



Introduction : les fruits et légumes dans tous leurs états. La variabilité, la périssabilité et la saisonnalité au cœur des pratiques sociales

Antoine Bernard de Raymond, Laure Bonnaud, Marie Plessz

► To cite this version:

Antoine Bernard de Raymond, Laure Bonnaud, Marie Plessz. Introduction : les fruits et légumes dans tous leurs états. La variabilité, la périssabilité et la saisonnalité au cœur des pratiques sociales. Revue d'Etudes en Agriculture et Environnement - Review of agricultural and environmental studies, 2013, 94 (1), pp.3-12. 10.22004/ag.econ.187236 . hal-02650575

HAL Id: hal-02650575

<https://hal.inrae.fr/hal-02650575>

Submitted on 29 May 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Introduction : Les fruits et légumes dans tous leurs états. La variabilité, la périssabilité et la saisonnalité au cœur des pratiques sociales

Antoine BERNARD DE RAYMOND*, Laure BONNAUD*, Marie PLESSZ**

* INRA, UR1323 RiTME, F-94200, Ivry sur Seine, France
e-mail : antoine.deraymond@ivry.inra.fr

** INRA, UR1303 ALISS, F-94200, Ivry sur Seine, France

Injonctions publiques à consommer « au moins 5 fruits et légumes par jour », développement des circuits courts, alertes sanitaires sur les résidus de pesticides, crises du marché et arrachages des vergers, dénonciations des conditions du travail saisonnier dans les exploitations. . . , les fruits et légumes sont porteurs d'enjeux variés, qui touchent aussi bien à la production agricole, aux circuits commerciaux, à la consommation, qu'aux politiques publiques, à la santé ou à l'environnement. Comme toute denrée alimentaire produite dans un contexte de division capitaliste du travail, les fruits et légumes circulent parmi des espaces hétérogènes, qui les transforment autant qu'ils contribuent à les transformer. Comme tout produit agroalimentaire, ils justifient une analyse de la production à la consommation, en raison de leur caractère transversal (Marsden *et al.*, 2010 ; Lockie et Kitto, 2002). Néanmoins, ils présentent certaines spécificités, et nous insisterons particulièrement sur trois d'entre elles : la variabilité, la périssabilité et la saisonnalité. L'hypothèse faite ici est que la prise en compte de ces spécificités permet de mettre en lumière des aspects souvent négligés du fonctionnement des systèmes agroalimentaires, et pour cette raison d'en révéler les ressorts : c'est parce qu'on a affaire à une matière qui oppose une résistance spécifique que l'on va saisir ce qui, implicitement, est constitutif des mondes sociaux étudiés.

Les fruits et légumes constituent un objet peu étudié par la sociologie, notamment parce que la sociologie rurale ou la sociologie de l'agriculture se sont structurées autour des objets qui formaient et forment encore en France le cœur des dispositifs publics de régulation et des grands compromis entre l'État et la paysannerie : le blé et les céréales (Braudel et Labrousse, 1982, Kaplan, 2002), l'élevage bovin, le vin (Garcia-Parpet, 2009 ; Stanziani, 2003a, 2003b). Les fruits et légumes sont présents dans les grandes enquêtes de consommation fondatrices de la sociologie de l'alimentation (Régnier *et al.*,

2006) mais leurs spécificités au regard des autres denrées alimentaires sont peu travaillées. Ce sont les produits ou éventuellement les variétés qui révèlent les plus fortes différences entre groupes sociaux qui ont le plus retenu l'attention dans ces recherches : les viandes et le poisson y figurent donc en bonne place, à côté d'oppositions entre espèces de fruits et légumes. Les fruits et légumes ont également constitué des études de cas, au même titre que d'autres produits alimentaires, notamment les produits de la pêche, pour la sociologie économique qui s'intéresse à la qualité (Dubuisson-Quellier *et al.*, 2006) ou au renouveau des circuits de commercialisation (Dubuisson-Quellier et Lamine, 2004, 2008).

Prendre en compte la variabilité, la périssabilité et la saisonnalité des fruits et légumes ne consiste pas seulement à donner à voir des points aveugles empiriquement, mais aussi à assumer un parti pris théorique, à transformer le regard même sur le monde social, sur la façon de le définir. Il s'agit d'assumer une posture épistémique où le sociologue ne sait pas *a priori* ce qui est constitutif du monde social mais en fait une propriété émergente de l'enquête. En l'occurrence, il s'agit de prendre au sérieux la manière dont les acteurs qualifient les caractéristiques sensibles de leur environnement et des objets avec lesquels ils sont aux prises.

La variabilité, la périssabilité et la saisonnalité représentent, du point de vue des acteurs, trois types de contraintes. La variabilité est une caractéristique importante de la qualité des fruits et légumes : elle désigne le maintien d'un écart par rapport à une norme qui définit des critères d'homogénéité et de régularité (Bernard de Raymond, 2010) : les tomates-cerise en grappe sont ainsi jugées de qualité supérieure lorsqu'elles comportent 10 fruits, le décrochage de l'un d'eux conduisant la grappe à un déclassement ; de même, un concombre qui n'est pas droit, mais courbé, ne peut pas accéder au statut de produit commercialisable dans les circuits de vente les plus répandus. Plus généralement, la variabilité renvoie à l'idée d'un écart qui reste difficile à appréhender et à gérer par la logique du test statistique. La standardisation et la normalisation ont joué un rôle moteur dans la mise en place d'organisations productives industrielles et de marchés de masse reposant sur des transactions à distance. Dans le cas des fruits et légumes, ces standards sont apparus au début du XX^e siècle aux États-Unis, puis se sont répandus à l'échelle mondiale à partir des années 1930. La construction d'un marché commun des fruits et légumes dans le cadre de la communauté européenne a lui-même engagé un important travail de construction de normes sur les différents produits, à partir des années 1960. La standardisation puis la normalisation des produits visait d'abord leurs qualités visuelles, physiques, selon principalement trois critères : le calibre, la couleur et l'état de l'épiderme. En même temps que les standards définissaient des exigences minimales, ils instituaient différentes sous-catégories (Extra, I, II), en fonction de l'importance des écarts à la norme au sein d'un même lot. Néanmoins, la mise en place de tels dispositifs de normalisation n'a pas pour autant éliminé ou empêché le développement de formes de connaissance sensible des produits, fondées sur un corps à corps avec

le produit. La vue, le toucher, l'odorat et le goût restent (pour les professionnels comme pour les consommateurs) une épreuve centrale de la qualité d'un fruit ou d'un légume. Trier et qualifier les fruits et légumes constitue une épreuve renouvelée tout au long de la chaîne alimentaire : il s'agit pour les producteurs d'anticiper dans les arbres ou dans les champs les produits qui étonnent (couleur atypique, boursoflures, apparence inhabituelle), puis pour les distributeurs de les trier lors de l'agréage ou de la mise en rayon, et enfin pour les consommateurs de les acheter ou de les préparer en fonction de ce qui leur est propre (un type de recette, de cuisson, de découpe particulière etc.).

Deuxième caractéristique, la périssabilité désigne le fait qu'un produit est évolutif et que sa durée de « vie » est limitée. Il change d'apparence et d'état à mesure que le temps avance et qu'il passe de main en main. Aussi le temps dont on dispose pour le mettre en marché, le vendre ou le consommer est limité, parfois très court. Ce constat implique des formes d'organisation qui diffèrent de celles de produits pouvant se conserver longtemps ou indéfiniment (Freidberg, 2009). Pour Susan Freidberg (2009), le développement des marchés des produits frais est indissociable de systèmes socio-techniques structurés par les équipements de réfrigération, depuis les chambres froides industrielles jusqu'aux réfrigérateurs des particuliers. En France, en 2007, 99,8 % des ménages disposaient d'un réfrigérateur et 85,2 % d'un congélateur (INSEE). Néanmoins, le développement récent de l'action publique sur le gaspillage alimentaire (Campagne « Qui jette un œuf, jette un bœuf ! ») atteste de la contrainte que représente la périssabilité des denrées, particulièrement les fruits et légumes, peu adaptés à la conservation au froid.

Enfin, la saisonnalité désigne le fait qu'une activité répond à des rythmes sociaux et des logiques de calendrier qui transforment de manière périodique et cyclique ses conditions de fonctionnement, sous l'effet des transformations du milieu dans lequel se déploie cette activité. Cette contrainte de saisonnalité pose donc d'emblée le problème de la continuité, de la stabilité et de la cohérence d'activités sociales (Bernard de Raymond, 2007). Dans le cas des fruits et légumes, le rythme imposé par le climat à la croissance des plantes vient à l'esprit dès que l'on évoque la saisonnalité : même en alternant variétés précoces et variétés tardives, les périodes de production restent très courtes (cerises, asperges...). Mais les fruits et légumes n'échappent pas pour autant à des formes plus sociales de saisonnalité : les grandes surfaces n'achètent plus de « fruits d'été » comme les pêches à partir du 1er septembre, arguant que les ménages n'ont plus de goût pour ces produits quand arrive la rentrée des classes, préparant aussi le terrain pour la mise en place du raisin.

Nous avons décrit ces dimensions de variabilité, de périssabilité et de saisonnalité comme des contraintes. Par contrainte, il ne faut pas entendre ici quelque chose d'inaltérable, mais une caractéristique à laquelle les acteurs concernés doivent nécessairement se confronter, avec laquelle ils sont aux prises, et qu'ils ont en partage : c'est cette dimension de confrontation, de prise en charge différenciée voire de dépassement qu'il s'agit de décrire. Ainsi même

la saisonnalité des productions, qui paraît intrinsèque au matériel végétal, peut être modifiée par la recherche de variétés précoces ou par l'installation de serres éventuellement chauffées. Schématiquement, on peut discerner trois stratégies, trois façons de gérer ces contraintes : faire avec, dépasser, valoriser et ce à tous les stades de la vie des fruits et légumes.

Ces trois stratégies sont perceptibles dans les contributions réunies ici. L'article de Madlyne Samak met en scène des maraîchers de moyenne-montagne en agriculture biologique qui se refusent à installer des serres ou à acheter des légumes en gros pour enrichir leurs étals sur les marchés hivernaux et qui « font avec » la saisonnalité, à la fois par conviction (pour rester conforme à leur conception de l'agriculture biologique), par choix (ne pas avoir de serre chauffée permet de ralentir l'activité) et par nécessité (leurs terrains escarpés s'y prêtent peu). D'autres contournent la difficulté, en installant des serres (éventuellement chauffées) ou en revendant des fruits et légumes qu'ils n'ont pas produits. L'une des enquêtées parvient cependant à « valoriser » la saisonnalité, la variabilité et la périssabilité de sa production, en transformant ces caractéristiques en argument de vente lors des interactions avec ses clients sur le marché. De même, les cultivateurs de pêches de la Moyenne Vallée du Rhône décrits par Cécile Praly et Carole Chazoule allient deux stratégies : neutraliser la variabilité et la saisonnalité en multipliant les variétés de pêches ou d'abricots et en triant les fruits qui sont conformes aux standards des centrales d'expéditions ; valoriser les « écarts de tri » : vente en bord de route, vente de fruits « à confiture »... sur des circuits locaux où les propriétés spécifiques de ces fruits rencontrent une demande adaptée. Les consommateurs eux-mêmes peuvent éviter de s'exposer à la périssabilité et à la saisonnalité des fruits et légumes (produits importés et achats de produits transformés). Pourtant, comme le souligne Marie Plessz, les légumes frais constituent toujours plus de la moitié (60 % environ) des achats de légumes des ménages. Sans doute est-ce parce que derrière la périssabilité se cache le « couple maturité-fraîcheur » (Praly et Chazoule), qui apporte aux produits frais, par rapport aux produits achetés transformés, des qualités de saveur et de texture appréciées tant pour leurs goûts que pour la palette encore plus large de préparations qu'elles autorisent. Valoriser ces contraintes, c'est aussi en faire un point d'appui pour la critique, un ressort pour des processus de politisation. C'est ce que montre l'article de Samak, où l'on voit comment le respect de la saisonnalité constitue une norme morale en maraîchage biologique, et donc un opérateur d'attribution de formes de déviance, mais c'est aussi ce qui apparaît dans l'article de Chrystèle Dondeyne sur la controverse autour du statut de l'innovation variétale dans le chou-fleur bio. La revendication de respect de la naturalité du produit permet de dénoncer la technique de la fusion des protoplastes comme relevant d'une forme de transgénèse.

Esquisser ces différentes stratégies, perceptibles tout au long de la chaîne de production-distribution-consommation des fruits et légumes, ne nous renseigne pas seulement sur le rôle actif des acteurs sociaux pour se saisir des spécificités de ces produits, et sur les façons dont ils peuvent les valoriser. Elles

nous permettent aussi de faire ressortir des articles réunis ici trois dimensions analytiques, qui, chacune, nous amène à reconsidérer ce que l'on associe à la notion de stratégie. Traditionnellement, une stratégie est associée à une position structurale (dans un espace social ou dans un réseau par exemple). Dans les travaux présentés ici, cette dimension structurale des stratégies adoptées est effectivement présente, mais elle se conjugue avec des variations qui sont dictées par des situations elles-mêmes.

La première de ces dimensions, qui est peut-être la moins spécifique, tient au fait que ces stratégies ne sont pas valides en soi mais sont soumises de façon très explicite à des opérations de validation/sanction, à *chaque étape de la filière*, car ces étapes sont autant d'échanges marchands (Bonnaud *et al.*, 2012). Elles sont donc l'occasion d'une interaction au cours de laquelle l'offreur se doit d'être crédible dans l'évaluation qu'il fait de son produit, faute de ne pas l'écouler ou pas au prix souhaité. Par exemple, Dondeyne montre que la controverse autour de la fusion des protoplastes engage non seulement la conception qu'ont les acteurs de ce qui constitue un produit naturel mais interroge aussi, et plus largement, l'organisation de l'ensemble de la filière du chou-fleur issu de l'Agriculture Biologique : elle amène à étudier le rôle de semenciers, des chercheurs de l'INRA, des Organisations de Producteurs et de leurs cahiers des charges, ou encore des différents circuits d'écoulement des produits. De même, le marché aux légumes « bio » observé par Samak signale très explicitement les difficultés que les petits maraîchers d'altitude rencontrent pour faire accepter leur conception de la saisonnalité des productions. Imposer la saisonnalité comme une caractéristique positive ne va pas de soi. À l'inverse, les producteurs de fruits observés par Praly et Chazoule ont appris à proposer à leurs différents clients les produits adaptés à leurs attentes : standardisés et prêts à l'expédition pour les coopératives d'expédition, plus mûrs et moins réguliers pour les circuits locaux. La prégnance de ces circuits, chez tous les cultivateurs rencontrés, suggère que les coopératives n'ont pas réussi à imposer totalement la stratégie de neutralisation/contournement des variabilités des fruits à leurs fournisseurs et qu'elles « font avec », bon gré mal gré, en choisissant d'être compréhensives vis-à-vis d'une stratégie qui répond à une contrainte qui les touche également. Ainsi l'épreuve marchande, répétée tout au long de la filière jusqu'au consommateur final dit explicitement non seulement les rapports de force mais aussi les alternatives, plus ou moins limitées, qui se présentent à chaque acteur.

La seconde dimension qui ressort de l'ensemble des contributions est la temporalité de l'action, dans un environnement sensible en perpétuelle transformation. Le choix d'une stratégie vis-à-vis des fruits et légumes, n'est pas figé dans le temps. Le maraîcher de montagne qui peine à produire en hiver, voire se tourne vers une autre activité économique, réussit en été. Les producteurs de fruits de la vallée du Rhône multiplient les modes de commercialisation parce qu'ils sont pressés par le temps, la récolte étant brève et les fruits fragiles. C'est parce qu'il est impossible de stocker des

cerises ou des pêches en attendant l'automne et qu'il faut faire le chiffre d'affaires annuel sur quelques mois d'été, que ces producteurs déploient une telle énergie à entretenir des réseaux de clientèle, des points de vente, et malgré tout un ancrage plus ou moins fort dans les coopératives d'expédition. Les consommateurs quant à eux savent que les produits frais sont périssables et parfois longs à préparer. Ils mêlent donc dans leurs approvisionnements produits frais et produits transformés (Plessz). Mais la temporalité est aussi celle de la construction, dans le temps, des filières et des trajectoires professionnelles. Samak met bien en évidence comment l'ancienneté dans le métier et les parcours personnels des agriculteurs permettent de comprendre des choix de modes de production divergents. De même, la construction des réseaux de clientèles des producteurs de fruits se fait dans le temps, héritière tout à la fois du « capital social » propre à chacun, des caractéristiques des exploitations, et des efforts des organisations de producteurs pour promouvoir les coopératives d'expédition.

Il ressort de cet ensemble de travaux que les fruits et légumes relèvent d'une économie et d'une sociologie de la variété. Les acteurs ne se limitent pas à valoriser la « variabilité » intrinsèque de chaque espèce prise isolément. Ce qui frappe dans la réunion des contributions présentées ici, c'est la démultiplication de stratégies ou de pratiques qui pourraient paraître redondantes mais qui en fait permettent de tirer le meilleur parti de ces produits. Les producteurs cultivent parfois un très grand nombre de variétés d'une même espèce que ce soit pour étaler la période de récolte ou pour viser des débouchés différents. La multiplication des modalités de mise en marché est elle-même un aspect de cette variété omniprésente. Elle se poursuit dans l'existence de différents lieux de vente au détail. Et sur un même lieu d'achat, on peut trouver un légume, par exemple le haricot vert, sous toutes sortes de conditionnements (frais, frais et équeuté en emballage fraîcheur, surgelé, en conserve, cuisiné) assorti de diverses indications de qualité (extra-fin, biologique, diverses marques pour les produits transformés, différentes provenances et autres indications comme « rangé » ou « cueilli main »). Enfin, les ménages puisent dans ces gammes de produits, pour les apprêter selon d'innombrables recettes en fonction de leur fraîcheur, de leur saveur, mais aussi du temps et des compétences dont ils disposent. Cette variété finit parfois par introduire un flou sur la définition même des objets que les acteurs ont en partage : de manière générale, les définitions botanique, culinaire et nutritionnelle des fruits et légumes ne sont pas tout à fait concordantes. Dans le cas du chou-fleur étudié par Dondeyne, face à la multiplication des méthodes d'obtention variétale, les acteurs concernés finissent par ne plus du tout s'accorder sur ce qui permet de définir un légume comme « biologique ».

Au final, les articles de ce dossier mettent en évidence quelques-unes des multiples formes des pratiques agricoles dans la recherche de la variété adéquate ou des débouchés adaptés, les infinies variations des produits et des conditionnements, tout comme le maintien, malgré le succès des grandes

surfaces, de lieux et formes d'achats mineurs en part de marché mais non négligeables pour ce qu'ils révèlent de rapport à l'espace marchand (marchés, circuits courts ou enseignes primeurs, AMAP et autres « paniers » par abonnement). Ces observations montrent le caractère vain de la recherche d'un *one best way*, pour les acteurs sociaux étudiés comme pour les chercheurs, qui ne peuvent prétendre saisir le secteur des fruits et légumes à partir d'une entrée unique, aussi typique soit-elle. L'analyse doit également rendre compte de la capacité permanente à élargir la palette des manières de produire, de distribuer, d'acheter et de transformer un produit, à ajuster et adapter des stratégies sans les figer, et ne pas traiter des pratiques mineures, parfois anciennes, souvent peu formalisées comme des archaïsmes mais comme des options qui peuvent s'avérer tout à fait ajustées à la situation des acteurs ou au produit. Il ne faut pas s'y tromper, la réussite de certaines stratégies est parfois modeste et pourrait s'assimiler à des expédients : les maraîchers de moyenne montagne réussissent à vivre au grand air, mais au prix d'une grande sobriété au quotidien – ou de compromis par la multi-activité ou l'installation de serres. Néanmoins, c'est bien l'ensemble des pratiques qu'il convient d'appréhender, ne serait-ce que parce qu'elles dépassent les frontières a priori fixées par les divers groupes : ainsi, la vente directe est aussi bien une voie de développement pour les producteurs bio de moyenne montagne que pour les producteurs de grandes exploitations de la vallée du Rhône. En revanche, la finalité de cette stratégie diffère, ainsi que ce qui en est attendu à la fois par l'acheteur et le vendeur.

Les contributions de ce dossier ont pour la plupart fait l'objet d'une présentation à l'occasion d'un colloque organisé le 20 octobre 2011 à Ivry, sur le thème « Les fruits et légumes : un objet sociologique ? ». Les communications avaient été retenues sur la base d'un appel à communication plus large que les textes qui sont ici réunis peuvent le laisser penser, ce qui permet de proposer quelques pistes de recherche complémentaires.

Le premier point concerne le travail agricole et particulièrement la place des salariés dans la production. En 2000, si les fruits et légumes représentaient seulement 2 % de la SAU en France, ils représentaient simultanément 10 % des exploitations et 20 % de l'emploi agricole. De ce point de vue, les textes de notre dossier abordent le travail et les pratiques principalement en suivant les choix et stratégies des producteurs eux-mêmes, non de ceux qui travaillent pour eux. Or, le modèle entrepreneurial en agriculture fait l'objet de contestation (emploi d'immigrés clandestins (Decosse, 2011), non-respect de la législation du travail, accidents du travail, etc.), qui mériterait que se mette en place une sociologie des producteurs en tant qu'employeurs et symétriquement une analyse des salariés et des conditions de travail dans les exploitations. Cette dimension du travail agricole est souvent appréhendée à travers la catégorie des saisonniers (Darpeix, 2010), une expression souvent impropre pour décrire des situations de travail qui se reproduisent d'années en année et des « saisons » qui s'étirent dans le temps (certaines serres de tomates sont ainsi en culture 10 mois par an)

Le colloque n'a pas non plus abordé le thème de l'auto-production, qui reste un élément structurel et représente une alternative au circuit marchand (Gojard et Weber, 1995). La pratique des jardins potagers familiaux concourt pourtant à l'économie de la variété décrite dans le dossier, et contribue à définir des conceptions de la qualité (sanitaire, gustative, d'apparence. . .) des produits et à renforcer le lien entre production et consommation : le lien entre jardinage et alimentation des personnes âgées a par exemple été mis en évidence par Philippe Cardon (2010). De façon générale, l'analyse sociologique de la consommation de fruits et légumes, abordée dans notre dossier par le texte de Marie Plessz, reste un chantier à explorer. De larges pans restent à investir, qu'il s'agisse par exemple de l'analyse de la restauration collective, de l'exotisme culinaire (les fruits exotiques sont devenus aujourd'hui des produits de consommation courante, au moins dans certaines catégories sociales), de la consommation engagée (associations valorisant les fruits et légumes de saison, redécouverte et soutien militant de certaines variétés, etc.) ou des liens alimentations-nutrition-santé qui conduisent de façon répétée à la modification des régimes alimentaires.

Enfin, depuis quelques années, les politiques publiques de santé encouragent à consommer plus de fruits et légumes, et de nombreux travaux ont été engagés sur leur émergence et leur mise en œuvre (Etiévant *et al.*, 2012 ; Ayadi et Ezan, 2011). De même, les controverses et les mobilisations autour des enjeux de santé publique et de respect de l'environnement posés par l'agriculture productiviste présentent des aspects spécifiques dans le cas des fruits et légumes. En effet, les fruits et légumes semblent être pris dans une contradiction, entre leur image publique (soutenue par des politiques publiques telles que le PNNS) d'aliments sains, à la fois utiles dans la prévention de certaines maladies et outils de construction de certains rapports au corps (bien-être, minceur, régime végétarien, etc.), et des modes de production non respectueux de l'environnement et de la santé (chauffage des serres au fioul, déchets plastiques non recyclés, usage intensif de pesticides). Pour les agriculteurs, ces modes de production sont justifiés par des impératifs de productivité et des standards de qualité, mais cet argumentaire est de plus en plus largement contesté.

Si le dossier de la revue ne permet pas encore de répondre à l'ensemble de ces questions, du moins constitue-t-il un levier pour contribuer au développement, qui nous semble très prometteur, de recherches variées sur les fruits et légumes.

Bibliographie

- Ayadi K., Ezan P. (2011) « Pour bien grandir, mange au moins 5 fruits et légumes par jour ». . . Impact des bandeaux sanitaires sur les pratiques alimentaires des enfants, *Management et avenir* 8(48), 57-75.
- Bernard de Raymond A. (2007) *Maximes empiriques de l'activité économique. Le marché des fruits et légumes en France (1936-2006)*, Thèse de doctorat en sociologie, École Normale Supérieure de Cachan, 486 p.
- Bernard de Raymond A. (2010) Dispositifs d'intermédiation marchande et politique des marchés. La modernisation du marché des fruits et légumes en France. 1950-1980, *Sociologie du Travail* 52, 1-20.
- Bonnaud L., Bouhsina Z., Codron J.-M. (2012) Le rôle du marché dans le contrôle des traitements phytosanitaires. L'exemple du secteur de la tomate, *Terrains & Travaux* 20, 87-103.
- Braudel F., Labrousse E. (dir.) (1979) *Histoire économique et sociale de la France*, Paris, PUF, 583 pages
- Cardon Ph. (2010) Regard sociologique sur les pratiques alimentaires des personnes âgées vivant à domicile, *Gérontologie et société* 3(134), 31-42.
- Darpeix A. (2010) *La demande de travail salarié permanent et saisonnier dans l'agriculture familiale : mutations, déterminants et implications. Le cas du secteur des fruits et légumes français*, Thèse pour le doctorat d'économie de Supagro Montpellier.
- Decosse F. (2011) *Migrations sous contrôle. Agriculture intensive et saisonniers marocains sous contrat OMI*, Thèse pour le doctorat de sociologie de l'EHESS
- Dubuisson-Quellier S., Lamine C. (2004) Faire le marché autrement: l'abonnement à un panier de fruits et légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs, *Sciences de la Société* 62, 145-167.
- Dubuisson-Quellier S., Lamine C. (2008) Consumer involvement in fair trade and local food systems: delegation and empowerment regimes, *GeoJournal* 73, 55-65.
- Dubuisson-Quellier S., Navarrete M., Pluinage J. (2006) Les organisations de producteurs au cœur de la valorisation de la qualité des fruits. Une diversité de stratégies en Rhône-Alpes, *Economie rurale* 292, 18-34.
- Etiévant P., Bellisle F., Étilé F., Padilla M., Romon-Rousseau M. (2012) *Comportements alimentaires. Choix des consommateurs et politiques nutritionnelles*, Versailles, Editions Quae, 104 p.
- Freidberg S. (2009) *Fresh. A perishable history*, Cambridge (USA)/London (UK), The Belknap Press of Harvard University Press, 408 p.

- Garcia-Parpet M.-F. (2009) *Le marché de l'excellence. Les grands crus à l'épreuve de la mondialisation*, Paris, Seuil, 266 p.
- Gojard S., Weber F. (1995) Jardins, jardinage et autoconsommation alimentaire, *INRA Sciences Sociales* 2, 4 p.
- Kaplan S. (2002) *Le retour du bon pain : une histoire contemporaine du pain, de ses techniques et de ses hommes*, Paris, Perrin, 487 p.
- Lockie S., Kitto S. (2002) Beyond the farm gate: Production-consumption networks and agri-food research, *Sociologia Ruralis* 40(1), 3-19.
- Marsden T., Lee R., Flynn A., Thankappan S. (2010) *The new regulation and governance of food*, New York/London, Routledge, 345 p.
- Régnier F., Lhuissier A., Gojard S. (2006) *Sociologie de l'alimentation*, Paris, La Découverte, coll « Repères », 121 p.
- Stanziani A. (dir.) (2003-a) *La qualité des produits en France. XVII^e-XX^e siècles*, Paris, Belin, 344 p.
- Stanziani A. (2003-b) Action économique et contentieux judiciaires en France, 1851-1905. Le cas du plâtrage du vin, *Genèses* 50, 71-90.
- Site internet de l'INSEE: http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=T10F062