ulm à se maintenir dans le temps. Nous avons supposé que cela pouvait s'expliquer par un fort niveau de militantisme des membres du collectif, ainsi que leur capacité à transmettre leur engouement.

Nous cherchons donc à évaluer, d'une part, l'implication des membres dans l'organisation Leg'Ulm (ainsi que l'impact de cette dernière sur ces membres) et, d'autre part, leur type et le niveau d'engagement en faveur d'une alimentation alternative. Un objectif était de comprendre si ces deux types d'engagement (dans Légulm et plus général) étaient liés.

Pour cela, nous avons mis en place un questionnaire (cf. annexe) que nous avons diffusé auprès des membres de Leg'Ulm. Une analyse quantitative descriptive et qualitative nous a permis de répondre à notre problématique. Nous avons choisi de soumettre un questionnaire anonyme transmis par mail aux membres du collectif. Il était nécessaire de s'adresser directement aux membres et le questionnaire nous a permis d'effectuer l'étude en un temps limité. En effet, la diffusion d'un questionnaire est rapide et les réponses sont déjà formatées. Cependant, le risque est d'orienter les lecteurs dans leurs réponses. Afin de limiter ce risque, nous avons rajouté une réponse « autre » lorsque les réponses proposées pouvaient être trop limitantes. De plus, nous avons laissé la dernière réponse totalement libre en raison des multiples réponses qui peuvent être proposées.

Notre questionnaire est constitué de deux parties : la première vise à mesurer l'implication des membres du collectif et la seconde le niveau d'engagement pour une alimentation alternative. Nous avons hiérarchisé les questions selon un niveau d'implication et d'engagement croissant. Cela permet de donner une structure logique au questionnaire tout en nous permettant d'effectuer une première analyse visuelle des résultats.

## Première partie : MÉTHODE D'ANALYSE AVANT OBTENTION DES RÉSULTATS

Avant l'analyse des résultats, nous avons tenté de déterminer les différents types de profils possibles des membres du collectif. Nous avons, pour l'implication et le type de militantisme alimentaire, distingué trois niveaux d'engagement (faible, moyen et fort).

- Concernant l'engagement au sein du collectif, nous discriminons les niveaux d'engagement selon le temps et l'argent consacrés à Leg'Ulm. Ainsi, le premier niveau d'engagement correspond aux personnes qui achètent peu de paniers, qui ne sont pas fidèles à l'association (ce qui signifie par exemple arrêter d'acheter des paniers si le prix venait à augmenter) et qui ne sont pas non plus impliquées dans l'association. Le deuxième niveau d'engagement correspond aux personnes qui achètent un nombre moyen de paniers (compris entre 10 et 30/an), qui sont fidèles à l'association et qui n'y sont par contre pas vraiment impliquées (nombre de permanences effectuées limité : inférieur à 3/an). Enfin, le dernier niveau d'engagement inclut ceux qui achètent un grand nombre de paniers par an et qui mettent beaucoup de temps au service de l'association.

- Pour le militantisme alimentaire plus général, nous avons tenté de définir des critères qui nous semblaient témoigner d'un engagement pour une alimentation alternative. Nous considérons le militantisme d'un point de vue écologique et politique. Ainsi les critères choisis permettent d'évaluer l'impact environnemental et social de l'alimentation de chacun des participants, donc le niveau d'engagement pour une alimentation alternative. Nous tenons également compte de la part active du

militantisme, ce qui passe par exemple par le fait de convaincre son entourage de se tourner également vers une alimentation alternative. Nous avons hiérarchisé les questions — donc les critères — également selon le temps et l'argent investis pour une alimentation alternative, mais aussi selon un niveau d'engagement qui nous semble croissant car les actions sont de plus en plus difficiles à mettre en place au quotidien (cette évaluation étant cependant subjective, il est nécessaire d'étudier si c'est cohérent avec les résultats, c'est-à-dire si l'on observe bien un gradient dans les différentes réponses observées). Cependant, ces critères peuvent se révéler incomplets pour évaluer totalement le militantisme alimentaire, les formes d'engagement étant multiples, ce qui n'est pas le cas pour l'engagement au sein du collectif Leg'Ulm (les manières de s'engager sont limitées et définies).

Par ailleurs, ces critères sont subjectifs et la confrontation aux résultats se révèle donc indispensable. Nous cherchons ensuite s'il est possible d'établir un lien entre l'engagement au sein du collectif et le niveau de militantisme global. C'est également pour cela que nous établissons des niveaux d'engagement : cela nous permettra ensuite d'étudier l'éventuelle corrélation entre l'engagement au sein du collectif et le niveau de militantisme alimentaire.

## Deuxième partie : MÉTHODE D'ANALYSE APRÈS OBTENTION DES RÉSULTATS

### 1. Première approche

Nous avons laissé notre questionnaire en ligne une semaine, car passé ce délai, le nombre de participants a cessé d'augmenter. 88 personnes (sur les 200 membres du collectif) ont répondu au questionnaire. L'ensemble des gens impliqués dans le collectif n'ayant pas répondu au questionnaire, on peut se demander si l'échantillon des répondants est représentatif de l'ensemble du collectif. Cependant, les consommateurs les plus réguliers représentent une cinquantaine de personnes. On en déduit qu'un échantillon assez varié de membres de Leg'Ulm ont répondu.

Une fois les résultats obtenus, nous avons réalisé une première analyse descriptive, afin de voir si différents profils se dégagent, et s'ils étaient plus ou moins cohérents avec notre grille de lecture. Nous avons aussi fait le choix de traiter séparément la dernière question qui étudie l'impact de Leg'Ulm sur le mode de vie des membres de ce collectif. En effet, les réponses sont multiples, et ne permettent pas en définitive d'éclairer particulièrement le niveau d'engagement au sein de Leg'Ulm ou pour une alimentation alternative<sup>1</sup>.

Tout d'abord, nous avons étudié les réponses de chacun des participants pour essayer de les placer dans les catégories de la grille de lecture, pour chacune des deux parties du questionnaire. Comme on s'y attendait, la majorité des gens ne rentrent pas exactement dans les niveaux d'engagement que nous avons défini. Nous avons donc dû ajuster nos critères.

### 2. Modification des critères pour l'engagement dans Leg'Ulm

Cette première étude nous a permis de voir qu'il était nécessaire de créer deux nouvelles catégories.

Pour l'implication au sein du collectif, une nouvelle catégorie doit être créée entre l'engagement faible et l'engagement moyen (engagement "moyennement faible"). Cette catégorie permet de placer les personnes qui achètent beaucoup de paniers mais qui ne sont pas du tout impliquées autrement dans le collectif, ou au contraire les personnes qui achètent très peu de paniers et qui pourtant sont impliquées au sein du collectif (et effectuent par exemple des permanences). Bien que l'on insère deux

---

<sup>1</sup> Nous ne tenons pas non plus compte des réponses à la question sur la participation à des campagnes de sensibilisation, car une erreur lors de la création du questionnaire fait que les personnes étaient obligées de cocher l'une des deux cases, même si elles n'avaient pas participé à des campagnes de sensibilisation ou parler de Leg'Ulm à leur entourage.

nouvelles catégories, cela ne modifie pas pour autant les autres catégories ni les critères qui permettent de les définir.

Pour plus de précision quant à l'affectation des répondants dans les divers niveaux d'engagement, nous avons décidé d'utiliser Excel pour calculer la compatibilité de chaque personne aux divers niveaux. Nous avons pour cela utilisée notre grille de lecture donnant précisément les réponses possibles pour être dans chaque catégorie. La compatibilité à chacun des trois niveaux d'engagement est calculée en effectuant le rapport de la somme des réponses correspondant à la catégorie sur le nombre total de question (pour chaque partie du questionnaire). Cependant, ce calcul peut être discuté, puisque pour déterminer la compatibilité avec un niveau d'engagement, on ne pondère pas, donc on ne tient pas compte du fait que certaines questions pourraient témoigner d'une plus forte affinité à telle ou telle catégorie (on remarque tout de même que la catégorie dans laquelle on place finalement chaque personne d'après ces scores est cohérent avec celle dans laquelle on voulait la mettre en analysant "grossièrement" ces réponses).

Les scores de compatibilité pouvant être proches entre deux catégories, on calcule pour chaque personne le rapport  $\max 1/\max 2$  que l'on compare au seuil 1,25. Si ce rapport est supérieur au premier maximum, on place la personne dans la catégorie correspondant à ce maximum, sinon on place la personne dans l'une des nouvelles catégories créées, celle qui est entre la catégorie du premier maximum et celle du deuxième maximum (les deux maximums correspondant forcément à deux catégories adjacentes).

Toutefois, assigner les personnes à des catégories ne permet de distinguer les personnes qui appartiennent à une même catégorie (bien que ce soit très pratique pour avoir une idée rapide d'où elles se situent). Nous faisons donc le choix de calculer un indice d'engagement, pour l'engagement local. Initialement, nous voulions utiliser les scores de compatibilité en pondérant d'autant plus fortement la note qu'elle correspond à un engagement important. Mais, deux catégories adjacentes se recoupant sur certains critères, le score que l'on obtient à la fin n'est pas très lisible

Nous choisissons donc de calculer un score d'engagement en attribuant à chaque réponse un certain nombre de points. L'étude précise des différentes réponses nous a permis d'attribuer un nombre de points qui est cohérent avec ces réponses. Le score final correspond à la somme des points sur le nombre de point total maximal.

Tableau indiquant le nombre de points attribués par question, afin de définir un score final d'engagement au sein du collectif Leg'Ulm.

QUESTION		1. Nombre paniers achetés	1b. Nombre par rapports à l'année précédente	2. Poursuite des achats si le prix augmentait	3. Poursuite des achats si une coopérative ouvrait à un endroit plus avantageux	4. Visite du potager de l'Epinay	5. Nombre de permanences effectuées	5b. Nombre par rapports à l'année précédente					
RÉPONSE	POINTS ATTRIBUÉS	0-10	0	Augmentation	5	Oui	10	Oui	15	0	0	Augmentation	20
		10-20	10	Diminution	0	Non	0	Non	0	1-3	30	Diminution	0
		20-30	20	Pareil	0/5					3-6	60	Pareil	20
		30 et plus	30							6-10	60		
										10 et plus	60		

- Plus la valeur attribuée à une réponse est importante, plus cela signifie que l'on considère que cette réponse témoigne d'un niveau d'engagement important (selon les critères temporels et financiers explicités précédemment).
- L'écart entre les questions peut être très grand, cela nous permet de vraiment séparer les différents groupes d'engagement. Cependant, cela a des conséquences sur la comparaison de deux scores : par exemple une personne dont le score serait le double d'une autre n'a pas un niveau d'engagement deux fois plus important.
- Détails sur les choix d'attribution des points :

- Les observations nous montrent que ceux qui ont effectués plus de 3 permanences témoignent d'un engagement fort, on pondère donc de la même manière toutes les réponses correspondant à la réalisation de 3 permanences et plus.
- Le nombre de points attribués à la réponse "pareil" pour la question 1b est maximal si le nombre de paniers achetés est maximal (et minimal sinon)

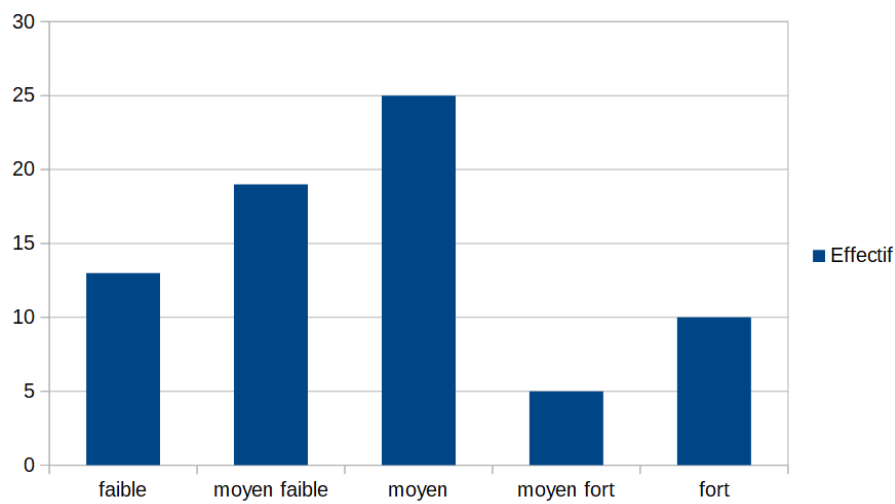
### 3. Modification des critères pour l'engagement global

Nous avons remarqué que, contrairement à l'engagement au sein de Leg'ulm, l'engagement alimentaire ne peut pas se mesurer selon un seul axe. Celui-ci est plus complexe, avec différents types d'engagements. En effet, acheter des produits à Leg'Ulm est un moyen pour certains d'agir en faveur de la cause écologique, alors que d'autre cherche à soutenir l'agriculture locale.

Nous avons donc décidé d'utiliser un algorithme de « clustering ». Ce type d'algorithme permet de regrouper ensemble ceux qui ont répondu de façon similaire. Ainsi, nous n'intervenons pas au préalable pour définir les types d'engagements que nous attendons, l'algorithme les forme lui-même, ce qui permet d'enlever un biais et éventuellement créer des catégories auquel nous ne nous attendions pas (celles-ci sont notamment conditionnés par les questions posées).

## Troisième partie : ANALYSE DES RÉSULTATS

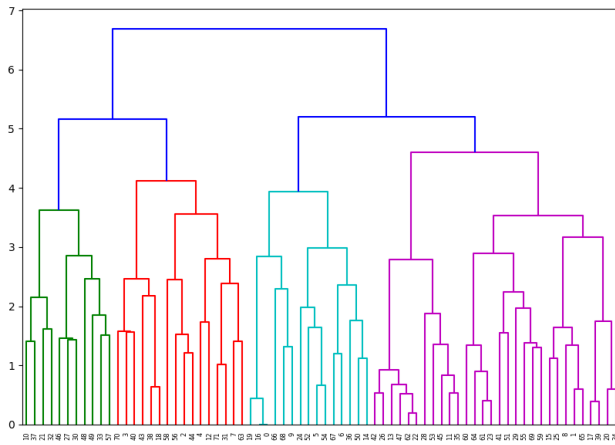
Pour la première partie du questionnaire, on obtient le résultat suivant :



Toutes les catégories contiennent des effectifs compris entre 5 et 25. On en déduit que les catégories créées sont pertinentes : il n'y a pas de groupes avec un effectif trop important, et qui cacherait en réalité une multitude de sous-groupes, ni de groupes presque vide.

On remarque qu'une grande partie des membres ont un engagement compris entre faible et moyen. D'autre part, une quinzaine de membres s'implique de façon importante dans Leg'Ulm. L'analyse de la seconde partie du questionnaire permettra de déterminer le profil des différents membres en fonction de leur engagement.

Pour la seconde partie du questionnaire, l'algorithme nous a donné le dendrogramme suivant :



On trouve sur l'axe des abscisses des points correspondant à chacun des membres de Leg'Ulm. Les points se relient les uns aux autres jusqu'à former un unique ensemble. Les membres se rejoignant rapidement les uns aux autres ont répondu de façon proche au questionnaire.

On remarque ici que quatre groupes se forment. Afin de déterminer le profil de chacun de ces groupes, nous avons projeté sur un tableau la façon dont ils ont répondu en moyenne aux questions.

On trouve (classé par effectif) :

### **Groupe 1 (30/72): L'alimentation au cœur d'un mode de vie écologiste**

Pour la première question, les thématiques qui semblent les plus importantes se distinguent nettement : l'écologie, le soutien de l'agriculture locale. Il s'agit donc d'une démarche militante, et ce d'autant plus que les mangeurs en question ne sont pas intéressés par l'aspect pratique du service, par l'éventuel bénéfice pour leur santé ou par le lien avec l'agriculteur. Ils achètent en grande partie des produits biologiques, tiennent compte de l'origine géographique des produits et vont peu dans les grandes surfaces. De plus, ils cherchent à propager autour d'eux leur vision de la consommation alimentaire. Pour ce groupe, consommer à Leg'Ulm est une façon d'agir conformément à leur engagement, principalement écologique.

Ce groupe est assez important, et on peut le scinder en deux :

- **Groupe 1.1 (21/72)** : Les membres de ce groupe cherchent également à acheter des produits de qualités, de saison.
- **Groupe 1.2 (9/72)** : Pour les membres de ce groupe, Leg'Ulm est également une alternative à la grande distribution.

### **Groupe 2 (16/72): Une vision hédoniste de l'alimentation**

Ces mangeurs cherchent avant tout à se procurer des produits de saison de qualité, tout en soutenant l'agriculture locale. De plus, ils achètent des produits à Leg'Ulm pour la praticité, et prennent plus en compte les bénéfices pour la santé que peuvent leur apporter ces produits que les autres groupes. C'est le groupe qui mange le plus de viande, et ne prend pas en compte le bien-être animal lors de ses achats. Ses membres consomment principalement en grande surface, mais mangent tout de même une proportion importante de produits biologiques. Ils ne parlent pas autour d'eux de leur façon de consommer. On en déduit qu'il s'agit d'un groupe peu engagé, qui achètent des paniers à Leg'Ulm pour se procurer des produits frais de qualité, pour son propre confort.

### **Groupe 3 (15/72) : L'alimentation comme moyen de soutien à l'agriculture paysanne**

Ce groupe cherche avant tout à consommer des produits locaux et de saison, tout en maintenant un lien avec le producteur. L'aspect écologique de la démarche ne semble déterminant, et ses membres sont indifférent à la qualité des légumes, où aux éventuels bénéfices pour leur santé. Ils achètent en grande partie leur produit dans des magasins bio ou sur les marchés, achètent une proportion importante de produits biologiques. Ils mangent assez peu de viande et tiennent compte du bien-être animal. Au-delà du tri, ils compostent presque tous leur déchet. De plus, ils cherchent tous à convaincre leur entourage de changer leur habitude alimentaire. On en déduit qu'il s'agit d'un

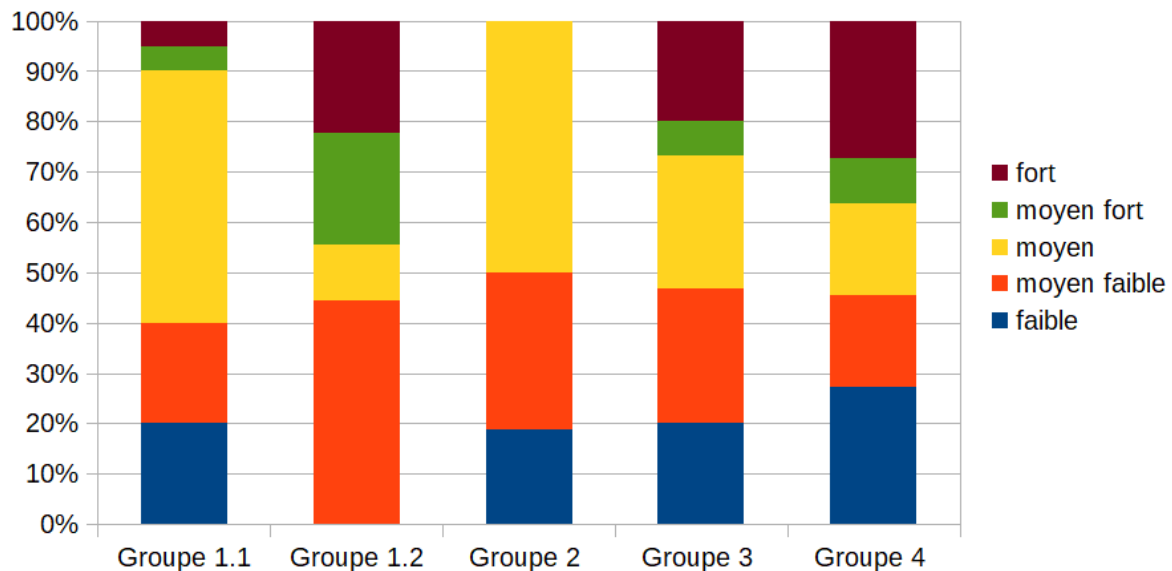
groupe qui cherche à soutenir les agriculteurs, les producteurs indépendants et tente de sensibiliser son entourage sur le sujet.

#### Groupe 4 (11/72) : Un engagement multifactoriel mais moins marqué

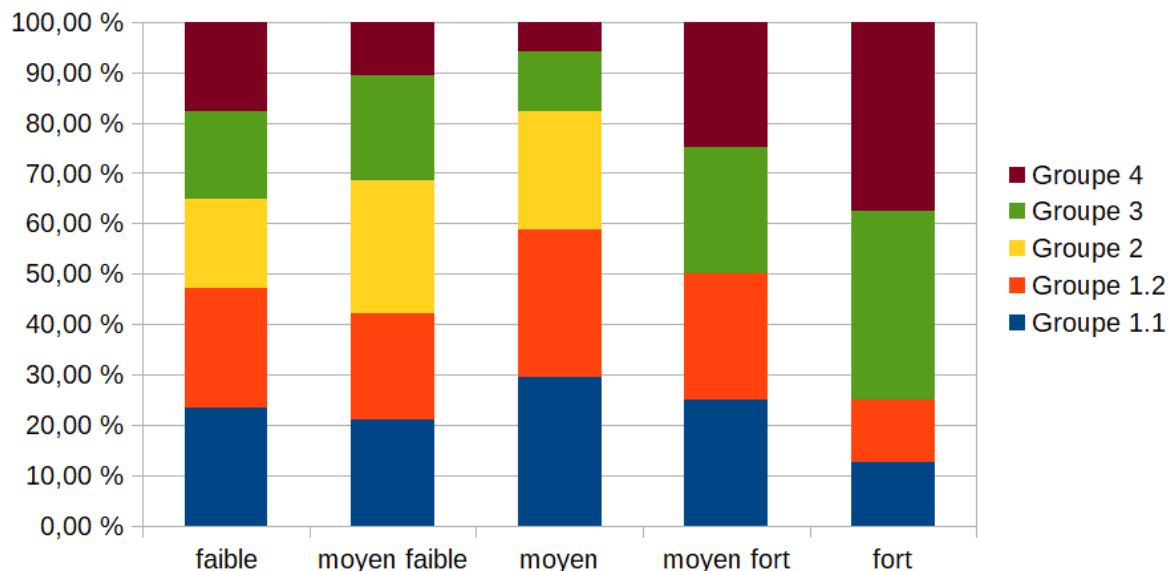
Ce groupe cherche à manger des produits de saison et de qualité, tout en soutenant une alternative à la grande distribution. Dans une moindre mesure, ses membres sont sensibles à la cause écologique et cherchent à maintenir un lien avec le producteur. En revanche, ils ne consomment pas à Leg'Ulm pour la praticité ou pour soutenir l'agriculture locale. Ils consomment principalement dans les magasins bio et sur les marchés. Ils trient en grande partie leur déchets, mais, de façon moins importantes que le reste des membres de Leg'Ulm et ne compostent pas du tout leurs déchets. Ils font attention à l'origine géographique de leurs produits, mais sont légèrement moins exigeants que les autres membres sur l'aspect biologique des produits. Ils ne cherchent pas particulièrement à modifier la façon de consommer de leur entourage.

Nous avons ensuite cherché à déterminer s'il y avait une corrélation entre l'engagement dans Leg'Ulm et l'engagement alimentaire de façon globale. Pour cela, nous avons utilisé les deux diagrammes suivants :

Repartition des membres au sein des groupes en fonction de leur engagement



Repartition des membres des groupes en fonction de l'engagement



On remarque que :

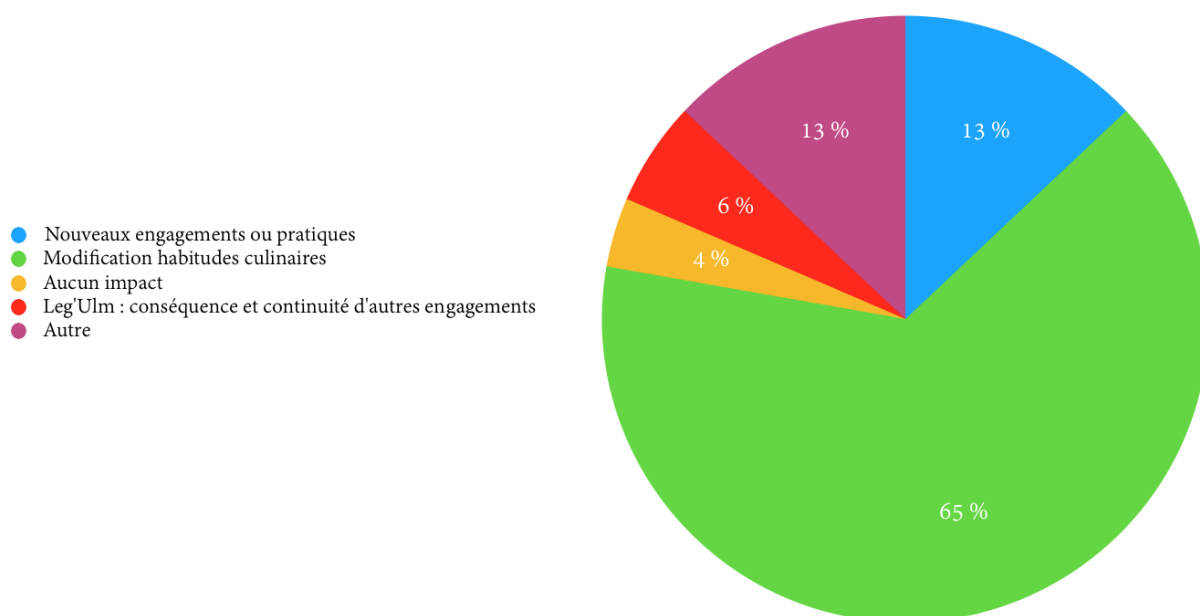
- Aucun des membres du groupe 1.2 n'est faiblement engagé dans Leg'Ulm. Leur engagement dans l'association est important : la moitié d'entre eux sont dans les groupes moyen et fort. Il y a donc une corrélation entre un engagement écologique contre la grande distribution et un engagement important dans l'association. Il s'agit *a priori* plutôt d'une implication. En effet, l'association Leg'Ulm est un des rares moyen d'éviter les modes de distributions classiques. Les membres de ce groupe ont donc, plus que les autres groupes, intérêt à s'investir fortement pour faire vivre l'association.
- Les membres du groupe 2 ont tous des engagements qui vont de faible à moyen. Cela semble cohérent : on peut trouver des produits de qualité, biologiques et bénéfique pour sa santé en dehors de Leg'Ulm. Ils ne cherchent donc pas à s'investir fortement dans l'association.
- Les membres du groupe 1.1 ont un investissement dans Leg'Ulm qui est à peu près similaire à ceux du groupe 2, bien que légèrement plus important. On peut supposer que l'explication est à peu près similaires : on trouve des produits biologiques en dehors de Leg'Ulm. De plus, pour les militants écologiques, Leg'Ulm est une forme d'action parmi d'autres ; en conséquence, l'engagement des membres de ce groupe n'est pas très important.
- Il ne semble pas qu'il y ait de corrélation entre le fait d'appartenir au groupe 3 ou 4 et l'investissement dans Leg'Ulm : l'engagement des membres de ces groupes est équitablement réparti entre les différents niveau d'engagements. Bien qu'ils constituent une partie importante des membres fortement investis, un nombre important d'entre eux est également faiblement engagé.
- De plus, le niveau d'engagement dans l'association ne semble pas conditionner l'appartenance à un groupe en particulier.

## Quatrième partie : ANALYSE QUALITATIVE DE LA DERNIÈRE QUESTION

La dernière question de ce questionnaire "Au-delà de la commande de paniers, dans quelle mesure Leg'Ulm a pu induire des changements dans votre alimentation ou votre mode de vie ?", visait principalement à étudier l'impact du collectif Leg'Ulm sur ses membres. La réponse à cette question était libre, car nous nous attendions à de multiples propositions. Sur les 88 personnes ayant répondu au questionnaire, 34 personnes ont apporté une réponse à cette question. Certains apportant plusieurs éléments de réponses, nous avons en définitive 54 points de réponse. Ces points peuvent être regroupés en grandes catégories. Tout d'abord, si la majorité des sondés témoignent d'un impact positif de Leg'Ulm sur leurs modes de vie, deux d'entre eux trouvent que Leg'Ulm n'a eu aucun impact (peut-être que ceux qui n'ont pas répondu à cette question sont du même avis, ou peut-être que seule la longueur de la question était rebutante). Trois personnes pensent également que c'est plutôt l'investissement au sein du collectif qui est la conséquence d'autres engagements.

Parmi ceux pour qui Leg'Ulm a eu un impact, nous pouvons définir deux groupes : ceux dont Leg'Ulm a engendré de nouveaux engagements (écologiques, politiques...) ou de nouvelles pratiques, et ceux dont Leg'Ulm a modifié leurs habitudes culinaires (certains appartenant aux deux groupes à la fois).

## Impact de Leg'Ulm sur le mode de vie de ses membres



- Le collectif Leg'Ulm a modifié les habitudes culinaires de ses membres de diverses manières (toutefois corrélées). De nombreuses personnes parlent de Leg'Ulm comme d'un précurseur d'une cuisine plus créative. En effet, les légumes constituant les paniers variant chaque semaine, indépendamment du choix des consommateurs, ceux-ci doivent s'adapter en trouvant de nouvelles recettes (« *J'apprends à cuisiner des légumes que je n'aurais peut-être pas acheté spontanément* », « *[Leg'Ulm] m'oblige à apprendre comment cuisiner certains légumes que je ne connaissais pas* »), et leurs repas sont alors déterminés par le collectif (« *Mes menus sont maintenant entièrement conditionnés par les légumes fournis* », « *J'aime le fait que le consommateur s'adapte à la production, et pas l'inverse* »). Beaucoup témoignent du fait que Leg'Ulm les conduit à connaître et à tenir compte des saisons (« *Je prends maintenant beaucoup plus en compte les cycles saisonniers des produits, je fais plus attention à leur provenance et me pose des questions sur les conditions de culture (ou de production pour les produits transformés)* », « *Leg'Ulm implique de cuisiner des légumes que l'on ne connaît et rend sensible aux rythmes saisonniers* »), et que le collectif permet de découvrir de nouveaux légumes (« *Découverte de légumes nouveaux dans la cuisine qui sont rentrés dans mon alimentation régulière (hors Leg'Ulm)* »).
- Leg'Ulm a aussi permis d'engendrer de nouveaux engagements et une prise de conscience chez ses membres : « *Je participe à une agriculture durable, locale, biologique et de saison. Je pense qu'il est indispensable de boycotter l'agriculture intensive pour la survie de notre espèce* », « *Leg'Ulm m'a sensibilisée au principe de l'amap. Depuis je n'achète que des légumes de saison et en circuit court* ». Certains consomment simplement plus de produits issus de l'agriculture biologique. Leg'Ulm a également déclenché de nouvelles pratiques : une personne est par exemple devenue sensible au recyclage et à la réduction des déchets, tandis qu'une autre s'est mise au compostage.
- Enfin, Leg'Ulm a aussi pu susciter de la curiosité. Certains ont par exemple développé un intérêt pour le maraîchage ou ont cherché à comprendre les enjeux d'un tel secteur.



## Conclusion :

A travers cette étude, nous avons pu mettre en lumière le fait qu'un petit nombre de membres s'engage de façon importante dans l'association et lui permet de subsister.

Les membres consomment des produits de Leg'Ulm pour des raisons variées. Une grande partie le fait pour des raisons écologiques, mais d'autres cherchent à soutenir l'agriculture locale, à consommer des produits de qualités, pour leur propre plaisir. Un nombre important d'entre eux ont un engagement multifactoriel.

Bien qu'un certain type d'engagement puisse parfois prédisposer un niveau d'implication dans l'association, nous n'avons pas pu établir de corrélation entre un investissement important dans l'association et une forme de militantisme alimentaire plus général.

Cependant, nous avons vu qu'un engagement dans Leg'Ulm engendrait parfois une prise de conscience et changement d'habitude chez les membres. L'association peut donc contribuer à renforcer le niveau d'engagement de ses membres.

## Annexe

### Questionnaire diffusé auprès des mangeurs de Légulm

#### *Engagement dans Légulm*

1. Combien de paniers avez-vous acheté l'année dernière ?
  - i. 0-10
  - ii. 10-20
  - iii. 20-30
  - iv. 30 et plus
- b. Est-ce que c'était plus que l'année précédente ?
  - i. Oui
  - ii. Non
  - iii. J'ai acheté autant de paniers que l'année précédente
2. Continueriez-vous à acheter des paniers Leg'Ulm si le prix augmentait de 2€ (*ce ne sera pas le cas*)
  - a. Oui
  - b. Non
3. Continueriez-vous à acheter des paniers Leg'Ulm si une coopérative biologique ouvrait à un endroit qui vous arrange davantage ?
  - a. Oui
  - b. Non
4. Êtes-vous déjà allé visiter le potager de L'Épinay ?
  - a. Oui
  - b. Non
5. Avez-vous participé à des campagnes de sensibilisation/promotion de l'association (ou avez-vous déjà parlé de Leg'Ulm à votre entourage) ?
  - a. Non
6. Combien de permanence avez-vous effectuées ?
  - i. 0-3
  - ii. 3-6
  - iii. 6-10
  - iv. 10 et plus
- b. Est-ce que c'était plus que l'année précédente ?
  - i. Oui

- ii. Non
- iii. Idem

*Militantisme global*

1. Qu'est qui vous motive à acheter des paniers de légumes ? (*Trois réponses*)
    - a. Santé
    - b. Écologie
    - c. Lien avec le producteur
    - d. Qualité des légumes
    - e. Praticité
    - f. Soutien agriculture locale
    - g. Alternative grande distribution
    - h. Produits de saison
  2. Où faites-vous vos courses ?
    - a. Grandes surfaces
    - b. Magasins bio
    - c. Circuits-courts
    - d. Marchés
  3. Triez-vous vos déchets alimentaires ?
    - a. Non
  4. Compostez-vous les déchets alimentaires ?
    - a. Non
  5. A quelle fréquence consommez-vous de la viande ?
    - a. À chaque repas
    - b. Une fois par jour
    - c. 2-4 fois par semaine
    - d. Une fois par semaine
    - e. Moins d'une fois par semaine
    - f. Jamais
  6. Tenez-vous compte du bien-être animal lorsque vous achetez des produits d'origine animal ?
    - a. Non
  7. Vérifiez-vous l'origine géographique des produits que vous achetez ?
    - a. Non
  8. Quelles sont vos exigences concernant la façon de produire ?
    - a. Alimentation uniquement bio
    - b. Alimentation partiellement bio
    - c. Alimentation non bio
  9. Essayez-vous de convaincre votre entourage de changer ses habitudes alimentaires ?
    - a. Non
- Au-delà de la commande de paniers, dans quelle mesure Leg'Ulm a pu induire des changements dans votre alimentation ou votre mode de vie ?