



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



RECHERCHES EN ECONOMIE ET SOCIOLOGIE RURALES

Saisonnalité et contre-saisonnalité pour une alimentation durable

Dans un contexte d'inégalités croissantes et de souci marqué des décideurs publics, des acteurs économiques et des consommateurs pour l'environnement, l'adoption de pratiques alimentaires plus respectueuses de l'environnement constitue un défi écologique, économique et social. Un levier en particulier, encore peu exploré, s'offre aux consommateurs pour limiter l'empreinte environnementale des choix alimentaires : le recours aux aliments de saison, qui limitent les importations lointaines et la production locale hors-saison, toutes deux coûteuses en énergie.

Mais on connaît mal les variations saisonnières de nos consommations. Observe-t-on un réel affranchissement des saisons, ou suivons-nous encore les rythmes alimentaires saisonniers ? De même, s'abstraire des contraintes saisonnières était autrefois le privilège des riches : alors, qu'en est-il aujourd'hui ? Qui veut « manger de saison » ? Dans quelle mesure, enfin, le recours aux aliments de saison peut-il constituer le levier d'une alimentation plus durable ?

Fruit d'une collaboration entre économistes et sociologues, dans une démarche alliant méthodes quantitatives et qualitatives, le projet Diet4Trans a analysé les rythmes saisonniers des consommations alimentaires et les différences entre groupes sociaux au niveau des pratiques de consommation « de saison » et à contre-saison, afin d'évaluer le potentiel de généralisation et de diffusion des pratiques vertueuses. Son objectif était de mieux connaître les valeurs et perceptions qu'ont les individus des saisons et de mettre en évidence les facteurs socio-économiques et culturels qui conduisent à l'adoption de pratiques alimentaires favorables à l'environnement (Régnier *et al.*, 2019).

Une attention particulière a été portée aux fruits et légumes en raison de l'impact écologique d'une production à contre-saison, et à une autre catégorie de produits favorables à une alimentation durable, et qui échappent aux saisons : les légumes secs (légumineuses). Les études tendent à montrer qu'une alimentation moins carnée, au profit des légumes secs, est porteuse de bénéfices tout à la fois environnementaux et nutritionnels (ANSES, 2016).

La détermination de la saisonnalité des consommations alimentaires s'est faite à partir des données d'achats Kantar WorldPanel 2015 (fréquences saisonnières d'achat, quantités consommées, caractérisation des consommateurs). L'analyse des perceptions des saisons par les consommateurs s'est appuyée sur une enquête de terrain dans un échantillon contrasté, par des entretiens approfondis auprès de 72 individus.

Appréhender la saisonnalité des fruits et légumes en France : analyses des données d'achat

Consommer de saison est présenté comme une des composantes d'une alimentation durable (Macdiarmid *et al.*, 2013). Mais que sait-on des comportements d'achat concernant les produits saisonniers ? L'objectif de ce volet est d'abord d'étudier l'importance des achats « en saison » pour chaque ménage, et d'identifier les caractéristiques socioéconomiques des acheteurs associées à des comportements d'achat plus respectueux de la saisonnalité. Il est ensuite d'analyser en regard les caractéristiques des acheteurs de légumineuses.

L'analyse quantitative s'est appuyée sur l'étude des variations temporelles des achats des ménages. Le choix de la catégorie des fruits et légumes permet de constater l'amplitude des variations des quantités achetées et des prix (valeurs unitaires) en opposant produits frais et non-périssables. Afin de saisir la dimension de durabilité des variations saisonnières d'achat au sein des fruits et légumes frais, en supposant que des comportements d'achat plus respectueux des saisons sont plus durables, les achats des ménages ont été mis en relation avec la saisonnalité de l'offre appréhendée à partir des calendriers de la production diffusés par GoodPlanet / Ademe (2017), Interfel (2015) et

Greenpeace (2017). Deux produits de très grande consommation (tomate et fraise), marqués par une forte saisonnalité de production, ont été choisis pour modéliser l'adéquation entre saisonnalités d'achat et de production. Pour compléter cette analyse de produits très saisonniers, on modélise également les achats d'aliments peu contraints par la saisonnalité de l'offre, les légumineuses. Pour cela, nous avons utilisé les données d'achats des ménages issues des panels Kantar WorldPanel 2015 (voir l'encadré 1). Ces données sont bien adaptées à l'étude de la saisonnalité, notamment en exploitant la structure de 13 périodes de recueil d'achats tout au long de l'année.

Encadré 1 : Modéliser les comportements d'achat « en saison » de chaque ménage

Données :

Le panel Kantar enregistre les achats d'une large variété de produits alimentaires pour la consommation à domicile des ménages. Ceux-ci enregistrent les dépenses et les quantités achetées sur une base hebdomadaire à l'aide d'une scannette.

Pour obtenir un échantillon adapté à l'étude de la saisonnalité, nous avons sélectionné les ménages dont les achats sont relevés au moins 1 semaine sur les 4 semaines que compte chacune des 13 périodes (représentant ainsi les 52 semaines de l'année). En 2015, l'information complète a concerné plus de 7000 ménages.

Méthode :

Indicateurs de saisonnalité

Sans rapport avec la saisonnalité de production :

Au niveau de l'ensemble des catégories de fruits et légumes, faute de pouvoir définir une saisonnalité en rapport précis avec celle de la production, on a analysé l'amplitude des variations intra-annuelles, en utilisant l'indicateur suivant :

$$I_{s0} = \frac{\text{quantité minimum en 2015}}{\text{quantité maximum en 2015}}$$

Prise en compte de la saisonnalité de production :

Cela implique de se focaliser sur des produits précis. L'étude de la tomate et de la fraise nous permet de construire des indicateurs de saisonnalité, en rapport avec la période de production nationale indiquée par les calendriers GoodPlanet, Interfel et Greenpeace.

Dans les deux cas, nous modélisons I_{s1} comme la part d'achats de produits frais « en saison » dans les achats annuels :

$$I_{s0} = \frac{q_{ih}^{saison}}{Q_{ih}^{2015}}$$

q_{ih}^{saison} : quantité du produit i acheté en saison par le ménage h .

Q_{ih}^{2015} : quantité du produit i acheté en 2015 par le ménage h

Les achats des ménages sont ramenés par tête.

Une valeur plus élevée de l'indicateur de saisonnalité marque une saisonnalité des achats des ménages plus respectueuse de l'environnement.

Modéliser les achats en présence de non-consommations

On utilise un modèle de régression pour étudier les relations entre caractéristiques des ménages et comportements vertueux d'achat à travers l'indicateur de saisonnalité. Dans le cas de la tomate, tous les ménages sont acheteurs et on peut utiliser un simple modèle OLS. Dans le cas de la fraise, une proportion importante de ménages sont non-acheteurs (29,8 %). Il convient alors d'utiliser un modèle prenant en compte la présence d'un biais de sélection, soit le modèle Cragg (1971) en 2 étapes (*double hurdle*). On utilise ce même modèle dans l'analyse des achats de légumineuses, pour laquelle le nombre de non-acheteurs est important dans l'échantillon (18,7 %).

Les variables explicatives introduites dans les régressions relèvent du panéliste (âge, niveau d'éducation, catégorie socio-professionnelle (CSP), indice de masse corporelle) et du ménage (revenu total par équivalent-adulte, structure du ménage, zone de résidence, région, disponibilité d'un verger ou d'un potager). Pour contrôler la colinéarité potentielle entre variables de statut socioéconomique, plusieurs spécifications ont été testées, incluant soit l'éducation soit la CSP avec le revenu.

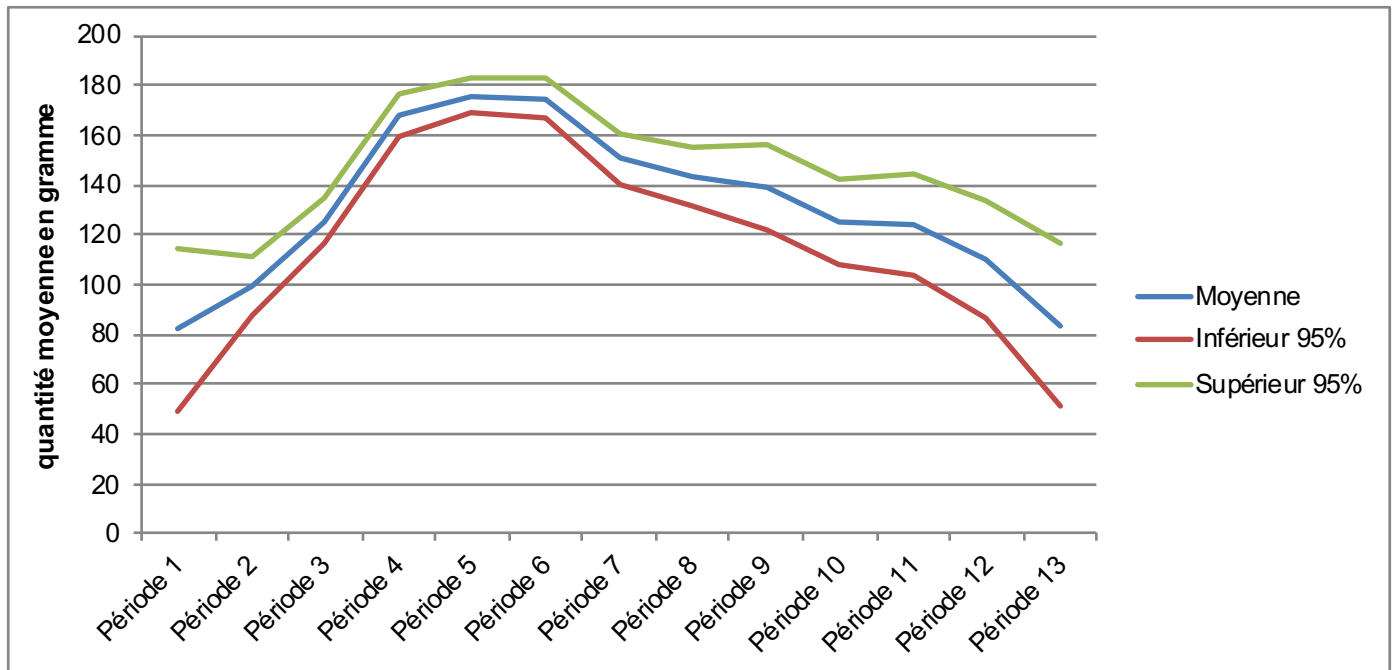
Nos résultats montrent, au niveau global des fruits et légumes, une forte saisonnalité des produits frais par rapport aux non-périssables et en particulier des fruits frais par rapport aux légumes frais. Avec une première définition globale de la saisonnalité vue comme l'amplitude des variations intra-annuelles de consommation (voir l'encadré 1), on observe que des achats plus variables de fruits frais sont associés à la plupart des variables sociodémographiques, contrairement au cas des légumes frais. Dans les deux cas, des tendances plus variables d'achats sont associées à un revenu proche de la médiane (déciles 5 à 7). Les ménages dont les achats de fruits frais ont le moins de variabilité

sont ceux avec un panéliste plutôt jeune, obèse, de niveau d'éducation peu élevé (niveau Baccalauréat).

Qui sont les ménages aux meilleures pratiques d'achat vis-à-vis des saisons ?

En ce qui concerne les achats de fraises, l'indicateur de saisonnalité des achats tenant compte de la période de production (voir l'encadré 1) montre que 65 % des quantités sont achetées sur les quatre mois de saison (mai à août). En ce qui concerne la tomate, 68 % des tomates fraîches sont achetées pendant les cinq mois de saison (mai à septembre).

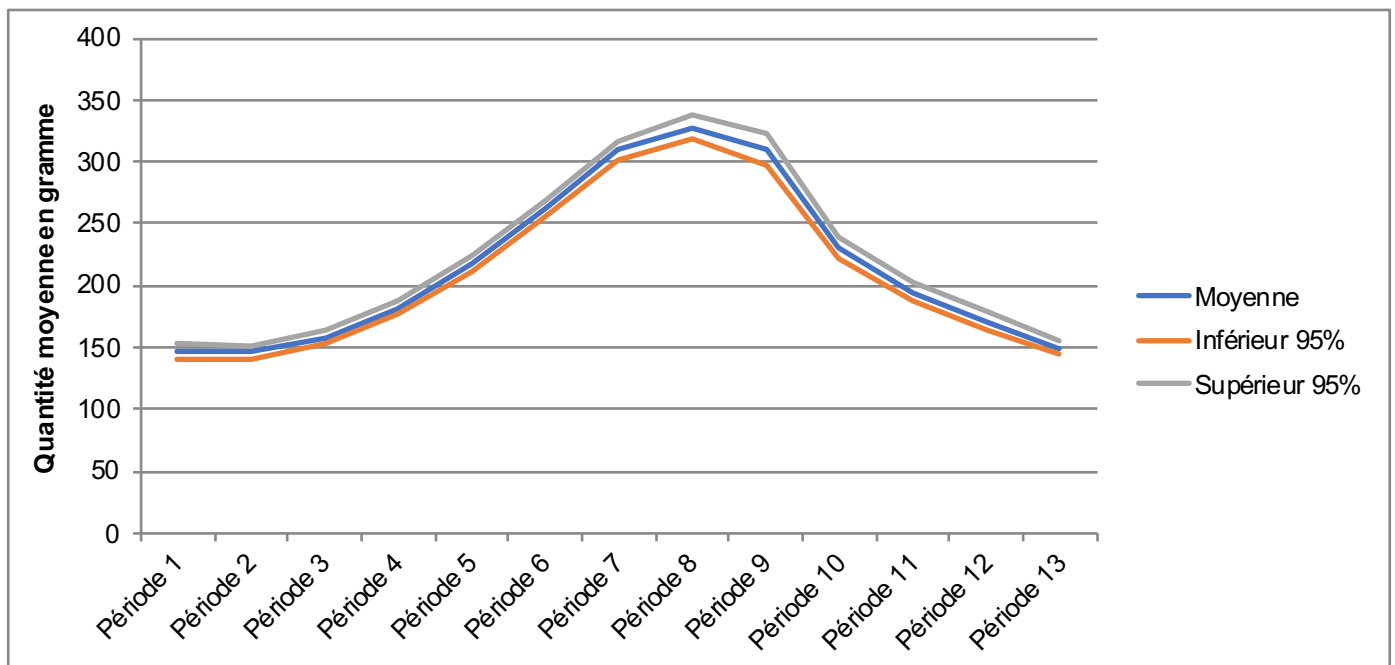
Graphique 1 : Achats de fraises (g/semaine/tête) sur 13 périodes Kantar 2015 par les ménages consommateurs.



Source : Kantar 2015.

Les 13 périodes de 4 semaines correspondent aux 52 semaines de l'année.

Graphique 2 : Achats de tomates fraîches (g/semaine/tête) sur 13 périodes Kantar 2015 par les ménages consommateurs.



Source : Kantar 2015.

Les 13 périodes de 4 semaines correspondent aux 52 semaines de l'année.

Les achats de fraises les plus en phase avec la saison de production correspondent aux tranches de revenu, CSP et niveau d'éducation élevés, ainsi qu'aux agriculteurs. Certaines variables comme l'âge ou l'indice de masse corporelle (IMC) du panéliste ont un effet à la fois sur la probabilité d'achat (tableau 1, colonne 2) et sur la saisonnalité des quantités achetées (colonne 3). En effet, les panélistes de 65 ans et plus ont une probabilité d'achat supérieure et leurs achats montrent une saisonnalité plus favorable. Les panélistes obèses montrent également une probabilité d'achat supérieure, mais avec une saisonnalité des achats moins favorable. Pour les ménages acheteurs, les achats les plus respectueux de la saison sont associés à des panélistes plus âgés, obèses, dans des ménages constitués de couples sans enfant ou de femmes seules.

En ce qui concerne la tomate (tableau 1, colonne 1), les achats de saison sont favorisés dans les ménages d'1 personne quel que soit le sexe, des niveaux d'éducation supérieurs au bac, des CSP qui vont des professions intermédiaires à supérieures. Ils sont associés négativement à un faible revenu.

Ainsi, pour ces deux produits apparaît une association avec le statut socioéconomique. Un niveau de revenu familial plus élevé, ou un niveau d'éducation supérieur à Bac +3 pour le panéliste ou une CSP telle que cadres supérieurs et professions libérales favorisent une plus forte saisonnalité des achats en phase avec celle de la production. Nos résultats mettent également en évidence l'effet négatif de la disposition d'un jardin potager et le rôle substitutif de l'autoconsommation dans le cas de la fraise, mais positif dans le cas de la tomate. Couplé à l'association négative avec la région Nord, le rôle du jardin suggère qu'une plus grande proximité avec des zones de production encourage une saisonnalité vertueuse des achats. On peut y voir le rôle de meilleures connaissances de la saison des

produits, soit par familiarité, soit par information/éducation. Les ménages de personne seule, homme ou femme, et les couples sans enfants ont de meilleures pratiques saisonnières par rapport aux couples avec enfant, alors que les familles monoparentales ont de moins bonnes pratiques. Enfin deux groupes sont associés négativement aux quantités achetées en saison : les panélistes les plus jeunes (18-44 ans) et ceux qui sont obèses.

Achats d'aliments peu saisonniers et « durables »

Les achats de légumineuses recouvrent, dans les données françaises, lentilles, flageolets, haricots, pois chiches, pois cassés, et fèves. Les quantités achetées restent faibles (42.2 g/semaine et par tête) au regard des recommandations nutritionnelles du Plan National Nutrition Santé (elles n'en couvrent que 21 %). A l'inverse des produits saisonniers précédents, cette catégorie de produits est peu dépendante de la saison de production car elle est consommée majoritairement sous forme déjà transformée et stockable (légumes secs, conserves).

Parmi les variables associées à des achats plus importants de légumineuses, nos résultats montrent un effet prédominant de l'âge, un panéliste de moins de 44 ans étant associé négativement aux quantités achetées et également à la probabilité d'achat. L'IMC du panéliste est aussi un facteur important, un seuil d'obésité étant associé à des quantités supérieures. Enfin, on relève l'effet du revenu sur les quantités achetées, avec une association négative des tranches en-dessous du seuil médian, malgré une probabilité d'achat supérieure dans ces tranches. Le signal favorable suggéré par les associations positives d'un faible revenu avec la probabilité d'être un consommateur est ainsi compensé par des quantités achetées moindres.

Ainsi, les caractéristiques des ménages les plus proches d'une alimentation durable, appréhendée par le respect des saisons

Table 1 : Ménages aux comportements alimentaires durables : achats plus respectueux des saisons de tomates et de fraises ; achats de légumineuses

Variables	Tomate OLS Isaison N=6766	Fraise Cragg eq1 Proba d'achat N=7083	Fraise Cragg eq2 Isaison	Légumineuses Cragg eq1 Proba d'achat N=7012	Légumineuses Cragg eq2 Quantités
Age <i>ref : 45-64 ans</i>	Plus jeunes – Plus âgés -	Plus âgés +	Plus jeunes – Plus âgés +	Plus jeunes -	Plus jeunes – Plus âgés +
Structure familiale <i>ref : couples avec enfant</i>	Femme seule + Homme seul +		Couples sans enfants + Femme seule + Famille monoparent. -		
Revenu <i>Ref : revenu médian à 7^{ème} décile</i>	< seuil de pauvreté –	> seuil de pauvreté à revenu médian + Déciles 7 à 10 +		< Seuil de pauvreté + > Seuil de pauvreté à revenu médian + Déciles 7 à 10 +	< Seuil de pauvreté - > Seuil de pauvreté à revenu médian -
Education* <i>Ref : Niveau Bac</i>	> Bac+3 +		< Bac – > Bac+3 +	> Bac +3 -	Bac+1 à Bac+3 – > Bac +3 -
PCS* <i>Ref : employés et ouvriers</i>	Prof libérales + Cadres supérieurs + Prof. intermédiaires +		Agriculteurs + Cadres sup & prof lib + Prof intermédiaires +	Cadres supérieurs -	Prof. intermédiaires -
IMC <i>Ref : Normal</i>	Obésité modérée –	Maigre – Obésité modérée et sévère +	Obésité modérée et sévère -		Surpoids + Obésité modérée et sévère +
Verger/Potager <i>Ref : non</i>	Verger/Potager+	Potager –		Verger/Potager+	Potager –
Zone de résidence <i>Ref : urbain entre 2000 et 200000 hab</i>	Spécification avec PCS : > 200 000hab –	> 200 000hab +			< 2000hab +
Région <i>Ref : Sud</i>	Nord -	Nord -	Nord +	Nord -	Nord -

Variables associées au seuil de 10 %

OLS : Ordinary Least Squares (Régression par les Moindres Carrés Ordinaires)

Cragg : Modèle « double hurdle » (Cragg 1971)

*Les spécifications incluent soit la PCS, soit l'éducation.

et le recours aux légumineuses, se rejoignent sur l'effet très homogène de l'âge : les catégories les plus jeunes sont clairement les plus éloignées de ces pratiques vertueuses. Pour les achats de produits saisonniers, une plus grande proximité des zones de production (disposition d'un jardin, effet négatif de la région Nord) encourage une saisonnalité vertueuse des achats, suggérant le rôle de meilleures connaissances de la saison des produits, soit par familiarité, soit par information/éducation. L'effet du statut socioéconomique reste complexe. Les achats de tomates en saison et les probabilités d'achats de fraises en saison sont plus fortes chez les plus riches. Dans les deux cas, les achats en saison sont favorisés par un niveau d'éducation de Bac +3, et des CSP supérieures, y compris intermédiaires dans le cas des fraises. En revanche, les achats de légumineuses sont plutôt le fait des catégories inférieures d'éducation et de CSP, mais pas forcément de revenu. Notre analyse révèle la cible prioritaire des plus jeunes pour inciter à l'adoption de pratiques plus durables. Cette tranche d'âge, 18-44 ans, est aussi celle qui est la plus à même de compter des enfants dans le ménage. On constate par ailleurs que cette structure familiale ne favorise pas les achats de saison. L'accent pourrait donc être porté sur les jeunes ménages.

Les perceptions de la saison : clivages sociaux et contrastes de la saison

Le second volet du projet portait sur les perceptions de la saison et sur la façon dont les individus se positionnent à l'égard du fait de « manger de saison ». Nous présentons ici les principaux résultats de l'enquête : les groupes qui diffèrent dans leur perception de la saison, les facteurs qui éclairent cette attention différenciée aux rythmes saisonniers, enfin, les complexités et les ambivalences de la saison.

Clivage social et oppositions : la complexité des saisons

Que l'on s'intéresse aux pratiques déclarées ou à celles qui structurent les discours, les analyses font apparaître un fort clivage social opposant les individus pour qui « manger de saison » est un impératif (catégories aisées, urbains, étudiants) et ceux qui « mangent sans les saisons » (catégories modestes). Ensuite, la façon dont les individus se positionnent par rapport au fait de « manger de saison » fait s'opposer deux postures. Une posture éthique, tout d'abord, avec une consommation présentée comme morale, qui rassemble différentes préférences (local, bio, de saison, pratiques de réduction de viande) et qui regroupe plutôt des individus de milieux aisés et intermédiaires. Et une posture « de calcul » : pour une partie des individus les contraintes financières et le mode de vie conduisent à « manger sans les saisons » ; pour une autre partie, la recherche d'un bon rapport qualité-prix mène à une vision plus centrée sur l'économie domestique, mais en suivant les saisons. Quatre grands groupes d'individus diffèrent alors dans leur rapport à la saisonnalité des aliments (figure 1).

Un premier groupe « manger de saison » rassemble les individus pour lesquels les saisons constituent un impératif contraignant, qui vient modeler leurs choix alimentaires. Ce sont plutôt des individus appartenant aux catégories aisées, diplômés, ou encore étudiants. Ils déclarent « manger de saison » principalement en raison de considérations environnementales (la planète, l'impact carbone). Manger de saison s'accompagne d'un faisceau d'autres pratiques estimées favorables à l'environnement (réduction des déchets et de la consommation de viande, par exemple). Ces individus mobilisent le plus souvent un savoir extérieur acquis par la consultation de sites web, la lecture de calendriers ou l'usage de l'application Etiquetable, ou lors des achats, en particulier grâce à l'abonnement à un panier de légumes ou à une AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture

Encadré 2 : Méthode d'enquête

L'enquête qualitative est fondée sur un corpus de 72 entretiens approfondis. Afin de garantir une diversité dans l'attention portée aux saisons, trois sous-populations ont été considérées.

1) Une population « générale » (n=32), ni plus ni moins sensible *a priori* que la moyenne des individus aux questions d'environnement à travers l'alimentation, avec des entretiens dans des milieux modestes, voire défavorisés (région parisienne, Est et Nord de la France), dans des milieux sociaux caractéristiques de classes moyennes proches de la médiane (Nouvelle-Aquitaine, Ouest et Sud de la France), et dans des milieux aisés (Paris, province), dans des espaces urbains, périurbains et ruraux. Enfin, nous avons cherché une diversité en termes d'âge.

2) Une population d'individus engagés pour l'environnement à travers leurs choix alimentaires (n=27) : clients de magasins bio, adhérents à des circuits courts ou à des AMAP, dans ces mêmes régions.

3) Afin d'évaluer le rôle que peuvent avoir les technologies digitales dans la promotion de pratiques de consommation durables, des entretiens ont été menés parmi les utilisateurs d'Etiquetable (n=13), application collaborative de cuisine durable (<https://etiquetable.eco2initiative.com>).

Les analyses sont fondées sur une triangulation des méthodes mettant en œuvre une analyse de contenu classique des entretiens, une analyse lexicale à l'aide du logiciel Hyperbase et portant sur les 531 260 mots du corpus, et des analyses quantitatives à partir de la codification des réponses aux entretiens (avec la création de 25 variables quantitatives).

Paysanne). Ils soulignent également que « manger de saison » les a conduits à découvrir des aliments qu'ils ne connaissaient pas (légumes notamment), ce qui les amène à une perception particulièrement positive de la saison.

A l'inverse, les individus du groupe « manger sans les saisons » appartiennent plutôt aux milieux modestes : ce sont eux qui ont les contraintes financières les plus fortes de l'échantillon. La saison n'est guère un déterminant de leurs choix alimentaires. Plusieurs sous-groupes se distinguent :

- Pour le premier sous-groupe, le peu d'attention porté aux rythmes saisonniers provient d'une grande méconnaissance des saisons, même si le prix peut engager des variations saisonnières d'achats : les saisons ne font guère partie de l'horizon alimentaire.

- D'autres individus de ce groupe connaissent les alternances saisonnières, mais mentionnent leur plaisir à s'en affranchir, appréciant la diversité offerte par la consommation des aliments « en toute saison ». Certains vont jusqu'à revendiquer un refus des saisons, qu'ils perçoivent comme une contrainte qu'ils refusent au nom de leur liberté de consommateurs.

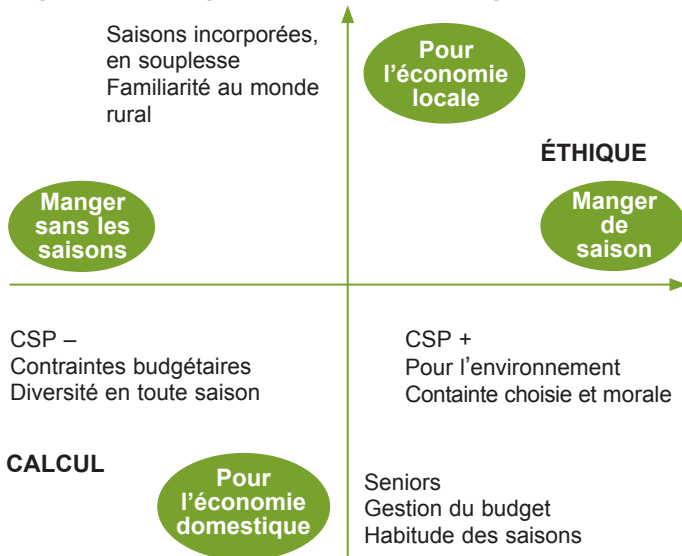
- Pour un troisième type d'individus, enfin, le respect des saisons représente à l'inverse un idéal inaccessible : ils perçoivent l'aliment de saison comme particulièrement coûteux.

Un troisième groupe d'individus « pour l'économie locale » connaît les rythmes saisonniers des aliments, et il en suit les variations en souplesse. Ces individus appartiennent à toutes les catégories sociales, et à toutes les générations. Il s'agit d'individus vivant plutôt en province et à proximité de zones de production de fruits et légumes. Ils ont comme principale motivation à manger de saison le désir de soutenir une économie locale, par proximité, voire identification, aux producteurs locaux. Ils portent une attention particulière à la provenance

des produits achetés. Les pratiques d'achat de saison sont de l'ordre du quotidien, et pour cela les individus vont mobiliser un savoir personnel, issu de leur familiarité avec le monde rural et les rythmes saisonniers.

Enfin, les individus du quatrième groupe « pour l'économie domestique » témoignent d'un fort souci de gestion de leur budget. Ce groupe rassemble les seniors de l'enquête, appartenant aux catégories populaires et intermédiaires. Cette attitude est en effet celle des générations les plus anciennes de l'enquête, dont les habitudes (alimentaires, d'approvisionnement) ont été formées avant l'ère de la consommation de masse, qui ont connu certaines des privations d'après-guerre, et ont été socialisées dans un monde encore très rural. Les saisons, incorporées, font peu l'objet de discours réflexifs. « Manger de saison » va de soi, mais n'est pas perçu comme un impératif : c'est une évidence. S'ils ont dans l'ensemble des achats saisonniers, c'est par habitude et pour bien gérer leur économie : le produit de saison étant d'un meilleur rapport qualité / prix.

Figure 1 – « Manger de saison » ? Quatre groupes sociaux



Facteurs d'attention aux saisons

L'appartenance sociale et territoriale

Le premier facteur relève du statut social. L'appartenance à un milieu modeste fait tout d'abord intervenir la dimension budgétaire, qui conduit à privilégier l'aliment bon marché, qu'il soit de saison ou pas. En outre, dans le cadre d'un budget contraint, le respect des saisons n'est pas une priorité. L'appartenance à un milieu modeste s'accompagne également de moindres consommations de fruits et légumes frais (Inserm, 2014) : les contraintes financières, le manque d'équipement dans les situations les plus précaires de l'enquête, ou encore le peu d'intérêt pour les légumes, peuvent conduire à privilégier les légumes en boîte, qui échappent aux variations saisonnières.

L'enquête montre que l'attention aux saisons augmente conjointement à la consommation de fruits et de légumes, à la variété des légumes consommés et à la forme sous laquelle ils sont consommés (frais plutôt que surgelés ou en conserve).

Enfin, le plaisir de la consommation alimentaire et la valorisation de l'abondance en milieu modeste (Régner et Masullo, 2009) s'accordent mal avec la contrainte, voire le caractère ascétique, que peut représenter une consommation « de saison » qui vient exclure des choix alimentaires, les produits « hors saison ».

A l'inverse, l'attention aux saisons vient s'inscrire dans des attitudes caractéristiques de la classe moyenne, qu'il s'agisse d'une consommation « engagée » pour l'environnement

(Dubuisson-Quellier, 2009), de « manger bien » et d'avoir une consommation éthique (Johnston *et al.*, 2011), d'une « frugalité choisie » (Siounandan *et al.*, 2014), ou encore du désir marqué de « devenir sain » par l'alimentation (Adamiec, 2016).

L'appartenance territoriale est un second facteur qui éclaire des pratiques de saison. Elle ne se résume pas à une opposition entre des ruraux connaisseurs, et des urbains ignorants des saisons. La familiarité aux saisons relève de deux dimensions. Tout d'abord, vivre à proximité des zones maraîchères, ou résider dans un tissu urbain proche du milieu rural, tel que nous avons pu l'observer dans le Sud-Ouest de la France, entraîne une familiarité aux rythmes saisonniers. Cette familiarité est également familiale (proches agriculteurs, ou possédant un potager) ou sociale (par des expériences professionnelles en milieu rural, par exemple). Dès lors, elle peut être indépendante du lieu actuel de résidence de l'individu.

Les trajectoires individuelles et collectives

D'autres facteurs relèvent des trajectoires, individuelles ou collectives. Individuelles, car les événements, les transitions et les ruptures des parcours de vie constituent des déclencheurs de l'attention portée aux saisons, qu'il s'agisse de l'arrivée des enfants, de l'avancée en âge, voire de l'expérience de la maladie, qui conduisent à s'intéresser plus qu'auparavant à l'impact de l'alimentation sur la santé, précisément à travers le respect des rythmes naturels de production des aliments.

Collectives ensuite, car l'appartenance générationnelle offre une clef de compréhension de la perception de la saison. Les membres des générations plus âgées de notre échantillon témoignent d'une bonne connaissance des saisons, liée tout à la fois à une socialisation alimentaire dans un monde où les saisons allaient « de soi » et où les aliments hors-saison étaient rares et coûteux, et à une époque où la relation directe avec le monde rural était forte (près de 30 % d'agriculteurs dans la société française des années 1950, moins de 4 % aujourd'hui).

La « fin des paysans » a conduit les générations suivantes à un éloignement à l'égard du monde rural, ce qui peut éclairer les attitudes « sans les saisons » d'une partie des jeunes de l'enquête, qui appartiennent plutôt aux milieux modestes.

L'enquête fait apparaître un second profil de jeunes individus : ce sont des étudiants, très soucieux des questions environnementales, auxquelles ils répondent par leurs choix alimentaires « de saison ». Leur désir de connaissances en matière de saisonnalité est fort, et le numérique est notamment l'une des voies d'accès à des savoirs et des savoir-faire en ce domaine.

L'effet « boule-de-neige » durable et les circuits d'approvisionnement

D'autres facteurs, enfin, relèvent d'un intérêt pour l'environnement et de la pratique de circuits d'approvisionnement spécifiques (Tobler *et al.*, 2011). Tout d'abord, les individus indiquent un « parcours durable » qui les a progressivement amenés à s'intéresser aux saisons, en commençant par des gestes en faveur de l'environnement hors du domaine de l'alimentation avant de s'intéresser, par effet boule-de-neige, à une alimentation durable. D'autres soulignent que c'est le recours aux circuits courts, dans toute leur diversité (Chiffolleau, 2019), qui les a conduits à prendre conscience des saisons, et à vouloir les respecter. L'abonnement à une AMAP ou à un panier de légumes, l'achat auprès de producteurs locaux ou sur un marché de plein vent, ont sensibilisé ces consommateurs aux rythmes saisonniers de production.

Les paradoxes de la saison : incertitudes et contradictions

Si communes en apparence, les saisons révèlent, à l'analyse, bien des complexités (de La Soudière, 1999).

Connaître les saisons ? Un savoir incertain

Les saisons sont à la mode mais la saison n'occupe qu'une position secondaire dans les critères que déclarent prendre en compte les individus lors de l'achat. Et le fait de savoir qu'il y a des saisons, et même de les connaître, n'entraîne pas la mise en pratique d'achats saisonniers. On note également une forte variabilité dans la connaissance des rythmes saisonniers.

Pour la totalité des individus, les variations saisonnières concernent principalement les fruits (avec notamment la fraise et la pêche) et les légumes (avec la courge et la tomate). Elles sont mieux cernées pour les fruits que les légumes, l'offre de légumes étant plus lissée tout au long de l'année. La saisonnalité est, certes, une des qualités intrinsèques des fruits et légumes (de Raymond *et al.*, 2013), mais l'histoire montre aussi que la saison des viandes était autrefois un savoir particulièrement important à prendre en compte (Saillard in Adamiec *et al.*, 2020). Cette singularité contemporaine peut alors être comprise au regard du contexte, qui conduit à porter une très grande attention aux fruits et légumes, du point de vue de la nutrition (en particulier les recommandations du Programme national nutrition santé) ou de l'environnement (avec l'accent placé sur le végétal). On peut y voir aussi l'effet d'un affranchissement à l'égard des saisons, sans doute plus important, car techniquement moins coûteux, pour les viandes et le fromage que pour les fruits et légumes.

Les saisons se définissent également par des types de plats (salades en été, soupes et raclettes en hiver, par exemple), notamment chez les individus les moins experts des saisons. De ce fait, et de façon paradoxale, ce sont les individus les moins soucieux des saisons qui ont une vision élargie des produits saisonniers, incluant notamment viandes et fruits de mer.

En effet, les saisons des aliments autres que les fruits et légumes (viande, poisson, fromages, chocolats), sont en général très peu mentionnées, révélant souvent une saisonnalité des périodes de consommation, bien plus que de production et, dès lors, une saisonnalité culturelle plus que naturelle (Régnier, 2020).

Quels repères pour les saisons ?

Pour connaître les saisons, et en l'absence d'un label officiel « de saison », les individus mobilisent trois types de repères.

Un savoir personnel, qui concerne principalement les individus proches du monde rural : la saisonnalité des aliments leur est familière. Ensuite, une connaissance théorique qui provient souvent d'une recherche active d'information : les individus s'appuient sur un calendrier, qu'il soit de papier ou numérique (Etiquetable).

L'offre, enfin, constitue une source de repères particulièrement importante en matière de saisonnalité et elle fait intervenir les différentes dimensions liées à l'acte d'achat. Les aliments offerts, tout d'abord, qui par leur disponibilité informent sur la saison, mais conduisent également les individus au sentiment qu'il « n'y a plus de saison » face à la diversité des aliments proposée « en toute saison ». Le prix, ensuite, qui constitue un indicateur contraignant. Il est notamment perçu comme repère de saisonnalité, tout particulièrement pour les fruits, par les individus les moins familiers des rythmes saisonniers, les moins experts ou les plus contraints financièrement.

Le circuit d'approvisionnement, on l'a vu, joue un rôle central dans la connaissance que les individus peuvent avoir des saisons. Cependant, il conduit les individus à assimiler la provenance de l'aliment à un critère de saisonnalité : bien des individus établissent un lien entre la saison et une provenance locale ou nationale. Bien plus, pour certains, il y a équivalence entre « local », « français » voire « bio » et « de saison ». Seuls les plus experts viennent prendre en considération les conditions de production (et notamment l'absence de serre chauffée) pour s'assurer de la qualité « de saison » de l'aliment.

Les contradictions de la saison : bénéfiques et inconvenients

Les aliments de saison combinent, aux yeux des individus, bénéfiques et inconvenients, dont les effets sur les choix alimentaires peuvent être contradictoires.

Les qualités prêtées à l'aliment « de saison » sont hédoniques et nutritionnelles, mais aussi économiques. Le goût est la qualité la plus fréquemment conférée aux aliments de saison, y compris par ceux qui déclarent manger « sans les saisons ». Et pourtant, cet argument « goût » vient légitimer, chez ceux pour qui la saison n'est guère une priorité, la consommation d'un aliment hors-saison. Il en va de même pour le prix, l'aliment de saison est aussi bien perçu comme « plus cher » que « meilleur marché », qui peut légitimer l'achat hors-saison. Le bénéfice environnemental arrive en troisième lieu, ce qui témoigne de la bonne diffusion d'un argument relativement récent dans les discours sur les saisons. Les individus prêtent également souvent aux aliments de saison des qualités nutritionnelles supérieures parce que leur production aurait suivi les rythmes « naturels » de production. Enfin, dans la perspective du souci pour le « local », manger de saison permet de soutenir des producteurs locaux, mais aussi nationaux, la « région France » n'étant souvent qu'une extension du local.

Privation ou enrichissement ? Les ambivalences de la saison

Les saisons sont une contrainte : « manger de saison » conduit à renoncer à la diversité permise par les aliments « hors-saison ». Dès lors, le respect des saisons est souvent perçu comme source de lassitude et de monotonie alimentaire, voire de frustration. La fin de l'hiver et le début du printemps, tout particulièrement, sont présentés comme une « période creuse », difficile y compris pour les plus engagés dans une alimentation « de saison », rappelant la soudure des anciens temps.

Quand « manger de saison » est une contrainte choisie, les individus la présentent à l'inverse comme une source d'enrichissement et de stimulation. Leur désir de ne pas consommer « hors saison » les a conduits à découvrir des aliments, plus particulièrement des légumes, qu'ils ne connaissaient pas.

De l'enjeu environnemental à l'enjeu social

Manger « de saison » constitue un nouvel impératif, largement relayé par les médias, les réseaux sociaux et les professionnels de la restauration, jusqu'aux manuels scolaires. Mais cette présence des saisons dans l'espace public ne doit pas faire oublier les différences sociales, tout à la fois dans l'importance qui est accordée aux rythmes saisonniers et dans les raisons qui conduisent à manger de saison. Une partie de la population a fait de « manger de saison » une règle de consommation morale (Samak, 2013), meilleure pour l'environnement et qui participe d'une lutte contre les dérives du système industriel agro-alimentaire et du productivisme (de Raymond, 2013, Poulot, 2014). Dès lors, « manger de saison » peut être considéré comme une dimension supplémentaire de la consommation éthique. Pour d'autres, proches du milieu rural, le souci du « local » constitue une incitation à manger de saison, alors que pour les membres des générations précédentes, l'habitude et la gestion non dispendieuse du budget font souvent des saisons une évidence, et suggèrent la mise en œuvre d'une forme de sobriété qui ne se revendique pas comme telle.

Enfin, le plaisir affiché par les individus en milieux populaires d'accéder au choix et à la diversité en toute saison, et la coupure d'une partie des jeunes générations de ces catégories sociales à l'égard de rythmes saisonniers, viennent poser la question de la nécessaire articulation, souvent difficile (Larrère, 2017), entre questions environnementales et questions sociales, ici dans le domaine de l'alimentation.

Conclusion générale

Les analyses montrent la prédominance d'achats saisonniers, notamment de fruits et légumes. Les approches économique et sociologique soulignent des différences sociales, tout à la fois dans les achats et les perceptions de la saison.

Quelques recommandations peuvent être énoncées. Tout d'abord, la nécessité d'accroître la connaissance de la saisonnalité des aliments, en particulier celle des légumes, des débuts et des fins de saisons, et des impacts environnementaux des choix « de saison » ou « à contre-saison », à l'aide de repères simples. Ensuite, la possibilité de tirer parti des dynamiques favorables auprès des individus soucieux de l'environnement, hors du domaine alimentaire, notamment auprès de la fraction des jeunes générations qui témoigne d'un fort engagement pour le climat.

A l'inverse, si les catégories populaires, et en particulier les jeunes générations, doivent sans doute être ciblées en raison de leurs réticences à « manger de saison », des freins sont à lever, qui rejoignent des obstacles déjà identifiés, comme les faibles consommations de fruits et légumes, ou le plaisir d'un choix alimentaire affranchi des saisons. Le ciblage sur les jeunes ménages pourrait bénéficier d'une plus grande sensibilité à l'importance de l'alimentation, à ce moment du parcours de vie que représente l'arrivée des enfants. L'importance de la familiarité aux saisons par proximité aux zones de production

et/ou au monde rural devrait inciter à encourager les expérimentations autour des jardins partagés.

Pour ce qui concerne enfin les légumes secs, il conviendrait sans doute de proposer une autre classification des légumineuses qui spécifie leur rôle comme protéines, et de tirer parti des habitudes de consommation en milieu populaire.

Enfin, c'est le consommateur qui a été au centre de nos analyses. Du côté de l'offre, un travail de transparence sur les conditions de productions en rapport avec la saisonnalité devrait sans doute être effectué.

Faustine Régnier (auteur de correspondance) Université Paris-Saclay, INRA, UR ALISS, 94205, Ivry-sur-Seine, France. faustine.regnier@inra.fr

France Caillavet, Université Paris-Saclay, INRA, UR ALISS, 94205, Ivry-sur-Seine, France. france.caillavet@inra.fr

Ikpidi Badji Université Paris-Saclay, INRA, UR ALISS, 94205, Ivry-sur-Seine, France

Cet INRA Sciences Sociales est une synthèse des résultats du projet Diet4Trans, qui a associé l'UR INRA Aliss (Faustine Régnier, France Caillavet, Ikpidi Badji) et Eteicos (Anne-Laure Dalstein et Clémence Rouballay). Le projet a bénéficié d'un financement de l'ADEME dans le cadre de l'appel à projets de recherche « Transitions écologiques, économiques et sociales », et d'un soutien financier de la Chaire Energie et Prospérité.

Pour en savoir plus

Adamiec C. (2016). *Devenir sain. Des morales alimentaires aux écologies de soi.* Presses Universitaires de Rennes.

Adamiec C., Régnier F. et Julien M.P. (dir.) (2020). *L'alimentation au fil des saisons. La saisonnalité des pratiques alimentaires*, Presses Universitaires de Rennes, coll. Table des Hommes, à paraître.

ANSES (2016). *Actualisation des repères du PNNS : révision des repères de consommations alimentaires.* (avis de l'ANSES. Rapport d'expertise collective, Edition Scientifique, Décembre).

Chiffolleau Y. (2019). *Les circuits courts alimentaires.* Eres, Toulouse.

Cragg J. (1971). Some statistical models for limited dependent variables with application to the demand for durable goods, *Econometrica*, 39: 829-844.

Dubuisson-Quellier S. (2009). *La consommation engagée.* Paris, Presses de Sciences Po.

GoodPlanet/ADEME (2017). <https://www.ademe.fr/calendrier-fruits-legumes-saison>

Greenpeace (2017). <https://www.greenpeace.fr/calendrier-fruits-legumes-de-saisons/>

Interfel (2015). <https://www.lesfruitsetlegumesfrais.com/calendrier-fruits-legumes>

Inserm Expertise collective (2014). *Inégalités sociales de santé en lien avec l'alimentation et l'activité physique.* Pôle expertise collective. ITMO Santé Publique, Aviesan.

Johnston J., Rodney A. et Szabo M. (2011). Good food, good people: Understanding the cultural repertoire of ethical eating. *The Journal of Consumer Culture*, 11(3): 293-318.

Larrère C. (dir.) (2017). *Les inégalités environnementales*, PUF, La vie des idées.

Macdiarmid J. I. (2014). Seasonality and dietary requirements: will eating seasonal food contribute to health and environmental sustainability? *The Proceedings of the Nutrition Society*, 73: 368-375.

Poulot M. (2014). Histoires d'AMAP franciliennes : Quand manger met le local dans tous ses états. *Territoires en mouvement*, 22: 40-53.

de Raymond A. B. (2013). *En toute saison. Le marché des fruits et légumes en France*, Presses Universitaires de Rennes.

de Raymond A. B., Bonnaud L. et Plessz M. (2013). Les fruits et légumes dans tous leurs états. La variabilité, la périssabilité et la saisonnalité au cœur des pratiques sociales. *Revue d'Études en Agriculture et Environnement*, 94(1): 3-12.

Régnier F. (2020). Les variations saisonnières de nos consommations alimentaires », in Adamiec C., Julien M.P., Régnier F. (dir.), *L'alimentation au fil des saisons. La saisonnalité des pratiques alimentaires*, à paraître aux Presses Universitaires François-Rabelais de Tours, à paraître.

Régnier F., Caillavet F., Badji I., Dalstein A.-L. et Rouballay C. (2019). *Diet4Trans, Saisonnalité et contre-saisonnalité pour une alimentation durable*, Rapport ADEME, juillet 2019.

Régnier F. et Masullo A. (2009). Obésité, goûts et consommation. Intégration des normes d'alimentation et appartenance sociale. *Revue française de Sociologie*, 50(4): 747-773.

Samak M. (2013). Les conditions pratiques d'un engagement économique et moral. Les maraîchers biologiques et la saisonnalité des fruits et légumes. *Revue d'Étude en Agriculture et Environnement*, 94(1): 93-116.

Siouanandan N., Hébel P. et Colin J. (2014). *En marge de la crise : émergence d'une frugalité choisie.* Paris: CREDOC (*Consommation et modes de vie*). <https://www.credoc.fr/publications/va-t-on-vers-une-frugalite-choisie>.

de la Soudière M. (1999). *Au bonheur des saisons. Voyage au pays de la météo*, Paris, Grasset.

Tobler C., Visschers V. H. M. et Siegrist M. (2011). Eating green. Consumers' willingness to adopt ecological food consumption. *Appetite*, 57: 674-682.

Diffusion au format pdf sur le site : <http://www.inra.fr/sae2/publications/iss/index.php>

Dépôt légal : 4^e trimestre 2019 - ISSN : 1778-4379 - Commission Paritaire n° 0108 B 06817

Composition : JOUVE, 1 rue du Docteur-Sauvé, 53100 Mayenne